

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE INGENIERIA COMERCIAL

**Tema: “Planteamiento de la creación de una eco
hostería en la comuna de Eugenio Espejo, zona del
Lago San Pablo,
como modelo para el desarrollo ecoturístico de la
Provincia de Imbabura”**

**TRABAJO DE TITULACION PRESENTADO EN CONFORMIDAD A LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERO COMERCIAL**

PROFESOR GUIA: Lcdo. Luis Subía

**AUTORES:
JORGE ANDRES FLORES NÚÑEZ
SANTIAGO JAVIER GRANDA OROZCO**

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos la fuerza interior que nos guía en el diario convivir.

A nuestros padres, familiares y amigos, por su amor y abnegada ayuda.

A la Universidad de las Américas, en la persona de sus profesores, por haber hecho de nosotros un grupo de profesionales con conocimientos y principios sólidos.

Al Señor Lcdo. Luis Subía, por su asesoramiento para la conclusión del trabajo.

DEDICATORIA

A mis padres:

Laureano Policarpo Flores y Nancy Magdalena Núñez

*Por su apoyo incondicional y esfuerzos realizados para forjarme
con meritos de un hijo ejemplar y un ciudadano profesional.*

A mi esposa

Orfa Cristina Torres

*Por su amor y comprensión siempre demostrado y especialmente
durante el desarrollo de este trabajo.*

Andrés Flores

*A mi familia, en especial a mis Padres que gracias a su constante
esfuerzo, me han proporcionado todo el apoyo necesario durante
mi carrera universitaria*

Santiago Granda

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en el Ecuador ha establecido importante presencia dentro de la economía ecuatoriana, puesto que se ha convertido en una nueva fuente de ingresos para el país y familias ecuatorianas, a tal punto que actualmente ocupa el tercer lugar en cuanto a aportación del PIB se refiere, sin embargo constituye un recurso que aún no se lo ha explotado totalmente.

Las características atribuidas al Ecuador por ser un país con una abundante riqueza natural en cuanto a especies animales y vegetales se han visto superadas por el moderno concepto del ecoturismo, que hace referencia a la conservación del entorno natural y además la convergencia con los recursos sociales y culturales, elementos que en el país son numerosos y constituyen un atractivo tanto para turistas nacionales e internacionales.

Últimamente la provincia de Imbabura, por las características anteriormente citadas, se ha convertido en una zona muy visitada por personas de diferentes lugares de origen tanto así que está entre las más visitadas del país. Esto se debe a que en la zona existen bondades paisajísticas naturales y rasgos socio – culturales que contribuyen a la belleza y al encanto de la provincia. Actualmente Imbabura cuenta con 272 establecimientos, con una capacidad diaria de 10.700 personas, representando el 5.40% del total nacional de establecimientos que prestan servicios de hospedaje.

La procedencia de los turistas a la provincia de los lagos, en su mayoría es turistas nacionales de diferentes partes del Ecuador, seguidos por turistas provenientes de países de América del Sur, Central y Norte; además de turistas de Europa, Asia e incluso de África y otros lugares. Que durante cualquier época del año visitan la zona.

El lago San Pablo en conjunto con las comunidades y parroquias aledañas que a lo largo del desarrollo del proyecto se lo conocerá como la Cuenca del Imbakucha, ha sido escogido como escenario para el planteamiento del presente trabajo de titulación.

Analizando las oportunidades y amenazas que existen en el macro entorno para el desarrollo de este proyecto, nace la idea de la creación de una eco hostería denominada "Ecolago", establecida en la comunidad Chuchuquí, parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo. La eco hostería busca integrar al turista ya sea local o externo a la correcta convivencia con la naturaleza así como también el conocimiento y respeto por las comunidades indígenas, sus costumbres, religión, sociedad y diario vivir. Además ofrecerá servicios turísticos nuevos hasta el momento en la zona de influencia, como son caminatas por senderos, paseo a caballo, convivencia comunitaria, presentación de costumbres locales, entre otras actividades.

El estudio de mercado, correspondiente a este proyecto, arrojó datos que complementaron la información que se tenía de los turistas, concluyendo que generalmente son personas nacionales y extranjeras, que su principal vía de acceso es Quito, de un nivel profesional alto, con una edad promedio entre 30 y 39 años acompañados con niños y/o personas maduras que en su mayoría son hombres con salarios superiores a 1.000 dólares mensuales, y que están dispuestos a gastar diariamente en su estadía sea cual fuere esta entre 100 y 200 dólares.

"Ecolago" contará con 24 cabañas con una capacidad total de 132 personas, además tendrá restaurante, bar, plazoleta, sala de mirador, caballerizas, canchas deportivas, casetas de exposiciones artísticas, sala de eventos y recepciones, entre otras áreas.

La inversión que se determinó para la realización de este proyecto asciende a un monto total de 1.185.744,12 U.S.D. Del cual el 75% es capital propio y un 25% pertenece a un préstamo bancario. Se estableció como supuesto de que en el año 1 se tendrá una ocupación del 28,40% de la capacidad total y este valor se incrementará en un 2% cada año, de tal forma que al llegar al año 10 se tenga una ocupación total del 46% de la capacidad. Con estos datos se obtuvo que el proyecto genera una TIR del 43,88%, valor que económicamente representa un proyecto altamente rentable.

OBJETIVOS GENERALES:

- Plantear la creación de una eco hostería y la práctica del ecoturismo como un modelo real de desarrollo económico y social en la comuna Chuchuquí Bajo, cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.
- Ofrecer un servicio ecológico diferenciado y enfocado en las necesidades de los clientes potenciales.
- Captar el 60% de ocupación de la eco – hostería y un 12% de los turistas (demanda real) que visitan la provincia, en el largo plazo, como resultado del planteamiento de este eco proyecto, para llegar a consolidarse como la más importante hostería eco turística visitada de la provincia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Promover el desarrollo de actividades eco turísticas en San Pablo, tales como, caminatas por los distintos paisajes, intercambio cultural con las comunidades indígenas y deportes acuáticos, todas éstas considerando que no generen impactos negativos sobre el entorno natural ni las comunidades locales.
- Dar a conocer a los turistas el verdadero significado del eco turismo, al cual muchas empresas lo usan simplemente como etiqueta para sus productos.
- Incentivar a las autoridades competentes que, para el correcto desarrollo del turismo y del eco turismo en esta zona, es necesario el uso adecuado de los recursos naturales, culturales y paisajísticos presentes en la comuna en estudio.
- Integrar a la comunidad Chuchuquí en los procesos de conservación y uso racional de los recursos naturales existentes en la zona, como modelo para las demás comunidades que se encuentran en las orillas del Lago San Pablo.

- Tomar en cuenta todos los aspectos necesarios para el desarrollo de un proyecto ecológico, rentable, viable y perdurable.

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE GENERAL	I
INDICE DE CUADROS	VIII
INDICE DE GRAFICOS	X
INDICE DE ANEXOS	XI

INDICE GENERAL

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO	1
1.1 CONTEXTO DEL PAIS	1
1.1.1 CONTEXTO POLÍTICO	1
1.1.2 CONTEXTO ECONOMICO	2
1.1.3 CONTEXTO SOCIAL	5
1.1.4 CONTEXTO TECNOLÓGICO	7
1.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACROENTORNO	8
1.2.1 OPORTUNIDADES	8
1.2.2 AMENAZAS	8
2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	10
2.1 CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO	11
3. MARCO GEOGRAFICO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	20
3.1 GENERALIDADES	20
3.2 MERCADOS INDÍGENAS	21
3.3 TRADICIONES	21
3.3.1 FIESTA DEL YAMOR	21
3.4 GASTRONOMIA	21
3.5 IMBABURA DE SUR A NORTE	22
3.5.1 LA ESPERANZA Y ZULETA	22
3.5.2 LAGUNA DE SAN PABLO	22
3.5.3 LAGUNA DE MOJANDA	23
3.5.4 OTAVALO	24
3.5.4.1 MERCADO DE ANIMALES	25
3.5.4.2 CENTRO DE PRODUCCIÓN ÑANDA MAÑACHI	25
3.5.5 CASCADA DE PEGUCHE	25
3.5.6 ILUMAN	25
3.5.7 COTACACHI	26
3.5.7.1 PROYECTO DE ALOJAMIENTO DE COTACACHI	26
3.5.8 RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI – CAYAPAS	27
3.5.9 LAGUNA DE CUICOCHA	28
3.5.10 ATUNTAQUI	28
3.5.11 SAN ANTONIO DE IBARRA	28
3.5.12 CIUDAD DE IBARRA	29
3.5.13 RUINAS DEL SOL O CARANQUI	30
3.5.14 YAHUARCOCHA	30
3.5.15 CHACHIMBIRO	31
3.5.16 VALLE DEL CHOTA	31
3.5.17 AMBUQUI	32
3.5.18 CARPUELA	32
3.5.19 EL JUNCAL	32
3.5.20 BOSQUE PROTECTOR CERRO GOLONDRINAS	32
4. ESTUDIO DE MERCADO	34

4.1 INTRODUCCION	34
4.2 ANTECEDENTES	34
4.3 MARCO DE DESARROLLO Y OBJETIVOS DE ESTUDIO	35
4.4 OBJETIVOS GENERALES	36
4.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	36
4.6 DEFINICION DEL SERVICIO	37
4.7 NATURALEZA Y USOS DEL SERVICIO	38
4.8 ANALISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICO – HOTELERA	38
4.8.1 ANALISIS DE FUENTES PRIMARIAS	39
4.8.1.1 PROCEDENCIA DEL TURISTA	39
4.8.1.2 NACIONALIDAD DEL TURISTA	40
4.8.1.3 EDAD PROMEDIO DEL TURISTA	41
4.8.1.4 COMPAÑÍA DEL TURISTA	42
4.8.1.5 GENERO DEL TURISTA	44
4.8.1.6 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	45
4.8.1.7 TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA	47
4.8.1.8 MOTIVO DE LA VISITA A LA ZONA	49
4.8.1.9 NIVEL DE INGRESO DE LOS TURISTAS	49
4.8.1.10 DISPONIBILIDAD DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL LAGO	51
4.8.1.11 DISPONIBILIDAD DE LOS TURISTAS PARA HOSPEDARSE EN UNA ECO HOSTERIA	52
4.8.1.12 SERVICIOS DE PREFERENCIA DE LOS TURISTAS	54
4.8.1.13 TIPO DE COMIDA PREFERIDA POR LOS TURISTAS	55
4.8.2 ANALISIS DE DATOS DE FUENTES SECUNDARIAS	57
4.8.3 TURISMO RECEPTOR	60
4.8.3.1 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL PAIS	60
4.8.3.2 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR PRINCIPALES JEFATURAS DE MIGRACION	61
4.8.3.3 ENTRADA DE EXTRANJEROS NO INMIGRANTES AL ECUADOR SEGÚN GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ACTIVA Y NO ACTIVA	62
4.8.3.4. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD.	64
4.8.3.5 ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002	65
4.8.4. TURISMO INTERNO	68
4.9 ANALISIS DE LA OFERTA TURÍSTICO HOTELERA	71
4.9.1 ANALISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS.	71
4.9.2.1 NUMERO DE EMPLEOS GENERADOS	72
4.9.2.2 CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS	74
4.9.2.3 CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA Y POR PROVINCIA	77
4.9.2.4 ANALISIS DE LA CAPACIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE IMBABURA	79
4.9.2.5 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.	81
4.10 ANALISIS DE LOS PRECIOS	87
5. ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL.	90
5.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO.	90
5.1.1 ESTRUCTURA PARROQUIAL.	90
5.1.1.1 EUGENIO ESPEJO.-	90
5.1.1.2 SAN RAFAEL.-	91
5.1.1.3 GONZALES SUAREZ.-	91

5.1.1.4 SAN PABLO DEL LAGO.-	91
5.1.2 GEOLOGIA.	92
5.1.2.1 VOLCANICOS DEL MOJANDA.-	92
5.1.2.2 VOLCANICOS DEL IMBABURA.-	92
5.1.2.3 VOLCANICOS DEL CUSIN.-	92
5.1.2.4 CANGAGUA.-	92
5.1.2.5 DEPOSITOS LAHARITICOS	92
5.1.2.6 TERRAZAS	92
5.1.2.7 DEPOSITO LAGUNAL	93
5.1.2.8 DEPOSITOS COLUVIALES	93
5.1.2.9 DEPOSITOS ALUVIALES	93
5.1.3 GEOMORFOLOGIA	93
5.1.3.1 VALLES ALUVIALES	93
5.1.3.2 TERRAZAS	93
5.1.3.3 VALLE LAGUNAL	94
5.1.3.4 CONOS DE DEYECCIÓN	94
5.1.3.5 COLUVIONES	95
5.1.3.6 COLUVIO ALUVIALES	95
5.1.3.7 DOMO VOLCÁNICO	95
5.1.4 DIVISION DE CUENCAS Y MICROCUENCAS	95
5.1.4.1 VERTIENTE SUR O RIO ITAMBI	95
5.1.4.2 VERTIENTE OCCIDENTAL	95
5.1.4.3 POGYOS O VERTIENTES	95
5.1.5 RECURSO AGUA	97
5.1.6 RECURSO SUELO	97
5.1.6.1 CULTIVOS DE CICLO CORTO	98
5.1.6.2 VEGETACION NATURAL (PARAMO NATURAL).-	98
5.1.6.3 PASTOS	98
5.1.6.4 BOSQUES	98
5.1.6.5 TOTORA	98
5.1.6.6 FLORICOLAS	99
5.1.7 FAUNA	100
5.1.8 FLORA	101
5.2 TECNICAS DE MINIMIZACIÓN DE IMPACTOS SOBRE LOS RECURSOS NATURALES IDENTIFICADOS Y CONSTRUCCIÓN DE LA ECO – HOSTERÍA MEDIANTE CONSIDERACIONES NETAMENTE AMBIENTALISTAS.	102
5.2.1 CAPACITACION	102
5.2.1.1 SENSIBILIZACIÓN AL VISITANTE	103
5.2.2 MATERIALES E INSUMOS.	103
5.2.2.1 MANEJO DE MATERIALES E INSUMOS EN EL PROCESO DE COMPRA:	103
5.2.2.2 INVENTARIO Y CATALOGACIÓN	104
5.2.2.3 USO Y REUSO DE MATERIALES E INSUMOS	105
5.2.3 AGUA	105
5.2.3.1 PARA CONSUMO HUMANO Y PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	105
5.2.3.2 PARA USOS EN LA OPERACIÓN Y/O ESTABLECIMIENTO (LIMPIEZA EN EXTERIORES E INTERIORES, BAÑOS, JARDINES, CUBIERTAS Y CASCOS)	106
5.2.4 MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	106
5.2.5 ENERGIA	107
5.2.6 USO Y MANEJO DE SUELOS	108
5.2.7 FLORA Y FAUNA	108
5.2.8 MANEJO DE DESECHOS	109
5.2.9 RECUPERACION DEL LAGO Y LOS DEMAS RECURSOS	111
5.2.9.1 CODELSPA (CORPORACIÓN PARA LA DEFENSA DEL LAGO	111

SAN PABLO)

6. ESTUDIO DE IMPACTO CULTURAL	112
6.1 IDENTIFICACION DE LOS RECURSOS CULTURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO.	112
6.1.1 POBLACION SEGÚN EDADES	112
6.1.2 POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA. PEA	113
6.1.3 POBLACION SEGÚN SEXO	114
6.1.4 EDUCACION	114
6.1.4.1 LOS DOCENTES	114
6.1.4.2 LA LENGUA KICHUA	115
6.1.4.3 GENERO ESTUDIANTIL	115
6.1.4.5 LA MULTIETNICIDAD	116
6.1.4.6 NIÑOS HUÉRFANOS Y SU PROTECCIÓN	116
6.1.4.7 LA MIGRACIÓN FAMILIAR	117
6.1.4.8 NUMERO DE MIEMBROS DE FAMILIA	117
6.1.4.9 UBICACIÓN DE LOS LOCALES ESCOLARES	118
6.1.4.10 DISTANCIA DESDE LOS HOGARES HASTA LAS ESCUELAS	118
6.1.4.11 DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE	119
6.1.4.12 SERVICIOS QUE DISPONEN LAS ESCUELAS	119
6.1.5 LENGUAS	120
6.1.6 ETNIAS	120
6.1.7 COSTUMBRES	121
6.1.8 OCUPACIÓN	122
6.1.9 SALUD	122
6.1.10 VIVIENDA	124
6.1.11 PRODUCCION	125
6.1.11.1 PRODUCCION AGRÍCOLA	125
6.1.11.2 PRODUCCION GANADERA	127
6.1.11.3 PRODUCCION ARTESANAL	128
6.1.12 SITIOS SAGRADOS Y LUGARES ARQUEOLOGICOS	129
6.1.12.1 LAS MONTAÑAS	129
6.1.12.2 LA LAGUNA	129
6.1.12.3 EL ARBOL LECHERO	129
6.1.12.4 LAS TOLAS	130
6.1.12.5 LAS PIEDRAS	130
6.1.13 RELIGION	130
6.1.14 LEYENDAS MITOS Y TRADICIONES	131
6.1.14.1 CUICHI (ARCO IRIS)	131
6.1.14.2 LA RINCONADA DE PIJAL	132
6.1.14.3 HIERAFON	132
6.1.14.4 YANAURCU	133
6.1.15 FIESTAS	133
6.1.15.1 FIESTA DE SAN JUAN	133
6.1.15.2 EL CORAZA	134
6.1.15.3 LOS PENDONEROS	135
6.1.15.4 RAMA DE GALLOS	136
6.1.15.5 FIESTA DE LOS ABAGOS	137
6.1.15.6 FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN	137
6.1.15.7 FIESTA DE LA VIRGEN DE AGUA SANTA	137
6.1.15.8 MUERTE DEL NIÑO O NIÑA	137
6.1.15.9 MATRIMONIO	138
6.2 MINIMIZACIÓN DE LOS IMPACTOS CULTURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO	138
6.2.1 APOYAR LAS INICIATIVAS LOCALES:	139
6.2.2 DESARROLLAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA	139

POBLADORES LOCALES INVOLUCRADOS CON LA OPERACIÓN:	
6.2.3 APOYAR EL BIENESTAR LOCAL DE LAS COMUNIDADES LOCALES	139
6.2.4 PREVENIR Y MITIGAR IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES	140
7. ESTUDIO TECNICO Y DE FACTIBILIDAD TURÍSTICO – HOTELERA	141
7.1 CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA.	141
7.1.1 CARACTERISTICAS DEL NEGOCIO	141
7.1.2 CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	142
7.1.2.1 SERVICIO DE HOSPEDAJE	142
7.1.2.2 SERVICIO DE RESTAURANTE	142
7.1.2.3 SERVICIO DE EVENTOS ESPECIALES	142
7.1.2.4 SERVICIO DE GUIA TURÍSTICO	142
7.1.2.5 SERVICIOS DEPORTIVOS Y DE RECREACIÓN	143
7.1.2.6 SERVICIO DE EVENTOS CULTURALES	143
7.1.2.7 SERVICIO DE CONVIVENCIA COMUNITARIA	143
7.1.3 ESTANDARES DE SERVICIO	144
7.1.3.1 ALIMENTOS Y BEBIDAS	144
7.1.3.2 PRESENTACION PERSONAL	144
7.1.3.3 COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL	146
7.1.3.4 COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL CON EL CLIENTE	147
7.1.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	149
7.1.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	149
7.1.4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	149
7.1.4.3 DESCRIPCION DE FUNCIONES	150
7.2 DESARROLLO DE LA EMPRESA	170
7.2.1 ANALISIS FODA	170
7.2.1.1 OPORTUNIDADES	170
7.2.1.2 AMENAZAS	170
7.2.1.3 FORTALEZAS	171
7.2.1.4 DEBILIDADES	171
7.2.2 MATRICES	172
7.2.2.1 MATRIZ E.F.E. (EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS)	172
7.2.2.2 MATRIZ E.F.I. (EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS)	173
7.2.3 NOMBRE DE LA EMPRESA	174
7.2.3.1 CONFORMACION LEGAL DE LA EMPRESA.	174
7.2.4 MISION	175
7.2.5 VISION	175
7.2.6 PRINCIPIOS	175
7.2.7 VALORES	176
7.2.8 POLITICAS INTERNAS DE LA EMPRESA	176
7.2.9 NORMAS DE CONDUCTA CON EL VISITANTE	177
7.2.10 NORMAS DE CONDUCTA ENTRE EL PERSONAL DE PLANTA	178
7.2.11 LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	179
7.2.12 OBJETIVOS	180
7.2.12.1 OBJETIVOS GENERALES	180
7.2.12.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	180
7.3 INFRAESTRUCTURA	180
7.3.1 DISTRIBUCION GENERAL	181
7.3.2 ZONA DE HOSPEDAJE INTERNA	181
7.3.2.1 Cabañas simples	181
7.3.2.2 Cabañas dobles	182
7.3.2.3 Suites	182
7.3.3 ZONA DE HOSPEDAJE EXTERNA	183
7.3.4 ZONA DE BAR	184

7.3.5 ZONA DE PRESENTACIONES Y EVENTOS	184
7.3.6 ZONA DE RESTAURANTES	184
7.3.7 ZONA DE PARQUEO	185
7.3.8 ZONA DE RECEPCIÓN – ADMINISTRACIÓN	185
7.3.9 ZONA DE COCINA, BODEGA Y POSILLERÍA	185
7.3.10 ZONA DE CIRCULACIÓN	185
7.3.11 ZONA DE EXPOSICIONES	186
7.3.12 ZONA DE CABALLERIZAS Y COMEDEROS	186
7.3.13 ZONA DE EVENTOS CULTURALES (PLAZOLETA).-	186
7.3.14 ZONA DE PASTO	186
7.4 PLAN DE MARKETING	187
7.4.1 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE MERCADOS META	187
7.4.2 MEZCLA DE MARKETING	188
7.4.2.1 PRODUCTO	188
7.4.2.2 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	188
7.4.2.3 PRECIO	188
7.4.2.4 PLAZA	190
7.4.3 INTERMEDIARIOS	190
7.4.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	190
7.4.4.1 Productor – consumidor	191
7.4.4.2 Productor – agente – consumidor	191
7.4.5 INTENSIDAD DE LA DISTRIBUCIÓN	191
7.4.5.1 Distribución Selectiva	191
7.4.6 PROMOCION	191
7.4.6.1 PUBLICIDAD	191
7.4.6.2 PROMOCIÓN DE VENTAS	192
7.4.7 PRESUPUESTO PUBLICITARIO	192
7.4.7.1 DISEÑO GRAFICO	192
7.4.7.2 VALLAS	192
7.4.7.3 REVISTAS	193
7.4.7.4 TRIPTICO	193
7.4.7.5 WEB	193
7.4.7.6 STANDS	193
7.5 IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA	194
7.5.1 LOGOTIPOS	194
7.5.2 COMANDAS DE PEDIDOS	195
7.5.3 FACTURA	196
7.5.4 HOJA DE REGISTRO	197
7.5.5 SOBRE	198
7.5.6 TARJETAS DE PRESENTACIÓN	199
7.5.7 HOJA MEMBRETEADA	200
7.5.8 MODELO FICHA DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE.	201
8. ESTUDIO ECONOMICO	204
8.1 INVERSION	204
8.2 DETALLE DE INVERSIONES	204
8.3 CONSTRUCCION OBRAS CIVILES	205
8.4 INFRAESTRUCTURA	206
8.5 PRESTAMO BANCARIO	210
8.6 DEPRECIACIONES	210
8.7 GASTOS ADMINISTRATIVOS	213
8.8 CAPACIDAD TOTAL DE LA ECO HOSTERIA	214
8.9 VENTAS	215
8.10 ASIGNACION DE COSTOS	217
8.11 DESCRIPCION DE LOS CIF	220
8.12 MATERIA PRIMA	222

8.13 MANO DE OBRA	223
8.14 BALANCE GENERAL	224
8.15 FLUJO DE CAJA	225
8.16 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	226
8.17 PUNTO DE EQUILIBRIO	227
8.18 ANALISIS DE RIESGO	229
8.19 NORMAS DE DESEMPEÑO Y CONTROL DE LA ECO HOSTERIA ECOLAGO	231
8.20 COSTOS MENU RESTAURANTE	232
8.21 ESCENARIOS DEL PROYECTO	241
8.22 INDICES FINANCIEROS	243
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	244
9.1 CONCLUSIONES	244
9.2 RECOMENDACIONES	245
GLOSARIO	247
BIBLIOGRAFIA	255

INDICE DE CUADROS

1.1.1	PRESIDENTES CONSTITUCIONALES	2
1.1.2	INFLACIÓN ANUAL	3
1.1.3	DESARROLLO SOCIAL EN ECUADOR	7
2.1	INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL. AÑOS 1.998 – 2.002	10
2.2	CONTRIBUCIÓN AL INGRESO DE DIVISAS	12
2.3	BALANZA TURÍSTICA	13
2.4	VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS TURISTICAS	15
2.5	PRODUCTO INTERNO BRUTO TURÍSTICO	15
2.6	INDICADORES DE TURISMO DE BOLIVIA	17
2.7	INDICADORES DE TURISMO DE COLOMBIA	17
2.8	INDICADORES DE TURISMO DE PERU	17
2.9	INDICADORES DE TURISMO DE VENEZUELA	17
2.10	INDICADORES DE TURISMO DE ECUADOR	17
2.11	CONSUMO TURÍSTICO	19
4.8.12	ORIGEN DEL TURISTA	40
4.8.13.1	EDAD DEL TURISTA	41
4.8.14.1	COMPAÑÍA DEL TURISTA	42
4.8.14.2	COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN PROCEDENCIA	43
4.8.14.3	COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN NACIONALIDAD	43
4.8.16.1	MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN PROCEDENCIA	45
4.8.16.2	MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN NACIONALIDAD	45
4.8.17.1	TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA	47
4.8.17.2	TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA SEGÚN PROCEDENCIA	48
4.8.18	MOTIVO DE LA VISITA	49
4.8.19.1	INGRESO MENSUAL APROXIMADO DE LOS TURISTAS	50
4.8.19.2	INGRESO MENSUAL POR PROCEDENCIA	51
4.8.111.1	PREDISPOSICIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN PROCEDENCIA	52
4.8.111.2	PREDISPOSICIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN NACIONALIDAD	52
4.8.112	INFORMACIÓN DE PREDISPOSICIÓN	54
4.8.112.1	PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS EN PREFERENCIAS DE SERVICIOS SEGÚN ORIGEN DEL TURISTA	55
4.8.113.1	TIPO DE COMIDA PREFERIDA SEGÚN PROCEDENCIA	56
4.8.113.2	TIPO DE COMIDA PREFERIDA SEGÚN NACIONALIDAD	56
4.8.21	TURISMO RECEPTOR EN PAISES DE LA COMUNIDAD ANDINA	58
4.8.22	FLUJO DE NETRADAS Y SALIDAS EN EL ECUADOR	59
4.8.31	ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN CONTINENTES DE ORIGEN. AÑOS 1.998 – 2.002	60
4.8.33.1	ENTRADAS DE EXTRANJEROS NO INMIGRANTES AL ECUADOR SEGÚN GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ACTIVA Y NO ACTIVA. AÑOS 2000 - 2002	63
4.8.34.1	ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD. AÑOS 1998 - 2002	64
4.8.35	ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002	67
4.8.41	4.8.4.1 SISTEMA DE INVENTARIO VIAL PROVINCIA DE IMBABURA AÑO 2002	70
4.9.2.1	ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRDOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002	71
4.9.2.1.1	PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002	72
4.9.2.1.2	PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO SEGÚN ACTIVIDAD Y PROVINCIAS. AÑO 2002.	73
4.9.2.2.1	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS	74

	REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002	
4.9.2.2.2	CLASIFICACIÓN TÉCNICA DE HOTELES	75
4.9.2.2.3	NORMA TÉCNICA DE ALOJAMIENTO	76
4.9.2.3.1	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS NACIONALES POR CATEGORÍA. AÑO 2002	78
4.9.2.3.2	CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO, SEGÚN CATEGORÍA Y PROVINCIA. AÑO 2002	78
4.9.2.4.1	4.9.2.4.1 CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑO 2002	80
4.9.2.5.1	OFERTA TURÍSTICA EN IMBABURA	81
4.10.1	PRECIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS (DOLARES)	88
5.1.4.3.1	MICROCUENCAS O QUEBRADAS ESTACIONARIAS DEL LADO OCCIDENTAL.	95
5.1.4.3.2	MICROCUENCAS O QUEBRADAS ESTACIONARIAS DEL LADO ORIENTAL	96
5.1.6.6.1	USOS DEL SUELO	99
5.1.7.1	FAUNA DEL IMBABURA	101
6.1.1.1	6.1.1 POBLACION POR PARROQUIAS	112
6.1.2.1	P. ECONÓMICAMENTE ACTIVA	113
7.4.2.3.1	PRECIOS ALOJAMIENTO LOCAL	189
7.4.2.3.2	PRECIOS ALOJAMIENTO EXTERNO	189
7.4.2.3.3	PRECIOS SERVICIOS	189
7.4.2.3.4	PRECIOS ALIMENTACIÓN	190
7.4.7.1	DISEÑO GRAFICO	192
8.1	FINANCIAMIENTO INVERSION	204
8.2	DETALLE DE INVERSIONES	205
8.3	CONSTRUCCION OBRAS CIVILES.	206
8.4.1	COMPLEMENTOS OBRAS CIVILES	207
8.4.2	INFRAESTRUCTURA	207
8.4.3	TOTAL INFRAESTRUCTURA	209
8.5	PRESTAMO BANCARIO	210
8.6.1	DEPRECIACIONES ANUALES	211
8.6.2	DEPRECIACIONES POR AÑOS	212
8.7.1	GASTOS DE CONSTITUCION	213
8.7.2	GASTOS ADMINISTRATIVO	213
8.7.3	NOMINA ADMINISTRATIVA	213
8.8	CAPACIDAD HOSTERIA	215
8.9	PROYECCIÓN DE VENTAS	216
8.10.1	ASIGNACION DE COSTOS	217
8.10.2	SEPARACIÓN DE COSTOS	218
8.11.1	DIRECT TV	220
8.11.2	PUBLICIDAD	220
8.12	PRESUPUESTO MATERIA PRIMA	222
8.13	MANO DE OBRA DIRECTA Y MANO DE OBRA INDIRECTA	223
8.14	BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA ECOLAGO AL 4 DE AGOSTO DEL 2004.	224
8.15	FLUJO DE CAJA	225
8.16	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS EMPRESA ECOLAGO	226
8.17	CAPACIDAD TOTAL	227
8.18.1	VARIABLES DE RIESGOS	229
8.18.2	PROBABILIDADES	229
8.18.3	SIMULACIONES	230
8.19	MATRIZ DE INDICADORES DE CONTROL	232
8.20	COSTOS MENU	235
8.21	POSIBLES ESCENARIOS	242

INDICE DE GRAFICOS

1.1.2.1	INFLACIÓN ANUAL Y MENSUAL	4
1.1.2.2	EVOLUCION SALARIO REAL	4
1.1.2.3	EVOLUCION DESEMPLEO	5
2.1	PRODUCTO INTERNO BRUTO GLOBAL	11
2.2	EVOLUCION DEL PIB	12
2.3	DISTRIBUCIÓN SECTORIAL	14
2.4	PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMIA ECUATORIANA	16
2.5	INDICADORES DE TURISMO DE LA CAN (MILLONES DE DOLARES)	18
2.6	INDICADORES DE TURISMO DE LA CAN (MILES DE TURISTAS)	18
4.8.1.1	PROCEDENCIA DEL TURISTA	40
4.8.1.2	NACIONALIDAD DEL TURISTA	41
4.8.1.3	EDAD PROMEDIO DEL TURISTA	42
4.8.1.4.1	COMPAÑÍA DEL TURISTA	43
4.8.1.4.2	COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN PROCEDENCIA	44
4.8.1.4.3	COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN ORIGEN	44
4.8.1.5	GENERO DEL TURISTA	45
4.8.1.6.1	MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	46
4.8.1.6.2	MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN PROCEDENCIA	46
4.8.1.6.3	MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN ORIGEN	47
4.8.1.7.1	TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA	48
4.8.1.7.2	TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA SEGÚN PROCEDENCIA	48
4.8.1.8	MOTIVO DE LA VISITA A LA ZONA	49
4.8.1.9	INGRESO POR PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS	51
4.8.1.10	PREDISPOSICION DE VISITAR EL LAGO	52
4.8.1.11.1	PREDISPOSICIÓN DE HOSPEDAJE EN UNA ECO HOSTERIA	53
4.8.1.11.2	PREDISPOSICIÓN DE HOSPEDAJE EN UNA ECO HOSTERIA	53
4.8.1.12	PREFERENCIA DE LOS SERVICIOS	55
4.8.1.13.1	PREFERENCIA DEL TIPO DE COMIDA	56
4.8.1.13.2	PREFERENCIA DEL TIPO DE COMIDA SEGÚN PROCEDENCIA	57
4.8.2	RELACION ENTRADA DE TURISTAS Y SALIDA DE ECUATORIANOS	59
4.8.3.2	EMTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR PRINCIPALES JEFATURAS DE MIGRACIÓN. AÑO 2.002	62
4.8.3.4.1	ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD. AÑO 2002	65
4.8.3.5	ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002	68
4.8.4.1	GASTOS POR PERSONA	70
5.1.1	DIVISION POLÍTICA DE IMBABURA	91
5.1.2	DISTRIBUCIÓN GEOLÓGICA IMBAKUCHA	94
5.1.6.1	RECURSO NATURAL SUELO	99
6.1.1.1	POBLACIÓN TOTAL POR PARROQUIAS.	113
6.1.2.1	P. ECONÓMICAMENTE ACTIVA	113
6.1.4.2.1	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN SEGÚN CONOCIMIENTOS DE LA	115
6.1.4.5.1	PORCENTAJE DE HABITANTES SEGÚN ETNIA	116
6.1.4.6.1	PORCENTAJE DE NIÑOS HUÉRFANOS	117
6.1.4.8.1	PORCENTAJE DE FAMILIAS SEGÚN NUMERO DE MIEMBROS	118
6.1.4.11.1	DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE	119
6.1.4.12.1	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	120
6.1.6.1	DISTRIBUCION ETNICA	121
8.17	PUNTO DE EQUILIBRIO	228

INDICE DE ANEXOS

Anexo	Nombre del Anexo	Página
1	SOLICITUD APROBACIÓN NOMBRE	XII
2	APROBACIÓN NOMBRE "ECOLAGO"	XIII
3	ESCRITURA PUBLICA	XIV
4	ENCUESTA TURÍSTICA	XX
5	MENU RESTAURANTE	XXII
6	ORDENANZA MUNICIPAL	XXIV
7	PLANOS DE LA ECO HOSTERIA	XXXIII

CAPITULO 1

ANALISIS DEL ENTORNO

1 ANALISIS DEL ENTORNO

1.1 CONTEXTO DEL PAIS.

Ecuador, es característico por su diversidad social, económica, cultural y geográfica. En la zona central, es decir la zona andina, cuyas ciudades más importantes son: Quito, la capital; y los centros de mayor comercio, Cuenca y Ambato; la actividad económica esta dominada por la agricultura en pequeña escala y los servicios. La zona costera con su puerto más importante que es Guayaquil, han prosperado gracias al comercio y las exportaciones de productos agrícolas y pesqueros. Por último, la región menos poblada, la amazonía, es donde se encuentra la mayor fuente de ingresos de exportación del país, el petróleo.

Los doce millones de habitantes del Ecuador se reparten principalmente entre la región costera y las tierras altas.

1.1.1 CONTEXTO POLÍTICO.

Ecuador es república desde el año de 1830, cuando alcanzó su independencia, sin embargo la vida democrática del país ha sido turbulenta, pues ha tenido 19 constituciones desde ese entonces, la última redactada en 1998. En este país dos son las divisiones políticas que han marcado su existencia, los de izquierda y los derechistas, aunque últimamente se ha podido evidenciar la arrasante aparición de las dos nuevas tendencias políticas como son: Sociedad Patriótica y PRIAN.

En 1998 asume al poder Jamil Mahuad, firmó un acuerdo de paz con el Perú, pero debido al empeoramiento de los problemas económicos, en 1999, se vio obligado a dirigir su atención a este tipo de problemas. Con un débil poder ejecutivo, una base política limitada y una capacidad administrativa insuficiente, no logró prevenir el empeoramiento de la crisis. A inicios del 2000, con la imparable depreciación de la moneda, se vio obligado a anunciar la dolarización de la economía. Mahuad fue forzado a dimitir por un intento de golpe militar y civil; cuando las fuerzas armadas le retiraron su apoyo, el vicepresidente Gustavo Noboa se hizo cargo de la Presidencia de la República,

que al finalizar su período, precisamente uno de los principales actores del derrocamiento de Mahuad, el coronel Lucio Gutiérrez, gana las elecciones presidenciales constituyéndose de esta manera en el nuevo Presidente Constitucional.

De esta manera este nuevo presidente está afrontando nuevos desafíos políticos, entre los más destacados a la orden del día podemos citar los cargos familiares asignados en su gabinete, el tráfico de armas de las Fuerzas Armadas del Ecuador hacia la vecina Colombia, y con este mismo país el creciente índice de tráfico de drogas. No obstante no se puede dejar de mencionar el incremento de la delincuencia a todo nivel en pequeñas y grandes ciudades ecuatorianas, así como también el calificativo al que el país se ha hecho acreedor, como uno de los países más corruptos del mundo.

En fin, son muchos los campos en los que este presidente que es el número 116 en la historia republicana no frustre nuevamente la esperanza transformadora.

CUADRO No. 1.1.1

PRESIDENTES CONSTITUCIONALES.

PRESIDENTES CONSTITUCIONALES DESDE 1940			
AÑO	PRESIDENTE	VOTOS	PARTIDO
1940	Carlos A. Arroyo del Rio	43.642	liberalismo
1944	José María Velasco Ibarra	91	
1946	José María Velasco Ibarra	43	
1948	Galo Plaza Lazo	119439	Civilismo "liberal"
1952	José María Velasco Ibarra	153.945	
1956	Camilo Ponce Enriquez	178424	Social Cristianismo
1960	José María Velasco Ibarra	373.585	
1966	Otto Arrosemena Gómez	40	Civilismo derechista
1968	José María Velasco Ibarra	280.350	
1979	Jaime Roldós Aguilera	1025148	CFP/DP-UDC
1984	León Febres Cordero	1.380.709	PSC
1988	Rodrigo Borja Cevallos	1700648	ID
1992	Sixto Durán Ballén	2.134.140	PUR
1996	Abdalá Bucaram Ortiz	2218066	PRE
1998	Jamil Mahuad	2.242.836	DP
2003	Lucio Gutierrez	2803243	MSP/MVPP-NP

FUENTE: REVISTA GESTIÓN NO. 102

1.1.2 CONTEXTO ECONÓMICO.

La meta del gobierno de terminar el 2.002 con una inflación de un dígito se cumplió según información del INEC. Al cierre del 2.002, el índice de precios al consumidor urbano se ubicó en 1.147,47 dando como resultado una inflación anual de 9.36%. Esta inflación se ha registrado como una de las más bajas desde el año de 1.972, esto obedece en parte a la dolarización de la economía. Por otra parte, la canasta básica al final del 2.002 llegó a \$ 353,24, que frente a un ingreso familiar de \$ 221,00 deja una notable restricción. Para el año 2.003, se cerró con una inflación del 6.1% con expectativas de que para este año se cierre con un 5%. La tasa de crecimiento mensual registrada hasta el mes de junio del 2.004 fue de 5.6%

En relación a los salarios ha existido un incremento del salario por hora del trabajador de \$ 0.75 a \$ 0.91 y una leve mejora del salario mínimo vital con un total de \$ 112.90 y que se espera cerrar el año 2004 alrededor de \$150,46.

Actualmente en el Ecuador la población económicamente activa (PEA) del país es de 3.801.435 habitantes, de los cuales son ocupados plenos 35.66%, desempleados el 9.2% y subempleados el 55.1%, indicadores que han mejorado respecto al año 2.001 y 2.002, tanto en la cantidad como en la calidad del empleo. En efecto, el desempleo disminuyó 1.7 puntos y el subempleo cayó 2.2 puntos. Y la ocupación adecuada aumentó 3.9 puntos. La Sierra es la que menor desempleo presenta y la región amazónica la que mayor tiene. Aunque la peor calidad de empleo se registra en la Costa.

CUADRO 1.1.2 INFLACIÓN ANUAL

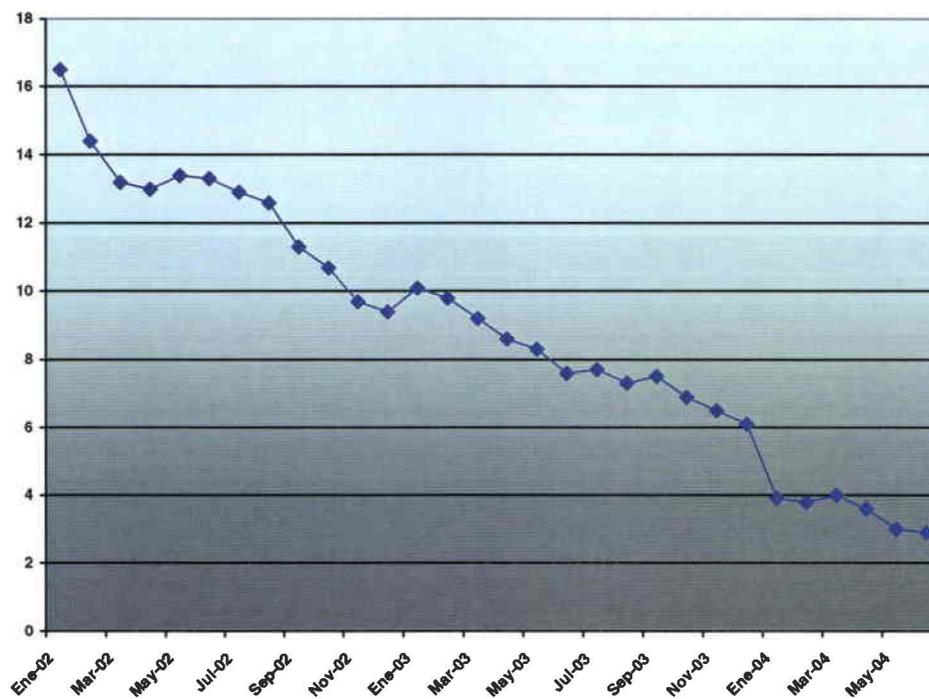
AÑO	PORCENTAGE
1990	49,52
1991	48,98
1992	60,22
1993	30,96
1994	25,38
1995	22,77
1996	25,50

AÑO	PORCENTAGE
1997	30,67
1998	43,40
1999	60,71
2000	91,00
2001	22,40
2002	9,36
2003	5,12

FUENTE: INEC

GRAFICO 1.1.2.1

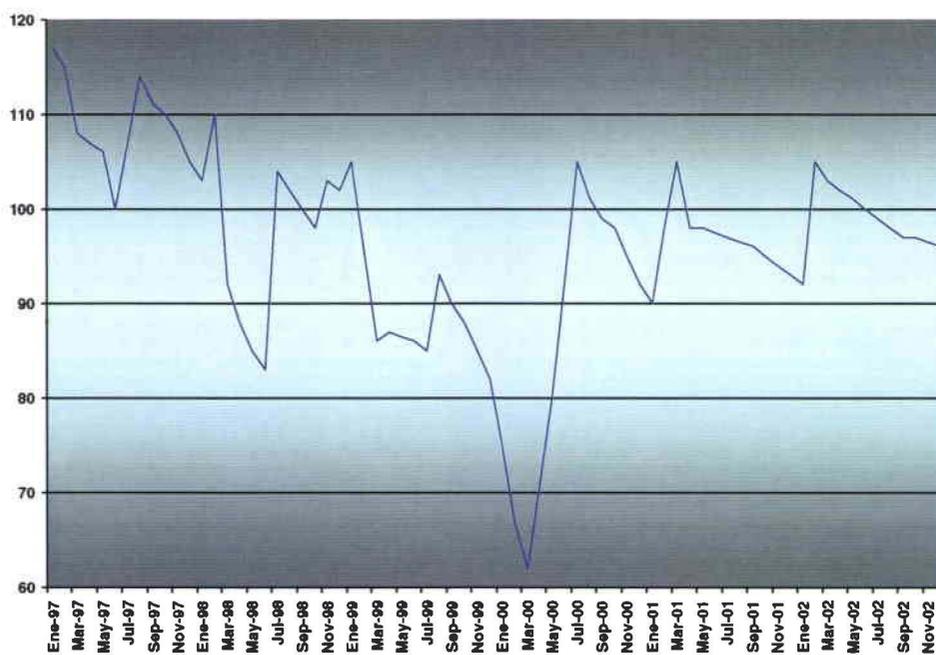
INFLACION ANUAL Y MENSUAL 2002-2003



ELABORACION: Autores

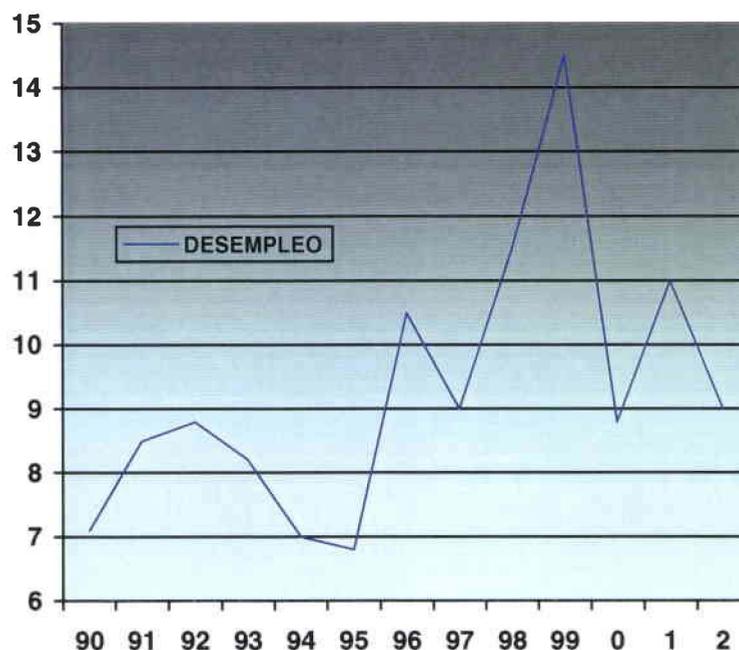
GRAFICO 1.1.2.2

EVOLUCION DEL SALARIO REAL



ELABORACION: Autores

GRAFICO 1.1.2.3 EVOLUCION DEL DESEMPLEO



ELABORACION: Autores

En los últimos tiempos la producción nacional también experimentó un crecimiento. Las cuentas nacionales trimestrales al igual que las cuentas anuales, fueron dolarizadas y cambiadas de año base utilizando el año 2.000 para tal efecto.

Para el año 2.000 las exportaciones (FOB) aumentaron 3.6% y las exportaciones (CIF) se incrementaron en 0.6% dando como resultado un aumento de exportaciones netas de 18.7%, sin embargo que para este año siguen siendo negativas, reduciendo el nivel del PIB.

1.1.3 CONTEXTO SOCIAL.

En el Ecuador, la etnia mayoritaria son los nativos indígenas quienes son alrededor del 40% de la población, seguidos por los mestizos que son una mezcla de indígenas y descendientes de españoles que se estiman en un 20%, mientras que los blancos o españoles puros se cuentan en un 9% de la población, y la raza negra se estima que es alrededor de un 30%. Otras etnias minoritarias incluyen asiáticos, africanos, británicos, irlandeses, franceses,

alemanes y libaneses. Alrededor de 700 tribus representan la población de indios americanos, de la cual los grupos más grandes son: Otavalos, Salasacas, Saraguros, Colorados, Cayapas, Jíbaros, Aucas, Yumbos, Záparos y Cofanes. La población es de mayoría cristiana con alrededor del 94% de católicos romanos, mientras el 2% son protestantes, y los restantes siguen creencias nativas ancestrales. El idioma oficial es el español, que es hablado por el 93% de la población, y hay tres distintos dialectos que dependen de la división topográfica de Costa, Sierra y Oriente. Cerca del 6% de la población habla quechua, principalmente los nativos indígenas.

En el campo de las estrategias de política social han tendido a aparecer de acuerdo a la política económica. En los años setentas, el Estado, como promotor y actor principal del desarrollo económico, asumió un importante papel redistributivo. En la década del ochenta la política social fue concebida principalmente como un mecanismo de compensación de los costos sociales del ajuste económico e implicó la disminución del apareamiento como protagonista del Estado. En los años noventa la tendencia ha sido implementar programas focalizados y compartir responsabilidades con la sociedad civil. Durante la última década se observa intenciones y propuestas para cambiar el modelo en la gestión de la política social, principalmente en la línea de disminuir la intervención directa del gobierno central y trasladar la ejecución de los programas que tradicionalmente llevaron los ministros a entidades seccionales o a entidades privadas, pero con participación popular.

A lo largo de las últimas tres décadas, se ha visto una mejora en la expectativa de vida de los ecuatorianos, lo que deja traslucir que sus condiciones de vida han mejorado, que de igual manera la tasa de mortalidad en estos últimos treinta años ha decrecido.

En el sector educación, se puede decir que en la década de los setentas, existió una importante mejora en las condiciones educativas de los ecuatorianos. El analfabetismo cayó del 29% al 17% y el número de años de escolaridad pasó de 3.6 a 5.1 años. Esta tendencia se mantuvo a lo largo de

los 80 como consecuencia de una mejoría acumulada debido al crecimiento económico y a la inversión destinada a lo social en la década de los setenta.

CUADRO 1.1.3 DESARROLLO SOCIAL EN EL ECUADOR.

	INDICADORES SOCIALES					VARIACION %		
	1974	1982	1990	1995	1999	74-82	82-90	90-99
Esperanza de vida al nacer (años)	52	59	64	69		1,6	1	
Analfabetismo (%)	28,8	16,5	11,7	10,5	10,8	-6,7	-4,2	-0,9
Esdolaridad (años)	3,6	5,1	6,7	7,2	7,6	4,5	3,5	1,4
Escolarización primaria neta (%)		68,6	88,9	89	90,3		3,3	0,2
Escolarización secundaria neta (%)		29,5	43,1	49,7	51,4		4,9	2
Escolarización superior neta (%)		7,4	10,9	10,3	14,9		5	3,5
Tasa de mort inf x c/1000 nacidos	70	50	30	20	18	-4,1	-6,2	-5,5
Cobertura de inmunización			75	68	77			0,3
Camas en establecim de salud (%)	11	9	7,7	7,7	6,7	-2,5	-1,9	-1,5
Muertes por causas prevenibles (%)		52,5	41	35	30		-3	-3,4
Muertes por causas crónico-degener		27,5	35	37,6	43		3,1	2,3
Muertes por causas violentas		15	17	18	16		1,6	-0,7
Ocupación de camas (%)		58	57	53	49		-0,2	-1,7
Tasa de mortalidad grl. (x 10000 hab)	9,6	6,3	5	4,5	4,5	-5,1	-2,8	-1,2
Agua entubada por red dentro de vivien	30	32	38	37	40	0,8	2,2	0,6
Alcantarillado (%)	38	34	40	44	44	-1,4	2,1	1,1
Sist de eliminación de excretas (%)		48	65	74	77		3,9	1,9
Hacinamiento (%)	48	44	34	31	31	-1,1	-3,2	-1

FUENTE: INEC, CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA.

1.1.4. CONTEXTO TECNOLÓGICO.

La innegable importancia que tienen la ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo, y por consiguiente para el bienestar de los pueblos, han determinado la responsabilidad de los Estados en el impulso y promoción de la ciencia y la tecnología y la especial preocupación de los países y sus legisladores por contar con un marco legal idóneo para el desarrollo del sector.

Ecuador cuenta con un marco legal e institucional que norma la estructura del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología; importantes cambios y reformas se han producido en la legislación ecuatoriana desde 1994, muchos de los cuales tienen relevancia en el marco jurídico aplicable a la Ciencia y Tecnología. Dado que resulta obvio que muchas disposiciones legales y/o decisiones políticas sobre otros asuntos de Estado, determine más o menos variables en la conducción, actividades y posiciones de los actores o integrantes del sistema, tales como política económica, tributaria, arancelaria, etc.

FUNDACYT es una institución privada sin fines de lucro cuyo objetivo principal es promover el fortalecimiento de las actividades científicas y tecnológicas en el país. Fue creada el 25 de marzo de 1994. Actúa como el ente técnico, ejecutivo y promotor del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología en coordinación con la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología, SENACYT, que es el ente rector de este sistema y está adscrita a la Vicepresidencia de la República.

A través del programa busca fortalecer las capacidades de investigación científica e innovación tecnológica y el mejoramiento de los sistemas de competitividad y productividad del país.

1.2. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACROENTORNO.

1.2.1. OPORTUNIDADES:

- Ecuador es un país con amplia diversidad social, cultural, económica y geográfica.
- Reducción de la inflación respecto a los últimos años, lo que quiere decir que el país está obteniendo una leve mejora.
- En los últimos años, ha existido un leve aumento de la producción, situación que concientiza a los ecuatorianos a ser más competitivos.
- Incentivos por parte de organismos públicos y privados para desarrollar el campo de la Ciencia y Tecnología, aunque no en la medida que lo han hecho otros países.

1.2.2. AMENAZAS:

- Inestabilidad política registrada en los últimos años, lo que no incentiva a la inversión.

- Imagen desfavorable del país hacia el mundo entero, situación que debilita a todos los ecuatorianos.
- Índices económicos relevantes de pobreza en el Ecuador, lo que hace al país menos competitivo.

CAPITULO 2

ANALISIS DE LA INDUSTRIA

2. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

La economía ecuatoriana tiene dos nódulos sobresalientes: el petróleo y la agroindustria. Las tendencias actuales son a que la inversión privada agregue valor a estos productos: en el caso de la agroindustria, sobresale el camarón. Un tercer y creciente módulo es el turismo.

Dada esta circunstancia, el PIB en la última década ha crecido apenas en \$2.500.000 aproximadamente.

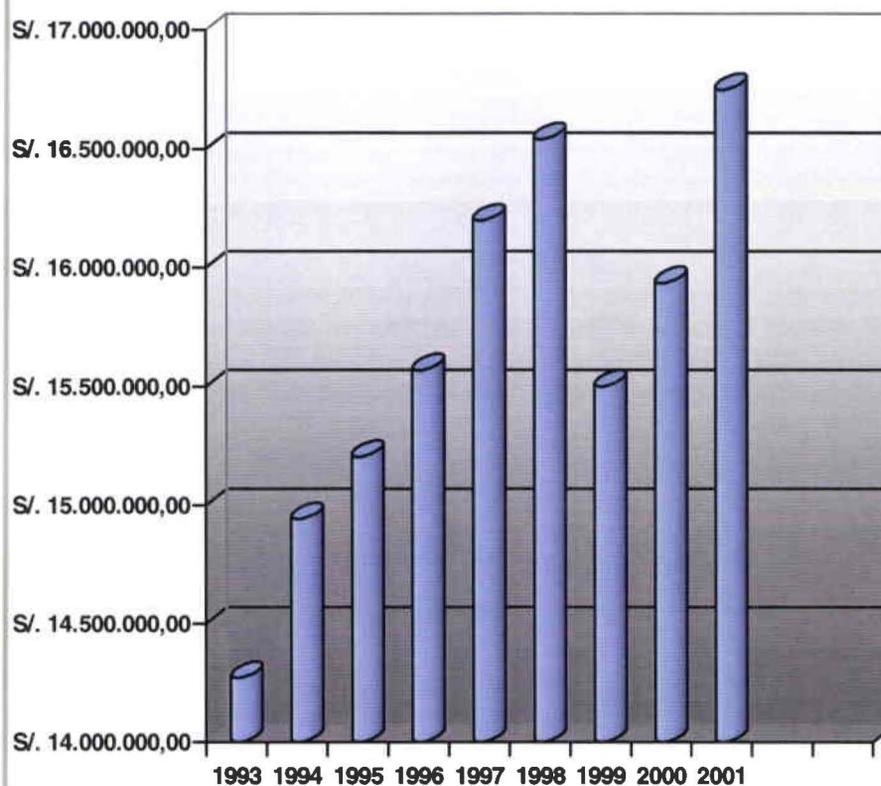
CUADRO 2.1 INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL. AÑOS: 1998 – 2002 (En millones de dólares)

AÑOS	TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	PROD. DEL MAR	MANUF DE METALES	FLORES NATURALES
1998	291,0	788,97	1070,13	872,28	133,97	254,84	129,76	161,96
No.	4	3	1	2	7	5	8	6
1999	343	1312,31	954,38	607,14	167,37	264,95	89,64	180,4
No.	4	1	2	3	7	5	8	6
2000	402	2144,01	821,31	285,43	298,42	234,57	135,56	194,65
No.	3	1	2	5	4	6	8	7
2001	430	1722,33	864,52	281,39	177,66	272,35	187,95	238,05
No.	3	1	2	4	8	5	7	6
2002	447,2	1839,00	969,34	215,96	215,96	346,05	143,05	290,33
No.	3	1	2	6	7	4	8	5

FUENTE: INFORMACIÓN ESTADÍSTICA MENSUAL – BANCO CENTRAL DEL ECUADOR /DICIEMBRE /2003

Como se puede observar en el cuadro 2.1 desde el año 1998 la industria turística ha jugado un papel muy importante en el rubro del total de exportaciones dentro de los productos primarios e industrializados, no obstante hasta el año 1999 se ubicó en el cuarto lugar y desde allí para el 2002 y 2003 ocupa el tercer lugar dentro de este importante grupo. Es por eso de la importancia de esta industria dentro de la economía ecuatoriana que cada año va tomando importante relevancia.

GRAFICO 2.1
PIB GLOBAL



ELABORACION: Autores

2.1 CRECIMIENTO DEL PIB

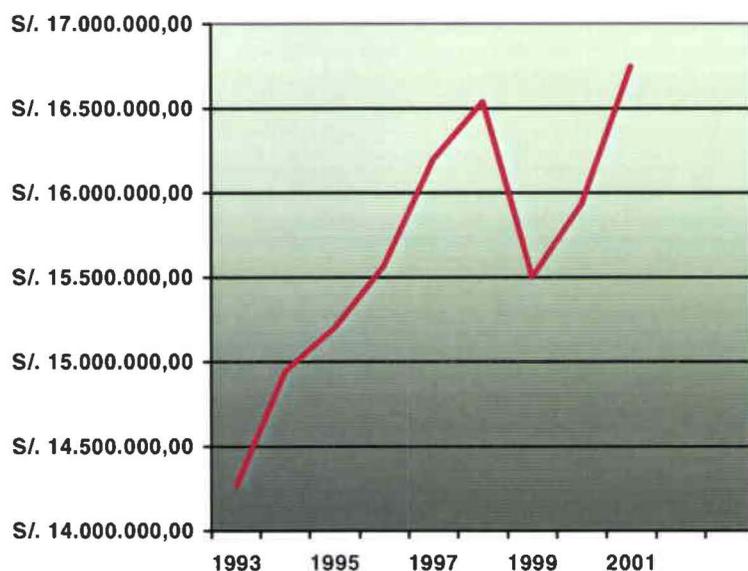
Si a estos datos son comparados con la economía chilena que está considerada como la más sobresaliente de América del Sur, se encontrará:

Producto interno bruto:	71.907 millones de dólares
Renta per cápita:	4.900 dólares
Importaciones:	16.500 millones de dólares
Exportaciones:	15.353 millones de dólares
Crecimiento anual promedio:	7,4% (últimos 5 años)
Inflación anual:	6,6% (1996)

Desde hace 12 años Chile ha mantenido un ritmo de crecimiento sostenido y una política económica liberal y abierta al exterior, con una importante

presencia en mercados internacionales, lo que ha permitido su ingreso a bloques comerciales como APEC y MERCOSUR, acuerdos comerciales con la Unión Europea, México y Canadá y un fuerte incremento de inversión extranjera.

GRAFICO 2.2



EVOLUCION DEL PIB

ELABORACION: Autores

Si estos datos son comparados con el Ecuador, se puede observar que aunque su economía se está recuperando levemente, aún hace falta alcanzar datos que represente estar en la competencia con otros países pese a que Ecuador posee iguales o superiores ventajas comparativas.

CUADRO 2.2

CONTRIBUCIÓN AL INGRESO DE DIVISAS 2002

	MILLONES US\$	%
Petróleo crudo y derivados	2061	0,27
Transferencia remesas emigrantes	1432,00	19%
Otros bienes	1015	0,13
Banano y plátano	969,00	13%
Productos del mar incluso camarón	694	0,09
Turismo (viajes + transp. Pasajeros)	506,00	7%
Flores Naturales	291	0,04
Otros	696,00	9%

FUENTE: REVISTA GESTIÓN NO. 111

CUADROS 2.3**BALANZA TURÍSTICA****INGRESO Y EGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO (Millones de dólares)**

AÑOS	INGRESO a	EGRESO b	SALDO a - b
1998	291	241	50
1999	343	271	72
2000	402	299	103
2001	430	340	90
2002	447,2	363,9	83,3

INGRESO Y EGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO (Millones de dólares)**TRIMESTRE**

AÑOS		I	II	III	IV	TOTAL
2000	INGRESOS	95	100	102	105	402
	EGRESOS	70	74	76	79	299
2001	INGRESOS	106	107	108	109	430
	EGRESOS	83	84	86	87	340
2002	INGRESOS	108	112,7	114,3	112,2	447,2
	EGRESOS	88	91	93,3	91,6	363,9

FUENTE: INFORMACIÓN ESTADÍSTICA MENSUAL. BCE.

En el año 1999 experimenta una caída al igual que para el año 2.000, esto obedece a que justamente en estos años ocurrió la crisis bancaria y consecuentemente la caída de la crisis económica del país, mientras que en el año 2.000 se dolarizó la economía.

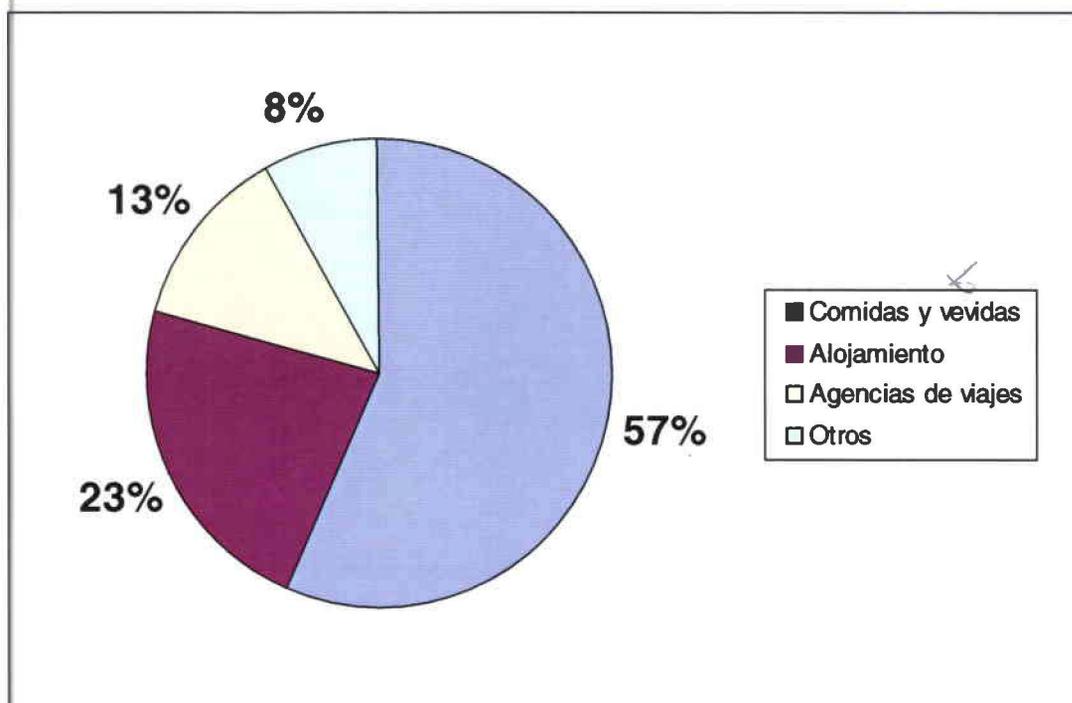
Pero si se enfoca con más detalles en el sector industrial que es lo que interesa, se puede decir que el Producto Interno Bruto (PIB), tiene un leve ascenso. No va a ser como en el año 2001 en el que el nivel de actividad turística medido a través del PIB de la rama "Hoteles, Bares y Restaurantes" (HBR), creció en 4%. Para el año 2002 creció alrededor del 2%. En los últimos

años el PIB de la rama HBR ha contribuido al PIB total de la economía ecuatoriana con 1.6%.

Según el último proyecto "Ecuador – Cuenta Satélite del Turismo para el período 1993 – 2001", el gasto de consumo turístico representa el 9.7% del PIB, lo que significa que por cada dólar de riqueza generada, alrededor de 10 centavos proviene del sector turístico, información que corrobora precisamente la importancia que tiene el sector turístico en la economía ecuatoriana.

Según este mismo estudio en el 2001 se registraron en el país 10.542 establecimientos oferentes de servicios turísticos, con la siguiente distribución:

GRAFICO 2.3
DISTRIBUCION SECTORIAL



FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

Informes del Ministerio de Turismo destacan la particular estructura del valor agregado que se origina en el sector turístico; de la nueva riqueza generada en ese sector, 13.4% está constituida por remuneraciones a los asalariados y 31.6% representa el excedente de explotación, es decir, ingresos del sector empresarial formal. Una parte importante (54.5%) del valor agregado turístico en Ecuador se genera en el ámbito de las microempresas o empresas individuales.

CUADRO 2.4**VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS TURÍSTICAS**

	1998	1999	2000	2001
Industrias características del turismo	90,7	89,5	89,3	89,1
Hoteles y similares	13,9	14,2	14,4	14,6
Segundas residencias en propiedad	5,6	6,0	6,1	6,2
Restaurantes y similares	10,6	11	11,4	11,6
Servicios de transporte de pasajeros por carretera	22,3	24,3	25,5	26
Servicios de transporte de pasajeros por agua	0,4	0,4	0,4	0,4
Servicio de transporte aéreo de pasajeros	17,6	11,8	8,1	6,4
Servicios anexos al transporte	0,3	0,3	0,3	0,4
Alquiler de bienes de equipo de transporte	0,2	0,2	0,2	0,2
Agencias de viajes y similares	15,8	17	18,1	18,5
Servicios culturales	0,2	0,2	0,2	0,2
Servicios de actividades deportivas y otras activ.	3,8	4,1	4,6	4,8
Industrias conexas	4,3	4,6	4,8	4,9
Servicios financieros y de seguros	1	1,2	1,4	1,4
Otros servicios de alquiler de bienes	0,1	0,1	0,1	0,1
Otros servicios turísticos	0,4	0,3	0,3	0,3
Servicios de transporte conexos al turismo	0,1	0,1	0,1	0,1
Otros servicios conexos al turismo	1,3	1,2	1,3	1,3
Servicios de comercio al por menor	1,5	1,6	1,5	0,6
Industrias no específicas del turismo	5,0	5,9	6,0	6,0

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO, ECUADOR CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO

CUADRO 2.5**PRODUCTO INTERNO BRUTO TURISTICO (millones de sucres 1993)**

Industrias	1997	1998	1999	2000	2001
Industrias características del turismo	1.244.551	1.301.639	1.205.677	1.182.357	1.191.969
Industrias conexas	60.654	62.228	61.797	63.261	64.836
Industrias no específicas del turismo	69.887	71.887	79.361	79.086	78.840
Impuestos indirectos sobre productos	423	462	338	276	285
Imp y subvenciones implícitos sobre las import	3.634	3.609	4.095	4.610	5.097
Imp y subvenciones implícitos sobre las export	-3.303	-3.249	-3.700	-4.184	-4.114
Impuesto al valor agregado	73.795	74.593	57.392	49.423	47.816
TOTAL	1.449.641	1.511.169	1.404.960	1.374.829	1.384.729

Tasas de crecimiento del Pib turístico

8,1	4,2	-7,0	-2,1	0,7
-----	-----	------	------	-----

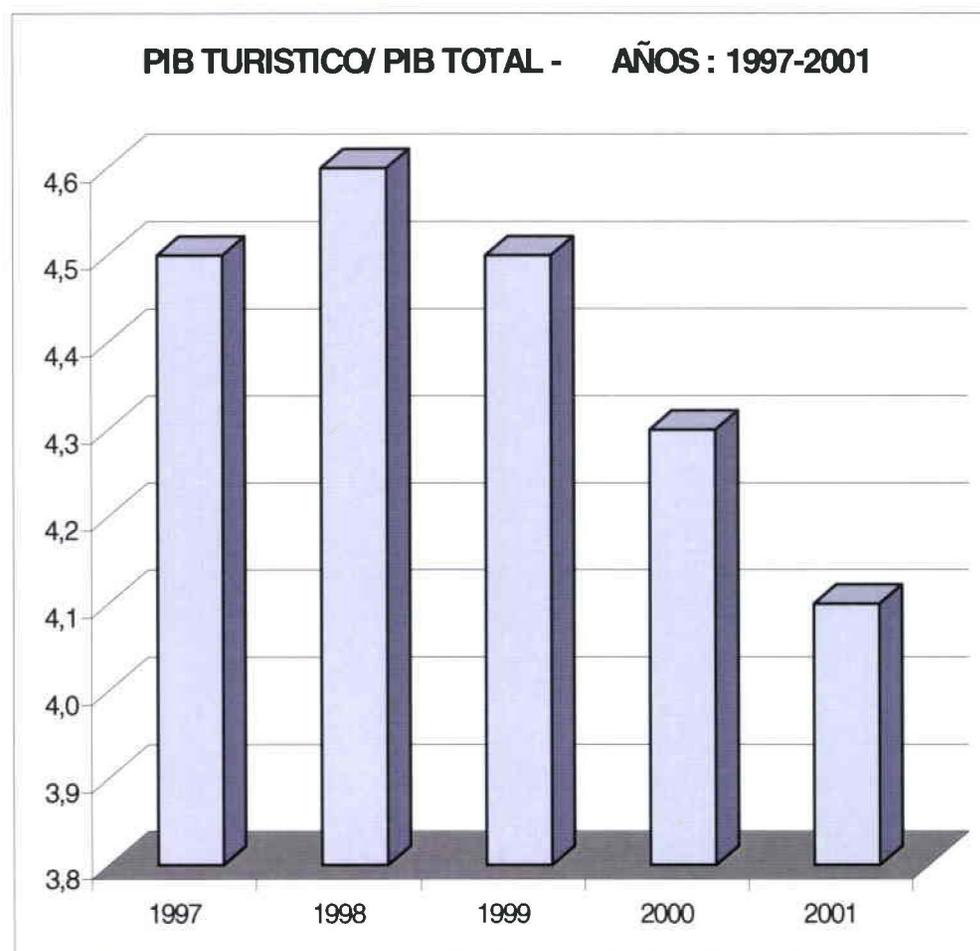
Pib turístico/Producto interno bruto

4,5	4,6	4,5	4,3	4,1
-----	-----	-----	-----	-----

FUENTE: PROYECTO CUENTAS SATELITES DEL ECUADOR

GRAFICO 2.4

PARTICIPACION DEL TURISMO EN LA ECONOMIA ECUATORIANA



ELABORACION: AUTORES

Sin embargo a que estos datos muestra que la industria turística en el Ecuador a sido una importante fuente de ingresos para el país, se puede notar, con los

Miles de Turistas	396	429	597	759	796	685	587	469	584	432
Ingresos de divisas										
Millones de dólares	562	787	849	884	933	961	736	634	682	468

CUADRO 2.10

INDICADORES DE TURISMO DE ECUADOR

VARIABLES	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
TURISMO RECEPTOR										
Miles de Turistas	471	472	440	494	529	511	518	627	609	654
Ingresos de divisas										
Millones de dólares	230	252	255	281	290	291	343	402	430	447

FUENTE: COMUNIDAD ANDINA, Secretaría General.

GRAFICO 2.5

INDICADORES DE TURISMO DE LA CAN

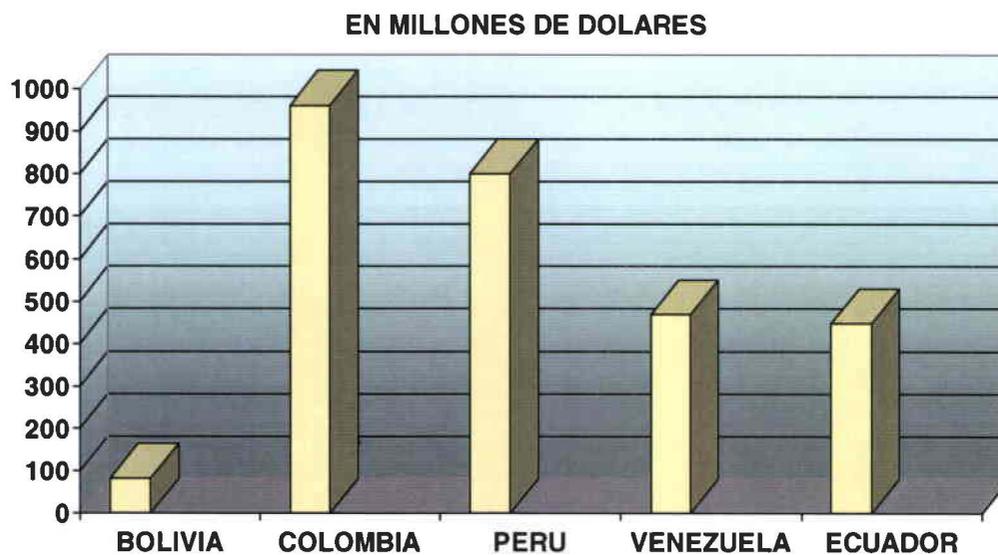
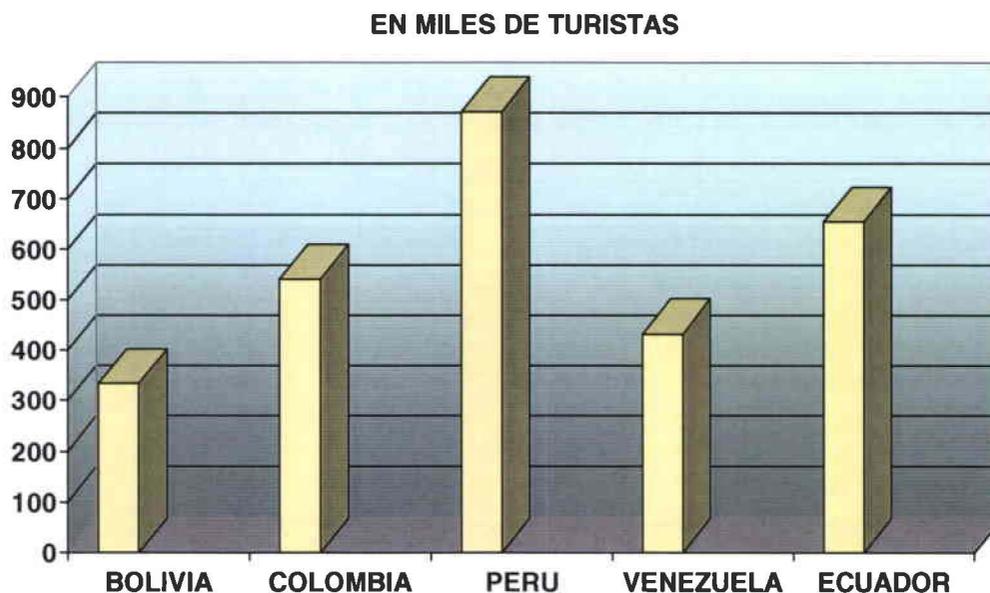


GRAFICO 2.6

INDICADORES DE TURISMO DE LA CAN



ELABORACION: AUTORES

A continuación se presenta un cuadro donde se puede ver claramente, que tanto el turismo interno como el receptor y emisor, han crecido cada año tanto así que la sumatoria total para el año 2.000 fue de 1.585.182 USD, mientras que para el año 2.002 fue de 1.690.130 USD.

Para la asimilación de lo anteriormente expuesto se ha realizado un análisis de las tasas de crecimiento porcentuales del año 2002 con relación al año 2001, donde se obtuvo un resultado global de 3.7% frente a un 2.8% del año 2002. Mientras que la participación PIB para el año 2002 fue de 9.8%

CUADRO 2.11 CONSUMO TURÍSTICO

MILES DE DOLARES DE 2000

CAPITULO 3

MARCO GEOGRAFICO DE IMBABURA

	2000	2001	2002
CONSUMO TURISTICO INTERNO	690.433	691.102	697.572
CONSUMO TURISTICO RECEPTOR	490.114	490.862	507.529
CONSUMO TURISTICO EMISOR	404.635	447.355	485.029
TOTAL	1.585.182	1.629.319	1.690.130

TASAS DE CRECIMIENTO

	2000	2001	2002
CONSUMO TURISTICO INTERNO		0,10	0,90
CONSUMO TURISTICO RECEPTOR		0,20	3,40
CONSUMO TURISTICO EMISOR		10,60	8,40
TOTAL		2,80	3,70

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

3. MARCO GEOGRAFICO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Foto: Mapa de Imbabura. Ministerio de Turismo del Ecuador

3.1 GENERALIDADES

La provincia de Imbabura se ubica al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota. La palabra Imbabura significa en quichua “criadero de preñadillas”. Los límites de la provincia son: al Norte la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos y al oeste con la provincia de Esmeraldas. Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura que oscila alrededor de los 18 grados centígrados. Su producción artesanal ha hecho que sus habitantes indígenas, principalmente los Otavalos, sean conocidos en todo el urbe. En Imbabura existen valles muy fértiles como los de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui, Cotacachi y Chota; sus elevaciones son: el Cotacachi, el Imbabura y el Yanahurco. Esta provincia es conocida como **“la provincia de los lagos”**, o “la provincia azul”, por su amplio sistema lacustre (tienen alrededor de 30 lagunas). Cerca de Yanahurco existe un grupo de lagunas, pero son de difícil acceso. Las más conocidas son las de Cuicocha, Mojanda, Yahuarcocha, entre otras, de las cuales muchas son termales. La superficie de la provincia es de 4.559 kilómetros cuadrados. Fue creada en 1824 y su capital es Ibarra, otro testigo mudo del desarrollo del país en sus distintas épocas. La mayoría de su población es rural (51,3%) y el restante vive en las zonas urbanas (48,7%). La capacidad hotelera de Imbabura es una de las más importantes del país.¹

3.2 MERCADOS INDIGENAS

Imbabura es conocida principalmente por sus mercados artesanales. El más importante es el de Otavalo, donde cada sábado se congregan decenas de comunidades en la Plaza de los Ponchos, para exponer su trabajo textil. Su técnica para la elaboración de vestidos, cobijas y tapices, viene desde la época de la Colonia. Igualmente, se encuentra otro tipo de trabajos como arte naif, cerámica, accesorios para el cuerpo, joyas, bolsos, etc. Al Suroeste de Ibarra está Cotacachi, conocida como la “Capital Musical del Ecuador”², es rica en la elaboración de artículos de cuero. Pequeñas y grandes tiendas en el centro del

¹ Ministerio de turismo del Ecuador. Así somos. Imbabura Tierra de Creadores.

² Ministerio de turismo del Ecuador. Así somos. Imbabura Tierra de Creadores.

poblado, exhiben finas confecciones en este material. Los fines de semana son los mejores para conocer el arte de la talabartería.

3.3 TRADICIONES

En homenaje a la cosecha y al Sol, los indígenas realizan en diferentes pueblos de Imbabura (y del país) varias celebraciones. Se trata de la tradicional Fiesta de la Jora (primera quincena de septiembre), cuando se prepara y consume la bebida de la región que es la chicha de Jora, que tiene como base siete especies de maíz.

3.3.1 Fiesta del Yamor

En 1.948 esta tradición sale del ámbito familiar y se da inicio a la celebración del Yamor. En 1.952 se organiza la primera Fiesta del Yamor que incluye actividades sociales, culturales y deportivas. Así todos los años desde 1.952 hasta la actualidad el 3 de septiembre se da inicio al festejo que dura de 8 a 12 días de acuerdo a como se estructure el programa. Incluye varias actividades como: la misa de bendición de la cosecha, el pregón de las fiestas, elección de la reina del Yamor, desfile folclórico, festival de música y danza y la travesía al Lago San Pablo.

3.4 GASTRONOMIA

La carne colorada y la chicha de jora se degustan en todos los restaurantes típicos de la provincia de Imbabura. Otros platos son las nogadas, el arropo de mora, los helados de paila y las empanadas de morocho.

3.5 IMBABURA DE SUR A NORTE

3.5.1 LA ESPERANZA Y ZULETA

Ubicadas a poca distancia de Ibarra, estas poblaciones son conocidas por la habilidad de sus mujeres para elaborar bordados multicolores muy finos. También hay artesanos que se dedican a la talabartería.

3.5.2 LAGUNA DE SAN PABLO

A los pies del Taita Imbabura (“papá Imbabura”) y ocupando una fosa de 4 kilómetros de largo por 3 de ancho se halla el Lago San Pablo, antiguamente llamado Imbacocho (laguna de los imbayas o preñadillas) y venerado por los otavaleños. Actualmente las orillas de la laguna han sido ocupadas por varios establecimientos turísticos de alojamiento que ofrecen varias actividades en el lago a sus huéspedes.

Dimensiones:

3950 m Longitud oriente – occidente

2660 m Longitud sur – norte

35 m profundidad media en los costados

48 m profundidad media en el centro

7 km² superficie aproximada

7'045.000 m³ volumen aproximado

Calidad de agua:

Agua turbia de prematuro envejecimiento con alto déficit de oxígeno disuelto por incremento y propagación de varias condiciones que impiden la aireación; la temperatura media superficial es de 11°C., la temperatura media general es de 7°C.

3.5.3 LAGUNAS DE MOJANDA



Foto: Laguna de Mojanda. Ministerio de Turismo del Ecuador

El principal acceso a este complejo lacustre es desde Otavalo, por un camino que empieza cerca del balneario de Yanayacu, a una distancia de 20 Km. (30 minutos aproximadamente). Desde Quito la distancia es de dos horas aproximadamente (106 Km.). También se puede llegar desde Ibarra después de 40 minutos aproximadamente (36 Km.). Existe otro acceso desde Tabacundo en la provincia de Pichincha.

Las tres lagunas principales son: Caricocha (laguna macho) o laguna grande; Huarmi-cocha (laguna hembra) o laguna negra; y Chiriyacu (laguna chiquita). Las tres están enlazadas por senderos de páramo y encerradas por dos montañas: el Fuya-fuya al oeste, y el Yanahurco o cerro negro al este de la laguna grande.

3.5.4 OTAVALO



Foto: Indígena Otavaleña. Ministerio de Turismo del Ecuador

Se encuentra a 90 kilómetros de la ciudad de Quito (aproximadamente 2 horas) y a 20 kilómetros de Ibarra (30 minutos), siendo de fácil acceso por la Panamericana Norte. Es muy conocida la comunidad de Otavalo, que se ubica en la ciudad del mismo nombre. Es muy popular el mercado de ponchos que atiende los fines de semana, y es una muestra del talento y habilidad de los artesanos indígenas que han sabido comercializar sus productos en todo el país e incluso a nivel internacional, siendo muy cotizados mundialmente.

Según González Suárez, “Otavalo” viene de la palabra “oto-balo” que significa “lugar de los antepasados”. También se dice que viene del chibcha “ote-gua-lo” que quiere decir “en lo alto de la laguna”. Según Jijón y Caamaño, en el idioma colorado significa “cobija para todos”.³

Lo más común es ver a los hombres otavaleños usando una trenza larga llamada “guango”, pantalón de tela blanco, alpargatas y un poncho corto negro o azul. La mujer, utiliza un anaco negro (falda), debajo del cual utilizan otro de

³ Historia del Ecuador. Oscar Efrén Reyes

color blanco, también una blusa blanca bordada a mano en el pecho sobre la cual se usa una fachalina de color negro.

3.5.4.1 MERCADO DE ANIMALES

Dentro de la cultura rural de los otavaleños, es muy importante el mercado de animales en el que los indígenas o terratenientes compran o intercambian gran diversidad de animales para sus tierras, este mercado funciona muy temprano en la madrugada los fines de semana. El mercado de animales es valioso porque es tal vez una de las últimas muestras de la cultura indígena, ya que el intercambio o compra de animales es una tradición muy antigua.

3.5.4.2 CENTRO DE PRODUCCIÓN ÑANDA MAÑACHI

En Ecuador existe de todo para el turismo, comida, atractivos, personas y no puede faltar la música. Justamente a la música se enfoca el trabajo del Centro Ñanda Mañachi, en donde se elaboran instrumentos musicales típicos y ancestrales del Ecuador, básicamente de la zona norte, la que incluye a Otavalo y Peguche. Además de aprender sobre la elaboración de los instrumentos, los turistas también pueden ver exhibiciones o funciones musicales a cargo de otavaleños que conservan el amor a su identidad, en este caso, reflejada en su música.

3.5.5 CASCADA DE PEGUCHE

Se ubica a 23 kilómetros desde Ibarra, a 10 minutos de la salida de la Panamericana Norte desde Otavalo, a dos Km. de la parroquia de Peguche.

Su caída de agua es aproximadamente de 15 metros de alto por 3 de ancho. Este sitio además es considerado como un centro ceremonial indígena, ya que aquí se realizan baños de purificación para dar inicio a las fiestas del Inti Raymi (fiesta del Sol y las cosechas). En la creencia popular indígena, el elemento agua es considerado sinónimo de purificación, en especial si es que proviene de manantiales naturales, como por ejemplo cascadas o ríos⁴.

⁴ Ministerio de Turismo. Así Somos. Imbabura, Tierra de Creadores.

3.5.6 ILUMÁN

Se ubica a 17 Km. al sur de Ibarra. Es conocida por sus bien elaboradas artesanías textiles, y además por la vieja tradición de sus habitantes de dedicarse al shamanismo, curandería o brujería.

3.5.7 COTACACHI

Se sitúa a 24 Km. al oeste de Ibarra, 12 Km. de Otavalo y 106 de Quito. Es lugar natal de innumerables músicos de gran capacidad. Lo que resalta a Cotacachi es la elaboración de artesanías en cuero como carteras, pantalones, chompas, zapatos, gorras, cinturones, faldas, etc.

Los principales locales de venta de estos productos se encuentran en las calles 10 de Agosto y Bolívar.

3.5.7.1 PROYECTO DE ALOJAMIENTO COTACACHI

En nuestros días, los proyectos comunitarios son una de las alternativas más elegidas por quienes desean desarrollar turísticamente una zona. Es así que en el cantón Cotacachi se lleva a cabo el proyecto Runa – Tupari de alojamiento en albergues rurales. De esta manera el turista puede convivir con la comunidad y participar de su folklore, tradiciones, costumbres, elaboración de artesanías, agroturismo, crianza de animales, etc. es decir, convertirse en un miembro más de la familia y no solo un huésped. Las actividades que el sitio ofrece para recreación son: Excursiones a caballo, excursiones en bicicleta al bosque subtropical de Intag, andinismo en el volcán Cotacachi, Imbabura y Fuya – fuya, caminatas de uno a cuatro días, visitas a comunidades indígenas o a lugares sagrados entre otras. También se puede disfrutar de productos naturales y gastronomía típica de la región.

3.5.8 RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI – CAYAPAS



Foto: Reserva ecológica Cotacachi – Cayapas. Ministerio de Turismo del Ecuador

Se ubica en las provincias de Esmeraldas e Imbabura, fue creada en 1968 y tiene una superficie de 204.420 Has., su rango altitudinal es de 35-4.939 m.s.n.m.. Se encuentra dividida en dos zonas debido a la marcada diferencia entre las provincias que la conforman. En flora, el área cuenta con varios especímenes de bromelias, orquídeas, árboles como caoba, guayacán, laurel, etc.. En la zona alta la flora está representada por el romerillo, la chuquiragua, el quishuar, y el pumamaqui.

En la fauna se puede destacar a los tapires, tigrillos, osos hormigueros, boas, lobos de páramo, pumas, armadillos, nutrias, etc..

La mayoría de accesos son por vía fluvial. El principal punto de partida es Borbón. Por vía terrestre el único acceso es por la Panamericana Norte hasta llegar a Cotacachi, para luego ingresar por la Laguna de Cuicocha.

3.5.9 LAGUNA DE CUICOCHA

Está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y es el punto que más se visita de la misma por la buena accesibilidad que tiene. Como infraestructura turística se cuenta con un centro de interpretación, un bar-restaurante y servicio de lanchas.

Esta laguna está ubicada al suroeste de Cotacachi, a 3.068 m.s.n.m., a 16 Km. de Otavalo, 40 Km. desde Ibarra y 120Km. desde Quito.

La Laguna ocupa un antiguo cráter del volcán Cotacachi, por lo que carece de orillas. Se alimenta de los deshielos del volcán y en el centro existen dos islotes.

3.5.10 ATUNTAQUI

Se ubica a 10 Km. al sur de Ibarra. Es popular por sus manufacturas textiles como blusas, ponchos, sacos, pero en especial por sus exquisitos platos típicos como la fritada, que es vendida por libras o carnes coloradas, llamadas así por su color y por la forma en las que se las prepara o aliña. Algunos sitios de interés en Atuntaqui son: la Iglesia de Santa Martha (la cual contiene el Santuario del Santo Sepulcro); el parque central y el monumento a Antonio Ante.

3.5.11 SAN ANTONIO DE IBARRA



Foto: Artesanía de San Antonio de Ibarra

La población se dedica básicamente a la talla de madera, lo que les ha dado fama en todo el país. La mayoría de artesanías que se venden aquí, están hechos justamente de madera, pero su elaboración es una tradición que nació a finales del siglo XIX, cuando se fundó el Instituto Artístico Daniel Reyes, para la formación de artistas; es justamente en este instituto en el que se formó el escultor de piedra y madera Luis Mideros.

3.5.12 CIUDAD DE IBARRA

La ciudad de San Miguel de Ibarra fue fundada en 1906 por Cristóbal de Troya, el 28 de Septiembre. Es conocida como " la ciudad blanca" Su casco antiguo presenta construcciones de una sola planta, pintadas de blanco, que rodean a los parques Moncayo y La Merced, muy ornamentales y bien cuidados.. Se encuentra a 120 Km. de Quito y tiene aproximadamente 137.000 habitantes y es de fácil acceso por la vía Panamericana. Está ubicada a 2.205 m.s.n.m.. En 1.868 fue destruida por un terremoto, pero aún conserva su trazado original, en forma de damero. Su temperatura promedio es de 18° y su clima es templado – seco.

Sus principales iglesias son: La Catedral de Ibarra y la Iglesia de Santo Domingo, La Merced y San Agustín (siglo XIX). Sus principales museos son: Museo Fray Pedro Bedón (en honor a este Padre dominico) con obras de los siglos XVI y XVII; Museo Pedro Moncayo (en honor a este ilustre ibarreño, se destaca su vida y las tradiciones de inicio del siglo XX).

Barrios tradicionales: El Alpargate (calle José Domingo Albuja), aún conserva las antiguas casas de adobe, las únicas que sobrevivieron al terremoto. Esquina del Coco, fue el punto de referencia que utilizó Gabriel García Moreno para estructurar el trazado de la nueva ciudad, la palmera de Coco que existe hasta hoy perteneció al huerto de la Familia Gómez de la Torre. En las Universidades Católica y del Norte, así como en la Casa de la Cultura y el Colegio de Arquitectos, es posible visitar exposiciones de arte. También hay museos con muestras arqueológicas, numismáticas, minerales, filatélicas y paleontológicas, entre otras. La urbe cuenta con infraestructura hotelera, bares y restaurantes con comida típica. Alrededor de Ibarra y en toda la provincia de

Imbabura, hay bellas hosterías modernas y antiguas, que acogen a los visitantes en los bellos rincones de esta parte del país.

3.5.13 RUINAS DEL SOL O CARANQUI

Al oeste de Ibarra, al extremo de la avenida Atahualpa, se halla la parroquia Caranqui que en la actualidad ya se considera dentro de la ciudad por su rápido crecimiento. Aquí se encuentran los restos del templo que el poderoso inca Huayna – Capac construyó en honor al Sol, y que además fue el lugar de nacimiento de su hijo Atahualpa. Como era común, el palacio se construyó en una zona elevada, a manera de mirador, para vigilar los movimientos de los enemigos. Justamente en honor a Atahualpa existe un museo arqueológico y etnográfico en el parque central del pueblo.

3.5.14 YAHUARCOCHA

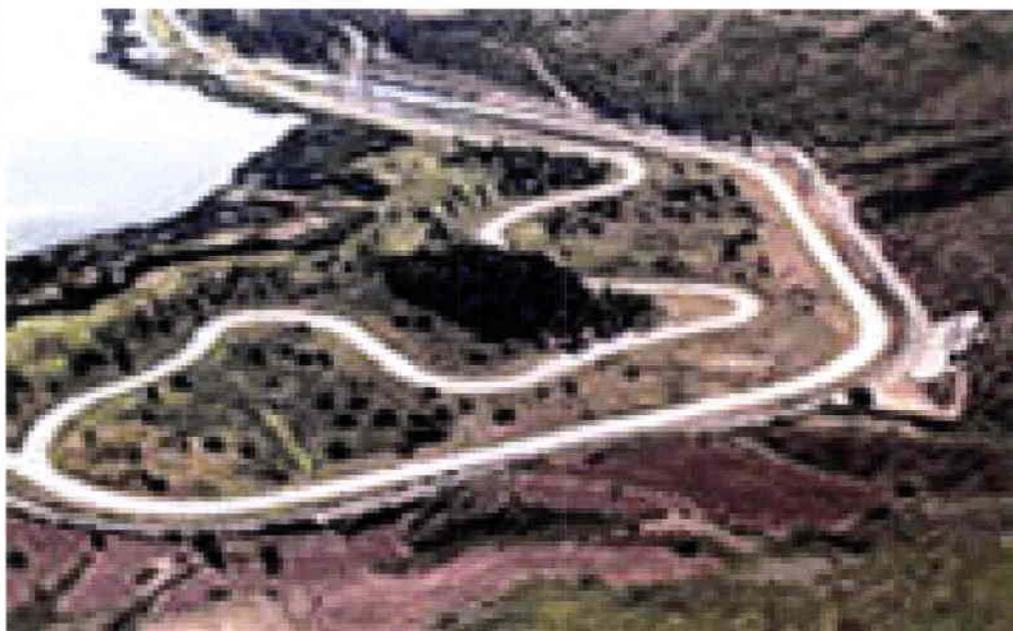


Foto: Autódromo Internacional de Yahuarcocha. Ministerio de Turismo del Ecuador

En quichua significa “Lago de Sangre”, ya que en sus orillas los soldados del Inca Huayna Cápac mataron a miles de rebeldes caranquis, que se levantaron contra él, y sus cadáveres fueron arrojados al lago, tiñendo de rojo sus aguas.

Se ubica a 3 Km. de Ibarra, cuenta con un moderno autódromo que lleva el nombre de José Tobar Tobar, en él se realizan competencias nacionales e internacionales, y es el autódromo más importante del Ecuador. Existe un

complejo turístico que puede ser utilizado por los turistas, y cuenta con el servicio de alojamiento, bar y restaurante. Lamentablemente, hace algún tiempo se descubrió que las aguas de la Laguna se encuentran bastante contaminadas a causa de los desperdicios y los contaminantes de los autos que utilizan el autódromo.

3.5.15 CHACHIMBIRO

Se encuentra a 15 Km. al oeste de Ibarra, en la parroquia de Tumbambiro. Las aguas medicinales y curativas de este balneario lo hacen muy popular entre los turistas que buscan curar sus dolencias, o disfrutar de las piscinas.

Estas termas son de origen volcánico (son emitidas por el volcán Cotacachi) y su temperatura oscila entre los 45° y 55° centígrados.

Se dice que esta agua actúan como estimulantes del sistema cardiovascular, anti inflamatorio para los traumatismos, artritis, reumatismo y del sistema nervioso central, ya que su composición química presenta altos niveles de sulfuros de magnesio, cobre, azufre, entre otros.⁵

Hay tres rutas para llegar hasta Chachimbiro: una es la vía Ibarra-Urcuquí-Chachimbiro. Otra es desde Ibarra-Salinas-Chachimbiro, y la tercera es desde Atuntaqui-Urcuquí-Chachimbiro.

3.5.16 VALLE DEL CHOTA

Se ubica en la frontera entre Carchi e Imbabura, a 35 Km. de Ibarra y 89 Km. de Tulcán. Tiene una población aproximada de 2.000 habitantes de raza negra (afro-ecuatoriana). Al llegar se puede apreciar su rica cultura y sus tradiciones, como por ejemplo la "Banda Mocha" (similar a la banda de pueblo común sino que utiliza únicamente instrumentos obtenidos de la naturaleza) o el "Baile de la Bomba".

⁵ Ministerio de Turismo. Así Somos. Imbabura, Tierra de Creadores.

Esta comunidad de negros llegó a Ecuador en el siglo XVIII traídos por los jesuitas y mercedarios para trabajar como esclavos en las minas y en las plantaciones de caña de azúcar.

Su principal actividad es la agricultura, especialmente los ovos, frutas de clima cálido y caña de azúcar. Sus casas están hechas de adobe y paja con techos de teja.

3.5.17 AMBUQUI

Se ubica a 34 Km. al noreste de Ibarra, dentro del Valle del Chota. Se dedican a la agricultura, y sus principales productos son los mismos que ya se mencionó antes en el Valle, con los cuales elaboran varios productos como vinos y mermeladas.

Es la única población del Valle del Chota que está poblada por individuos mestizos (piel blanca).

3.5.18 CARPUELA

Este pequeño poblado del Valle del Chota se dedica mayormente a la elaboración de las muy conocidas máscaras de arcilla, igual que a la agricultura y a la manufactura de otros diversos productos de arcilla. Este pueblo pertenece al grupo afro-ecuatoriano del Valle.

3.5.19 EL JUNCAL

Ubicado a 49 Km. al noreste de Ibarra, está poblado en su mayoría por afro-ecuatorianos que se dedican a la agricultura. Aquí es más popular aún el "**Baile de la Bomba**" que consiste en que las mujeres bailen con una botella llena de licor sobre su cabeza, sin derramar ni una sola gota, haciendo gala de todo su equilibrio. Si la mujer logra bailar sin derramar el licor significa que está lista para casarse, pero si lo derrama quiere decir que debe esperar un poco más.

3.5.20 BOSQUE PROTECTOR CERRO GOLONDRINAS

Se ubica en la provincia del Carchi al extremo norte del país, próximo a la población de Guallupe y consta de 1.400 hectáreas de bosque nublado. El

objetivo de la Fundación Golondrinas (encargada del Bosque) es promover la conservación del bosque nublado a través de educación ambiental, y la recuperación de suelos erosionados, para lo cual trabaja con las escuelas locales y capacita a los campesinos acerca del manejo del suelo de cultivo. La Fundación también maneja un programa de ecoturismo que en los próximos años será bien desarrollada para generar una importante fuente de divisas para la zona.

CAPITULO 4

ESTUDIO DE MERCADO

4. ESTUDIO DE MERCADO TURISTICO – HOTELERO

4.1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto analiza la factibilidad de la creación de una eco – hostería, desde los puntos de vista de mercado, técnico, ambiental, cultural y de rentabilidad económica.

Como primera parte de este proyecto se analizará el estudio de mercado en el cual está el ámbito de gestión, es decir el mercado turístico - hotelero de la zona de influencia. Para posteriormente realizar un análisis global de la demanda y oferta y sus respectivas proyecciones, incluyendo además un profundo análisis de precios de mercado de los servicios y/o productos.

4.2. ANTECEDENTES

En los últimos años, la industria turística ha tenido relevante importancia en el ingreso de divisas para el país, muestra de ello ha sido que por encima del café y del camarón que siempre generaron más ingresos para el PIB, la actividad turística entre el 2001 y el 2002 subió 1 escalón colocándose en el 3er puesto como rubro de exportación y generando más empleo para los ecuatorianos, lo que mereció que en el año 2002 el ex presidente de la República Gustavo Noboa declarara a la actividad turística como “Prioridad Nacional”. Según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador, el turismo representa el 4,4% del PIB.⁶

Dentro de este contexto nacional y considerando que las ciudades de Quito y Guayaquil, por su infraestructura y equipamiento, han sido escogidas como ciudades claves para la llegada y movilización de turistas extranjeros, se hace necesario señalar que la Provincia de Imbabura gracias a su cercanía a la capital, su diversidad geográfica, ecológica, cultural y social ha sido según las Cuentas Satélites del Turismo en el Ecuador (CSTE) catalogada como una de las provincias más visitadas por turistas nacionales y extranjeros. Actualmente está situada en cuarto lugar de preferencia entre las demás provincias ecuatorianas.

⁶ Ministerio de Turismo. Boletín Estadístico. 2002

Conociendo el potencial turístico que tiene la Provincia de Imbabura y del éxito que ha tenido en su oferta turística actual, que sin lograr muchas veces ser amigable con el ambiente y peor aún con las culturas locales, ha logrado atraer la atención de propios y extraños. Se ha planteado la idea de instalar un alojamiento ecológico que incorpore y desarrolle tecnologías limpias, que a más de contribuir al cuidado del entorno natural, permita una participación directa de las comunidades locales, logrando implantar de manera real la palabra “eco” como un hecho y no simplemente como un término publicitario que permite captar la atención de visitantes.

El lugar escogido para este propósito, justamente porque reúne las condiciones paisajísticas, naturales y culturales ha sido la comuna Chuchuquí Bajo, perteneciente a la parroquia de Eugenio Espejo, cantón Otavalo, ubicada en la orilla occidental del Lago San Pablo. La cual permitirá un enfoque en los clientes potenciales que acuden a la zona en busca de relajación y descanso en contacto con la naturaleza y las comunidades locales.

Dicho establecimiento sin duda alguna constituirá un referente para el desarrollo “Eco-turístico” de la Provincia.

4.3. MARCO DE DESARROLLO Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

Un país como el Ecuador, que está en vías de desarrollo requiere de la creación de todo tipo de negocios, ya sean que conformen pequeñas o grandes industrias. Para generar una empresa, que agregue valor a este servicio, es necesario implantar una tecnología, a la cual se llamará eco-turismo, que implica una serie de conocimientos de cómo lograr dichos servicios.

El estudio de factibilidad que se está presentando, está inmerso en la necesidad de creación de empresas ya sean de servicios o productos, razón por la cual se cree pertinente la creación de una empresa turística que domina una tecnología nueva en este mercado, pero mal implementada, el eco – turismo.

4.4 OBJETIVOS GENERALES:

- 4.4.1 Plantear la creación de una eco hostería y la práctica del ecoturismo como un modelo real de desarrollo económico y social en la comuna Chuchuquí Bajo, cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.
- 4.4.2 Ofrecer un servicio ecológico diferenciado y enfocado en las necesidades de los clientes potenciales.
- 4.4.3 Captar el 36% de ocupación de la eco – hostería y un 12% de los turistas (demanda real) que visitan la provincia, en el largo plazo, como resultado del planteamiento de este eco proyecto, para llegar a consolidarse como la más importante hostería eco turística visitada de la provincia..

4.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 4.5.1 Promover el desarrollo de actividades eco turísticas en San Pablo, tales como, caminatas por los distintos paisajes, intercambio cultural con las comunidades indígenas y deportes acuáticos, todas éstas considerando que no generen impactos negativos sobre el entorno natural ni las comunidades locales.
- 4.5.2 Dar a conocer a los turistas el verdadero significado del eco turismo, al cual muchas empresas lo usan simplemente como etiqueta para sus productos.
- 4.5.3 Incentivar a las autoridades competentes que, para el correcto desarrollo del turismo y del eco turismo en esta zona, es necesario el uso adecuado de los recursos naturales, culturales y paisajísticos presentes en la comuna.
- 4.5.4 Integrar a la comunidad Chuchuquí en los procesos de conservación y uso racional de los recursos naturales existentes en la zona, como

modelo para las demás comunidades que se encuentran en las orillas del Lago San Pablo.

4.6 DEFINICION DEL SERVICIO

Como primer aspecto, a la eco – hostería es factible darle un nombre, el cual por sus atribuciones físicas y ubicación geográfica se le ha dominado ECOLAGO, que son la mixtura de dos palabras: ECOLOGÍA y LAGO, que además basándose en la NORMA TÉCNICA DEL ECOTURISMO emitida por el Ab. Gustavo Noboa, presidente del Ecuador en el año 2.003, el presente proyecto presenta las siguientes definiciones de servicio:

- 4.6.1 ECOLAGO ofrece *calidad en los servicios y responsabilidad con el visitante*, ya que los esfuerzos de la eco hostería satisface las expectativas del visitante y además se somete a las percepciones de los clientes para trabajar en la mejora continua de sus servicios e infraestructura.
- 4.6.2 Esta empresa está netamente comprometida con la *conservación y manejo de los recursos naturales de la zona de influencia*, aún más al tratarse de una provincia privilegiada en recursos naturales como son sus lagos y montañas.
- 4.6.3 Las actividades desarrolladas por la empresa eco turística procurarán *minimizar los posibles impactos* causados sobre los recursos naturales y humanos en el área que desarrolla sus actividades.
- 4.6.4 *Los desechos orgánicos e inorgánicos, aguas grises y negras* serán manejados con las técnicas más apropiadas a fin de propender hacia su reciclaje y/o eliminación sin impactos adversos en la zona de influencia.
- 4.6.5 El propósito de la visita a grupos humanos asentados en áreas donde se desarrolle actividades de eco turismo será para *conocer y apreciar la cultura y modo de vida de las comunidades aledañas*. Las actividades eco turísticas no interferirán ni alterarán las tradiciones de las comunidades visitadas.

4.6.6 La eco hostería contará con guías, los cuales *propenderán a la conciencia conservacionista de los visitantes* a través de una interpretación ambiental adecuada. También se instruirá a los visitantes sobre temas importantes para la conservación y manejo de recursos naturales y la cultura del área.

4.6.7 Las cabañas de hospedaje y alojamiento *evitará impactos negativos a grupos humanos y/o ecosistemas* a corto, mediano y largo plazo.

Además, la eco – hostería contará con un servicio diferenciado a los ya existentes en Imbabura, como a continuación se detalla entre los más principales:

- Alojamiento
- Restaurante
- Convivencia
- Intercambio cultural
- Caminatas por senderos
- Deportes ecológicos
- Demostración de artesanías
- Tours por la provincia.

Estas son las principales actividades que se desarrollarán en la hostería además de otras sub actividades que se generan de las anteriores o que están inmersas dentro del propio hospedaje en la hostería, como por ejemplo: relajación de los clientes a través de la contemplación de lugares dentro de la hostería como son el manantial de las truchas y la fauna avícola de Imbabura.

4.7. NATURALEZA Y USOS DEL SERVICIO.

El servicio que ofrecemos está dentro de la clasificación de productos o servicios que se adquieren por la especialidad, ya que el consumidor final, el turista, encuentra lo que satisface sus necesidades. Es decir se espera que siempre regrese al mismo sitio.

4.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURISTICO – HOTELERA

Para el respectivo análisis de la demanda, se utilizará dos fuentes de recopilación de la información, estas son: *fuentes primarias*, que son estadísticas oficiales emitidas por el gobierno ecuatoriano, en este caso por el Ministerio de Turismo, a las cuales se les analizará desde el año de 1.998 hasta el año 2.002, estas son las fuentes más actualizadas hasta este momento en el país. Y por otra parte se tiene las *fuentes secundarias*, que indican la tendencia de consumo de un determinado servicio, que en este caso es el servicio turístico, a través de los años y sus factores macroeconómicos que influyen su consumo, pero no emiten datos acerca de las preferencias de utilización de un determinado servicio que puede ser hotel, hostería, hostel, etc. Para lo cual se necesitará la implementación de encuestas que satisfagan las necesidades del proyecto.

4.8.1. ANÁLISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS (ENCUESTAS).

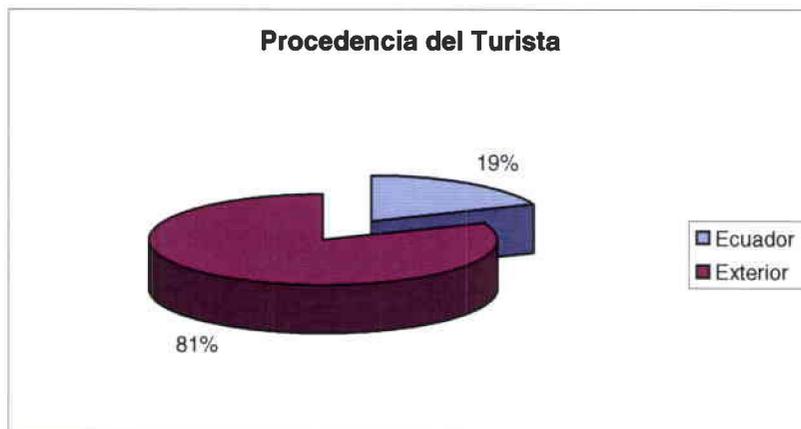
Se realizó la investigación de campo en la cual, el objetivo primordial fue determinar los factores que influyen en los turistas al momento de tomar una decisión. La muestra posee una estratificación implícita, el cuestionario fue aplicado a turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la zona. Se estableció una población finita de 18.000 turistas al año quienes visitaron la ciudad de Otavalo en el año 2003, un nivel de confianza del 95% y un error del 10% con lo cual se obtuvo un tamaño de la muestra de 105 turistas; cabe recalcar que mediante la herramienta de la observación, se pudo notar una gran afluencia de turistas mayores de 60 años, quienes no prestaban las facilidades del caso para poder aplicarles el cuestionario.

El diseño de la encuesta se lo puede apreciar en el ANEXO No. 4. Con los cuales se ha logrado determinar varios factores esenciales en la demanda del servicio y lo cual permitirá un enfoque en las verdaderas necesidades de los clientes.

4.8.1.1 PROCEDENCIA DEL TURISTA

En primer lugar se encuentra la procedencia del turista, que se puede apreciar que un 81% proviene del exterior y el 19% restante es turismo interno.

GRAFICO 4.8.1.1 PROCEDENCIA DEL TURISTA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.8.1.2 NACIONALIDAD DEL TURISTA

Los turistas encuestados, en el momento que se encontraban en el lugar del estudio de campo, es decir en distintos lugares de la provincia de Imbabura, provenían principalmente de distintos lugares del país, seguidos por turistas extranjeros de América del Sur, Central y Norte, para posteriormente ubicarse aquellos que vienen de Europa, Asia, África y Oceanía.

CUADRO 4.8.1.2 ORIGEN DEL TURISTA

NACIONALIDAD		
Ecuador	20	19.0%
América del Sur	11	10.5%
América Central	2	1.9%
América del Norte	25	23.8%
Europa	41	39.0%
Asia	3	2.9%
África	1	1.0%
Oceanía	2	1.9%
Total	105	100.0%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.2**NACIONALIDAD DEL TURISTA**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.3 EDAD PROMEDIO DE LOS TURISTAS

En cuanto a la edad de los visitantes se han tomado en cuenta diversos rangos de edad, siendo el más representativo aquel que va de los 19 a 30 años, seguido por el grupo comprendido entre los que tienen 31 y 40 años, y así como lo indica el cuadro 4.8.1.3.1.

CUADRO 4.8.1.3.1**EDAD DEL TURISTA**

EDAD		
Menor de 18	5	4.8%
Entre 19 y 30	53	50.5%
Entre 31 y 40	20	19.0%
Entre 41 y 50	16	15.2%
Entre 51 y 60	10	9.5%
Mayor de 60	1	1.0%
Total	105	100.0%

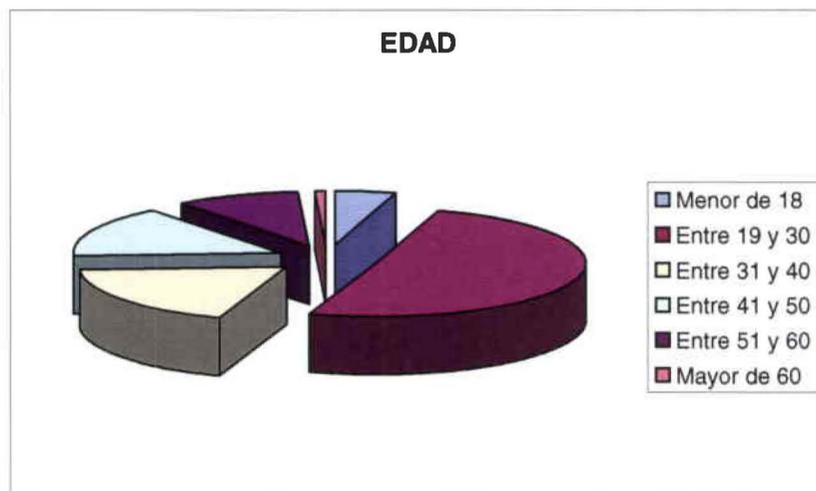
FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

Como se puede apreciar, más del 50% de los entrevistados se encuentra entre los 19 y 30 años de edad, con una participación respetable de los dos siguientes rangos; lo cual evidencia el turismo de gente adulta a la zona de influencia.

GRAFICO 4.8.1.3

EDAD PROMEDIO DE LOS TURISTAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.4 COMPAÑÍA DEL TURISTA

A continuación se puede apreciar el tipo de compañía que tiene el turista cuando visita la provincia de Imbabura, éste es un referente importante porque permitirá establecer diferentes categorías en cuanto a la calidad y tipo de necesidad que requiere el turista.

CUADRO 4.8.1.4.1

COMPAÑÍA DEL TURISTA

COMPAÑÍA DEL TURISTA		
Solo	15	14.3%
Familia	37	35.2%
Amigos	45	42.9%
Otros	8	7.6%
Total	105	100.0%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.4.2

COMPAÑÍA DEL TURISTA POR PROCEDENCIA

COMPAÑÍA DEL TURISTA										
PROCEDENCIA	Solo	%	Familia	%	Amigos	%	Otros	%	Total	%
Ecuador	0	0%	8	22%	9	20%	3	38%	20	19%
Exterior	15	100%	29	78%	36	80%	5	63%	85	81%
Total	15	100%	37	100%	45	100%	8	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.4.3

COMPAÑÍA DEL TURISTA POR NACIONALIDAD

COMPAÑÍA DEL TURISTA										
NACIONALIDAD	Solo	%	Familia	%	Amigos	%	Otros	%	Total	%
Ecuador	0	0%	8	22%	9	20%	3	38%	20	19%
América del Sur	3	20%	5	14%	3	7%	0	0%	11	10%
América Central	0	0%	1	3%	1	2%	0	0%	2	2%
América del Norte	2	13%	13	35%	9	20%	1	13%	25	24%
Europa	10	67%	8	22%	21	47%	2	25%	41	39%
Asia	0	0%	2	5%	0	0%	1	13%	3	3%
Africa	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	1	1%
Oceanía	0	0%	0	0%	1	2%	1	13%	2	2%
Total	15	100%	37	100%	45	100%	8	100%	105	100%

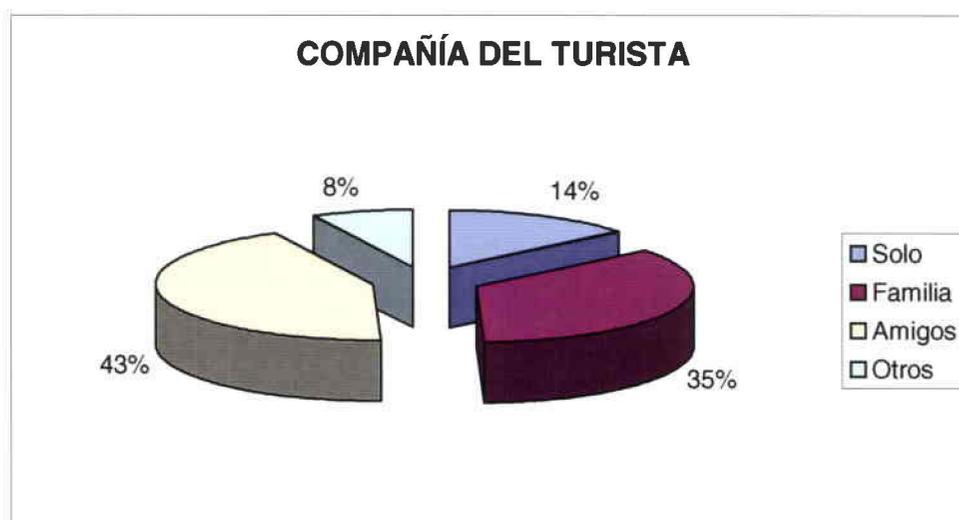
FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

Se puede apreciar que más de las tres cuartas partes se reparte entre familia y amigos, y apenas una minoría viene solo o con otra opción de viaje.

GRAFICO 4.8.1.4.1

COMPAÑÍA DEL TURISTA

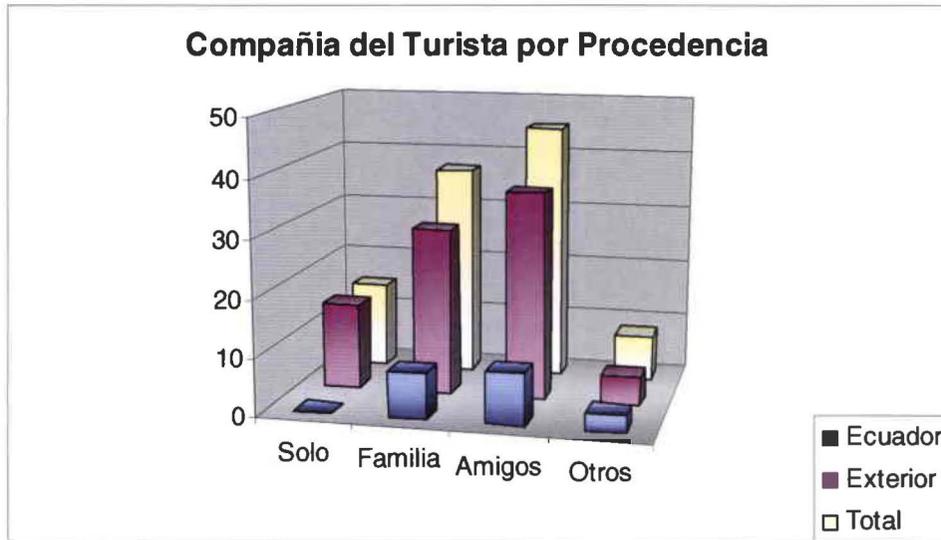


FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.4.2

COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN PROCEDENCIA

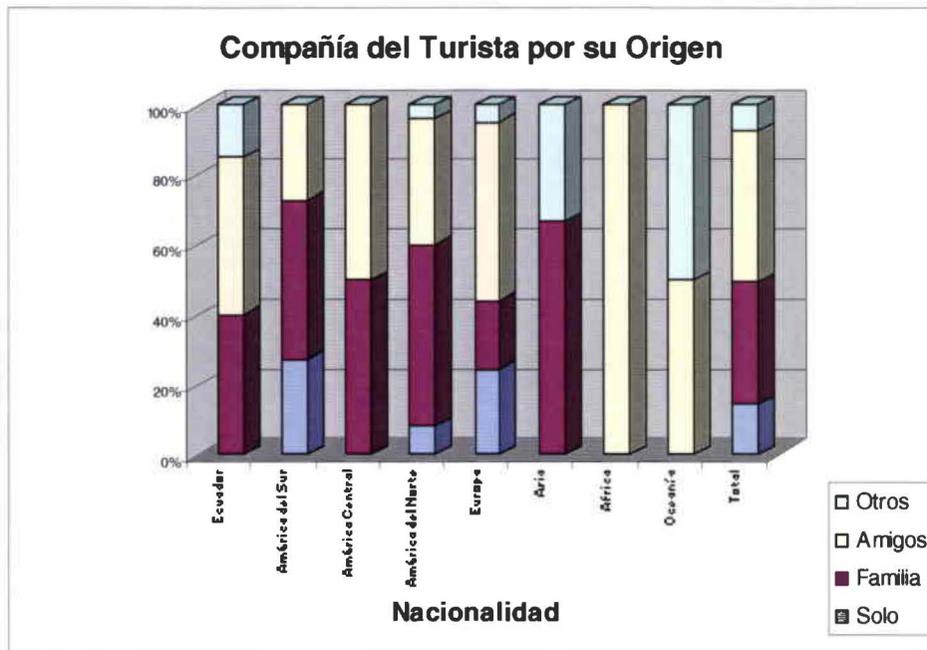


FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.4.3

COMPAÑÍA DEL TURISTA SEGÚN ORIGEN



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

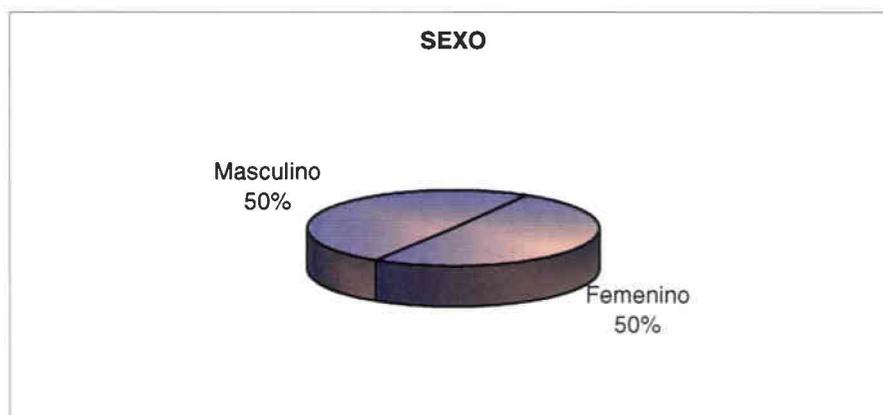
ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.5 GENERO DEL TURISTA

En cuanto al sexo de los turistas, se reparte equitativamente entre hombres y mujeres

GRAFICO 4.8.1.5

GENERO DEL TURISTA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.6 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Los turistas que acuden a la zona, utilizan mayoritariamente transporte público para su movilización, por lo que es muy importante brindar las facilidades de traslados dentro de la provincia, pero por otro lado existe un alto porcentaje de vehículos propios o privados, para los cuales se necesitará centros de abastecimiento, parqueo, descanso, etc.

CUADRO 4.8.1.6.1

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR PROCEDENCIA

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO										
PROCEDENCIA	Propio	%	Publico	%	Rentado	%	Otro	%	Total	%
Ecuador	15	52%	5	9%	0	0%	0	0%	20	19%
Exterior	14	48%	50	91%	13	100%	8	100%	85	81%
Total	29	100%	55	100%	13	100%	8	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.6.2

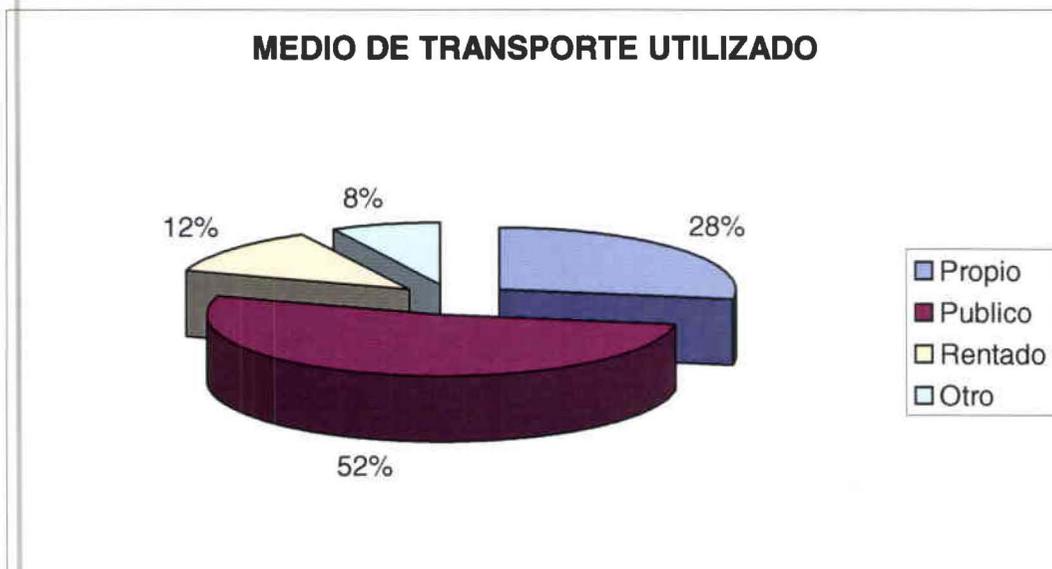
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR NACIONALIDAD

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO										
NACIONALIDAD	Propio	%	Publico	%	Rentado	%	Otro	%	Total	%
Ecuador	15	52%	5	9%	0	0%	0	0%	20	19%
América del Sur	4	14%	3	5%	3	23%	1	13%	11	10%
América Central	0	0%	1	2%	1	8%	0	0%	2	2%
América del Norte	7	24%	12	22%	5	38%	1	13%	25	24%
Europa	3	10%	31	56%	4	31%	3	38%	41	39%
Asia	0	0%	1	2%	0	0%	2	25%	3	3%
Africa	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	1	1%
Oceania	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	2	2%
Total	29	100%	55	100%	13	100%	8	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.6.1

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

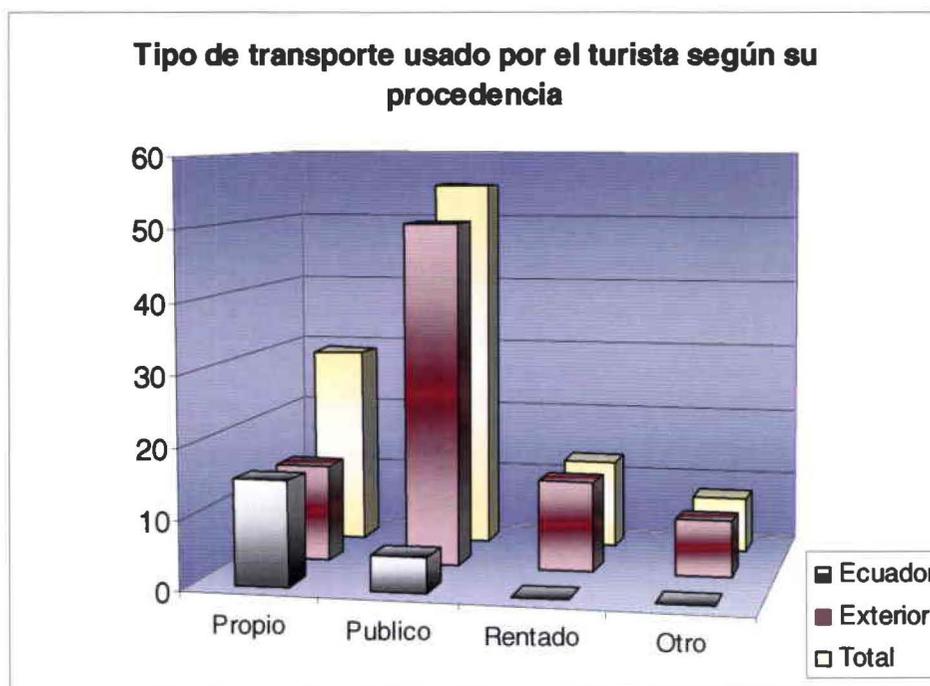


FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.6.2

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN PROCEDENCIA

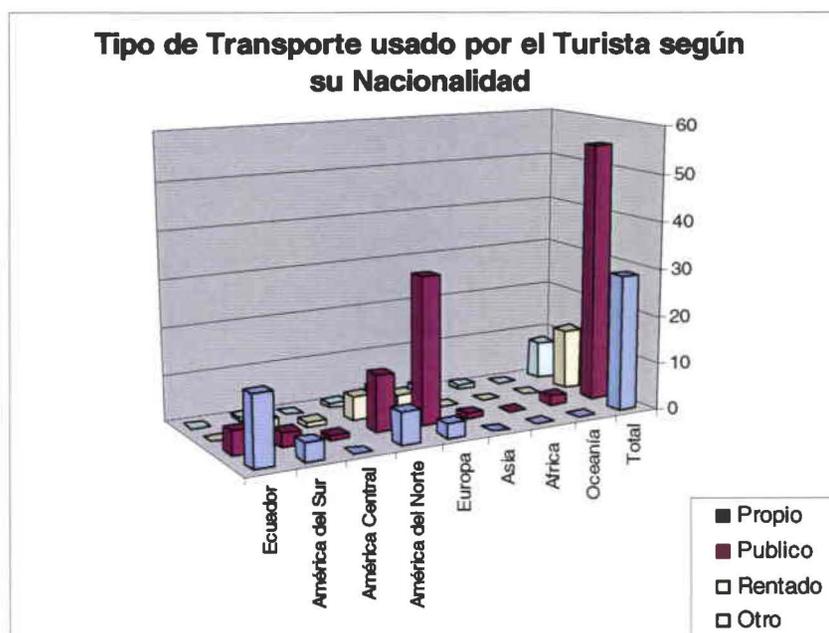


FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.6.3

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO SEGÚN ORIGEN



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.7 TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ZONA

El tiempo que el turista permanece en la provincia se encuentra repartido entre un día a cinco días con un porcentaje mayor al 66%, por lo que es importante la demanda de hospedaje que se necesita en la provincia, tomando en cuenta también la compañía que tiene el turista, sea la suficiente y la adecuada para poder satisfacer las necesidades de cada persona que visita la zona.

CUADRO 4.8.1.7.1

TIEMPO DE PERMANENCIA

TIEMPO DE PERMANENCIA		
Menos de un día	16	15.2%
Un día	24	22.9%
Dos días	26	24.8%
De 3 a 5 días	21	20.0%
De 6 a 10 días	4	3.8%
Mas de 10 días	14	13.3%
Total	105	100.0%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.7.2

TIEMPO DE PERMANENCIA POR PROCEDENCIA

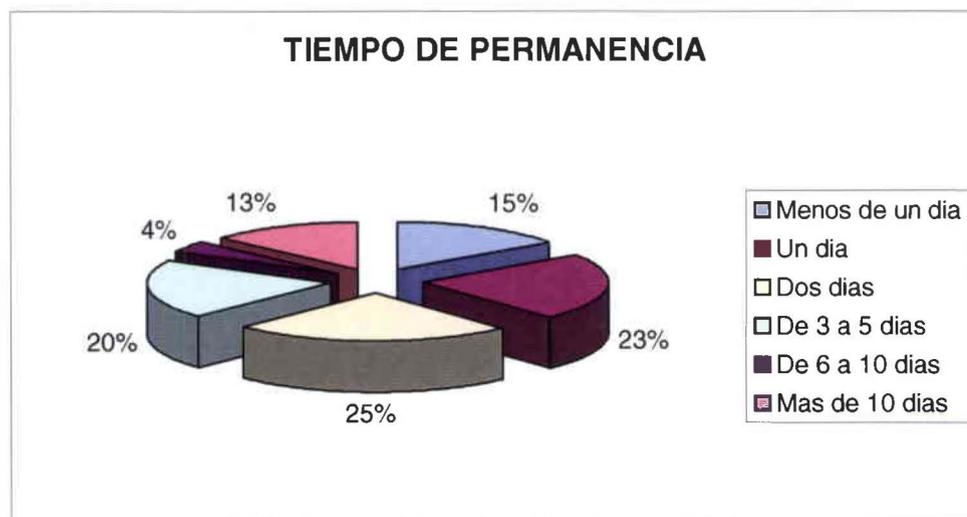
PROCEDENCIA	TIEMPO DE PERMANENCIA												Total	%
	Menos de un día	%	Un día	%	Dos días	%	De 3 a 5 días	%	De 6 a 10 días	%	Mas de 10 días	%		
Ecuador	6	38%	6	25%	7	27%	0	0%	0	0%	1	7%	20	19%
Exterior	10	63%	18	75%	19	73%	21	100%	4	100%	13	93%	85	81%
Total	16	100%	24	100%	26	100%	21	100%	4	100%	14	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.7.1

TIEMPO DE PERMANENCIA

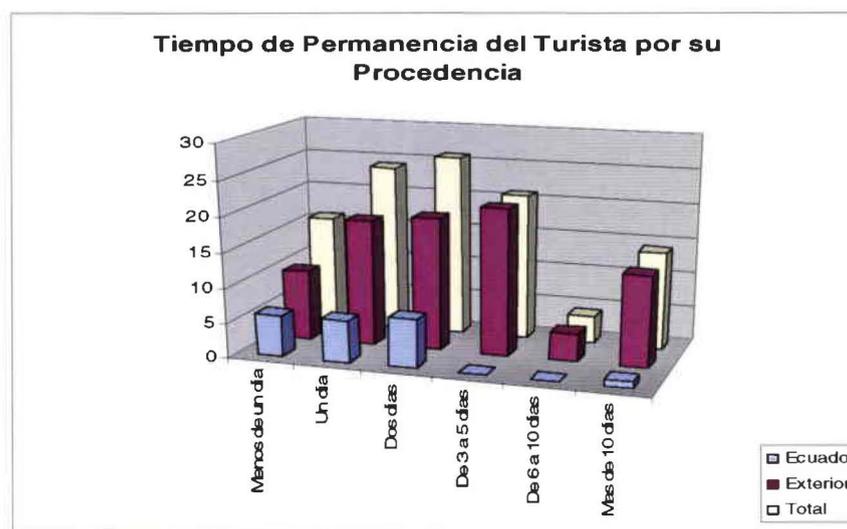


FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.7.2

TIEMPO DE PERMANENCIA SEGUN PROCEDENCIA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.8 MOTIVO DE LA VISITA A LA ZONA

En lo que tiene que ver con el motivo por el cual el turista visita la provincia de Imbabura se evidencia que el turismo es su potencial, adicionando con otros motivos con un menor e insignificante porcentaje.

CUADRO 4.8.1.8

MOTIVO DE LA VISITA

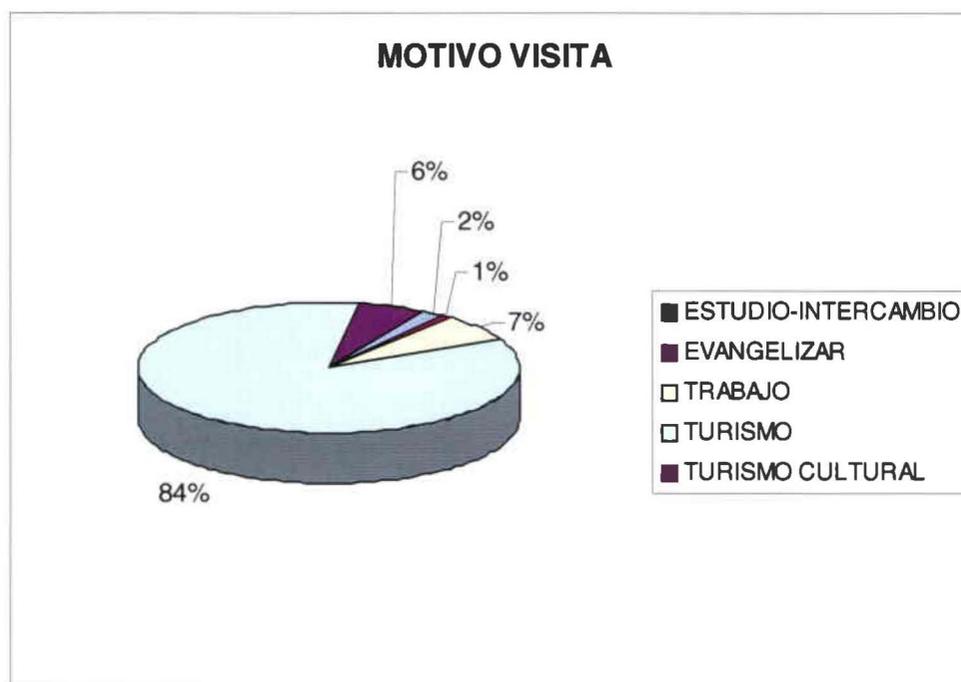
PROCEDECENCIA	MOTIVO VISITA											
	EST	%	EVAN	%	TRAB	%	TUR	%	TUR C	%	Total	%
Ecuador	0	0%	0	0%	2	29%	16	18%	2	33%	20	19%
Exterior	2	100%	1	100%	5	71%	73	82%	4	67%	85	81%
Total	2	100%	1	100%	7	100%	89	100%	6	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.8

MOTIVO DE LA VISITA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.9 NIVEL DE INGRESOS DE LOS TURISTAS

El nivel de ingresos es un factor referente en cuanto a la cantidad de dinero que el turista puede gastar en su estadía, como también en la cantidad y

calidad de las diferentes actividades que estaría dispuesto a realizar y servicios que pudiese utilizar; pero no se puede comparar al mismo nivel los ingresos de los turistas nacionales y extranjeros.

Por lo cual se realiza un análisis global de ingresos, para posteriormente poderlo comparar entre turistas nacionales y extranjeros. Como se puede apreciar más del 55% de turistas tiene un ingreso superior a 1000 USD; indicando además, que el 11.4% de los turistas no proporciona información acerca de su ingreso.

CUADRO 4.8.1.9.1

INGRESO MENSUAL APROXIMADO DE LOS TURISTAS

INGRESO MENSUAL		
NO INFORMA	12	11.4%
Menos de 500 USD	15	14.3%
Entre 501 y 1000	19	18.1%
Entre 1001 y 1500	9	8.6%
Entre 1501 y 2000	23	21.9%
Mas de 2001	27	25.7%
Total	105	100.0%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

Como se mencionó anteriormente un porcentaje mayor al 55% de turistas posee un ingreso mensual superior a 1000 USD, que representa el 56.3% del total, y que de este porcentaje, el 49.6% pertenece a turistas extranjeros y apenas el 6.6% a turistas nacionales. El siguiente cuadro, muestra también datos interesantes, uno de estos datos, indica que el 55.2% de turistas nacionales que representa el 10.5% de turistas totales; y el 27% de turistas extranjeros o sea el 21.9% de turistas totales tiene un ingreso mensual inferior a 1001 USD. Por lo cual, de acuerdo al nivel de ingresos de los turistas, se puede establecer una gran variedad de opciones al momento de establecer los servicios y categorías de los mismos que ofrecerá la eco - hostería.

CUADRO 4.8.1.9.2

INGRESO MENSUAL POR PROCEDENCIA

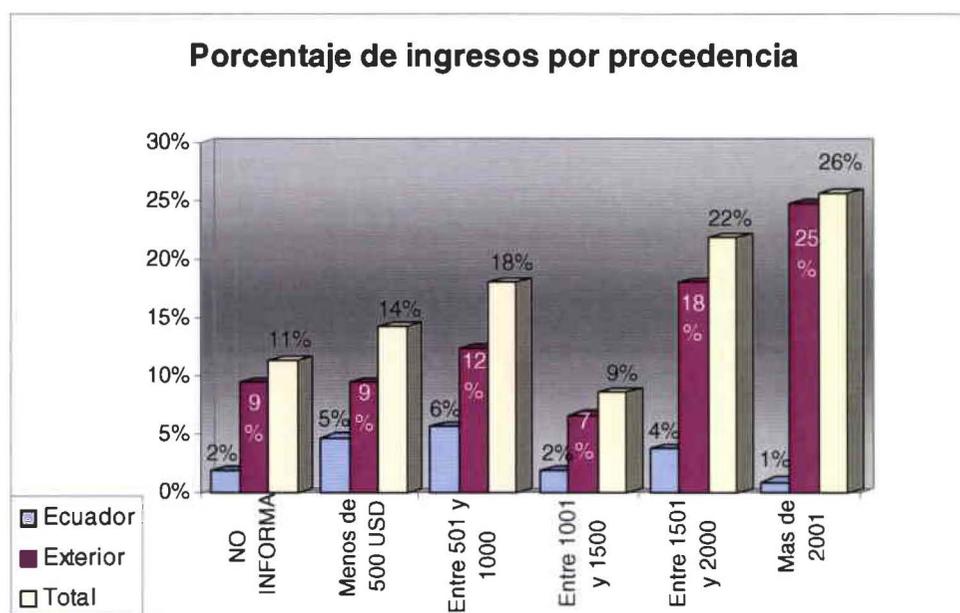
	INGRESO MENSUAL POR PROCEDENCIA					
	Ecuador		Exterior		Total	
	Ecuador	%	Exterior	%	Total	%
NO INFORMA	2	10%	10	12%	12	11%
Menos de 500 USD	5	25%	10	12%	15	14%
Entre 501 y 1000	6	30%	13	15%	19	18%
Entre 1001 y 1500	2	10%	7	8%	9	9%
Entre 1501 y 2000	4	20%	19	22%	23	22%
Mas de 2001	1	5%	26	31%	27	26%
Total	20	100%	85	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.9

INGRESOS POR PROCEDENCIA DEL TURISTA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

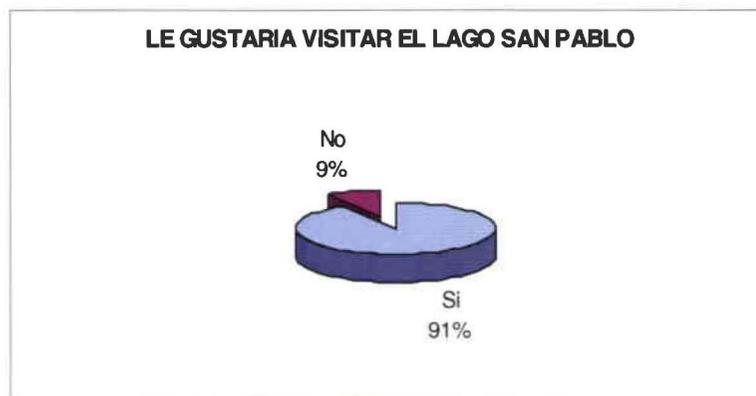
ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.10 DISPONIBILIDAD DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL LAGO

Por otro lado se ha consultado la predisposición de los turistas en visitar el lago San Pablo durante su estadía en la provincia de Imbabura. Se obtuvo una respuesta negativa baja de un 9%, el cual pertenece en su totalidad a turistas extranjeros, en un 6% europeos y un 3% norteamericanos.

GRAFICO 4.8.1.10

PREDISPOSICIÓN DE VISITAR EL LAGO



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.11 DISPONIBILIDAD PARA HOSPEDARSE EN UNA ECO HOSTERIA

También se indagó sobre la predisposición de hospedarse en una eco hostería ubicada a orillas del Lago San Pablo, con lo cual se obtuvo el siguiente resultado.

CUADRO 4.8.1.11.1

PREDISPOSICION SEGÚN ORIGEN

Predisposicion a Hospedarse según origen del Turista						
PROCEDENCIA	SI	%	NO	%	Total	%
Ecuador	19	21%	1	7%	20	19%
Exterior	71	79%	14	93%	85	81%
Total	90	100%	15	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.11.2

PREDISPOSICION SEGÚN NACIONALIDAD

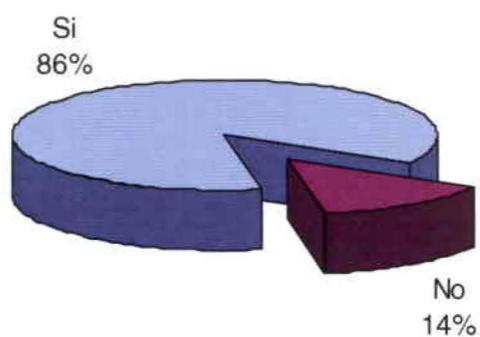
Predisposicion a Hospedarse según origen del Turista						
NACIONALIDAD	SI	%	NO	%	Total	%
Ecuador	19	21%	1	7%	20	19%
América del Sur	9	10%	2	13%	11	10%
América Central	1	1%	1	7%	2	2%
América del Norte	24	27%	1	7%	25	24%
Europa	32	36%	9	60%	41	39%
Asia	2	2%	1	7%	3	3%
Africa	1	1%	0	0%	1	1%
Oceanía	2	2%	0	0%	2	2%
Total	90	100%	15	100%	105	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.11.1

PREDISPOSICIÓN DE HOSPEDARSE EN UNA ECO HOSTERIA

LE GUSTARIA HOSPEDARSE EN UNA ECO HOSTERIA



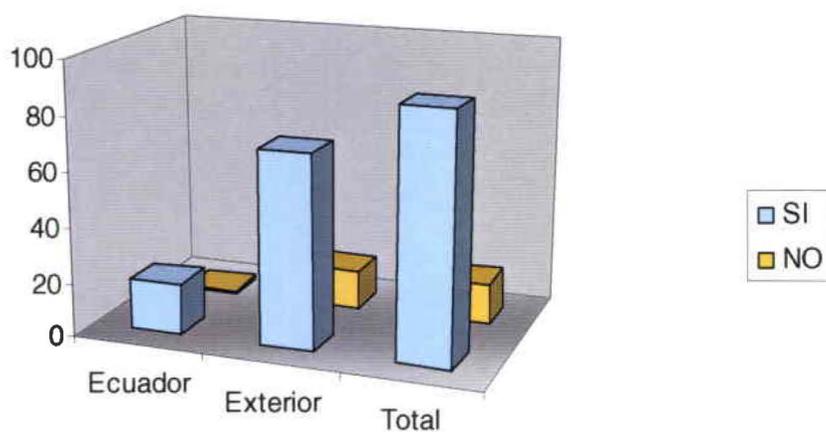
FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.11.2

PREDISPOSICIÓN DE HOSPEDARSE EN UNA ECO HOSTERIA

Predisposicion a Hospedarse del Turista



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORACIÓN: AUTORES

Al realizar el análisis cruzado de los gráficos 9.1 y 10.1, se obtiene el siguiente cuadro que arroja información muy interesante: “no necesariamente al turista que le gustaría visitar el Lago San Pablo en su visita a la provincia de Imbabura, le gustaría hospedarse en una eco hostería”; así como lo contrario, al turista que no le gustaría visitar el Lago posiblemente si le gustaría hospedarse en una hostería ecológica.

Así del 91.4% de turistas que le gustaría visitar el Lago San Pablo, el 79% quisiera hospedarse en una eco hostería.

CUADRO 4.8.1.12 INFORMACIÓN DE PREDISPOSICION

PREDISPOSICIÓN PARA VISITAR EL LAGO SAN PABLO COMO PARA HOSPEDARSE EN LA ECO HOSTERIA:						
VISITAR	HOSPEDARSE				Total	
	SI		NO			
SI	83	79.0%	13	12.4%	96	91.4%
NO	7	6.7%	2	1.9%	9	8.6%
Total	90	85.7%	15	14.3%	105	100.0%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.12 SERVICIOS DE PREFERENCIA DE LOS TURISTAS

A continuación se presentan las preferencias de los servicios con los que podría contar la eco hostería, aclarando que del total de encuestados, 90 turistas, de la muestra de 105 turistas. Es decir un 85.7% son quienes verdaderamente les gustaría hospedarse en la misma,

Se nota una preferencia de caminatas por senderos, tours por los lagos y exposiciones artesanales con un porcentaje de aceptación superior al 70%, a continuación están varias actividades que se presentan en el siguiente gráfico con un porcentaje de aceptación de alrededor del 50% de los turistas.

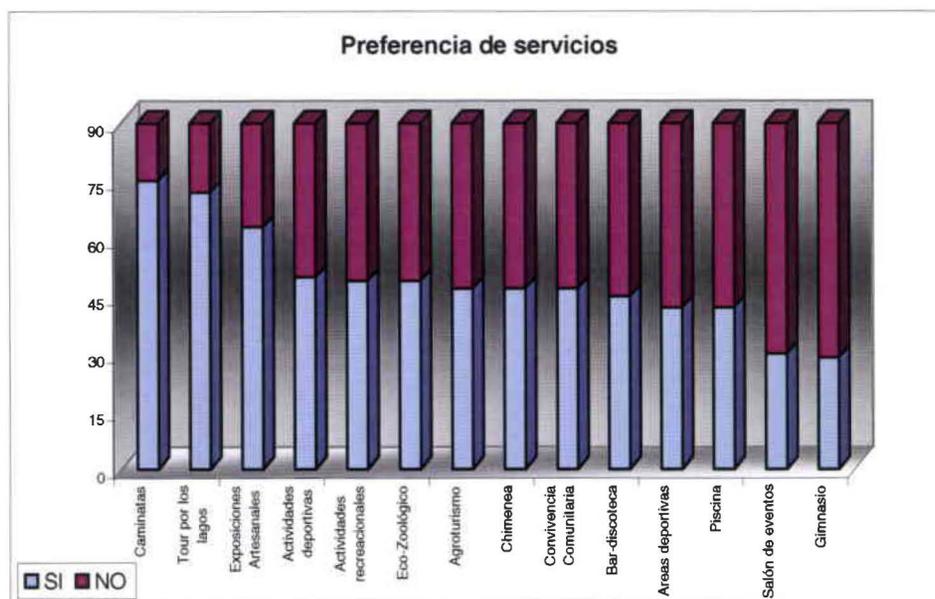
CUADRO 4.8.1.12.1 PORCENTAJE DE RESPUESTAS POSITIVAS EN PREFERENCIAS DE SERVICIOS SEGÚN ORIGEN DEL TURISTA.

SERVICIOS	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Freq	%	Freq	%	Freq	%
Caminatas	15	20%	60	80%	75	83%
Tour por los lagos	16	22%	56	78%	72	80%
Exposiciones Artesanales	13	21%	50	79%	63	70%
Actividades deportivas	13	26%	37	74%	50	56%
Actividades recreacionales	12	24%	37	76%	49	54%
Eco-Zoológico	11	22%	38	78%	49	54%
Agroturismo	12	26%	35	74%	47	52%
Chimenea	12	26%	35	74%	47	52%
Convivencia Comunitaria	10	21%	37	79%	47	52%
Bar-discoteca	14	31%	31	69%	45	50%
Areas deportivas	14	33%	28	67%	42	47%
Piscina	13	31%	29	69%	42	47%
Salón de eventos	10	33%	20	67%	30	33%
Gimnasio	11	38%	18	62%	29	32%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.12 PREFERENCIA DE LOS SERVICIOS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.1.13 TIPO DE COMIDA PREFERIDA

Por último se indagó la preferencia en el tipo de comida que preferirían los turistas que se hospedasen en la eco hostería, para así poder implementar en el restaurante del establecimiento.

CUADRO 4.8.1.13.1**TIPO DE COMIDA PREFERIDA SEGÚN PROCEDENCIA**

Preferencia de Tipo de Comida								
PROCEDENCIA	Tipica Nac	%	Internac	%	Mixta	%	Total	%
Ecuador	9	19%	0	0%	10	25%	19	21%
Exterior	39	81%	2	100%	30	75%	71	79%
Total	48	100%	2	100%	40	100%	90	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 4.8.1.13.2**TIPO DE COMIDA PREFERIDA SEGÚN NACIONALIDAD**

Preferencia de Tipo de Comida								
NACIONALIDAD	Nacional	%	Internac	%	Mixta	%	Total	%
Ecuador	9	19%	0	0%	10	25%	19	21%
América del Sur	6	13%	0	0%	3	8%	9	10%
América Central	0	0%	0	0%	1	3%	1	1%
América del Norte	12	25%	2	100%	10	25%	24	27%
Europa	16	33%	0	0%	16	40%	32	36%
Asia	2	4%	0	0%	0	0%	2	2%
Africa	1	2%	0	0%	0	0%	1	1%
Oceanía	2	4%	0	0%	0	0%	2	2%
Total	48	100%	2	100%	40	100%	90	100%

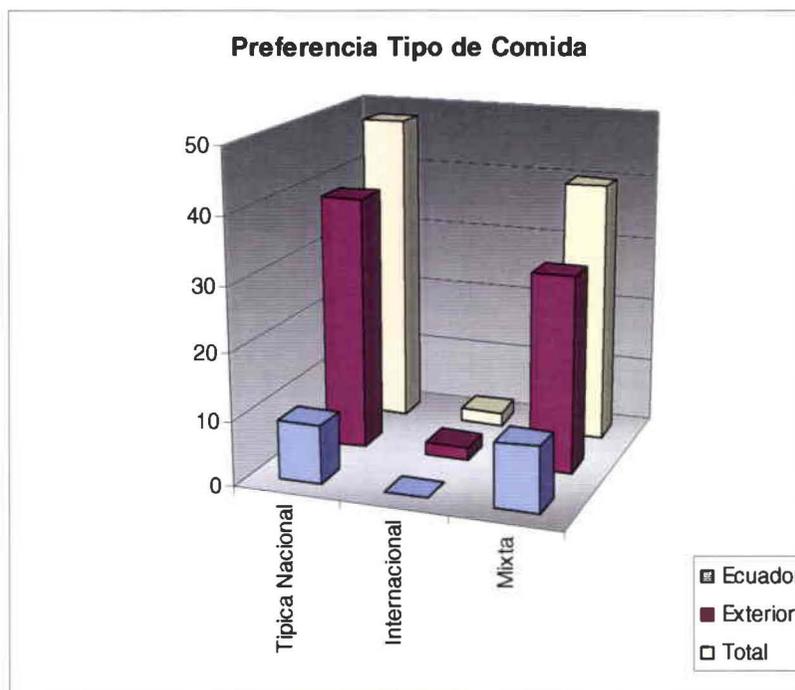
FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.13.1**PREFERENCIA DEL TIPO DE COMIDA**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORACIÓN: AUTORES

GRAFICO 4.8.1.13.2**PREFERENCIA DEL TIPO DE COMIDA**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORACIÓN: AUTORES

4.8.2 ANALISIS DE DATOS DE FUENTES SECUNDARIAS

Como se especificó anteriormente que debido a las bondades físicas tanto de la provincia de Imbabura, como la del Ecuador en general, se puede observar que cada día, el ingreso de turistas a las diferentes zonas del Ecuador va en aumento, y cabe mencionar que Imbabura especialmente en los últimos meses ha registrado un alto índice de ingreso de turistas. No obstante, el Boletín de Estadísticas Turísticas 1.998 – 2.002, emitido por la GERENCIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO, en su último estudio publicado corrobora con lo anteriormente expuesto.

Es por ello que cada año el Ecuador siente un crecimiento del PIB turístico más notorio aún desde la crisis bancaria del año 1.998; los turistas que ingresan al país acuden por diferentes causas, entre ellas: turismo, negocios o laborales, de todas las edades, niveles económicos, clases sociales, países de origen, niveles culturales, etc. Para lo cual la infraestructura turística se está quedando

cada vez más limitada. Es por esta razón que Perú y Ecuador dentro de la Comunidad Andina, son los países que mayor porcentaje de turismo reciben.

CUADRO 4.8.2.1

TURISMO RECEPTOR EN PAISES DE LA COMUNIDAD ANDINA. AÑO 2.002

VARIABLES	TOTAL C. ANDINA	ECUADOR	BOLIVIA	COLOMBIA	PERU	VENEZUELA
T. RECEPTOR (miles de turistas)	2861	683	334	541	871	432
Ingreso de divisas (miles de dólares)	2760	447	82	962	801	468
Medio de transp.						
Aéreo	1483	432	199	443		409
Carretera	445	245	131	48		21
Marítimo	58	6		50		2
Otros	3		3			

FUENTE: Ecuador Anuario de Migración Internacional – INEC

Es menester mencionar que de acuerdo al ingreso de turismo al país, también se debe tomar en cuenta la salida de ecuatorianos a diferentes destinos que para el año 2.003 la relación entrada – salida era del 1.2166, es decir que de los 759.638 turistas que ingresaron al país 624.381 salieron⁷. Pero también hay que considerar que no todos los turistas que ingresan al Ecuador, vuelven a salir. Se estima que un 60% de los turistas no regresan a los países de origen, esto obedece a diferentes causas, como son estabilidad social, política, mayor seguridad social, situaciones laborales que en mayor número corresponde a personas que vienen del vecino país Colombia. Este es un efecto similar al del Ecuador, que de igual forma migran a países europeos principalmente por mejores condiciones salariales; y, se estima que apenas un 80% de los salientes no regresan al país, por lo que la tasa entrada – salida, casi queda emparejada.

⁷ Gerencia Nacional de Planificación del Ministerio de Turismo. Boletín de Estadísticas Turísticas 1998-2002.

CUADRO 4.8.2.2

FLUJO DE ENTRADAS Y SALIDAS EN EL ECUADOR. 1.999 – 2.003)

ENTRADA DE EXTRANJEROS

	1999	2000	2001	2002	2003
ENE	54.564	51.290	59.673	56.751	68.559
FEB	37.674	43.107	45.905	48.420	51.871
MAR	36.870	42.676	47.278	53.289	55.347
ABR	32.134	52.007	48.967	46.847	56.387
MAY	33.704	43.444	47.192	52.527	54.210
JUN	42.779	54.448	57.779	57.618	65.773
JUL	55.767	76.071	69.757	66.860	77.741
AGO	54.069	60.878	61.628	55.404	78.144
SEP	40.195	44.540	46.298	53.385	59.049
OCT	39.339	49.717	48.750	55.743	69.287
NOV	39.395	50.367	50.680	47.405	63.275
DIC	51.180	58.545	56.654	59.744	59.995
TOTAL	517.670	627.090	653.993	653.993	759.638

FUENTE: Boletines de Migración Internacional.

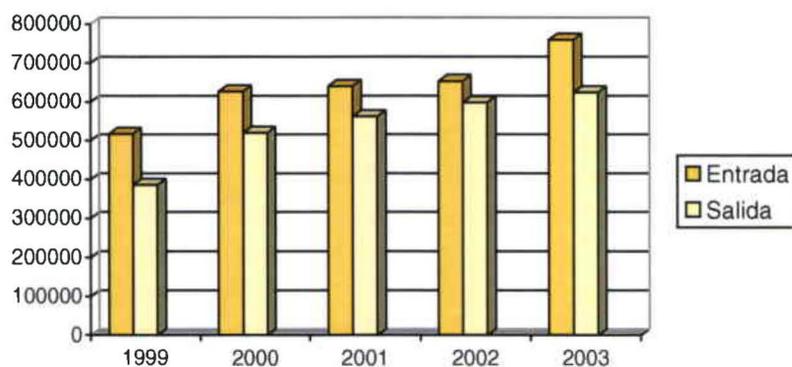
SALIDA DE ECUATORIANOS

	1999	2000	2001	2002	2003
ENE	30.073	38.603	46.402	47.818	56.290
FEB	28.360	39.612	43.320	52.173	60.289
MAR	28.182	47.047	49.053	54.674	66.491
ABR	26.179	42.875	45.581	48.525	47.628
MAY	2.193	38.009	46.805	56.273	52.652
JUN	31.252	37.099	38.534	46.228	51.083
JUL	31.528	44.203	47.337	43.409	53.270
AGO	40.273	45.782	55.379	50.212	63.882
SEP	38.130	48.501	51.223	56.682	49.214
OCT	33.080	47.135	46.929	48.169	44.472
NOV	30.894	44.999	47.754	44.393	39.885
DIC	35.511	46.109	43.750	49.739	39.225
TOTAL	385.655	519.974	562.067	598.295	624.381

FUENTE: Boletines de Migración Internacional.

GRAFICO 4.8.2

RELACION ENTRADA DE TURISTAS Y SALIDA DE ECUATORIANOS



ELABORACIÓN: Autores

Con este gráfico se aclaró más la entrada y salida de personas hacia y desde el Ecuador, lo que permite entender, que tanto así, como ingresan divisas, también se genera un egreso en las personas que salen del país, y que de una o cierta forma afecta el incremento real del PIB turístico. De esta manera la Balanza Turística – Cuenta Viajes para el año 2.002 cerró con un ingreso de 447.2 millones de dólares y con un egreso de 363.9 millones de dólares⁸.

4.8.3 TURISMO RECEPTOR

4.8.3.1 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL PAIS.

Para continuar con el análisis de la demanda se analizará desde el país de origen que vienen, para de esta forma comprender y captar los gustos y percepciones de los turistas, ya que cada turista de cada país es distinto a los turistas de los otros países, así por ejemplo los gustos de los latinos no son similares a los de los europeos.

CUADRO 4.8.3.1 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN CONTINENTES DE ORIGEN. AÑOS 1998 – 2002

	1998	1999	2000	2001	2002
AMERICA	453.429	466.795	571.837	578.324	618.572
Argentina	4.577	9.031	5.980	2.740	3.684
Bolivia	2.485	714	2.267	1.575	769
Brasil	6.437	5.266	3.738	1.898	1.638
Canadá	847	868	1.377	2.286	1.461
Colombia	195.592	178.483	222.223	211.739	217.783
Costa Rica	9.708	13.683	12.197	9.203	11.648
Chile	14.560	13.126	15.526	19.978	19.999
Estados Unidos	137.516	147.523	154.290	167.262	172.505
México	1.058	2.270	2.546	2.871	3.169
Panamá	11.968	12.840	14.371	17.044	20.589
Perú	49.522	67.839	123.373	128.514	150.952
Uruguay	253	170	165	320	221
Venezuela	15.321	10.821	9.127	8.688	10.908
Resto de America	3.585	4.161	4.657	4.206	3.246
EUROPA	54.227	48.969	53.542	59.402	62.409
Alemania	8.588	2.205	3.604	3.007	1.954
Austria	225	160	332	243	133
Bélgica	386	419	616	706	382
España	9.848	18.104	17.957	25.260	32.260
Francia	8.918	1.910	2.399	2.142	1.557
Holanda	19.509	21.055	22.720	21.020	21.298
Italia	1.608	1.512	1.528	1.841	1.763
Reino Unido	1.826	1.487	1.760	2.272	1.157
Suiza	967	838	1.152	1.023	740
Suecia	168	231	289	269	171
Resto de Europa	2.184	1.048	1.185	1.619	994
ASIA	1.992	1.336	1.338	2.158	1.537
AFRICA	165	108	77	198	163
OCEANIA	671	442	296	405	211
SIN INFORMACION	142	20		74	70
TOTAL	510.626	517.670	627.090	640.561	682.962

FUENTE: Anuarios de Migración Internacional – INEC

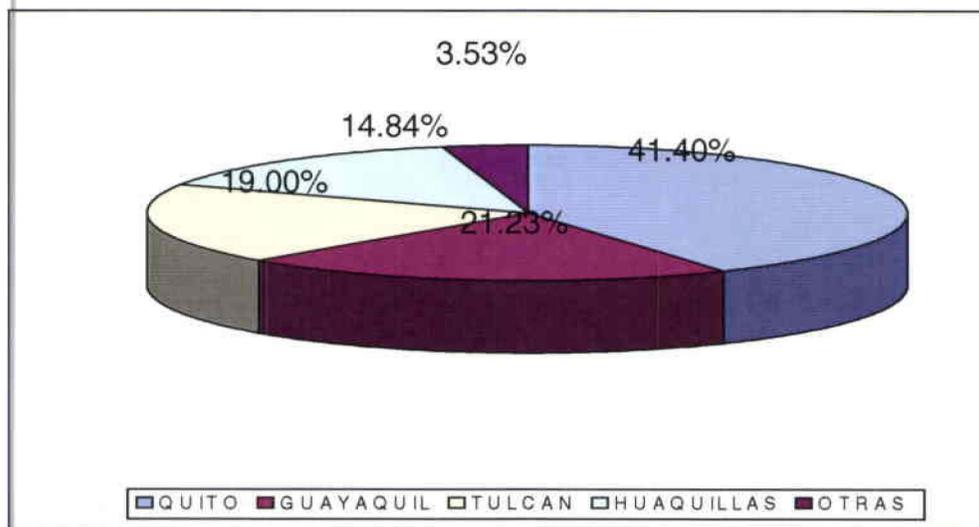
⁸ Informe Estadística Mensual – Dic. 2003 – B.C.E.

Como se puede observar, los turistas que en mayor número ingresan al país es de América del Sur pero vale la pena aclarar que este resultado es un tanto desconfiable para los fines de este proyecto, ya que si se tomara este resultado, se debería explicar que se debe a la abundante migración de personas colombianas y peruanas hacia el Ecuador. Pero realmente los turistas llegan más de Estados Unidos, con un 22.05%; Alemania con un 4.5% España, con 2.4%; Reino Unido, 2.36%; y el resto de diferentes países.

Hasta este momento se puede empezar a notar el mercado al que se quiere atacar, es decir son personas extranjeras provenientes de países distintos al nuestro tanto en cultura como en sociedad. A turistas que no están acostumbrados a ver en sus países las ventajas geográficas y climatológicas de el Ecuador. Para lo cual en lo posterior se deberá conocer los gustos y preferencias de cada persona de acuerdo a su país de origen para la formulación de estrategias de mercado.

4.8.3.2. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR PRINCIPALES JEFATURAS DE MIGRACIÓN.

Otro dato que es muy importante para este proyecto, es que la principal jefatura de migración de extranjeros es Quito, que para el año 2002, se registró que entraron 282.741 turistas, cifra que es mayor a la de Guayaquil, Tulcán, Huaquillas u otras ciudades. En cierta forma esta constituye una fundamental ventaja para la eco – hostería, ya que por la cercanía con la capital, y cómodas vías de acceso, los turistas preferirán esta alternativa de lugar.

GRAFICO 4.8.3.2.**ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR PRINCIPALES JEFATURAS DE MIGRACIÓN. AÑO 2002**

ELABORACIÓN: Autores

Entonces hasta el momento, la demanda de la eco – hostería cada vez se va enfocando a un mercado objetivo más específico, que hasta el momento, son las personas de los distintos países que visitan el Ecuador y que su principal puerta de entrada de llegada es Quito, (aunque pudiera ser cualquier otra), que traducido a números y como base el año 2002, de los 682.962 turistas que ingresaron al Ecuador, 282.741 lo hicieron a través de Quito, pero pudiera ser que los demás turistas que ingresaron por otro canal o por otra jefatura, lleguen de turismo o de trabajo a la provincia de Imbabura y específicamente a nuestra zona objetivo.

4.8.3.3. ENTRADAS DE EXTRANJEROS NO INMIGRANTES AL ECUADOR SEGÚN GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ACTIVA Y NO ACTIVA.

CUADRO 4.8.3.3.1

ENTRADAS DE EXTRANJEROS NO INMIGRANTES AL ECUADOR SEGÚN GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ACTIVA Y NO ACTIVA. AÑOS 2000 - 2002

	2000	2001	2002
POBLACION ACTIVA	371.240	435.354	479.856
Miembros del poder ejecutivo y de los cuerpos legislativos y personal directivo de la administración pública y de las empresas	6.718	3.307	2.729
Profesionales científicos e intelectuales	267.403	331.582	369.329
Técnicos y profesionales de nivel medio	6.485	4.980	4.751
Empleados de oficina	35.615	33.744	39.049
Trabajadores de los servicios de comercio y mercados	30.035	36.665	36.477
Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	8.788	8.127	9.016
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y otros oficios	5.094	6.038	8.601
Operadores de instalaciones y máquinas montadoras	7.320	7.585	6.617
Trabajadores no calificados	1.879	1.907	1.648
Fuerzas armadas	1.903	1.419	1.639
POBLACION NO ACTIVA	189.226	165.789	156.915
Jubilados y pensionistas	15.255	7.379	5.596
El hogar	55.096	50.848	44.997
Estudiante	98.421	86.661	84.544
Menor de edad (de 0 a 5 años)	20.454	20.901	21.778
SIN ESPECIFICAR	33.807	1.163	1.854
TOTAL	594.273	602.306	638.625

FUENTE: Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional – INEC

Este cuadro muestra los distintos tipos de profesiones y de actividades de los turistas, para lo cual el proyecto tiene que basarse y mostrar sus esfuerzos ya sea para trabajadores de niveles altos o para operadores de maquinaria e inclusive una secretaria. Además hay que reconocer que un 25% de los extranjeros que visitan el Ecuador pertenecen a la población no activa, lo que hace suponer que los turistas vienen acompañados ya sean con niños o ancianos, lo que quiere decir es que también en el diseño de la eco – hostería se debería pensar incluso en su bienestar. Pero en sí se puede dar cuenta que el grupo mayoritario lo conforman los profesionales científicos e intelectuales;

quienes al ser las personas que toman las decisiones de compra, se debe dirigir los esfuerzos de diseño y estrategias para su completa satisfacción.

Hasta el momento se ha logrado identificar con más claridad nuestra demanda o mercado objetivo el cual para mejor comprensión se lo repetirá: *Extranjeros que visitan el Ecuador de cualquier parte del mundo, con tendencias americanas y europeas, que su principal vía de acceso es Quito, que están en un nivel profesional alto y que vienen acompañados de niños o adultos.*

4.8.3.4. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD.

La edad constituye una variable fundamental en tanto y en cuanto se refiere a los gustos y preferencias por una u otra actividad eco turística de preferencia, tanto así que por ejemplo a una persona de una edad madura comprendida entre los 50 años o más, no va a tener los mismos gustos que un turista joven, ya sea que al uno le guste el relajamiento a través de visitas más organizadas, al otro se inclinará por deportes o excursiones donde el riesgo y el estado físico exijan más de la persona, no obstante la eco – hostería tendrá que esforzarse por brindar el mejor servicio a cada una de este rango de personas; que a continuación se dará a conocer:

CUADRO 4.8.3.4.1. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD. AÑOS 1998 - 2002

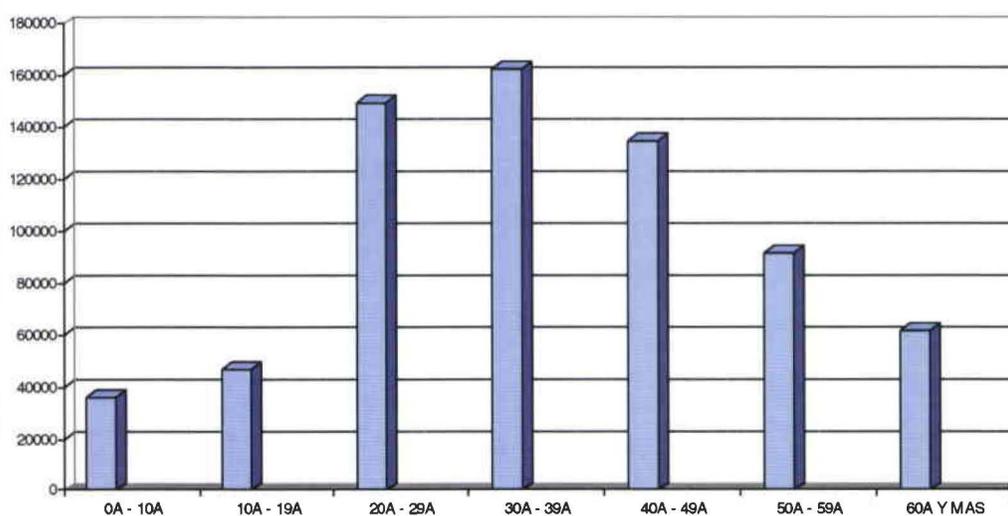
AÑOS	GRUPOS DE EDAD							SIN ESPEC.	TOTAL
	DE 0 10 AÑOS	DE 10 A 19 AÑOS	DE 20 A 29 AÑOS	DE 30 A 39 AÑOS	DE 40 A 49 AÑOS	DE 50 A 59 AÑOS	DE 60 Y MAS		
1998	30.570	37.863	106.404	118.353	97.898	70.002	49.071	465	512.624
1999	30.041	36.649	107.862	118.879	98.762	72.116	52.735	626	517.670
2000	35.159	49.543	132.116	143.238	119.763	86.140	59.938	1.193	627.090
2001	35.258	46.951	135.362	150.616	124.325	87.781	59.935	333	640.561
2002	36.028	46.976	149.360	162.592	134.492	91.806	61.708	0	682.962

FUENTE: Anuario de Estadísticas de Migración Internacional – INEC

Como se podrá ver el grupo mayoritario lo conforman personas que tienen una edad comprendida entre 30 a 39 años, lo que indica que son personas jóvenes

que posiblemente ya tengan un hogar formado y con una profesión y estabilidad laboral, además que pueden venir acompañados ya sea de niños, esposo / esposa y con personas de edad madura. Por lo que hasta el momento la demanda se ha definido aún de mejor forma y el perfil del visitante es más claro: *Extranjeros que visitan el Ecuador de cualquier parte del mundo, con tendencias americanas y europeas, que su principal vía de acceso es Quito, de un nivel profesional alto, con una edad promedio entre 30 y 39 años y que vienen acompañados de niños o adultos.*

GRAFICO 4.8.3.4.1. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD. AÑO 2002



ELABORACIÓN: Autores

Sin embargo un gran grupo corresponde a las personas con edades comprendidas entre 20 a 29 años y 40 a 49 años que sumados a los de 30 a 39 años forman un solo grupo ideal para las metas y objetivos de la empresa.

4.8.3.5. ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002

El referente sexo, constituye de igual forma una variable importante en lo que respecta construcción y diseño de imagen de la hostería. Actualmente es sabido que un 75% del poder de decisión de compra es influenciado por las

mujeres, y existen razones o circunstancias por las cuales uno o varios productos pueden dejar de ser vendidos simplemente por el no gusto del sexo femenino, así por ejemplo las mujeres son quienes normalmente asumen los menores riesgos ya sean al conducir o caminar, esto quiere decir que si es que se diseñan caminatas por los páramos o montañas de Imbabura se lo debe hacer pensando en el sexo débil.

De esta forma las estadísticas de migración internacional han hecho una separación de sexos al momento de ingresar al país obteniendo resultados más favorables para los hombres que para las mujeres, los mismos que los superan en un 20%, ya que del total de turistas que ingresaron al país en el año 2002, el 60% fue de sexo masculino y el 40% de sexo femenino.

Pero según este estudio de los anuarios del INEC, ocasionalmente las visitas realizadas al Ecuador denotan que las llegadas ocurren por parejas más que individuales o acompañados por el mismo sexo, lo que se entiende que Ecuador es tomado como un país más para descansar y conocer que para desafíos y experiencias del nuevo milenio, como lo son los países desarrollados.

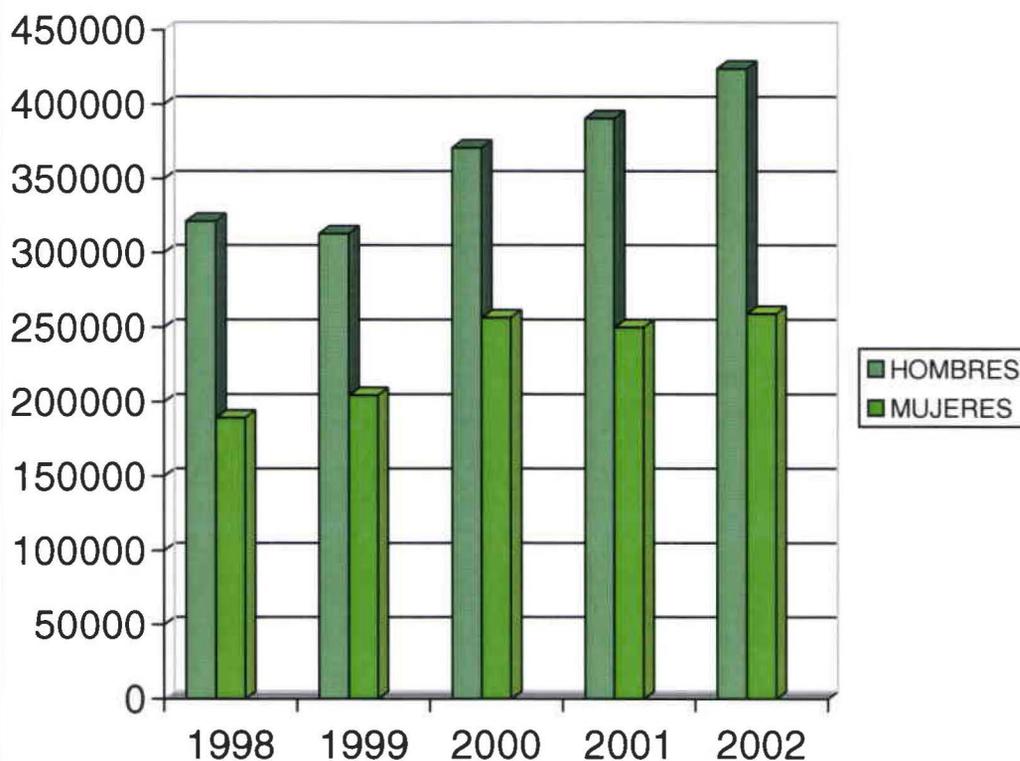
De acuerdo con este resultado, se ha concluido con el estudio de las fuentes secundarias de investigación de mercados, en lo que a turismo receptor concierne, pudiendo establecer con mayor certeza nuestra demanda objetivo, que hasta esta parte está definida de la siguiente forma: *Extranjeros que visitan el Ecuador de cualquier parte del mundo, con tendencias americanas y europeas, que su principal vía de acceso es Quito, de un nivel profesional alto, con una edad promedio entre 30 y 39 años, acompañados de niños o adultos, y que corresponden a un 60% hombres y un 40% mujeres.*

CUADRO 4.8.3.5 ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002

	1998		1999		2000		2001		2002	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
ENERO	30.683	20.519	32.395	22.169	29.384	21.906	35.519	24.154	37.414	23.958
FEBRERO	22.506	12.573	23.899	13.775	26.070	17.037	28.100	17.805	30.576	18.333
MARZO	26.288	14.916	22.599	14.271	25.872	16.804	29.401	17.877	34.057	21.351
ABRIL	22.362	12.114	20.547	11.587	30.239	21.768	29.666	19.301	29.970	15.854
MAYO	23.057	11.466	22.044	11.660	27.094	16.350	29.708	17.484	32.522	18.290
JUNIO	27.724	16.724	26.223	16.556	32.064	22.384	34.858	22.921	36.223	24.050
JULIO	33.397	22.948	31.859	23.908	42.372	33.699	40.066	29.691	42.783	31.195
AGOSTO	30.189	19.709	30.616	23.453	34.339	26.539	36.560	25.068	38.554	26.300
SEPTIEMBRE	23.860	12.704	24.866	15.329	26.981	17.559	29.261	17.037	36.108	19.905
OCTUBRE	25.797	12.813	24.600	14.739	30.515	19.202	31.161	17.589	39.008	21.227
NOVIEMBRE	24.668	12.632	24.228	15.167	31.203	19.164	32.318	18.362	30.825	16.919
DICIEMBRE	30.771	20.204	29.159	22.021	34.376	24.169	33.835	22.819	35.689	21.851
TOTAL	321.304	189.322	313.035	204.635	370.506	256.581	390.453	250.108	423.729	259.233
	510.626		517.670		627.087		640.561		682.962	

FUENTE: Anuarios Estadísticos de Migración Internacional – INEC

GRAFICO 4.8.3.5 ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO. AÑOS 1998 – 2002



ELABORACIÓN: Autores

4.8.4. TURISMO INTERNO

En lo que a turismo interno se refiere, se puede decir que la demanda para este sector, conforman todos los habitantes de región ecuatoriana que ya sea en un fin de semana o un feriado estén dispuestos a trasladarse a la provincia de Imbabura; siempre y cuando las condiciones económicas de cada persona o de cada familia, estén en un nivel que le permitan gastar una cierta cantidad de dinero en diversión del fin de semana.

Según estudios de la DAC y del boletín estadístico del transporte, en el año 2.002 hubo 1.344.032 personas que se trasladaron desde y hacia diferentes provincias del Ecuador por vía aérea y terrestre, tomando en cuenta de que en los meses de feriado local, y dependiendo de la temporada, las personas

ecuatorianas acostumbran entre los meses de febrero hasta agosto acudir a las playas, y el resto de los meses prefieren acudir a la sierra o a la amazonía. Además, los turistas nacionales acostumbran a realizar sus vacaciones por lo menos dos veces al año quienes tienen un nivel de ingresos medios – medios altos, y disfrutan de estas vacaciones de tres a cuatro días, en los meses de vacaciones escolares es cuando más movilidad de turistas existe tanto en el régimen costa (febrero, marzo y abril) como en el régimen sierra (julio, agosto y septiembre).

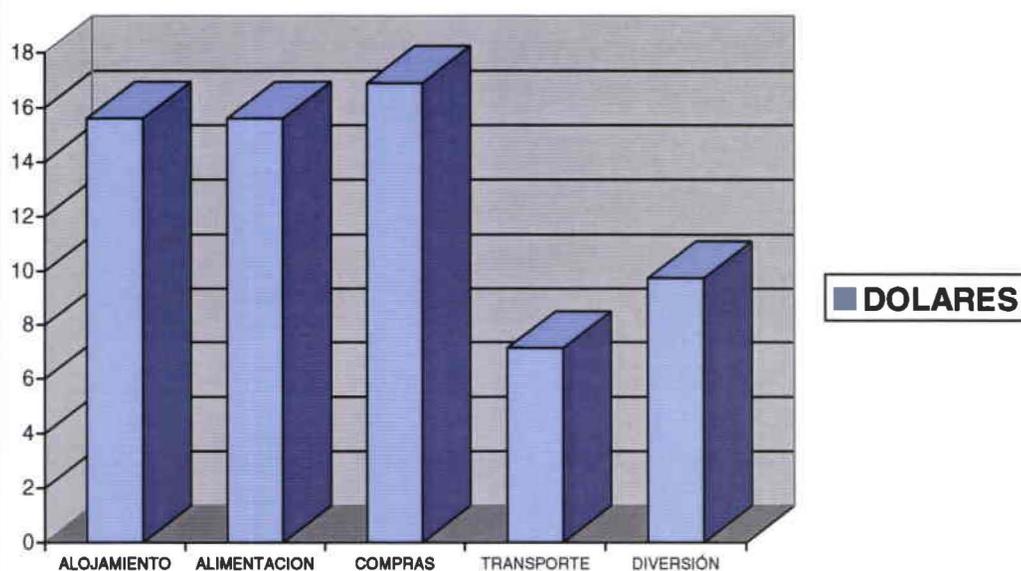
Pero como se dijo anteriormente, las preferencias son más altas para la costa, siguiendo la sierra, amazonía y región insular. Las vacaciones generalmente se los hacen entre familiares, amigos, compañeros, siendo el principal motivo de viaje por descanso y diversión.

Los sitios preferidos por los turistas para su alojamiento son los hoteles y las cabañas, ya que se sienten en un lugar más confortable y familiar, siempre y cuando estos lugares preferiblemente cuenten con piscina, restaurante, televisión con cable y aire acondicionado (costa y oriente).

Se ha estimado que un turista extranjero o local, está dispuesto a gastar en sus vacaciones entre USD 50 a 70 USD diarios entre alojamiento, alimentación, compras, diversión y transporte, fijándose estos parámetros de gasto no como lujo, sino como un nivel estándar de comodidad.

Hay que resaltar también, que la provincia de Imbabura actualmente cuenta con una buena infraestructura vial, lo que permite la entrada y salida de buses, autos y de más medios de transporte con gran facilidad y menor riesgo posible. La carretera principal o la Pana americana que es como se la conoce, está privatizada por Panavial, que se encarga de su mantenimiento constantemente.

GRAFICO 4.8.4.1 GASTOS POR PERSONA



FUENTE: CAPTUR

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 4.8.4.1 SISTEMA DE INVENTARIO VIAL PROVINCIA DE IMBABURA AÑO 2002 ESTIMACIÓN TRAFICO PROMEDIO DIARIO ANUAL.

	LIVIANO	BUS	PESADOS	TOTAL
Tramo urbano Ibarra	7.156	1.283	2.180	10.619
Natabuela - Ibarra	7.156	1.283	2.180	10.619
Atuntaqui - Natabuela	7.156	1.283	2.180	10.619
Otavalo - Atuntaqui	7.156	1.283	2.180	10.619
Entrada a Gonzales Suárez - Otavalo	4.837	1.135	1.056	7.028
Cajas - entrada a G. Suárez	4.837	1.135	1.056	7.028
Entr. Vía Carolina - Salinas con Panam. Chota	3.345	694	1.063	5.102
Chota - Puente Rio Juncal	2.955	613	940	4.508
Ibarra ent via Carolina - Salinas con panamericana	2.955	613	940	4.508

FUENTE: Ministerio De Turismo. Sistema de inventario vial.

4.9 ANALISIS DE LA OFERTA TURÍSTICO HOTELERA

Este proyecto, presenta un tipo de oferta competitiva o de mercado libre, ya que existen algunas otras hosterías en la zona, las cuales compiten por precio, servicio y calidad de la infraestructura, sin existir una o unas que sobresalgan por estos aspectos, tampoco que alguna se encuentre en una posición oligopólica, peor aún monopolico.

Igualmente que en el análisis de la demanda turística, se analizó desde la perspectiva de dos tipos de fuentes, las primarias y las secundarias, igualmente se lo hará para la oferta, empezando su análisis por las fuentes primarias:

4.9.1 ANALISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS.

De igual forma que se ha ido incrementando la demanda turística en el Ecuador, la oferta no ha sido la excepción. Según los datos del Ministerio de Turismo, en un estudio de Catastros de Servicios Turísticos realizados en el año 2003, la demanda y la oferta han crecido equitativamente en los últimos cuatro años, en donde la mayor parte del pastel de servicios turísticos ofertados, se lleva la que corresponde a hoteles, campamentos y otros tipos de hospedajes de CIU 5510.

CUADRO 4.9.2.1 ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002

ACTIVIDAD	1998	1999	2000	2001	2002
Alojamiento	2.176	2.238	2.395	2.449	2.523
Comidas y bebidas	5.880	5.969	6.313	6.102	6.251
Agencias de viajes	714	772	1.099	1.319	1.423
Líneas aéreas	50	58	47	52	53
Recreación	491	554	641	594	590
Transporte terrestre	33	34	42	46	100
Transporte marítimo	86	94	93	120	94
otros	15	16	24	21	68
TOTAL	9.445	9.735	10.654	10.703	11.102

FUENTE: CATASTROS DE SEFVICIOS TURÍSTICOS 2003 – GERENCIA DE RECURSOS TURÍSTICOS – MINISTERIO DE TURISMO

Un segundo e importante grupo que se ubica dentro del total de establecimientos, corresponden al servicio de comidas y bebidas, que entre ambos rubros abarcan el 80% de los demás servicios relacionados con el turismo, y los cuales cada año son más crecientes en cantidad.

4.9.2.1 NUMERO DE EMPLEOS GENERADOS

Al incrementarse tanto la demanda como la oferta turística, consecutivamente el número de personal ocupado en los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo experimentó de igual manera un alto crecimiento, a tal punto que para el año 2002 la cifra alcanzó los 62.598 personas ocupadas, que con relación al año anterior, creció en un 3.7%. Y que de igual forma que en el cuadro 4.9.2.1 las actividades que generan mayor número de plazas de empleo fueron las que tienen relación con alojamiento y comidas.

CUADRO 4.9.2.1.1 PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002

ACTIVIDAD	1998	1999	2000	2001	2002
Alojamiento	16.987	16.957	17.246	17.820	19.195
Comidas y bebidas	27.746	27.463	27.496	29.696	30.146
Agencias de viajes	4.483	5.015	5.407	6.198	6.679
Recreación	3.250	3.585	3.890	3.967	3.380
otros	2.201	2.433	2.498	2.534	3.168
TOTAL	54.667	55.453	56.537	60.215	62.568

FUENTE: CATASTROS DE SEFVICIOS TURÍSTICOS 2003 – GERENCIA DE RECURSOS TURÍSTICOS – MINISTERIO DE TURISMO.

Este crecimiento de empleo en este sector, viene a ser muy representativo para el índice de empleo para el país, ya que si se toma en cuenta que desde el año 1998 y aún antes existió una masiva migración de personal ecuatoriano hacia diferentes partes del mundo, y que pese a ello desde este año hasta el 2002, la población empleada en este sector creció en un 13% aproximadamente.

Pero al momento de hacer un análisis del empleo según actividad y provincia, se puede observar que la mayor parte de personas empleadas, lo llevan las

provincias de Pichincha y Guayas, con totales de 22197 y 15908 personas respectivamente, lo que hace pensar que esta situación se da ya que estas son las dos ciudades principales del Ecuador además que es aquí donde se encuentran los aeropuertos internacionales que son una puerta de entrada para todos los turistas que llegan y salen del país. Y cabe señalar que de estas dos provincias es de donde sale el mayor número de producción total, que para el año 2001 según el último informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Pichincha obtuvo 1.134.059.00 USD y Guayas 537.347.00 USD de un gran total de 1.759.490 USD que se genera en todo el país, es decir que estas dos provincias captan el 95% de la producción total del Ecuador.

CUADRO 4.9.2.1.2 PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO SEGÚN ACTIVIDAD Y PROVINCIAS. AÑO 2002.

PROVINCIAS	ALOJAMIENTO	COMIDAS Y BEBIDAS	AGENCIAS DE VIAJES	AREAS DE RECREACION	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL
AZUJAY	1.148	1.929	395	285	46	3.803
BOLIVAR	73	36	4			113
CAÑAR	192	507	61	24		784
CARCHI	259	335	8	50	6	658
COTOPAXI	219	195	21	15		450
CHIMBORAZO	454	528	120	54	4	1.160
EL ORO	567	835	190	244	102	1.938
ESMERALDAS	1.132	479	9	56	51	1.727
GALAPAGOS	278	229	64	31	832	1.434
GUAYAS	4.217	8.716	1.406	823	746	15.908
IMBABURA	1.056	936	121	172	8	2.293
LOJA	552	682	207	34	11	1.486
LOS RIOS	336	379	12	113		840
MANABI	1.526	1.748	211	261	160	3.906
MORONA SANTIAGO	95	62	13	19		189
NAPO	371	133	64	42	2	612
PASTAZA	147	151	20	7		325
PICHINCHA	5.431	11.053	3.504	1.057	1.152	22.197
SUCUMBIOS	190	77	6	15	9	297
TUNGURAHUA	777	901	225	52	33	1.988
ZAMORA CHINCHIPE	39	45	5			89
ORELLANA	136	190	13	26	6	371
TOTAL	19.195	30.146	6.679	3.380	3.168	62.568

FUENTE: CATASTROS DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2003 - GERENCIA DE RECURSOS TURÍSTICOS - MINISTERIO DE TURISMO.

4.9.2.2 CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Como se conoce comúnmente, cada hotel, residencia, hostel, cabañas, pensiones, etc., consta de un cierto número de habitaciones, las cuales a su vez prestan la capacidad para un distinto número de plazas, es decir el número de personas que estarían en condiciones de entrar o permanecer dentro de una habitación determinada y en un hotel determinado. Habiendo realizado esta aclaración se debe indicar que para el año 2002 toda esta capacidad creció de acuerdo a la oferta que se ha incrementado, así pues, el número de plazas para el año 2002 llegó a 110.356, las mismas que en el año 2001 fueron de 105.453 plazas. Es decir que el crecimiento de la capacidad de alojamiento de los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, creció en un 4.44% en el año 2002 y con relación al año 1998 creció en un 15.4%.

Se estableció que como factor común en los cinco años de estudio, el número de hostales y pensiones fue el que mayor registro alcanzó, tanto en cantidad de los mismos, como en habitaciones y número de plazas.

CUADRO 4.9.2.1 CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑOS 1998 – 2002

	1998			1999			2000		
	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ
Hoteles	258	12.778	25.483	265	13.056	26.024	293	14.697	30.288
Hot. residencias	99	3.660	6.815	102	3.739	6.960	89	3.198	6.105
Hot. apartamento	21	416	1.434	22	425	1.464	8	254	737
Hostales	505	8.484	17.048	519	8.668	17.411	558	9.388	19.338
Host. residencias	544	9.612	18.296	561	9.820	18.685	567	10.048	19.796
Hosterías	146	2.661	7.778	150	2.719	7.943	175	2.974	8.807
Cabañas	126	1.662	5.250	130	1.698	5.361	139	1.673	5.348
Pensiones	325	2.792	5.518	334	2.853	5.635	378	3.190	6.567
Moteles	110	2.111	4.202	113	2.157	4.291	134	2.424	4.848
Apartament. tur.	17	253	674	17	258	688	26	400	1.148
Paradores	4	74	146	4	76	149	4	74	146
albergues	16	133	444	16	136	453	14	126	363
Otros	5	70	273	5	72	279	10	127	365
TOTAL	2.176	44.706	93.361	2.238	45.677	95.343	2.395	48.573	103.856

	2001			2002		
	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ
Hoteles	290	14.411	29.594	289	14.293	30.651
Hot. residencias	77	2.735	5.377	82	3.003	6.079
Hot. apartamento	8	244	706	18	437	1.263
Hostales	565	9.505	19.856	570	9.576	20.523
Host. residencias	563	9.813	20.337	621	11.006	22.994
Hosterías	198	3.281	10.014	203	3.259	9.710
Cabañas	147	1.735	5.584	150	1.692	5.577
Pensiones	412	3.417	7.044	415	3.458	7.322
Moteles	136	2.499	4.998	130	2.323	4.646
Apartament. tur.	26	357	1.028	17	244	625
Paradores	5	80	166	5	84	166
albergues	14	142	432	15	145	478
Otros	8	91	317	8	89	322
TOTAL	2.449	48.310	105.453	2.523	49.609	110.356

FUENTE: CATASTROS DE SERVICIOS TURISTICOS 2003

En el Ecuador, de acuerdo con el Ministerio de Turismo, existen cinco normas técnicas para la creación y formación de hoteles, clasificados por categorías. Todos los establecimientos dedicados a brindar servicio de hospedaje, deben registrarse bajo dicha prescripción para poder funcionar. La clasificación está determinada por categorías, según el número de estrellas que se les asigna⁹.

CUADRO 4.9.2.2.2 CLASIFICACIÓN TÉCNICA DE HOTELES

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA
5 ESTRELLAS	LUJO
4 ESTRELLAS	PRIMERA
3 ESTRELLAS	SEGUNDA
2 ESTRELLAS	TERCERA
1 ESTRELLAS	CUARTA

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

Cada uno de los establecimientos enmarcados dentro de las categorías antes mencionadas deberá reunir los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo referidos en la Norma Técnica de Hoteles (Cuadro 4.9.2.2.3). Dicha norma establece las condiciones como: capacidad, composición, superficie de

⁹ www.viveecuador.com

cada una de las habitaciones, áreas de servicio y otras condiciones generales que deberán llevarse a cabo para que los establecimientos puedan funcionar.

CUADRO 4.9.2.2.3 NORMA TÉCNICA DE ALOJAMIENTO

	5 ESTRELLAS LUJO	4 ESTRELLAS PRIMERA	3 ESTRELLAS SEGUNDA	2 ESTRELLAS TERCERA	1 ESTRELLA CUARTA
ALOJAMIENTO:					
No. Habitaciones	70 Hab.	50 Hab.	30 Hab.	30 Hab.	30 Hab.
DOBLE	17 m ²	16 m ²	15 m ²	14 m ²	12 m ²
SIMPLE	12 m ²	11 m ²	10 m ²	9 m ²	8 m ²
CON BAÑO:					
TINA	5 m ²	4 m ²	3,50 m ²		
DUCHA	Jacuzzi	3 m ²	2,50 m ²	2,50 m ²	2,50 m ²
COMIDAS Y BEBIDAS	2,25 m ² c/hab	2 m ² c/hab	1,75 m ² c/hab	1,50 m ² c/hab	1 m ² c/hab
CAFETERIA	1,25 m ² c/hab	1,25 m ² c/hab			
ESCALERA:					
PLANTA BAJA	1,80 m. ancho	1,60 m. ancho	1,50 m. ancho	1,50 m. ancho	1,20 m. ancho
PASILLO	1,80 m. ancho	1,60 m. ancho	1,50 m. ancho	1,30 m. ancho	1,20 m. ancho
ASCENSOR	más de 100 hab. 2 ascensores	más de 50 hab. 1 ascensor	más de 3 pisos 2 ascensor	más de 4 pisos 3 ascensor	más de 4 pisos 4 ascensor
ESCALERA DE SERV.	si	si	si		
ENTRADA PERSONAL	si	si	si		
VESTIBULO	15 m ²	12 m ²	10 m ²	9 m ²	9 m ²
COCINA	70% área com	60% área com.	60% área com.	60% área com.	60% área com.

	5 ESTRELLAS LUJO	4 ESTRELLAS PRIMERA	3 ESTRELLAS SEGUNDA	2 ESTRELLAS TERCERA	1 ESTRELLA CUARTA
SERV. COMPLEM.:					
CASINO	si				
DISCOTECA	si				
SALON CONFERENCIA	2,50 m ² c/hab	2,25 m ² c/hab	2 m ² c/hab	1,75 m ² c/hab	1,50 m ² c/hab
PISCINA	200 m ²				
SALA DE BELLEZA	si				
ALMACENES	si	si			
CANCHAS DEPORTIVAS	si				
SAUNA, TURCO, HIDROM.	si	si			
PARQUEADERO	25% tot. Hab.	15% tot. Hab.	15% tot. Hab.	10% tot. Hab.	10% tot. Hab.
SERVICIO MEDICO	si	si	botiquín	botiquín	
GIMNASIO, MASAJES	si	si			
COMEDOR PERSONAL	si	si	si		
PLANTA ELECTRICA	si	si			

FUENTE: GERENCIA NACIONAL DE RECURSOS TURÍSTICOS, DIVISIÓN TÉCNICA

El Ministerio de Turismo a través del Departamento de Catastro, y en concordancia al cuadro anterior, ha establecido que en el Ecuador, la mayor cantidad de establecimientos que prestan el servicio de alojamiento, pertenecen a la clasificación de hostales residenciales que representan el 26,22% del total de establecimientos, ubicándose en segundo lugar las hostales con un 25.19% de representatividad frente al total, mientras que las pensiones y hoteles con un 17.49% y 12.21% respectivamente, el resto de categorías representa menos del 8% del total de establecimientos del Ecuador.

4.9.2.3 CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA Y POR PROVINCIA

Actualmente en el Ecuador, el mayor número de establecimientos lo conforman aquellos que pertenecen a la tercera categoría, es decir a la que cuenta con 2 estrellas, con un porcentaje del 48.31%, siguiéndole después de este los que pertenecen a la segunda y primera categoría con un 32.44% y 17.68% respectivamente. La categoría de lujo representa el 1.12% y la de cuarta categoría representa el 0.50% siendo prácticamente nula su representación frente al total de establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo.¹⁰

Al realizar el análisis de la mayor capacidad de establecimientos de lujo del país, se encuentra en las provincias de mayor concentración poblacional y turística, es decir, las provincias de Guayas, Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí y El Oro, sumando un total de 25 establecimientos de lujo con 7315 plazas. En cuanto a los establecimientos de primera categoría y siguientes, el patrón es el mismo, o sea, las provincias de mayor concurrencia turística como se da a conocer en el cuadro 4.9.2.3.2 en el que a la vez nos indica la capacidad de los establecimientos de alojamiento, según la categoría a la que pertenece y provincia.

¹⁰ Ministerio de Turismo. Departamento de Catastro

CUADRO 4.9.2.3.1 NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS NACIONALES POR CATEGORÍA. AÑO 2002

TIPOS DE ALOJAMIENTO	CATEGORIA					
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	TOTAL
Hoteles	25	92	102	51	3	273
Hot. residencias		1	21	53	6	81
Hot. apartamento		8				8
Hostales		100	239	224		563
Host. residencias		25	151	409	1	586
Hosterías		92	54	23		169
Cabañas		29	58	47		134
Pensiones		23	87	280	1	391
Apartament. tur.		16	8	1		25
Paradores		3	2			5
TOTAL	25	389	722	1.088	11	2.235

FUENTE: DEPARTAMENTO DE CATASTRO, MINISTERIO DE TURISMO

CUADRO 4.9.2.3.2 CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO, SEGÚN CATEGORÍA Y PROVINCIA. AÑO 2002

PROVINC./CATEG.	LUJO			PRIMERA			SEGUNDA		
	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ
AZUJAY	2	170	346	38	901	2.222	26	544	1.186
BOLIVAR				4	70	251	6	75	274
CAÑAR				2	34	70	9	191	383
CARCHI				5	96	240	11	257	601
COTOPAXI				7	105	252	15	203	421
CHIMBORAZO				22	508	1.753	22	390	1.335
EL ORO	1	64	118	12	416	745	31	608	993
ESMERALDAS				30	712	2.741	135	2.161	7.255
GALAPAGOS				12	196	441	20	275	611
GUAYAS	11	1.451	3.161	45	1.567	3.439	112	3.018	6.618
IMBABURA	1	30	148	21	492	1.135	40	701	1.682
LOJA				24	478	1.101	15	253	464
LOS RIOS				1	50	75	25	484	863
MANABI	1	60	116	31	777	2.004	95	1.513	4.245
MORONA SANTIAGO				2	21	41	8	85	163
NAPO				20	374	907	29	378	877
PASTAZA				6	103	259	9	220	463
PICHINCHA	9	1.788	3.426	122	2.781	5.832	177	3.572	7.365
TUNGURAHUA				20	564	1.229	34	601	1.315
SUCUMBIOS				6	154	306	10	173	335
ZAMORA CHINCHIPE				2	32	53	2	24	45
ORELLANA				2	70	148	9	179	325
TOTAL	25	3.563	7.315	434	10.501	25.244	840	15.905	37.819

PROVINC./CATEGOR.	TERCERA			CUARTA			TOTAL		
	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ	N	HAB	PLAZ
AZUAY	40	770	1.515				106	2.385	5.269
BOLIVAR	7	102	399				17	247	924
CAÑAR	17	260	489				28	485	942
CARCHI	23	380	822				39	733	1.663
COTOPAXI	15	189	329				37	497	1.002
CHIMBORAZO	29	451	1.522				73	1.349	4.610
EL ORO	35	768	1.208	1	6	12	80	1.862	3.076
ESMERALDAS	95	1.403	3.821				260	4.276	13.817
GALAPAGOS	10	95	207				42	566	1.259
GUAYAS	179	3.205	5.877	4	135	259	351	9.376	19.354
IMBABURA	74	1.108	2.385				136	2.331	5.350
LOJA	64	1.025	1.818	3	103	157	106	1.859	3.540
LOS RIOS	52	699	1.095				78	1.233	2.033
MANABI	133	2.139	4.770	4	109	382	264	4.598	11.517
MORONA SANTIAGO	22	265	458				32	371	662
NAPO	47	424	901				96	1.176	2.685
PASTAZA	19	228	394				34	551	1.116
PICHINCHA	201	3.350	6.627	2	85	135	511	11.576	23.385
TUNGURAHUA	98	1.493	2.936				152	2.658	5.480
SUCUMBIOS	21	430	724				37	757	1.365
ZAMORA CHINCHIPE	10	135	258				14	191	356
ORELLANA	19	283	478				30	532	951
TOTAL	1.210	19.202	39.033	14	438	945	2.523	49.609	110.356

FUENTE: CATASTROS DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2003 - GERENCIA DE RECURSOS TURÍSTICOS - MINISTERIO DE TURISMO

4.9.2.4 ANALISIS DE LA CAPACIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE IMBABURA

De acuerdo con el Ministerio de Turismo, y específicamente con los Catastros de Servicios Turísticos, la infraestructura hotelera de la provincia de Imbabura, está a la par con las de las demás provincias de mayor concurrencia turística del país, tanto así que es una de las pocas provincias que presentan por lo menos un establecimiento de lujo, y una de las pocas que no presenta establecimientos de cuarta categoría.

Además Imbabura posee un importante número de instalaciones de primera categoría del total de establecimientos registrados que corresponden a un número de 21 los cuales representan 492 habitaciones y estas a su vez 1135 plazas. Aunque el mayor número registran los establecimientos de tercera categoría con 75 locales, los cuales generan 1144 habitaciones y estas a la vez producen 2460 plazas. En otras palabras la repartición porcentual de los establecimientos en la provincia de Imbabura está repartida como sigue: lujo con un 2.7% de plazas, los establecimientos de primera categoría registran un

21.21% de plazas, los de segunda y tercera categoría, representan un 30.03% y 45.98% respectivamente. Tomando en cuenta que la provincia de Imbabura representa el 10.25% del total de plazas de la región Interandina y un extraordinario 4.84% del total a nivel nacional.

CUADROS 4.9.2.4.1 CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO. AÑO 2002

CATEGORIA	HOTEL APARTAMENTO			HOTEL			HOTEL RESIDENCIA		
	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ
LUJO				1	30	148			
PRIMERA				4	153	314			
SEGUNDA				6	223	495	1	30	65
TERCERA				2	60	146	1	36	75
TOTAL				13	466	1.103	2	66	140
CATEGORIA	HOSTAL			HOSTAL RESIDENCIA			HOSTERIA		
	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ
LUJO									
PRIMERA							17	339	821
SEGUNDA	12	159	332	3	40	110	9	141	451
TERCERA	14	219	499	43	676	1.375	6	66	185
TOTAL	26	378	831	46	716	1.485	32	546	1.457
CATEGORIA	CABAÑAS			PENSION			MOTEL		
	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ
LUJO									
PRIMERA									
SEGUNDA	2	21	44				4	37	74
TERCERA	1	6	12	6	54	114	2	27	54
TOTAL	3	27	56	6	54	114	6	64	128
CATEGORIA	APARTAMENTOS TURISTICOS			ALBERGUES			PARADOR		
	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ
LUJO									
PRIMERA									
SEGUNDA				1	6	20	1	8	16
TERCERA									
TOTAL				1	6	20	1	8	16
CATEGORIA	OTROS			TOTAL					
	No.	HAB.	PLAZ	No.	HAB.	PLAZ			
LUJO				1	30	148			
PRIMERA				21	492	1.135			
SEGUNDA				39	665	1.607			
TERCERA				75	1.144	2.460			
TOTAL				136	2.331	5.350			

FUENTE: CATASTROS DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2003 - GERENCIA DE RECURSOS TURÍSTICOS - MINISTERIO DE TURISMO

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, en la provincia de Imbabura, según el Ministerio de Turismo, no se registra ningún establecimiento que pertenezca a la clasificación de HOTEL APARTAMENTO, ni tampoco a APARTAMENTOS TURÍSTICOS u OTROS. Al contrario de esto, la clasificación que mayor número de establecimientos registra es la que corresponde a HOSTAL RESIDENCIA, el cual genera un total de 1.485 plazas.

4.9.2.5. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

A continuación se analizará y se dará a conocer todos los establecimientos que prestan servicio de hospedaje en toda la provincia de Imbabura, afiliados y no afiliados en el Ministerio de Turismo:

CUADROS 4.9.2.5.1 OFERTA TURÍSTICA EN IMBABURA

CANTON IBARRA: PARROQUIA IBARRA

CABAÑAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
CUMBRES ANDINAS	PANAMERICANA SUR Km 4	TERCERA	2950-424

HOSTALES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
EL DORADO	OVIEDO 5-47 Y ROCAFUERTE	SEGUNDA	2958-700
MASTER'S	RAFAEL LARREA 3-59 Y S. BOLIVAR	SEGUNDA	2958-686
PALMA REAL	AV. MARIANO ACOSTA 16-59	SEGUNDA	2642-416
EL ZARAPE	AV. CRISTOBAL DE TROYA 9-169	SEGUNDA	2955-241
CASA AIDA	GALO PLAZA VIA A LA REMONTA	TERCERA	2642-020
LA CASONA DE LOS LAGOS	SUCRE 3-50 Y GRIJALVA	TERCERA	2957-844
CUMBRES ANDINAS	AV. MARIANO ACOSTA 26-180	TERCERA	2950-424
EL FOGON DEL PAISA	AV. CRISTOBAL DE TROYA 6-127	TERCERA	2601-549
NUEVA COLONIA	OLMEDO 5-19	TERCERA	2952-918
EL RETORNO	PEDRO MONCAYO 4-32 Y PSJE SUCRE	TERCERA	2957-722
EL VIAJERO	AV. CRISTOBAL DE TROYA 12-55	TERCERA	2957-962

HOSTALES RESIDENCIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
EL EJECUTIVO	BOLIVAR 9-69 Y COLON	SEGUNDA	2952-511
MADRID 3	OLMEDO 8-69 Y PEDRO MONCAYO	SEGUNDA	2643-110
AMAZONAS	RAFAEL SANCHEZ 1-77 Y Z. VILLACIS	TERCERA	2957-007
MI CASA	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-51 Y COLON	TERCERA	2953-589
ECUADOR	OB. MOSQUERA 5-54 Y BOLIVAR	TERCERA	2956-425
EL EDEN	AVS CRISTOBAL DE TROYA Y GUZMAN	TERCERA	2958-887
FENIX	PEDRO MONCAYO 7-44 Y OLMEDO	TERCERA	2959-729
EL FLAMINGO	COLON 8-20 Y OLMEDO	TERCERA	2955-828
EL GIRASOL	CHICA NARVAEZ 7-48 Y P. MONCAYO	TERCERA	2952-664
GUAYAS	PEDRO MONCAYO 8-54	TERCERA	2955-610
IMBABURA	OVIEDO 9-33 Y CHICA NARVAEZ	TERCERA	2950-155
IMPERIO	OLMEDO 8-62 Y PEDRO MONCAYO	TERCERA	2952-929
LOS LAGOS	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-16	TERCERA	2959-040
MAJESTIC	OLMEDO 7-63 Y OVIEDO	TERCERA	2950-052
LA MERCED	SANCHEZ Y CIFUENTES 6-34	TERCERA	2643-277
NUEVA COLONIA 2	ANTONIO BORRERO 6-73 Y OLMEDO	TERCERA	2977-799
OLMEDO	VELASCO 8-55 Y OLMEDO	TERCERA	2950-096
EL PARAISO	FLORES 9-53 Y SANCHEZ Y CIF.	TERCERA	2958-752
LA POSADA	URUGUAY 1-37 Y AV. VICTOR GUZMAN	TERCERA	2956-630
RECALDE	OLMEDO 9-84 Y VELASCO	TERCERA	2954-780
SAN LORENZO	OLMEDO 10-56 Y COLON	TERCERA	2640-174
TAHUANDO	AV PEREZ GUERRERO 8-56	TERCERA	2952-452
VACA	BOLIVAR 7-53 Y OVIEDO	TERCERA	2955-844
VARSOVIA	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-51	TERCERA	2952-952

HOSTERIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
CHORLAVI	PANAMERICANA SUR Km. 4	PRIMERA	2932-222
EL PRADO	PANAMERICANA NORTE Km. 1	PRIMERA	2959-570
RANCHO TOTARAL	AUTOPISTA YAHUARCOCHA Km. 5	PRIMERA	2955-544
EL RANCHO DE CAROLINA	PANAMERICANA SUR Km 4	SEGUNDA	2932-215

HOTELES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
AJAVI	AV. MARIANO ACOSTA 16-38	PRIMERA	2955-221
LA GIRALDA	AV. ATAHUALPA 15-142 Y BONILLA	PRIMERA	2956-002
IMPERIO DEL SOL	AUTOPISTA YAHUARCOCHA Km. 9½	PRIMERA	2959-795
EL CONQUISTADOR	AUTOPISTA YAHUARCOCHA Km. 9	SEGUNDA	2953-985
MONTECARLO	AV JAIME RIVADENEIRA 5-55 Y OVIEDO	SEGUNDA	2958-266
TURISMO INTERNACIONAL	JUAN HERNANDEZ Y RAFAEL TROYA	SEGUNDA	2952-814
IBARRA	OB. MOSQUERA 6-158	TERCERA	2955-091
LAGO AZUL	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO	TERCERA	2641-851

HOTELES RESIDENCIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
ROYAL RUIZ	OLMEDO 9-40 Y PEDRO MONCAYO	SEGUNDA	2641-999
MADRID 2	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO	TERCERA	2956-177

MOTEL

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
MEDITERRANEO	EL OLIVO ALTO	SEGUNDA	2640-007
MIRADOR DE YAHUARCOCHA	EL OLIVO ALTO	SEGUNDA	2600-396

PARADORES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
YAHUARCOCHA	AUTOPISTA YAHUARCOCHA Km. 9	SEGUNDA	2951-500

PENSIONES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
MADRID 1	OLMEDO 8-57 Y PEDRO MONCAYO	TERCERA	2951-760
NUCANCHIK WASI	CHICA NARVAEZ	TERCERA	2953-037

PARROQUIA AMBUQUI:**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
EL OASIS	PANAMERICANA NORTE Km. 39	PRIMERA	2941-192
ARUBA	PANAMERICANA NORTE Km. 37½	SEGUNDA	2941-146
EL EDEN DEL VALLE	PANAMERICANA NORTE Km. 32	SEGUNDA	2941-116
EL KIBUTZ	PANAMERICANA NORTE Km. 27	SEGUNDA	2941-141
PALMIRA	PANAMERICANA NORTE Km. 36	SEGUNDA	2941-184
TIERRA DEL SOL	PANAMERICANA NORTE Km. 35	SEGUNDA	2941-142
ARCO IRIS	PANAMERICANA NORTE Km. 31½	TERCERA	2941-135
FABRICIO'S	PANAMERICANA NORTE Km. 37½	TERCERA	2941-798
EL JORDAN	PANAMERICANA NORTE Km. 39	TERCERA	2941-112

PARROQUI LA CAROLINA**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
MARTHY ZU	VIA A LITA Km. 65	SEGUNDA	2906-636
EL LIMONAL	VIA A LITA Km. 66	TERCERA	2956-523

CANTON ANTONIO ANTE**PARROQUIA ATUNTAQUI****HOSTALES RESIDENCIALES**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
IMBABURA REAL	BOLIVAR Y AMAZONAS	TERCERA	2907-564

MOTELES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
PARAISO	LUIS H GORDILLO 17-82	SEGUNDA	
PULSACIONES	PANAMERICANA NORTE Km. 3	SEGUNDA	2906-010

PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
NATABUELA	PANAMERICANA NORTE Km 3½	PRIMERA	2932-032

MOTELES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
BELLAVISTA	PANAMERICANA NORTE Km. 4	TERCERA	
LOS SAUCES	VELASCO IBARRA S/N	TERCERA	

CANTON COTACACHI**PARROQUIA COTACACHI****HOSTALES**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
COTACACHI	10 DE AGOSTO 12-40 Y BOLIVAR	SEGUNDA	2915-286
PLAZA BOLIVAR	BOLIVAR 12-26 Y 10 DE AGOSTO	SEGUNDA	2915-755
SUMAC HUASI	JUAN MONTALVO 11-09 Y P. MONCAYO	SEGUNDA	2915-875
POSADA MUNAYLLA	10 DE AGOSTO S/N Y SUCRE	TERCERA	2916-169

HOSTALES RESIDENCIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
BACHITA	SUCRE 16-74 Y M. PEÑAHERRERA	TERCERA	2915-063

HOSTERIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
LA BANDA	10 DE AGOSTO 22-83 Y ESMERALDAS	PRIMERA	2915-176
MESON DE LAS FLORES	13-67 Y SUCRE	PRIMERA	2916-009
LA MIRAGE	10 DE AGOSTO PROLONGACION	PRIMERA	2915-237

PARROQUIA QUIROGA**CABAÑAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
MIRADOR	MIRADOR LAGO CUICOCHA	TERCERA	

HOSTERIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
POSADA LOS PINOS D CUICOCHA	HCDA. STA. ROSA Km. 4	SEGUNDA	

CANTON OTAVALO**PARROQUIA OTAVALO****ALBERGUES**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
JATUN PACHA	31 DE OCTUBRE 19 Y QUITO	SEGUNDA	2922-223

CABAÑAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
EL ROCIO	BARRIO SAN JUAN CALLE	SEGUNDA	2920-584

HOSTALES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
ALI SHUNGU	AV. QUITO Y MIGUEL EGAS	SEGUNDA	2920-750
AMERICA INTERNACIONAL	SUCRE S/N Y QUIROGA	SEGUNDA	2923-755
CHUQUITOS	SIMON BOLIVAR 10-13 Y MORALES	SEGUNDA	2923-373
DOÑA ESTHER	JUAN MONTALVO 4-44 Y BOLIVAR	SEGUNDA	2920-739
EL INDIO	SUCRE 12-14 Y SALINAS	SEGUNDA	2920-060
EL RINCON DE BELEN	ROCA S/N Y JUAN MONTALVO	SEGUNDA	2921-360
LOS ANDES	SUCRE S/N Y QUIROGA	TERCERA	2921-057
ISHKA	MODESTO JARAMILLO 5-69 Y MORALES	TERCERA	2920-684
RUNA PACHA	ROCA 10-04 Y QUIROGA	TERCERA	2921-730
VALLE DEL AMANECER	ROCA Y QUIROGA ESQ.	TERCERA	2920-990

HOTELES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
EL INDIO INN	BOLIVAR 9-04 Y A. CALDERON	PRIMERA	2922-922
EL CORAZA	A. CALDERON Y SUCRE	SEGUNDA	2921-221
OTAVALO	ROCA 5-04 Y GARCIA MORENO	SEGUNDA	2920-416
YAMOR CONTINENTAL	AV. PAZ PONCE DE LEON S/N	SEGUNDA	2920-451

PENSIONES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
LOS ANGELES	COLON 4-08 Y BOLIVAR	TERCERA	2920-058
CASA DE KORES	ROCA 7-19 Y GARCIA MORENO	TERCERA	2924-893
SAN LUIS	A. CALDERON 6-02 Y 31 DE OCTUBRE	TERCERA	2920-614
SANTA FE	COLON 5-07 Y SUCRE	TERCERA	2921-161

HOSTALES RESIDENCIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
LOS PONCHOS INN	SUCRE Y QUIROGA ESQ.	SEGUNDA	2923-575
ALY	SALINAS Y SIMON BOLIVAR ESQ.	TERCERA	2921-831
EL CACIQUE OTAVALEÑO	AV. 31 DE OCTUBRE 900 Y QUITO	TERCERA	2921-740
CASCADA	COLON 5-06 Y SUCRE	TERCERA	2920-165
COLON	COLON 7-13 Y ROCAFUERTE	TERCERA	2924245
EL GERANIO	ROCAFUERTE Y MORALES	TERCERA	2920-185
KIKINPAQ	SUCRE 14-14 Y QUIROGA	TERCERA	2922-408
MARIA	M. JARAMILLO Y COLON	TERCERA	2920-672
PACARI	CDLA. 31 DE OCTUBRE	TERCERA	2922-169
LOS PENDONEROS	ABDON CALDERON 6-10 Y BOLIVAR	TERCERA	2925-493
RINCON DEL VIAJERO	ROCA 11-07 Y QUIROGA	TERCERA	2921-741
RIVIERA SUCRE	GARCIA MORENO 3-14 Y ROCA	TERCERA	2920-241
EL ROCIO	MORALES Y MIGUEL EGAS	TERCERA	2920-584
SAMAC TARINA	A. CALDERON 7-13 Y 31 DE OCT.	TERCERA	2920-182
SAMAJ HUASI	M. JARAMILLO 6-61 Y SALINAS	TERCERA	2921-126
SAMARINA	M. JARAMILLO 5-45 Y COLON	TERCERA	2921-380
SAMAY INN	A. CALDERON 10-05 Y SUCRE	TERCERA	2922-871
SAMAY INN No. 3	AV 31 DE OCTUBRE 9-01 Y QUITO	TERCERA	2922-438
SANTA FE No. 2	ROCA 7-34 Y G. MORENO	TERCERA	2921290
SANTA MARTHA	COLON 7-04 Y 31 DE OCTUBRE	TERCERA	2920-147

PARROQUIA MIGUEL EGAS**CABAÑAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
TROJE COTAMA	PANAMERICANA NORTE Km. 4	SEGUNDA	2946-119

HOSTALES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
FACCHA	BARRIO FACCHA LLACTA	SEGUNDA	
AYA HUMA	SECTOR ATAHUALPA - PEGUCHE	TERCERA	2922-663

HOSTERIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
LA CASA DE HACIENDA	PANAMERICANA NORTE Km. 3	PRIMERA	2946-336
PEGUCHE TIO	ENTRADA PRINCIPAL A PEGUCHE	TERCERA	2922-619

PARROQUIA QUICHINCHE**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
CASA MOJANDA	MOJANDITA DE CURUBI	PRIMERA	
LA LUNA DE MOJANDA	COMUNIDAD UCshaloma	SEGUNDA	
LAS PALMERAS DE QUICHINCHE	QUICHINCHE SECTOR ANDA VIEJO	SEGUNDA	2922-607

PARROQUIA SAN JUAN DE ILUMAN**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
HACIENDA PINSAQUI	PANAMERICANA NORTE Km. 5	PRIMERA	2946-117

HOTELES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
HOTES SPA RESORT VISTA DL M.	PANAMERICANA NORTE Km. 7½	LUJO	2946-333

PARROQUIA SAN PABLO**HOSTERIAS**

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
CABAÑAS DEL LAGO	ORILLAS LAGO SAN PABLO	PRIMERA	2918-108
CUSIN	HACIENDA CUSIN	PRIMERA	2918-013
JATUNCOCHA	COMUNIDAD ARAQUE	PRIMERA	2918-191
PUERTO LAGO	PANAMERICANA SUR Km. 5½	PRIMERA	2920-920

CANTON URCUQUI

HOSTALES

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
CHACHIMBIRO	VIA A CHACHIMBIRO	TERCERA	

HOSTERIAS

NOMBRE	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
LA CASTILLA	VIA A TUMBABIRO	PRIMERA	2934-135
SAN FRANCISCO	VIA A CHACHIMBIRO Km. 19	PRIMERA	2934-161

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

Como se ha podido apreciar la infraestructura hotelera en la provincia de Imbabura, es bastante diversa, en lo que ha categorías se refiere, y bastante numerosa en cuanto a número de establecimientos existen. Este proyecto, busca la mejor adaptación en la zona, implementando una eco – hostería de primera categoría, y que brinde a los turistas el mismo servicio e incluso mejorado, de las hosterías comunes y normales de la zona, además se puede dar cuenta que en la parroquia de San Pablo, las hosterías que están en su entorno corresponden a una categoría de primera, y en el cantón Otavalo, que es la ciudad más próxima, está abarrotado de hostales residenciales de una tercera categoría, lo que significa que de acuerdo a un estudio de mercado confiable en los gustos y preferencias de los turistas extranjeros y locales, la eco – hostería en mención podría ser el primer establecimiento de alojamiento que preste los servicios de una hostería de primera calidad, incorporando ya sea en su infraestructura y en sus servicios, como en la mente del turista, el sentido de sustentabilidad tanto del medio geográfico, como de su cultura y sociedad.

4.10 ANALISIS DE LOS PRECIOS

Al hacer el análisis del equilibrio de la demanda y oferta turística de la provincia de Imbabura, en lo que se refiere a los establecimientos de primera categoría e incluso considerando a aquellos que pertenecen a categorías de lujo, se puede establecer que existen diferencias muy mínimas entre sus precios, separados o diferenciados únicamente por su modo de presentación de la oferta de plazas, así se puede ver que los distintos establecimientos de alojamiento, sean estos hoteles, hosterías, spas, hostales, etc. Se clasifican en habitaciones simples,

que son para una sola persona; habitaciones dobles, que obviamente son para dos personas; y las cabañas o swifts, que en su mayoría son para cinco personas. Este precio oscila entre los 30.00 USD. Hasta los 70.00 USD. las más caras, señalando que la diferencia de precios se da por la calidad del servicio y además por la infraestructura de los establecimientos.

A continuación se da a conocer un cuadro con los diferentes precios de los diferentes establecimientos de primera y de lujo de la provincia de Imbabura.

CUADRO 4.10.1 PRECIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS (DOLARES)

ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	HABITAC. SIMPLE	HABITAC. DOBLE	CABAÑA
Hostería Sn. Francisco	Primera	32,00	45,00	
Hacienda Cusín	Primera	75,00	105,00	120,00
Cabañas del Lago	Primera	50,00	55,00	60,00
Hostería Puerto Lago	Primera	65,00	90,00	110,00
Spa Vista del Mundo	Lujo	30,00	35,00	45,00
Hostería El Prado	Primera	25,00	35,00	45,00
La Casa de Hacienda	Primera	20,00	40,00	60,00
El Oasis	Primera	30,00	40,00	50,00

FUENTE: ENCUESTAS DE LOS AUTORES

Como se puede observar en el cuadro anterior, los precios son bastante variables, entre una hostería y otra, esto se da básicamente por su ubicación geográfica, por su número de clientes, o por su calidad de servicios e infraestructura instalada, de esta forma, un turista que decide hospedarse en la hostería Cabañas del Lago no va a tener los mismos gustos y preferencias que aquel que se hospede la hostería El Prado o en el Oasis; este fenómeno se da porque los turistas extranjeros prefieren un contacto más cercano con la naturaleza antes que disfrutar de una piscina, de un tobogán o de cosas y servicios similares que cualquier persona o turista ecuatoriano prefiera, es por esta razón la diferencia de precios entre hosterías de similares servicios; y

esta diferencia es más notoria incluso al comparar entre la única hostería de categoría de lujo Spa Vista del Mundo y la hostería Puerto Lago, su diferencia de precios es casi la mitad de la otra, y pese a que Puerto Lago pertenece a categoría de primera.

También se analizó que a estos precios antes mostrados, todo establecimiento encuestado, cobra el 12% correspondiente al Impuesto al Valor Agregado (IVA), y también cobran el 10% de servicio, este último impuesto es aplicable en todo servicio, ya sea hospedaje, alimentación o cualquier actividad de recreación.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, se puede tipificar a estos precios como *Precio Local* que es aquel precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de estas localidades el precio cambia¹¹.

4.10 CONCLUSIONES

De acuerdo al presente estudio de mercado se ha podido concluir que el nicho de mercado a atacar serán todas las personas que: llegan a la provincia de Imbabura de cualquier parte del Ecuador y del exterior, que su principal vía de acceso es Quito, de un nivel profesional alto, con una edad promedio entre 30 y 39 años, acompañados de niños y adultos y que corresponden a un 60% hombres y un 40% mujeres.

Además se ha podido establecer que la oferta turística en la provincia de Imbabura tiene una gran variedad de escenarios, no obstante, los establecimientos que están comparados con este proyecto, presentan un nivel ocupacional del 32% en promedio, teniendo variación en los diferentes meses del año.

¹¹ Baca Urbina Gabriel – Evaluación de Proyectos. Pág. 120

CAPITULO 5

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

5. ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL.

Este capítulo corresponde al estudio de los recursos naturales, involucrados de forma directa e indirecta en el desarrollo del proyecto de la eco hostería, así como también se analiza la minimización de los impactos que pueda ocasionar el proyecto en su normal desarrollo en la zona de influencia del Lago San Pablo y en general de la provincia de Imbabura.

5.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO.

En el momento que se hace mención a los *recursos naturales*, se refiere a todos los medios naturales que se involucra en el desarrollo del proyecto, así por ejemplo, las comunidades o parroquias que sin importar por el momento su población, cultura, demografía, etc., constituyen un lugar geográfico de estudio; así como también se puede hablar de recursos naturales, a todas las cuencas hidrográficas de la región; a las montañas, nevados, cerros, quebradas, terrazas, valles, depósitos, etc.; e incluso a los lugares que el hombre a aportado en su creación como por ejemplo los caminos de tercer orden, los cultivos de plantas. Y por último también constituye un recurso natural la flora y fauna propia de la región.

De esta forma se estudiará como primera cosa la estructura parroquial de la cuenca del Imbakucha (Lago San Pablo).

5.1.1 ESTRUCTURA PARROQUIAL.

5.1.1.1 EUGENIO ESPEJO.- Es una parroquia ubicada al margen del lago San Pablo o Imbakucha, sus primeros habitantes lo conformaron hombres y mujeres provenientes de Otavalo y de la aldea de Calpaquí. Entre sus primeras comunidades se puede citar a Pucará Alto, Pucará de Velásquez, Calpaquí, Chichuquí, Mojandita de Avelino Dávila, Males Pamba (hoy conocido como Puerto Alegre), Waksara; entre las comunidades de recién creación están: Arias Pamba, Censo, Copacabana, Pivarinsig, Kuaraburo, que suman un total de once.

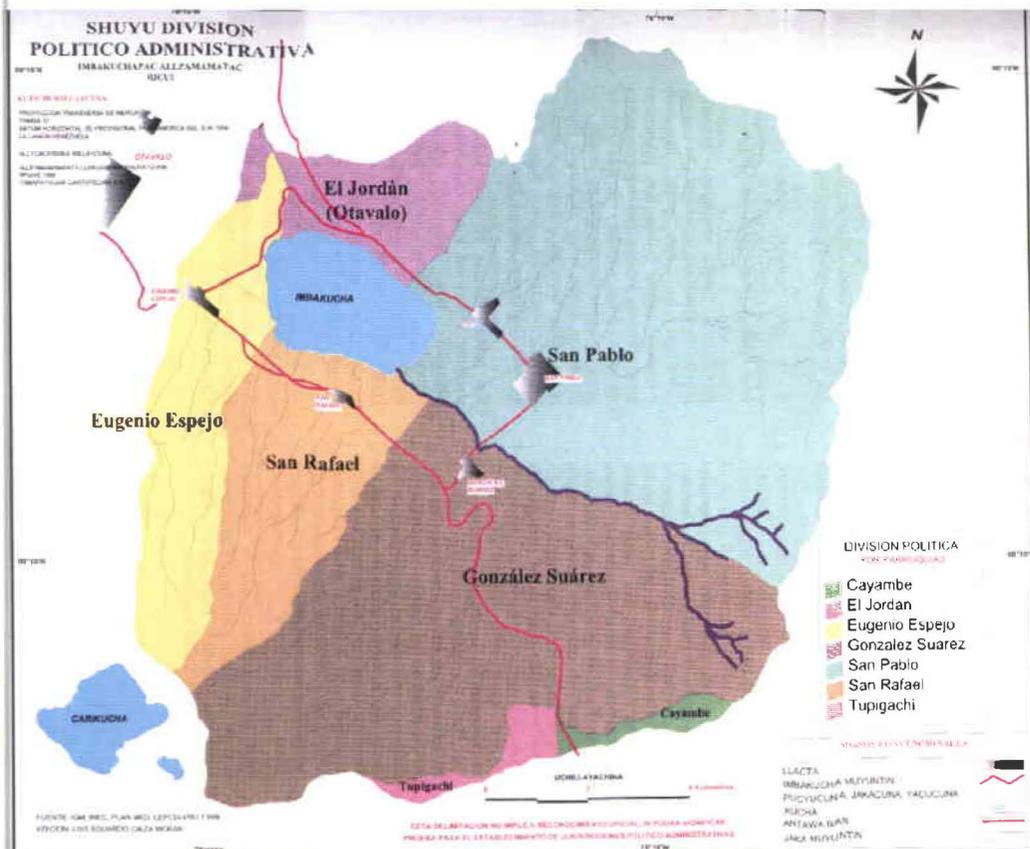
5.1.1.2 SAN RAFAEL.- A la parroquia de San Rafael pertenecen las comunidades de: Huaycopungo Grande, Tocagón, Coragaloma, San Miguel Alto, Cachimuel, Sánchez Pugro, Cachiviro, San Miguel Bajo, Cuatro Esquinas.

5.1.1.3 GONZALES SUAREZ.- Es una parroquia rural que se encuentra situada en la Cuenca del Lago San Pablo, a esta parroquia pertenecen las comunidades de Pijal, Gualacata, San Agustín de Cajas, Caluquí, Mariscal Sucre, Eugenio Espejo de Cajas, Inti Waykopungo.

5.1.1.4 SAN PABLO DEL LAGO.- Es una de las parroquias más antiguas de la cuenca del Imbakucha, entre las comunidades que la conforman están: Araque, Abatag, Cusimpamba, Imbaburita, Gualabí, Topo, Angla, Ugsha, Cocha Loma Y Casco Valenzuela.

GRAFICO 5.1.1

DIVISION POLÍTICA DE IMBABURA



5.1.2 GEOLOGIA.

Entre las formaciones geológicas de la cuenca del Imbakucha se puede citar:

5.1.2.1 VOLCANICOS DEL MOJANDA.- Consiste en lavas y aglomerados derivados de erupciones del Cuicocha y Mojanda, que han sido recubiertos en la zona por cangagua. El espesor total sobrepasa los 200m y son materiales impermeables.

5.1.2.2 VOLCANICOS DEL IMBABURA.- Localizados al norte de Imbakucha, el volcán está constituido de lavas, andesitas compactas de grano fino a medio. Los aglomerados son fragmentos de roca.

5.1.2.3 VOLCANICOS DEL CUSIN.- Consiste en una caldera modificada por los glaciares pleistocénicos y abierta al noreste. Los piroclastos están compuestos por fragmentos de pómez de color blanco amarillento, son impermeables.

5.1.2.4 CANGAGUA.- Es un depósito de toba volcánica y ceniza, es material semipermeable, el color es variable de gris a amarillo. Hay evidencia de que la depositación principal de la cangagua se remonta a más de 12.500 años.

5.1.2.5 DEPOSITOS LAHARITICOS.- Estos depósitos se han conformado por una mezcla rápida de escombros de material volcánico y agua, que se han desplazado a lo largo de las pendientes del volcán Imbabura. Están constituidos por fragmentos de rocas volcánicas de tamaño variable con matriz arenosa. Afloran al norte del lago Imbakucha y se hallan recubiertos por depósitos lagunares.

5.1.2.6 TERRAZAS.- En la zona existen terrazas aluviales en varios niveles y se encuentran en la parte oriental del lago. Sector de las quebradas de El Topo y Angla. Se caracteriza por un relieve suave y detritos volcánicos de textura variable recubiertos de cangagua.

5.1.2.7 DEPOSITO LAGUNAL.- Bordea el lago y se relaciona con la actividad de los glaciares. Esta constituido por limos y arenas, con la presencia de ciertos cantos de roca volcánica. Pueden ser considerados materiales impermeables.

5.1.2.8 DEPOSITOS COLUVIALES.- Fragmentos angulares de rocas volcánicas, están recubiertos por un suelo orgánico o arcilloso.

5.1.2.9 DEPOSITOS ALUVIALES.- Los depósitos aluviales se localizan en el cauce del río Jatunyacu y quebradas de Cajas, La Cruz, Seca. Conformados por bloques de rocas volcánicas, gravas y arena, son materiales permeables.

5.1.3 GEOMORFOLOGIA

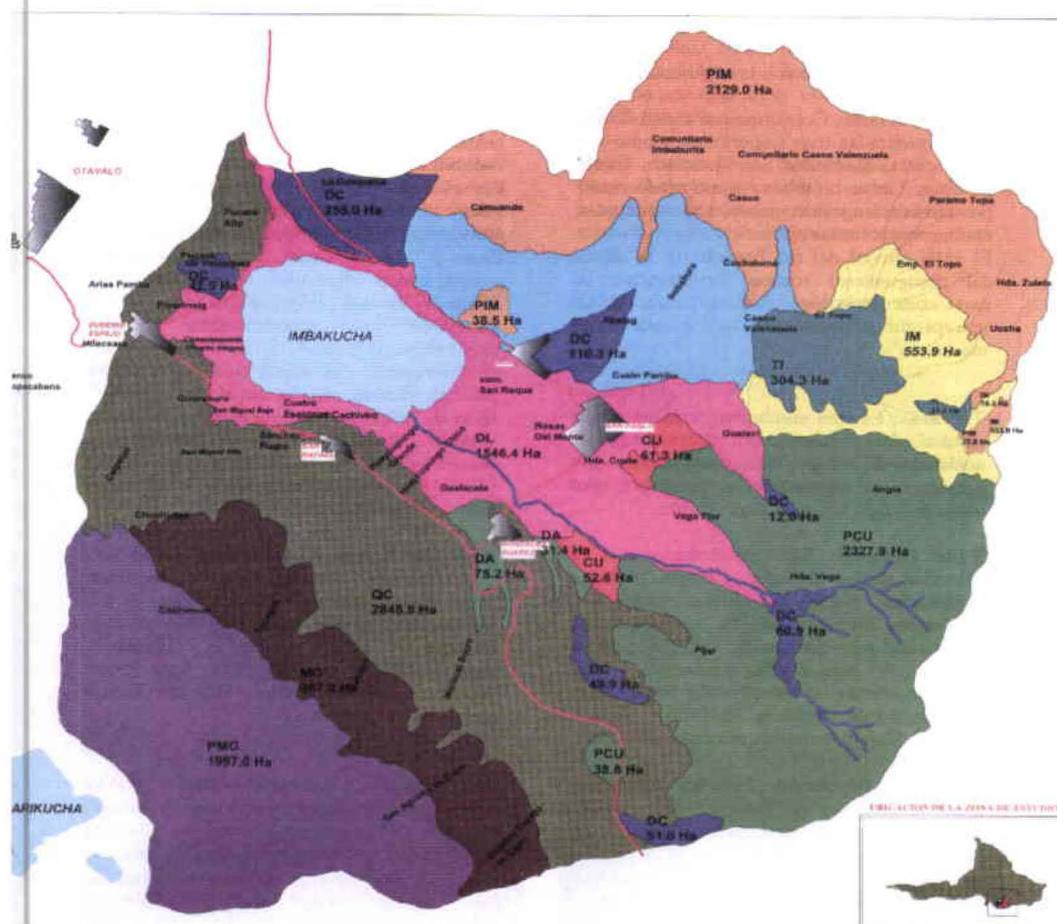
Las formas de relieve son las siguientes:

5.1.3.1 VALLES ALUVIALES.- Conforman el cause de los ríos y quebradas importantes, como los valles de las quebradas San Francisco, Cajas, La Cruz. Tienen un relieve suave conformado por terrazas angostas. Pendientes moderadas medianamente estables. El valle aluvial de río Peguche (a la altura del desaguadero) rompe abruptamente la parte norte de la loma Pucara, conformando una pendiente transversal y de estabilidad moderada.

5.1.3.2 TERRAZAS.- Existen terrazas de varios niveles, un ejemplo de ellas es la que cruza la quebrada de El Topo, su caracterización es de relieve suave, recubierto por cangagua, son terrenos muy estables.

GRAFICO 5.1.2

DISTRIBUCIÓN GEOLÓGICA IMBAKUCHA



FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

5.1.3.3 VALLE LAGUNAL.- Se encuentran bordeando el lago y están en relación con la actividad de los glaciares, posee un relieve suave con pendientes menores al 5%, medianamente disectadas por quebradas, diferenciándose dos niveles: uno inferior que es pantanoso, y otro superior donde se asientan las poblaciones de San Pablo, Araque, González Suárez, Eugenio Espejo, entre las principales.

5.1.3.4 CONOS DE DEYECCIÓN.- Se les conoce a aquellos desprendimientos antiguos y recientes de grandes masas de tierra, que se acumulan al pie de las laderas, formando conos o abanicos de depósito con relieve gradual abrupto a suave. Un cono asociado al terremoto de 1868 se mantiene activo debido a las

fuerzas pendientes del Imbabura y a otros materiales volcánicos. Al noreste del lago, hay otro de menor tamaño sobre el cual se asienta la población de Araque.

5.1.3.5 COLUVIONES.- Son caracterizados por derrumbes en relieves de fuerte pendiente, que se depositan en partes bajas, como en el sector de Pucará Bajo.

5.1.3.6 COLUVIO ALUVIALES.- Se conforman por derrumbes, deslizamientos en las zonas de fuertes pendientes, arrastrados por torrentes, como la hacienda Cajas, Pijal Alto, hacienda La Vega, Gualaví.

5.1.3.7 DOMO VOLCÁNICO.- Se caracteriza por un drenaje radial, de cima redondeada de pendiente mayor al 70%, se localiza en las faldas del Imbabura, es conocido como Loma Atallaro. También existen encañonamientos que presentan un relieve colinado, disectados, de cimas agudas, vertientes con pendientes mayores al 70%, visibles en los páramos de Mojanda. Se observa la cicatriz de despegue en la parte alta de los relieves arcillosos, donde se produce desprendimiento del material saturado de agua.

5.1.4 DIVISION DE CUENCAS Y MICROCUENCAS

Según la división político – administrativa, la cuenca hidrográfica abarca los territorios de cinco parroquias, pertenecientes al cantón Otavalo, provincia de Imbabura; y dos parroquias pertenecientes al cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Básicamente la cuenca del Imbakucha está distribuida en tres vertientes principales:

5.1.4.1 VERTIENTE SUR O RIO ITAMBI.- Esta cuenca es la más grande, su superficie abarca unas 11.091 has. Según las parroquias, este territorio se distribuye de la siguiente forma:

González Suárez: 4.873.5 has.

San Pablo: 5.567.3 has.

San Rafael: 396 has.

Cayambe: 119.3 has.

Tupigachi: 135.5 has.

Nace en la Rinconada de Cusín, aumenta el caudal con varias fuentes junto con las que descienden de Cajas, y desemboca en el lago.

5.1.4.2 VERTIENTE OCCIDENTAL.- Que nace desde el páramo de Mojanda.

5.1.4.3 POGYOS O VERTIENTES.- Ubicados en diferentes sitios de la cuenca.

CUADRO 5.1.4.3.1

MICROCUENCAS O QUEBRADAS ESTACIONARIAS DEL LADO OCCIDENTAL.

Microcuencas o Quebradas	Parroquia
Quebrada Tupitze	San Rafael - E. Espejo
Quebrada Cachimuel	San Rafael
Quebrada San Miguel	San Rafael
Quebrada Anguaya	San Rafael - E. Espejo
Quebrada Chuchuquí	San Rafael - E. Espejo
Quebrada Pivarinsig	Eugenio Espejo.

FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

También se encuentra la vertiente oriental que nace en las entrañas del Imbabura.

CUADRO 5.1.4.3.2

MICROCUENCAS O QUEBRADAS ESTACIONARIAS ORIENTALES.

Microcuencas o Quebradas	Parroquia
Quebrada de Angla	San Pablo
Quebrada de Imbaburita	San Pablo
Quebrada Camuendo	San Pablo - El Jordán
Quebrada Cusín	San Pablo
Quebrada de Mayuco	San Pablo
Quebrada de Valencia	San Pablo
Quebrada Avelino	San Pablo
Quebrada San Francisco	San Pablo
Quebrada Leonardo	San Pablo
Quebrada Azaya	El Jordán - Otavalo
Desaguadero	E. Espejo - El Jordán

FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

5.1.5 RECURSO AGUA

El agua generalmente provenientes de las fuentes hidrográficas antes citadas, son para uso doméstico, para la ganadería y en menor proporción para riego.

Generalmente en la parte plana del río Itambi, el agua proviene de vertientes o afloramientos situados entre 2.650 a 3.820 metros de altura, y que en total son cincuenta y cinco. Las comunidades del sector usan a las vertientes como fuente de abastecimiento de agua para uso doméstico en alimentación y lavado de ropa, y para el consumo de animales; sin embargo, existe escasez de este recurso, con mayor acentuación en las épocas de sequía es decir entre los meses de junio a septiembre.

5.1.6 RECURSO SUELO

Las actividades agropecuarias están ocasionando procesos de degradación de los recursos suelo, agua y bosque, que están afectando la producción de agua en las zonas altas y la calidad en el lago y afluentes, a esta situación se suma la problemática de saneamiento ambiental, salud y educación. La cuenca del Imbakucha es una región agrícola por excelencia, entre cuyos cultivos figuran los siguientes:

5.1.6.1 CULTIVOS DE CICLO CORTO.- En lo que a ocupación del suelo corresponde, entre el 40% a 70% de las fincas familiares, está destinado al cultivo de productos de ciclo corto: maíz, ocas, melloco, morocho, calabaza, trigo, habas, chocho, papa y quinua, complementados con las hortalizas tradicionales. Los productos, en un porcentaje del 80% sirven para el autoconsumo, mientras que el 20% restante sirve para semilla y la comercialización.

5.1.6.2 VEGETACION NATURAL (PARAMO NATURAL).- La presencia de elevaciones de gran altitud y de cerros y lomas que circundan la cuenca, justifica el alto porcentaje de páramos y matorrales, donde se producen frutos silvestres comestibles como los mortiños, mora, taxo, etc. En general, el matorral se encuentra a partir de los 2.800m., mientras que el páramo se encuentra a partir de los 3.200m.

5.1.6.3 PASTOS.- Constituyen la tercera cubierta de importancia dentro de la zona, con alrededor del 8.4%, diferenciados entre pasto natural, artificial y una mezcla de ambos.

5.1.6.4 BOSQUES.- Dentro de la zona se aprecian varias formaciones boscosas, sobresaliendo las de eucalipto, ubicadas en la localidad de la Empresa Intercomunitaria El Topo, Ucsha, Angla, Cochaloma y Mariscal Sucre. En algunos sectores de la cuenca, se está arborizando con plantas nativas como el aliso, yagual, quishuar, lupino, pumamaqui y arrayán. Cabe resaltar la existencia de bosques exóticos de pino, ciprés y eucalipto aromático.

5.1.6.5 TOTORA.- Es una planta autóctona de América, que sirve para fijar la tierra; cumple el mismo papel de los manglares en la orilla del mar. En la zona de la orilla del lago se desarrollan los itzi y la totora.

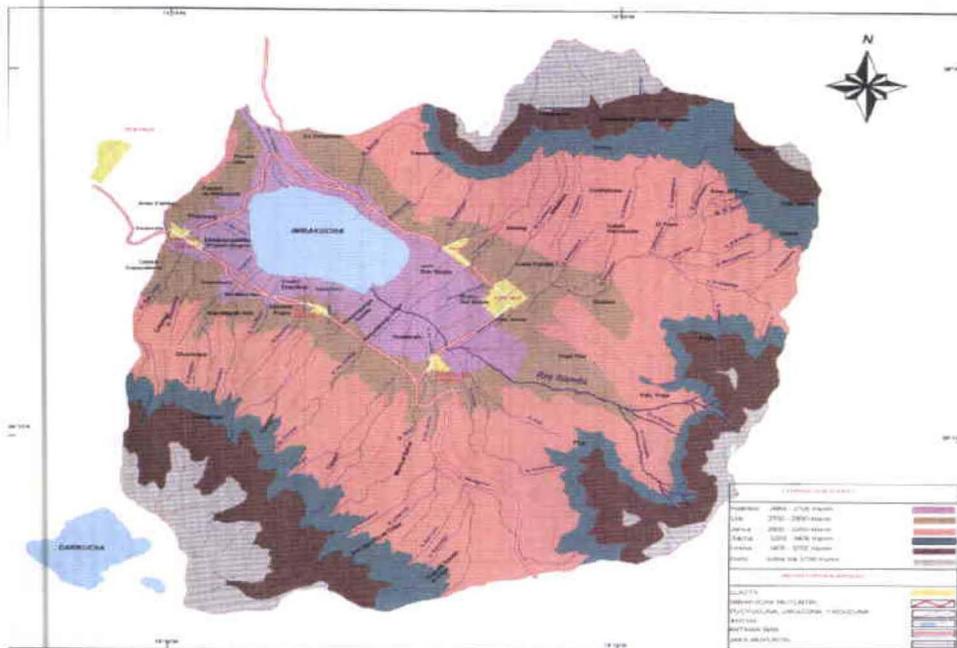
5.1.6.6 FLORICOLAS.- Modernas industrias de exportación de flores se han instalado en las antiguas zonas de pasto, “Vega Flor” y últimamente “Rosas del Monte”. Este impulso industrial ha mejorado la situación económica del pueblo al dar trabajo a la mayoría de la población de la cuenca; pero, en cambio se está contaminando el ambiente natural.

CUADRO 5.1.6.6.1 USOS DEL SUELO

ALLPA	USO DEL SUELO
Huampu 2.600 – 2.700m.	Maíz, fréjol, sambos, habas, morocho, chulpi, melloco, quinua, cebolla, zanahoria, col, remolacha, rábano, mora, pepino, plantas medicinales, uvilla, apio.
Ura 2.700 – 2.800m	Capulí, tomate de árbol, quinua, aguacate, ocas.
Jahua 2.800 – 3.200m	Maíz, trigo, cebada, vicia, lenteja, chocho, habas, papa, centeno, linaza, mashua, menta, cedrón, malva, romero, tomate de árbol.
Sacha 3.200 – 3.400m	Papa, hortalizas, cebada, oca, melloco, haba, centeno, cerote, arrayán, pumamaqui, quishuar, mora, taxo, chilea, aliso, capulí, cebolla, mortiño, plantas medicinales.
Ucsha 3.400 – 3.700m	Pajonal, mortiño, plantas medicinales, pastoreo de ovejas, urcu, zanahoria,.
Ucsha 3.400 – 3.700m	Roca y lugar de descanso de gavilanes.

FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

GRAFICO 5.1.6.1 RECURSO NATURAL SUELO



FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

5.1.7 FAUNA

El clima y la vegetación permitieron el desarrollo de una gran variedad de especies animales. La tradición señala que habitan en las laderas de estos montes el tigrillo, zorro, conejo, ratón de monte, ardilla, llama, venado y la cervicabra. Los mamíferos han permitido una buena distribución de plantas y animales así como de residuos.

Las aves también tuvieron su hábitat preferido y podían verse gavilanes, curiquingues, mirlos, tórtolas, coturpillas, pavas, patas, patillos, gallaretas, gaviotas, quindes, garzas, golondrinas. La especie más abundante es la *zonotricha capensis* conocida como gorrión, que se encuentra en bandadas numerosas durante todo el tiempo. Otra de las especies abundantes es el vencejo; también se encuentra el *bulbucus ibis* que es la garcita del ganado, el quinde, el *turdus serranus* y la tangara de montaña. Actualmente muchas de estas especies han desaparecido del ambiente o han emigrado a zonas más propicias.

CUADRO 5.1.7.1.1**FAUNA DEL IMBABURA**

No.	FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
1	LEPODIDAE	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo
2	CANIDAE	<i>Duscynus microtis</i>	Lobo de páramo
3	CANIDAE	<i>Alelocynus microtis</i>	Perro salvaje
4	DIDELPHIDAE	<i>Didelphis marsupialis</i>	Raposa
5	DIDELPHIDAE	<i>Didelphis albiventris</i>	Raposa blanca
6	MUSTELIDAE	<i>Copenatus chinga</i>	Zorrillo
7	MUSTELIDAE	<i>Mustela frenata</i>	Chucuri
8	PROCYONIDAE	<i>Bassariscus sumicharasti</i>	Cusumbo
9	MURIDAE	<i>Oxymycterus inca</i>	Rata grande
10	SCIUIDAE	<i>Sciurus igniventris</i>	Ardilla

FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

También existen animales menores que son cuidados en los hogares, como el cuy, la gallina, la vaca, el chancho, la oveja, los pavos, el caballo, el asno, el perro y otros.

CUADRO 5.1.7.1.2**FAUNA DEL IMBABURA**

No.	FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
1	FRINGILLIDAE	<i>Cardelius magallanaca</i>	Jilguero
2	TYNNAMIDAE	<i>Pyrocephalus rubinus</i>	Brujo
3	FRINGILLIDAE	<i>Zonotricha capensis</i>	Gorrión
4	HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon capensis</i>	Golondrina
5	COLUMMBIDAE	<i>Colunbia passerina</i>	Tórtola
6	ARDEIDAE	<i>Bulbucus ibis</i>	Garza
7	COLUMMBIDAE	<i>Colunbia passerina</i>	Cuturpilla
8	FALCONIDAE	<i>Falcos sparverius</i>	Quilico
9	TROCHILIDAE	<i>Clorostibun mellisugus</i>	Quinde enano
10	FRINGILLIDAE	<i>Pheuticus chrysopeplus</i>	Huirac - churo
11	TRAUPIDAE	<i>Pipracidae melanotota</i>	Tangara
12	TROCHILIDAE	<i>Lesbia victorial</i>	Quinde cola larga
13	CATHARTIDAE	<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo
14	STRINGIDAE	<i>Glavadium jadini</i>	Pigpiga
15	TURDIDAE	<i>Turdus fuscater</i>	Mirlo
16	TYTONINDAE	<i>Tyto alba</i>	Lechuza
17	TRAUPIDAE	<i>Tangara labradosis</i>	Tangara verde
18	APODIDAE	<i>Streotoprocne zonaris</i>	Vencejo
19	FURNARIDAE	<i>Synalixis azarae</i>	Pues pes
20	PICIDAE	<i>Piculus rivolli</i>	Carpintero
21	THRAUPIDAE	<i>Arisognathus igniventis</i>	Platero pechirojo
22	RHINACRYTIDAE	<i>Scytalopus unicolor</i>	Surero
23	THRAUPIDAE	<i>Bulthraupis exima</i>	Tangara de montaña
24	EMBERIZIDAE	<i>Basileuterus migrocristalus</i>	Cresta negra
25	TROCHILIDAE	<i>Chaetocercus juudanii</i>	Tusito
26	THRYPIDAE	<i>Euphonia musica</i>	Tangara corona azul
27	FRINGILLIDAE	<i>Cyanocamps cynea</i>	Pico gordo azul

FUENTE: IMBAKUCHA ESTUDIOS PARA LA SUSTENTABILIDAD

5.1.8 FLORA

La flora se encuentra distribuida de acuerdo a las características de los pisos ecológicos según la altitud.

En la actualidad los recursos naturales se han deteriorado debido a la explotación de los árboles, a la sustitución de la cobertura natural por otras especies exóticas (eucalipto), a la actividad de los campesinos para mejorar el pasto para el ganado y a la producción agrícola en pendientes muy pronunciadas.

En el reducto del bosque andino del Itambi, se obtenían muchos productos como leña, madera, frutos, pastos, en tiempos anteriores; sin embargo, en la actualidad se mantiene una gran riqueza biótica, abiótica, paisajística de gran valor recreacional, turístico y científico.

5.2 TECNICAS DE MINIMIZACIÓN DE IMPACTOS SOBRE LOS RECURSOS NATURALES IDENTIFICADOS Y CONSTRUCCIÓN DE LA ECO – HOSTERÍA MEDIANTE CONSIDERACIONES NETAMENTE AMBIENTALISTAS.

De acuerdo con todos los recursos naturales citados anteriormente, existen causas o circunstancias que corroboran con el desaparecimiento y mal uso de estos recursos, para lo cual el Ex Presidente Constitucional de la República del Ecuador, correspondiente al Ab. Gustavo Noboa Bejarano, a través de Decreto Presidencial No. 2686; elaboró la Norma Técnica del Ecoturismo; documento en base al cual se basa este proyecto y en especial en este capítulo donde se analiza la minimización de estos impactos.

5.2.1 CAPACITACION

La eco – hostería se manejará con una política ambientalista, bajo la cual se capacitará a todos los trabajadores y empleados de la misma, con el fin de

tratar de mitigar cualquier impacto que pueda ocasionar desequilibrio en el medio ambiente.

La eco – hostería creará el programa de capacitación planificando sobre la base de las prioridades y necesidades concretas de la empresa. Siguiendo básicamente los siguientes pasos:

- Reconocimiento de temas ambientales de importancia en el planteamiento y desarrollo de objetivos.
- Cronograma de trabajo de la capacitación.
- Medición de los resultados de la capacitación a través de exámenes, retroalimentación u otros.
- Eficacia de la capacitación a través del logro de los objetivos propuestos.

5.2.1.1 SENSIBILIZACIÓN AL VISITANTE

Mientras el visitante se encuentre hospedado en la eco – hostería, deberá recibir charlas sobre temas ambientales, esto en función del tipo de turista o grupos de turistas. Algunas charlas se deberán hacer de manera general y otras de manera específica según los intereses del grupo o visitante.

Es necesario identificar e implementar metodologías de sensibilización al visitante, y observar los temas de importancia a la operación y al visitante, tiempos de las charlas, así como lugares propicios para esta actividad. Ejemplos de sensibilización al visitante son: el briefing de bienvenida, la información que se da en las excursiones, caminatas o tours en general o simplemente las conversaciones que se pueden generar en los lugares de descanso del visitante o en el comedor¹².

¹² Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 26

5.2.2 MATERIALES E INSUMOS.

Para el desarrollo de las actividades de operación de la empresa, se necesita de materiales e insumo, los cuales deberán ser manejados bajo ciertas normas de calidad ambiental. El correcto manejo de desechos orgánicos e inorgánicos dentro de la operación permitirá una saludable calidad humana y ambiental.

5.2.2.1 MANEJO DE MATERIALES E INSUMOS EN EL PROCESO DE COMPRA:

- Delegar a una persona capacitada en temas ambientales y procesos de compra, inventario.
- De todos los proveedores a disposición de la empresa, seleccionar a aquellos que expendan productos poco nocivos para el ambiente y que sean biodegradables.
- Las frutas y verduras deberán proceder de huertos orgánicos, y de preferencia adquirir estos productos de los agricultores locales.
- Eliminar o reducir de la lista de compras a aquellos productos que no sean biodegradables y productos desechables, para propender a su reuso.
- Preferir la compra de envases grandes que permitan el almacenamiento y fácil recarga de productos.
- Limitar la compra de productos perecibles y poner atención a la caducidad de productos.
- Verificar la caducidad de los productos, para no comprarlos.
- En la construcción de la eco – hostería, la materia prima (madera, paja, entre otros) deberán provenir de fuentes manejadas de manera sostenible y los materiales utilizados no deberán estar en peligro de extinción.

5.2.2.2 INVENTARIO Y CATALOGACIÓN

- Clasificar los materiales e insumos por tipo, envasado y presentación.
- Codificar los productos.
- Inventariar los materiales e insumos.
- Manejar un sistema de bodega donde se verifiquen los mínimos y máximos en los productos, y sobre la base de estos se proceda a la compra de dichos materiales o insumos según la frecuencia y cantidad de consumo¹³.

5.2.2.3 USO Y REUSO DE MATERIALES E INSUMOS

- En los lugares donde se necesiten productos de limpieza y/o de aseo personal, tales como: cocinas, baños, habitaciones, etc., se deberá distribuir constantemente productos biodegradables.
- Propiciar el uso de pilas recargables para uso cotidiano.
- Se puede usar como recipientes de almacenaje a los recipientes de vidrio.
- Se deberá propiciar al reciclaje del papel, o diseñar una campaña de reciclaje del mismo para la utilización ya sea propia de los departamentos que lo utilicen, o como artesanía de la eco – hostería.
- Los materiales de construcción que no hayan sido utilizados, deberán estar almacenados en lugares alejados a la vista del visitante.
- Los escombros de los materiales de construcción deberán ser reutilizados en la construcción de caminos, puentes, etc., según la

¹³ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 28

necesidad de la empresa y si no es el caso deberán ser trasladados como basura al centro poblado más cercano que posea recolección pública¹⁴.

5.2.3 AGUA

Como se analizó anteriormente, la cuenca hidrográfica del Imbabura se ha visto amenazada por su mal uso y por su abuso. A fin de garantizar un manejo racional de este recurso, la Norma Técnica de Ecoturismo ha considerado la clasificación del agua de acuerdo a su utilización, de la siguiente manera:

5.2.3.1 PARA CONSUMO HUMANO Y PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

- Conocer la fuente de agua, a fin de darle el tratamiento que necesita para ser agua segura y destinar su uso dentro de la operación; así por ejemplo las cuencas del lado oriental y occidental del lago, pueden utilizarse para los respectivos fines salubres, ya que son cauces que llevan corriente.
- Para tratar el agua se empleará técnicas poco nocivas al ambiente como ozonificación, filtración, ósmosis inversa, etc. Y de no ser posible emplear alguna de las técnicas mencionadas por lo menos deberá utilizarse agua hervida o agua certificada por el INEN.
- Implementar un programa de uso y ahorro de agua, el cual debe ser de conocimiento de propietarios, directivos, personal de planta y visitantes.

5.2.3.2 PARA USOS EN LA OPERACIÓN Y/O ESTABLECIMIENTO (LIMPIEZA EN EXTERIORES E INTERIORES, BAÑOS, JARDINES, CUBIERTAS Y CASCOS)

- Conocer la fuente de agua, a fin de usarlo dentro de la operación. En el caso que la fuente sea de aguas grises, éstas deberán ser filtradas para ser utilizadas en la limpieza de exteriores.
- Utilizar productos de limpieza biodegradables.

¹⁴ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 28

- Se debe emplear un programa de uso y ahorro de agua, el mismo que será divulgado a propietarios, directivos, personal de planta y también a los visitantes, aclarándoles la manera en que ellos pueden contribuir.
- La tubería que transporte los desechos de esta agua deberá dirigirse a un pozo séptico técnicamente construido con el fin de evitar la contaminación de suelos y de aguas subterráneas¹⁵.

5.2.4 MANEJO DE AGUAS RESIDUALES

- Tratar de identificar el tipo de agua residual.
- Diseñar un programa de recirculación de aguas grises para jardines y regadíos que tendrá la eco – hostería.
- La tubería que transporte aguas grises deberá ser diferente de la tubería de aguas negras, con el fin de que las aguas grises sean rehusadas bajo tratamiento previo de filtración y su desecho al igual que las negras, deberán dirigirse a pozos sépticos u otros procesos, construidos e implementados técnicamente a fin de evitar la contaminación de suelos y de aguas subterráneas.
- Las aguas residuales (negras o grises) no pueden ser vertidas en ninguna de las cuencas hidrográficas del lago, sin ser tratadas previamente. El tratamiento previo puede ser a través de filtros, cajas finales, infiltraciones sobre roca o arcilla, etc¹⁶.

5.2.5 ENERGIA

Con el propósito de garantizar un adecuado manejo de la energía, de cualquier fuente que provenga, el plan de conservación ambiental de la eco – hostería deberá constar lo siguiente:

¹⁵ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 30

¹⁶ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 31

- Identificar los elementos y/o accesorios que ocasionan fugas o pérdidas de energía.
- Implementar los mecanismos y/o accesorios que permitan lograr los porcentajes de ahorro de energía previamente planteados (paneles solares, lámparas de movimiento o fotosensibles, velas, horarios de luz, etc.)
- Considerar el uso de energías alternativas (solar, eólica, biodigestores, hidráulica, biogas, etc.)
- Implementar programa de difusión sobre el uso y ahorro de energía, dicho programa será dirigido a propietarios, directivos, personal de planta y visitantes de la de eco - hostería.
- Evaluación de los resultados del programa de uso y ahorro, a través de los registros y monitoreo de consumo de energía y comprobar el cumplimiento de los objetivos planteados.

5.2.6 USO Y MANEJO DE SUELOS

La eco – hostería deberá presentar un estudio que contenga lineamientos de preservación de este recurso, ya que no se encuentra en un área natural protegida:

- Este proyecto deberá identificar y clasificar las áreas de uso específico para las diferentes actividades (zonificación y uso de suelos).
- Desarrollar un programa de reforestación con especies nativas, que contribuya al control de la erosión.
- Desarrollar un programa de reforestación con especies nativas, que contribuya a la recuperación de suelos.

- Desarrollar actividades que contrarresten la degradación del bosque ocasionado por el corte y recolección de leña para uso en la operación¹⁷.

5.2.7 FLORA Y FAUNA

Estos dos recursos naturales, son la base del estudio ambiental, ya que de ellos dependen la imagen y promoción de cualquier actividad turística y ecoturística, de su conservación y desarrollo dependerá el crecimiento de las empresas dedicadas al turismo, bajo este parámetro se podrán identificar los siguientes lineamientos:

- Dotar al visitante y en general al personal de planta, información sobre las especies de flora y fauna existentes la zona de estudio del Imbabura.
- No se permitirá la recolección de las especies de flora características de la zona de estudio, recolectadas para consumo del pasajero, peor aún si estas están en peligro de extinción.
- El uso de plantas y animales silvestres de la zona será permitido únicamente si su producción es manejada de manera sostenible.
- Se deberá evitar la introducción de especies animales y/o vegetales foráneas en ecosistemas frágiles que atenten el desenvolvimiento natural de los recursos involucrados.
- Se debe restringir el cautiverio de animales, a excepción de aquellos centros de recuperación debidamente implementados para este fin y que tengan como objetivos la recuperación y reproducción científica.
- Concienciar a los habitantes de la zona sobre el brutal uso de la cacería de especies faunísticas.
- Evitar la visita a lugares donde los visitantes pudieran adquirir artesanías, comida y otros elementos elaborados con materiales

¹⁷ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 33

provenientes de especies tanto animales como vegetales, que se encuentren amenazados o en vías de extinción y que no provengan de fuentes sostenibles de manejo¹⁸.

5.2.8 MANEJO DE DESECHOS

El estudio del impacto ambiental, también tiene relación con el manejo de desechos orgánicos e inorgánicos; a los cuales se los puede conducir de la siguiente manera:

- Diseñar un programa de manejo de desechos sólidos.
- Implantar en la eco – hostería basureros y distribuirlos en el establecimiento, en lugares visibles, debidamente señalados e identificados. Los basureros deberán identificarse básicamente en: Orgánicos e Inorgánicos.
- Los basureros identificados (orgánicos e inorgánicos) deberán encontrarse principalmente en áreas sociales y de recreación, cocina, comedores y en áreas de uso del personal de planta.
- Con el fin de agilizar el proceso de reciclaje, los basureros inorgánicos a su vez deberán dividirse en: papel, vidrio, lata, plástico, baterías y/u otros.
- Asignar un lugar donde se disponga de basureros generales para la división final de cada uno de los desechos, con el fin de facilitar el sistema de reciclaje
- Limpiar y mantener los basureros generales y lugares de recolección final.
- Registrar la cantidad de basura generada dentro de la operación.

¹⁸ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 34

- Sabiendo que los desechos orgánicos pueden ser utilizados en abono o como alimento para el ganado porcino, se deberá elaborar un programa de reutilización de desechos orgánicos según las condiciones del área¹⁹.
- Separar el “desecho” de aceites, disolventes, materiales peligrosos y flamables; y, almacenarlos en recipientes herméticamente cerrados o según las recomendaciones del fabricante e “identificarlos como material peligroso”.
- Transportar estos desechos al centro poblado más cercano, en este caso a la parroquia Eugenio Espejo, fuera del área de operación que cuente con el servicio de recolección pública.

5.2.9 RECUPERACION DEL LAGO Y LOS DEMAS RECURSOS

Con el fin de la protección ambiental, y de los recursos inmersos en la cuenca del Imbacucha, se han creado instituciones que promueven su conservación, un ejemplo de estas organizaciones son CODELSPA e INSTRUCT, que con la colaboración de los habitantes locales, ayuda externa y a través del Ministerio del Medio Ambiente del Ecuador, buscan el desarrollo de las mejoras ambientales de esta zona.

5.2.9.1 CODELSPA (CORPORACIÓN PARA LA DEFENSA DEL LAGO SAN PABLO)

Esta organización se fundó en 1985 y fue reestructurado en 1994, es una Corporación que no persigue fines de lucro y de total imparcialidad en asuntos políticos y religiosos. Está integrada por todos los actores sociales que tienen actividades en la Cuenca del Lago San Pablo y se creó para coordinar las acciones de los agentes de desarrollo presente en la zona; su finalidad es la de impulsar proyectos y programas de desarrollo sostenibles y sustentables en beneficio de los habitantes de la Cuenca.

El objetivo primordial de esta organización es coadyuvar al desarrollo social y económico de los habitantes de la cuenca del Lago San Pablo, mediante

¹⁹ Norma Técnica de Ecoturismo. Pág. 35

coordinaciones de las acciones con todos los organismos involucrados, dentro de un manejo racional de los recursos naturales.

El proyecto en estudio, se integrará a esta organización con el fin de mostrar su interés a la conservación de la localidad en mención, proponiendo alternativas de mejoras tales como:

- o Restringir el uso de los afluentes a empresas instalados en las riveras de las vertientes naturales tales como: INDECAUCHO, VEGA FLOR, ROSAS DEL MONTE, entre otras. Y de ser el caso promover o tramitar su desapropiación.
- o Tramitar con las autoridades encargadas de la limpieza, la recolección de basura de todos los lugares aledaños a la zona del lago San Pablo. Y en especial las parroquias comprendidas entre la carretera que va desde Araque hasta La Compañía.
- o Establecer políticas para prohibir la construcción de casas en los lugares ecológicos de la provincia por parte de personas que no contribuyen con el desarrollo del ecosistema, por ejemplo en la zona de la Rinconada de Cusín se han edificado bastas mansiones y otras se han quedado sin terminar, opacando la belleza paisajística de la zona.

CAPITULO 6

ESTUDIO DE IMPACTO CULTURAL

6. ESTUDIO DE IMPACTO CULTURAL

Al recurso cultural corresponde un estudio de los actores sociales involucrados en el proyecto del estudio, para lo cual se ha preparado este capítulo, para entender sus etnias, costumbres, lenguas y en fin otros caracteres típicos de la zona de la cuenca del Imbacucha.

6.1 IDENTIFICACION DE LOS RECURSOS CULTURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO.

El recurso humano característico de esta zona, es el que coadyuva con la belleza física de la cuenca del Imbacucha, a este grupo humano se lo estudiará desde varias perspectivas, entre ellas la étnica, económica, política, cultural, religiosa, y demás.

6.1.1 POBLACION SEGÚN EDADES

Las cuatro principales parroquias que se acentúan en la cuenca del lago, presentan diferentes porcentajes de población radicadas en las mismas, lo cual muestra su grado de desarrollo.

Según el último estudio realizado por el SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador), en relación a la población calculada en el año 2000, se muestra que la parroquia de San Pablo es la más poblada, seguida por la parroquia de Eugenio Espejo aproximadamente con la mitad de la anterior; luego es seguida por González Suárez y por último San Rafael.

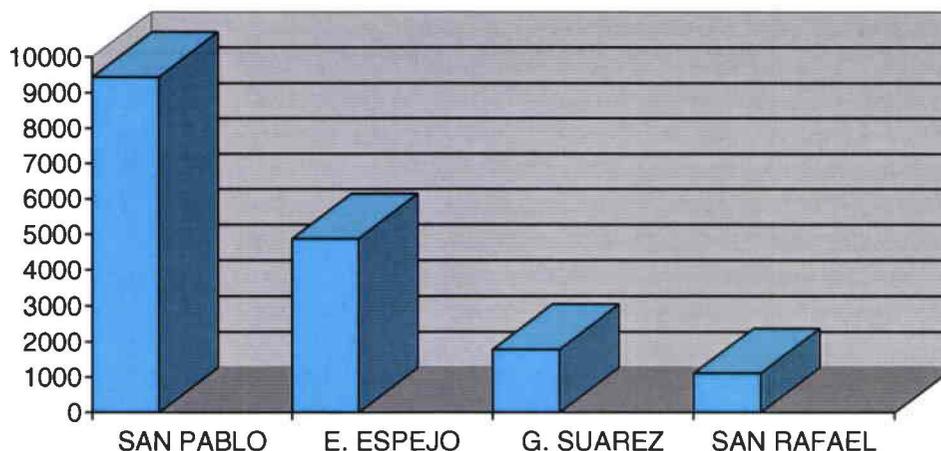
CUADRO 6.1.1.1

POBLACIÓN TOTAL POR PARROQUIAS

San Pablo	9.439
Eugenio Espejo	4.873
González Suárez	1.783
San Rafael	1.104
TOTAL	17199

FUENTE: SISE, 2001

Hay que señalar que estos datos un gran porcentaje corresponden a la población infantil menor a los cinco años.

GRAFICO 6.1.1.1**POBLACIÓN TOTAL POR PARROQUIAS.**

FUENTE: SIISE, 2001

6.1.2 POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA. PEA

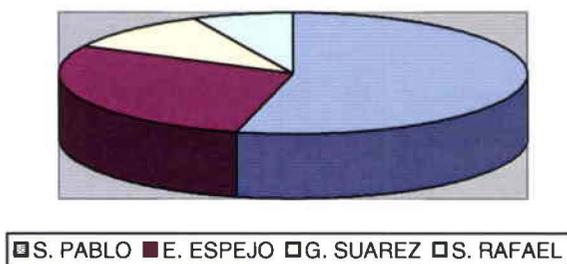
A este sector poblacional, según el SIISE, lo conforman todas las personas comprendidas entre los 10 años y 65 años de edad, la misma que expresa la capacidad de trabajo de la población de la cuenca.

La población total por grupo de edades, y representadas en porcentajes da a conocer la estructura de la población según esta variable, dando como resultado que la población de mayor número es la comprendida entre las edades de 10 a 65 años, es decir jóvenes y adultos en edad reproductiva.

CUADRO 6.1.2.1**P. ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

San pablo	5494
Eugenio Espejo	2911
González Suárez	1086
San Rafael	696
TOTAL	10187

FUENTE: INEC, censo 1990

GRAFICO 6.1.2.1**P. ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

FUENTE: INEC, censo 1990

6.1.3 POBLACION SEGÚN SEXO

La presencia del ser humano clasificado por el sexo, para la cuenca del lago así como para todas las comunidades indígenas y mestizas del país ha sido un importante parámetro para su desarrollo. La presencia de los varones, representa la jefatura del hogar y el pilar de la economía en el contexto de los negocios y el mercado, al contrario de la presencia de la mujer, que constituye el desarrollo de la familia con el respectivo cuidado prolijo y formación moral.

Además la mujer dedica su tiempo al cultivo de la sementera, con el apoyo de su mano de obra que en forma permanente refuerza a la del hombre en el proceso de producción que se define en el ciclo de cultivos. La ganadería, tanto de cuidado doméstico, así como de rebaños que son conducidos a otros sitios para su pastoreo, es tarea de la mujer con sus hijos menores. También es muy común encontrar a las madres de familia con una carga de leña o de hierba en sus espaldas, acompañada de sus hijos tiernos y de mediana edad, dirigiendo al grupo de animales en rebaños que salen o llegan de pastoreo, que diariamente es conducido fuera de la casa de vivienda, es decir a sitios alejados²⁰.

6.1.4 EDUCACION

El sistema educativo en el país hace dos acotaciones en cuanto a educación se refiere: la educación bilingüe y la educación hispana. Esta situación hace de la cuenca del lago un lugar especial de convivencia de los dos sistemas.

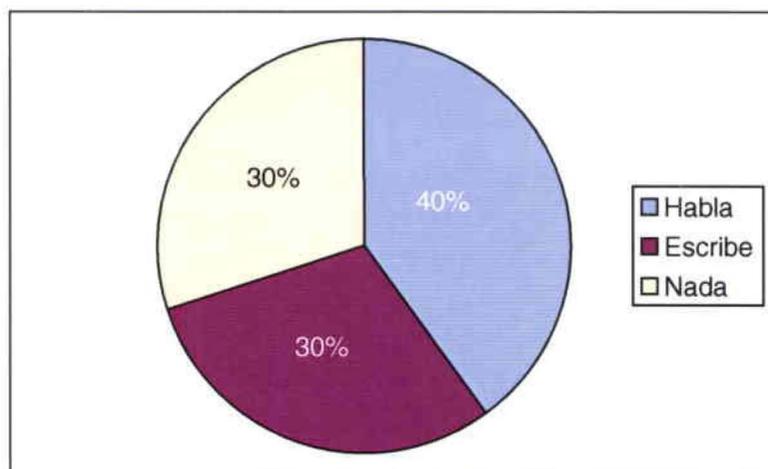
6.1.4.1 LOS DOCENTES.- La mayoría de los educadores de la cuenca se caracterizan por un espíritu de colaboración y dedicación exclusiva a la actividad educativa, además la mayoría de ellos son jóvenes y su nivel de preparación es elevado. Todos tienen el título de docente primario o secundario; y de ellos un gran porcentaje ha terminado el nivel de instrucción superior y de postgrado en educación, lo que permite que el rendimiento de los estudiantes sea superior a una media normal. El grupo de docentes tiene un tiempo promedio de experiencia de 17.5 años de docencia y de dedicación al trabajo en la cuenca, es 9.3 años.

²⁰ Instruct. Pág 37

6.1.4.2 LA LENGUA KICHUA.- Dentro del grupo de maestros y maestras de la cuenca, la lengua kichua no se emplea en forma generalizada, lo que disminuye la posibilidad de mantener los aspectos básicos de la cultura en un contexto de práctica y uso común entre mestizos e indígenas. El 40% lo practica oralmente, mientras solo el 30% la habla y escribe; y, el 30% restante no sabe nada de la lengua. Este porcentaje está dividido entre los docentes de educación hispana y de educación bilingüe; se observa que muchos maestros de educación bilingüe, no hablan ni escriben el kichua, motivo por el cual la Dirección Nacional de Capacitación Bilingüe exige el aprendizaje de la lengua por parte de los maestros para conservar este elemento cultural.

GRAFICO 6.1.4.2.1

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN SEGÚN CONOCIMIENTOS DE LA LENGUA KICHUA



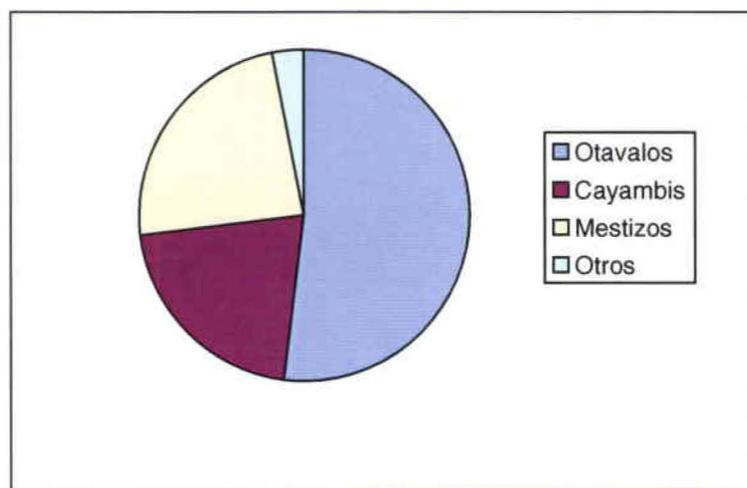
FUENTE: INSTRUCT

6.1.4.3 GENERO ESTUDIANTIL.- Del total de estudiantes distribuidos en las escuelas y colegios de la cuenca del lago San Pablo, el 52% pertenece al género masculino y el 48% pertenece al género femenino. La mujer en la comunidad rural no es atendida por sus padres para darles educación formal, por ello es menor el número de su género. Existe un elevado número de niños y jóvenes habitantes en la cuenca que estudian en las ciudades de Otavalo, Cayambe e Ibarra, cabeceras cantonales y capital de provincia.

6.1.4.5 LA MULTIETNICIDAD.- Es característica principal de los habitantes de la cuenca del lago San Pablo, y como consecuencia los niños participan de las escuelas en grupos de diferente etnia. Se encuentran cuatro grupos de origen, el 52% son de origen de etnia Otavala; el 21% son de origen Cayambi; el 24% son de origen mestizo y el 3% pertenecen a otros grupos minoritarios como los afro ecuatorianos.

GRAFICO 6.1.4.5.1

PORCENTAJE DE HABITANTES SEGÚN ETNIA

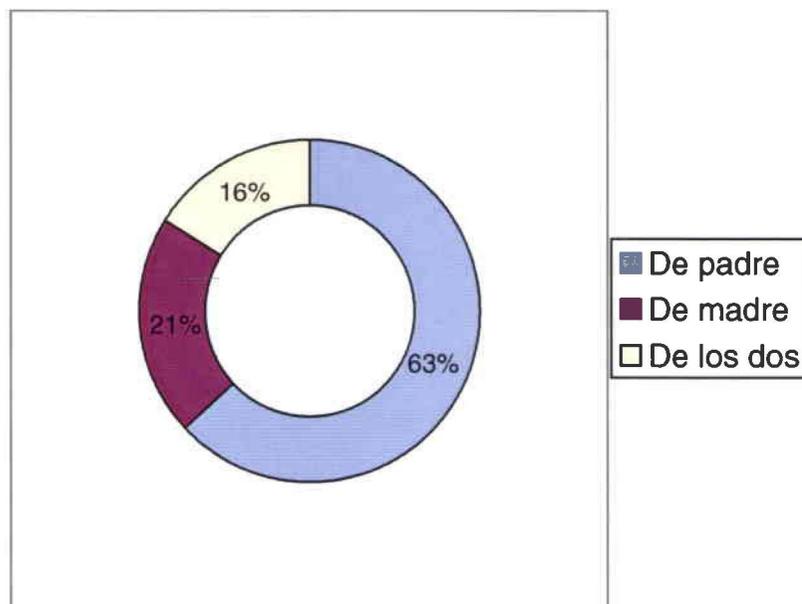


FUENTE: INSTRUCT

6.1.4.6 NIÑOS HUÉRFANOS Y SU PROTECCIÓN.- La educación se ve influenciada por factores que actúan en forma negativa, como el caso del fallecimiento de los progenitores, aspecto de mucha preocupación en cada una de las escuelas, considerando que del total de niños, el 8% son huérfanos de los cuales, el 63% son huérfanos de padre, el 21% no tienen madre y el 16% son huérfanos de los dos progenitores.

Los niños y jóvenes huérfanos están protegidos principalmente por sus familiares; así el 58% les cuidan los abuelos, el 21% los tíos y el 21% restante, otros miembros de la familia.

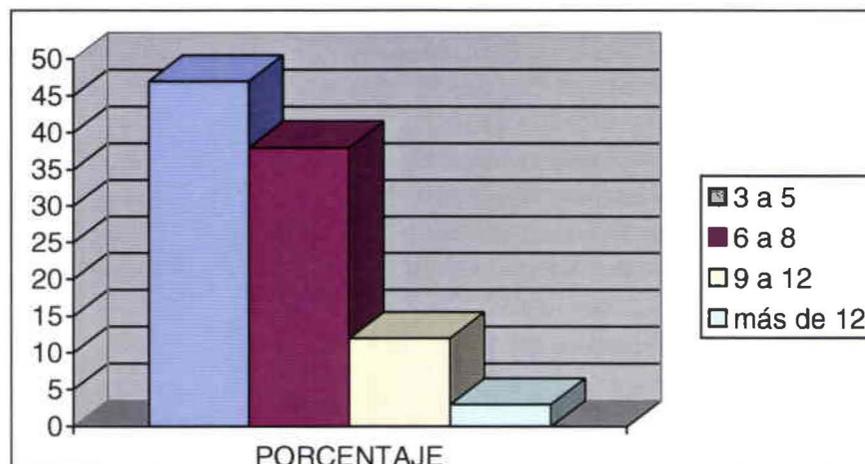
GRAFICO 6.1.4.6.1
PORCENTAJE DE NIÑOS HUÉRFANOS



FUENTE: INSTRUCT

6.1.4.7 LA MIGRACIÓN FAMILIAR.- Los niños que viven en la cuenca del Imbakucha, sufren la separación de los miembros de su familia, por condiciones migratorias, aspecto preocupante, ya que el 29% del total, tiene algún miembro íntimo de su familia en calidad de emigrante. De este grupo, el 46% son los padres, el 16% las madres y el 38% incluye a los hermanos mayores, produciendo inestabilidad en el hogar y como consecuencia el bajo rendimiento educativo.

6.1.4.8 NUMERO DE MIEMBROS DE FAMILIA.- Las familias de los niños que se educan al momento en las escuelas de la zona, forman parte de hogares que tienen diferente número de miembros; así el 47% pertenece a familias entre 3 a 5 miembros, el 38% pertenece a familias con 6 a 8 miembros, el 12% forma parte de hogares con 9 a 12 miembros y el 3% tiene familia con más de 12 miembros.

GRAFICO 6.1.4.8.1**PORCENTAJE DE FAMILIAS SEGÚN NUMERO DE MIEMBROS**

FUENTE: INSTRUCT

6.1.4.9 UBICACIÓN DE LOS LOCALES ESCOLARES.- La distribución de los establecimientos educativos dentro del espacio correspondiente a la cuenca del lago, es necesario que se considere en los programas de ordenamiento y organización espacial, y en base a las necesidades que tiene cada comunidad. Se ha identificado que el 86% de las instituciones educativas tiene una correcta ubicación para el servicio comunitario, mientras que el 14% no están bien ubicadas según las condiciones de distribución de la población de las comunidades, lo que significa que el mismo porcentaje de las comunidades no están atendidas con educación.

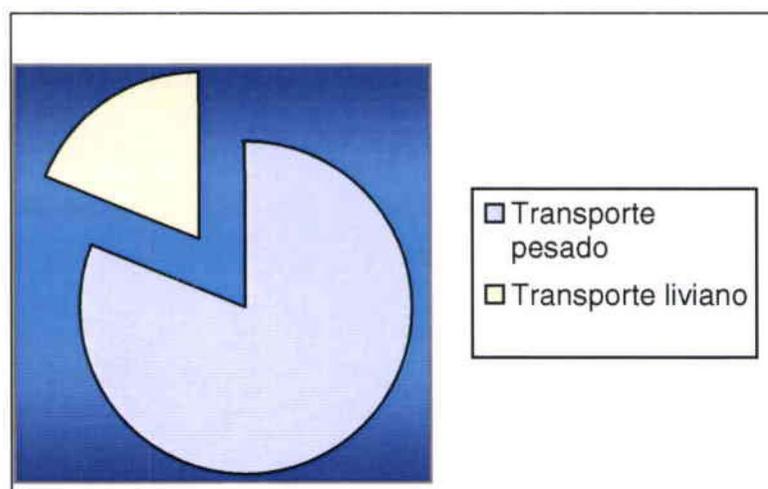
6.1.4.10 DISTANCIA DESDE LOS HOGARES HASTA LAS ESCUELAS.- La ubicación de los centros educativos debería guardar cierta condición equitativa de traslado de los niños desde sus hogares hasta las escuelas, sin embargo, algunos niños viven alejados de estos centros, como consecuencia de la mala ubicación de los mismos, lo que acarrea el desgaste biofísico y hasta psicológico de los alumnos a causa de la lejanía; factor que conlleva deterioro del aprendizaje u otros efectos en este orden. La consulta en el campo dio como resultado los siguientes datos: el 31% de los alumnos camina entre 100 a 500 metros; el 33% camina entre 600 a 1000 metros; el 20 % camina entre 1100 a 2000 metros y el 16% camina más de 2000 metros desde su casa hasta la escuela o colegio, en una sola dirección. Los niños ocupan un mínimo de

cinco minutos hasta una hora para acudir a la escuela, tiempo que se duplica entre ir y venir de la escuela hasta la casa.

6.1.4.11 DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE.- El 93% de los educandos, no dispone de ningún medio de transporte, y apenas el 7% dispone del mismo, de los que el 81 % utiliza transporte liviano, es decir camionetas o autos, mientras que el 19% utiliza transporte pesado, lo que significa que viajan en buses o camiones, que según el lugar de vivienda pueden encontrar a su servicio.

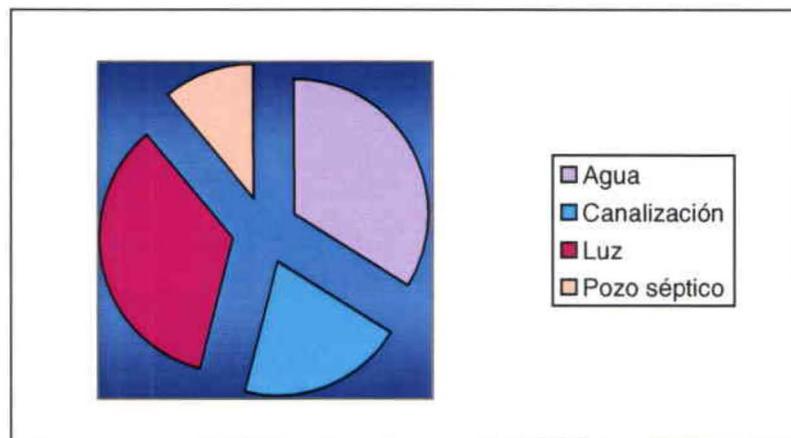
GRAFICO 6.1.4.11.1

DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE



FUENTE: INSTRUCT

6.1.4.12 SERVICIOS QUE DISPONEN LAS ESCUELAS.- Los servicios de los cuales disponen los establecimientos educativos, para mantener un buen estado de la salubridad en las escuelas, y que son requeridos para beneficio de los educandos, entre los principales están: agua, canalización, energía eléctrica y pozo séptico.

GRAFICO 6.1.4.12.1**DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS**

FUENTE: INSTRUCT

6.1.5 LENGUAS

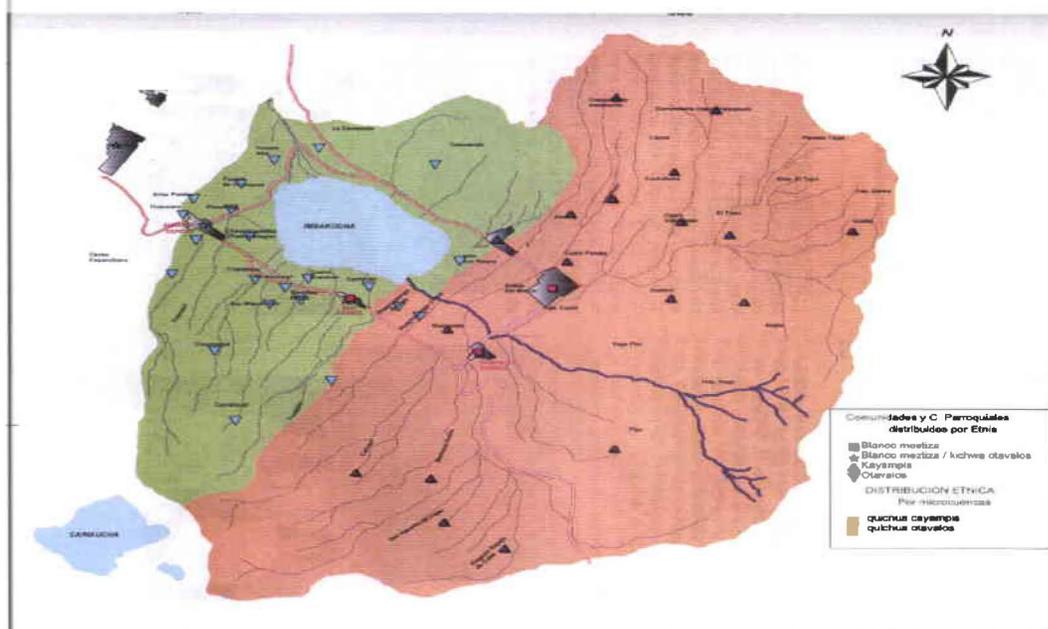
La población kichwa hablante constituye el grupo étnico más grande; en lo que se refiere a la cuenca, según el investigador Gregory Knapp. En el censo del año 1982 se determinó que en las parroquias de Gonzáles Suárez el 80%, San Rafael 93%, Eugenio Espejo 94% y San Pablo del Lago 44% hablan el idioma kichwa, los porcentajes restantes hablan el castellano, especialmente en las parroquias. En la actualidad el porcentaje de habla hispana se ha elevado.

La Constitución Política del Ecuador en su Art. 1, inciso 3, en lo relacionado al idioma, ratifica que el kichwa, shuar y los idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas, y el Estado deberá estimular el uso y desarrollo de estos idiomas y otros, a fin de que no desaparezcan.

6.1.6 ETNIAS

En total son 38 comunidades de las cuales 22 corresponden a la etnia Kichwa Otavalo, distribuidas en las parroquias Eugenio Espejo, San Rafael y el Jordán, ubicadas en la parte noreste y noroeste del Imbakucha. La población Kichwa Otavalo de la cuenca alcanza un número aproximado de 15.726 habitantes. Las comunidades están pobladas básicamente por indígenas, a excepción de Calpaquí donde residen aproximadamente 15 familias blanco – mestizas.

GRAFICO 6.1.6.1 DISTRIBUCION ETNICA



FUENTE: INSTRUCT

Los Kichwa Cayambis se hallan distribuidos en las parroquias de Gonzáles Suárez y San Pablo en 16 comunidades, con una población aproximada de 9.104 habitantes, ubicadas en la parte este y sudoeste del lago.

La población blanco – mestiza se asienta en las cabeceras parroquiales, esto es en San Pablo, Gonzáles Suárez, San Rafael y Eugenio Espejo; aproximadamente es de 6.490 habitantes. Del total de la población de la cuenca, un 87% son indígenas Kichwas Cayambis y Kichwas Otavalos, y un 13% son blanco – mestizos.

6.1.7 COSTUMBRES

Existen muchas costumbres que han sido conservadas a través de los años y que se ven reflejadas en la vestimenta, fiestas, religión y otros aspectos culturales. En cuanto al vestido, los hombres otavalos conservan su tradicional pantalón blanco, poncho de dos caras y sombrero alón, mientras los cayambis se confunden en su ropa con la población mestiza, conservando en algunos casos un sombrero con ala más pequeña; entre las mujeres la diferencia es más evidente, las de origen Otavalo se visten con anaco azul oscuro o negro, blusa bordada, fachalina azul o negra y walkas doradas, mientras las mujeres

cayambis usan falda plisada y de varios colores, blusas bordadas, walkas y fachalinas coloridas. También existen diferencias entre los otavalos y cayambis en muchas expresiones culturales como la poesía, la música, la danza y en la espiritualidad.

6.1.8 OCUPACIÓN

Las actividades ocupacionales se han dividido en tres grupos: las primarias como la ganadería, la agricultura, la explotación forestal; las actividades secundarias relacionadas con la artesanal, como panadero, alpargatero, bordador, esterero, carpintero, sastre, zapatero y otras relacionadas con la del trabajo manual, y las actividades terciarias que sirven de soporte a las actividades primarias y secundarias, como comerciantes, jornalero, albañil, profesor, empleado privado, empleado público.

De acuerdo con los datos emitidos por el INSTRUCT, en una población de 1.154 padres de familia de los establecimientos educativos de la cuenca, los padres de familia de la etnia Kichwa Otavalo, fueron 475 de los que, 119 se dedican al comercio, 81 son albañiles de la construcción a base de un jornal, 45 son agricultores, 52 son estereros, 17 empleados en las plantaciones agrícolas, 12 se dedican a los quehaceres domésticos, 7 a elaborar prendas de vestir o artesanos; también existen otras ocupaciones como panaderos (11), alpargateros (3), carpinteros (1), sastres (3), y el resto no ejerce una ocupación fija. Los encuestados fueron hombres y mujeres de la cuenca del Imbakucha.

En el pueblo Kichwa Cayambi, de una muestra de 780 padres de familia²¹ se destacan como actividades prevaletentes la agricultura (120), bordados (102), empleados en las plantaciones florícolas (259), albañiles (56), jornaleros (6), quehaceres domésticos (87), y en el caso parroquial de San Pablo profesores (36).

6.1.9 SALUD

La cuenca del lago dispone de 5 subcentros de salud ubicados en las parroquias de Gonzáles Suárez, San Pablo, San Rafael y Eugenio Espejo y 2

²¹ Instruct. Pág. 46

subcentros del Seguro Social Campesino en las comunidades de San Agustín de Cajas y Casco Valenzuela. Entre los aspectos culturales, la persistencia en el uso de la medicina tradicional es generalizada en las comunidades indígenas, situación que deberían tomar en cuenta las ONGs y los gobiernos para reorganizar los servicios de salud en la cuenca y en el país.

En una encuesta realizada por el INSTRUCT, 45 personas entre hombres y mujeres, que representan el 57% manifiestan que acuden al subcentro de salud y 10 encuestados que equivalen al 12% acuden al hospital, 7 encuestados que representan el 8.9% van a médicos particulares; el mismo porcentaje de encuestados utiliza la medicina tradicional y el 12.7% restante acude al Jambi Huasi, Seguro Social Campesino y a farmacias.

En el Jambi Huasi, brindan atención a toda persona que busca la medicina tradicional, y atienden especialistas como parteras, curanderos, limpiadores de espanto y mal aire, fregadores, hierbateros y yachak. Son numerosas las personas que buscan ser atendidas, en número mayor de sexo femenino, en especial en el parto.

El sistema de salud formal es de responsabilidad del Ministerio de Salud Pública aunque también intervienen organizaciones privadas como grupos religiosos y fundaciones que realizan jornadas médicas ocasionalmente, dirigidas a la población infantil con la colaboración de médicos especialistas; por ejemplo en la parroquia de San Pablo, a través de la gestión de las Madres Salesianas, se logra la presencia de médicos españoles que realizan tratamientos médicos sin costo alguno y proveen de medicamentos a sus pacientes.

Anualmente el Ministerio de Salud, a través de los subcentros, ejecuta los programas de inmunizaciones a los niños recién nacidos, saneamiento ambiental e higiene, botiquín popular, asistencia materno-infantil, con el control de la tuberculosis y enfermedades diarreicas, así como de alimentaria materno-infantil y tratamiento odontológico. La población no utiliza regularmente este sistema de atención médica.

Todas las poblaciones de la cuenca disponen del sistema de alcantarillado aunque sus depósitos no tienen un tratamiento adecuado. Actualmente existen estudios que permitirán en el futuro dar un tratamiento técnico a las aguas residuales. En el sector rural la mayoría de familias posee letrinas que son readecuadas periódicamente.

6.1.10 VIVIENDA

En las comunidades indígenas se facilita la construcción de viviendas a través de mingas, herramienta política y económica heredada de los pueblos milenarios.

Para la construcción de una vivienda participan todos los miembros de la comunidad; entre hombres, mujeres y niños; unos colaboran con la comida, otros con materiales de construcción, en la recolección de material pétreo y madera, bajo la guía y orientación de un maestro constructor. Generalmente estas viviendas no son acondicionadas y poseen de 2 a 3 cuartos, con un promedio de 5 a 6 miembros. Junto a las viviendas se encuentra el gallinero, el huerto familiar, un corral de chanchos u ovejas y el corral del ganado vacuno, en beneficio de la alimentación y comercio.

En la cocina, con la finalidad de proveer el calor necesario, se crían los cuyes o conejos que servirán de sustento alimentario para la familia, siendo esta una tarea femenina. Otro cuarto es utilizado como bodega para el maíz, la papa u otros cereales que se guardan en tendales u "oberados", que son espacios que son contruidos con tablas o tiras y soportes de madera, para evitar la filtración de la humedad en los productos cosechados.

Existen familias que no disponen de cocina a gas y utilizan la tulpá compuesta de tres piedras sobre las cuales se asientan las ollas o el tiesto con la leña para animar el fuego. Muchas de las viviendas no poseen ventanas para que entre la luz, o son muy pequeñas. En épocas pasadas, las viviendas eran contruidas con paredes de adobe o adobones, a veces de ladrillo, con una cubierta de madera y teja. En las partes altas, existían las chozas con una sola habitación, contruidas con paredes de carrizo y lodo, y su techo era de paja

amarrada con chilpe o fibra de cabuya que se recogía en los páramos a base de la minga. En la actualidad se está optando por la construcción de viviendas con paredes de bloques o ladrillos y cubierta de hormigón con hierro, en los centros poblados.

También existen grandes edificaciones especialmente alrededor del lago, como las descritas en el capítulo correspondiente al estudio de la oferta hotelera de la zona del Imbakucha.

Por el crecimiento demográfico acelerado, en las parroquias de San Pablo, en la comunidad de Huaycopungo, ya no existen espacios para la construcción de viviendas lo que origina la migración hacia otras comunidades, donde adquieren los terrenos y levantan sus casas.

6.1.11 PRODUCCION

6.1.11.1 PRODUCCION AGRÍCOLA.- En la Sierra ecuatoriana, desde por lo menos 3.000 años, se viene practicando la agricultura y la ganadería de acuerdo al conocimiento del suelo en su conjunto, al ordenamiento y dinamismo que fue la clave para la práctica de la conservación. La economía agraria, en la época prehispánica fue resultado eficaz de la utilización de la técnica de los camellones, en varias partes del Ecuador existen evidencias prehistóricas, visibles hasta la actualidad en la llanura de San Pablo (Hacienda Cusín) y en los terrenos húmedos de Cayambe y Paquiestancia; algunos de estos camellones fueron trabajados junto a una Tola o Rampa. A través de la técnica del camellón se protegen las raíces de las plantas de la asfixia y del pudrimiento que ocasionaría la siembra de una semilla en suelo saturado de agua.

Nuestros indígenas, especialmente los Cayambis, a través de los años, fueron descubriendo el ritmo de la madre naturaleza y del suelo que les permitían organizar los ciclos agrícolas de siembra y cosecha, actividades acompañadas de celebraciones y rituales, en donde la mujer desempeña el papel más importante como responsable de la actividad agrícola en su hogar.

Existen diferentes productos originarios de los Andes, por ejemplo: el maíz con sus variedades (blanco, chillo, amarillo, chaucha y negro); la papa (chaucha, leona, cachipapa, moronga, uvilla); fréjol (rozado, pintado, negro, blanco, capulí, canario, matambre, mantasuca); lentejas (suca, negra, amarilla y blanca); chocho, quínoa (saraquínoa, negra y chaucha); melloco (blanco, amarillo y rozado); oca (negra, blanca y rozada); mashua (santo cristo, amarillo); zanahoria (amarilla, blanca y negra). Además habilla, morocho, chulpi, canguil, zambo, zapallo, cebolla, jicama, arveja, porotón, camote y otros.

La mayoría de estos productos se cultivan en forma combinada, en los huertos familiares se encuentran unos pocos guachos de cada cultivo en junta con otros productos que sirven para el sustento o la venta.

En la cuenca del Lago San Pablo la mayor parte de la superficie tiene vocación forestal. Las actividades agropecuarias están ocasionando un proceso de degradación de los recursos naturales como el suelo, agua y los bosques.

El trabajo agrícola está condicionado por las estaciones climatológicas; para realizar la agricultura se esperan los meses de mayor precipitación que van de noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo, abril hasta mayo; existe escasez de lluvia en los meses de junio, julio, agosto y septiembre que corresponden al verano, de acuerdo a la temporada.

La sabiduría agrícola de hombres y mujeres que forman los pueblos asentados en la cuenca, ha permitido organizar los pisos ecológicos en varios espacios geográficos denominados "Allpas", donde cada piso se especializa en producir eficientemente un solo producto o varios de ellos. _____

En América, el maíz es una planta sagrada que es usada desde hace muchos años por nuestros antepasados, para la elaboración de la chicha y en su alimentación. La mayor parte de la producción agrícola no abastece el mínimo necesario para el consumo familiar.

Las comunidades asentadas al sur de la parroquia de González Suárez, San Agustín de Cajas, Eugenio Espejo y Pijal, destinan el excedente de la producción a los mercados más cercanos de Otavalo y Cayambe, actividad realizada por mujeres, en especial.

En las comunidades de Huaycopungo, Tocagón, San Miguel Bajo y Chuchuquí existen pequeños huertos de frutilla comercializados a la ciudad de Quito para la elaboración de conservas, y otra parte de su producción es vendida en el sur de Colombia.

6.1.11.2 PRODUCCION GANADERA.- En las comunidades del pueblo kichwa la agricultura está estrechamente beneficiada por la ganadería, la mayoría de sus habitantes varones, se dedica a la crianza de ganado vacuno, porcino, lanar y animales menores como cuyes, gallinas, conejos y otros. A esta actividad apoyan las mujeres que salen al pastoreo de los rebaños.

En cuanto al ganado vacuno existen por lo menos una unidad por cada familia campesina, en las comunidades que pertenecen a la parroquia de San Pablo, el promedio es de tres a seis cabezas, también mantienen chanchos entre dos a cinco, de cuatro a ocho ovejas, de diez a cincuenta cuyes y caballos de uno a dos unidades que utilizan en el trabajo del campo.

Las comunidades que pertenecen a la parroquia de González Suárez, la Hacienda La Vega y los potreros de La Clemencia de la parroquia de San Pablo, se caracterizan por la producción de leche que es vendida a las plantas procesadoras de la ciudad de Cayambe y otra parte se expende para el consumo de sus pobladores.

La comunidad de Eugenio Espejo de Cajas tiene su fábrica de quesos Apangora, que permite que los comuneros vendan la leche en la misma comunidad sin dar oportunidad a los intermediarios. El ganado vacuno es todavía utilizado en las comunidades para las labores agrícolas.

Las comunidades Kichwa Otavalo tienen un promedio de tierra mínimo que no les permite tener diferente tipo de animales; el promedio de animales es de 2 a 4, y en cada vivienda se puede observar uno o dos chanchos, pollos y cuyes para su consumo interno.

La mujer o madre de familia está involucrada directamente en las actividades, tanto de la agricultura como de la ganadería. Muchas veces en las comunidades pertenecientes a la parroquia Eugenio Espejo, y las comunidades Compañía y Camuendo, las mujeres realizan el trabajo de labranza con la ayuda de la yunta y el arado, no así en las comunidades de la parroquia de González Suárez y San Pablo, donde el hombre es quien realiza todos los trabajos fuertes relacionados con la preparación del suelo, para el cultivo de sus productos.

6.1.11.3 PRODUCCION ARTESANAL.- En la comunidad Kichwa Otavalo predomina la actividad artesanal, realizada por hombres, mujeres, niños y ancianos que viven juntos. La planta de la totora (*Scirpus Californicus*) que crece en los márgenes del lago, en la zona inundable del río Itambi y el desaguadero del mismo (156 hectáreas), se utiliza en la construcción de tumbados de casas, camas, manteles, alfombras, balsas, cuerdas, adornos, aventadores, canastos, y su raíz sirve de alimento.

Esta actividad ha permitido mejorar la economía familiar de las comunidades de Chachiviro, Cuatro Esquinas, Tocagón y Huayco Pungo. Los artesanos compran la totora en estado verde o amarillo, la comercialización de esta artesanía se lo realiza en los mercados locales e incluso en los mercados de las ciudades de Colombia (Ipiales, Pasto, Cali, Bogota, Cucuta) y otras ciudades fronterizas con Venezuela.

Las comunidades de Pucará Alto, Pucará de Velásquez y la Compañía, se ha especializado en la producción de artesanías y prendas de vestir a mano y a máquina; se producen sacos de hilo, gorras y pasamontañas de orlón, fajas, bayetas y ponchos de lana. Para la producción de sacos de hilo, la mayoría de artesanos utilizan la materia prima que importan de Colombia.

6.1.12 SITIOS SAGRADOS Y LUGARES ARQUEOLOGICOS

Las comunidades indígenas guardan estrecha relación especialmente con el medio natural, con las montañas, piedras grandes, agua, árboles, y esta relación ha dado origen a cuentos, mitos, leyendas, ritos y fiestas. Se sigue manteniendo las ofrendas, rogativas y responsos. Según la concepción indígena, el gran espíritu ordenador de la totalidad del universo es el Pachacamac y cada elemento o espacio de la naturaleza tiene nombre propio, vida, sexo y jerarquía.

6.1.12.1 LAS MONTAÑAS.- Son grandes y vistosas, y en la cuenca el Taita Imbabura es el protector de los indígenas y de él depende las buenas cosechas y el buen tiempo. En la época de sequía o cuando demoran las lluvias, las comunidades realizan rituales en el cerro o lomas cercanas: el Wakchakaray o la ofrenda al benefactor consiste en recoger alimentos preparados por las familias que participan en el acto, estos alimentos son bendecidos por el Yachak, para luego de la ceremonia compartirlos entre todos. El rito central consiste en reunir a niños y niñas de la comunidad, siendo ubicados a la derecha e izquierda del maestro de ceremonias, para luego iniciar una rogativa nombrando a Dios y al Taita Imbabura pidiendo agua.

6.1.12.2 LA LAGUNA.- Las vertientes de agua, los pogyos, las cascadas, son lugares cargados de poderes donde los indígenas realizan varios rituales de purificación o se hacen pactos con los dueños del sitio, para dotarse de energía. El 24 de junio al amanecer del Inty Raymi, en la comunidad de la Compañía, realizan los baños en el lago a la madrugada, también los habitantes de las comunidades de la parroquia de González Suárez madrugan a realizar los baños el Domingo de Semana Santa, algunas personas en el río Itambi, otros en sus respectivos hogares.

6.1.12.3 EL ARBOL LECHERO.- Más identificado como Rey Loma, ubicado en la parte alta de la comunidad de Pucará Alto, simboliza la vida y la muerte; es un árbol medicinal que sirve para aliviar afecciones del hígado, dolor de cabeza, eliminar verrugas y calmar el dolor del oído.

Muchos Yachaks cuentan que existen trece lecheros sagrados conocidos como cruces donde las comunidades realizan rituales y ofrendas, los mismos que corresponden a trece meses del calendario lunar.

6.1.12.4 LAS TOLAS.- Eran construidas con piedra y tierra, tienen el nombre de montículos; las dimensiones de la tola variaban según la categoría del muerto. Se localiza en sitios planos y descubiertos, en donde se enterraban a los curacas; encima de las tolas se realizan ceremonias fúnebres, mensual o anualmente. Las tolas más visibles son las de Atallaro, Caluquí y Pucará

6.1.12.5 LAS PIEDRAS.- También tienen su utilidad mítica y religiosa de acuerdo al sexo y tamaño, solamente algunas piedras son necesarias para tallar y son las piedras kary (masculinas); las piedras femeninas son utilizadas para otras labores como el empedrado, construcción de zanjas, piso, etc.

Para los indígenas son sitios sagrados las cruces de caminos porque generan energía positiva, quebradas, así como las casas viejas, las plantas y los instrumentos musicales.

Entre los testimonios arqueológicos se puede mencionar la loma de Atallaro que domina el lago, desde donde se puede detectar en una prospección minuciosa algunos muros, senderos empedrados y escarpaduras. Algunos camellones y tolas con rampa y otras cuadrangulares se pueden encontrar en la Hacienda La Vega.

La presencia del Imperio Inca en nuestro país es notoria en la construcción del Camino Real que unía a los pueblos Chinchansuyo (pueblos del norte). Vestigios de la época colonial son las iglesias católicas construidas en cada una de las parroquias. En los últimos años, con el aporte de la Diócesis de Ibarra, se han construido capillas en algunas comunidades indígenas.

6.1.13 RELIGION

Con la llegada de los españoles también vino la religión católica, y el padre Juan Dorado fue el primer doctrinero de Otavalo en el año 1547, con la

responsabilidad de evangelizar a los habitantes de San Pablo del Lago; construyó una modesta capilla de adobes y techo de paja que se llama Virgen de Lourdes. Posteriormente se construyó un templo con materiales más resistentes y soportes más firmes que fue acabado en 1932.

Todas las parroquias son atendidas por sacerdotes enviados por la Diócesis de Ibarra, con misas dominicales, bautizos, matrimonios, confirmaciones, primeras comuniones y defunciones. Las iglesias son embellecidas con cuadros que representan la vida de Jesús o de la Virgen María, tallados en madera o piedra en San Antonio de Ibarra.

En los fallecimientos, luego de realizar la ceremonia religiosa se le entierra al difunto en los cementerios que existen en cada una de las parroquias, las comunidades de Angla y Pijal sector alto, poseen sus cementerios propios.

Actualmente la provincia de Imbabura ha receptado múltiples tendencias de pensamientos religiosos, entre los que predomina la iglesia evangélica que ha construido templos para desarrollar sus ritos religiosos, especialmente entre las comunidades Kichwa Otavalos. Hace muchos años existía contradicciones y rivalidades entre las sectas, pero actualmente existe el respeto mutuo a la religiosidad de las familias y comunidades, sin que esto haya producido conflicto de género.

6.1.14 LEYENDAS MITOS Y TRADICIONES

6.1.14.1 CUICHI (ARCO IRIS).- Al cuichi siempre se tenía miedo, porque cuando envolvía a alguien, niño o adulto, esta persona se enfermaba, por ejemplo de sarna. Por eso cuando se veía al cuichi se decía "seguro que se va a enfermar alguien"; no había que indicar al cuichi con el dedo, porque el dedo podía pudrirse.

Hay el cuichi varón y el cuichi hembra. El varón aparece como un hombre con poncho colorado y sombrero grande, de pie en la mitad del arco. La hembra se llama Yumba y vive en el agua. Cuando los mayores veían el agua aceitosa de

color rojizo o amarillento con verde en las vertientes, decían: ¡Aquí vive la Cuichi! Esta agua es la orina de la Cuichi!.

Para que desapareciera el cuichi, había que coger un perro y hacerle chillar. A los hombres que se ponían ponchos colorados o ponchos negros con hilos de colores, la gente los perseguía diciendo que eran amigos del cuichi, y que era mejor que se fueran.

6.1.14.2 LA RINCONADA DE PIJAL.- Dicen que en la Rinconada de Pijal antiguamente hubo un troje (bodega) de grano. Allí podían entrar solo hombres fuertes y poderosos. Al acercarse al troje, primero veían un huerto con plátanos, naranjas, duraznos y otras frutas. Detrás del huerto estaba la bodega. En la huerta estaba amarrado un perro grande, si se le tenía miedo, no se podía entrar. Más adentro había una culebra muy grande, más temible que el perro. Más adentro todavía, estaba sentado un patrón con un sombrero grande y su bastón. Los que llegaban hasta allá podían pedir lo que deseaban. El patrón decía: entra y lleva lo que quieras. Y los hacía pasar hasta el cuarto interior, lleno de cosas, cogían cosas que alcanzaban en una bayeta. Salían alegres del troje, cargando el bulto, pero después de caminar un poco, de repente como que si despertaban y veían que no estaba oscuro. Al despertarse así, veían algunos que no estaban cargando nada. Y otros encontraban la bayeta con trozos de carbón.

6.1.14.3 HIERAFON.- En la quebrada Urumbilla hay un túnel que construyó la gente que vivió allí mucho tiempo atrás. Por encima del túnel pasaba una carretera y un puente. Allí aparecía el Hierafón, un hombre enorme que llegaba la cabeza hasta el cielo. Los que le habían visto decían que tenía bigotes y se parecía a un mestizo. No dejaba pasar al encontrarse con el, había que arrodillarse y rezar para que desapareciera. Al oír el rezo el Hierafón regresaba al túnel.

La quebrada tiene tres túneles, y el Hierafón ha aparecido en todos los tres. Una vez, hasta llegó a una fiesta, la gente quedó asustada. Pero un mayor cogió una callua (telar antiguo) con la mano izquierda y un acial de cuero con la

mano derecha. Así fue a pelear. La gente escuchaba golpes y ruidos. El mayor pinchaba al Hierafón con el filo del callua y le pegaba con el acial. De esta manera llevó al Hierafón a otra quebrada. Ahora ya no aparece aquí.

6.1.14.4 YANAURCU.- Antes creían que los cerros eran vivos y gobernaban la vida de la gente. Nuestro cerro es el Yanaurcu. Cuentan los mayores que el Yanaurcu era dormilón. Cuando Dios llamó a todos los cerros para repartir los productos, él estaba durmiendo. Cuando despertó, ya todo estaba repartido. Los otros, los que ya habían venido antes, ya se iban cargando semillas y animales. Solo quedaron algunas cosas regadas en el suelo. El Yanaurcu alcanzó a recoger unos conejitos, unos pajaritos, un poco de semillas y nada más. Por eso ahora somos pobres!

6.1.15 FIESTAS

Los calendarios festivos están ligados estrechamente a los ciclos agrícolas y a las leyes de la naturaleza, así por ejemplo: la época de cosecha de maíz corresponde a la fiesta del INTY RAYMI, solsticio de verano, y a la realización de matrimonios. En las fiestas participan hombres y mujeres según el rito y función que se encargan entre ellos.

Las fiestas más importantes entre los kichwas Otavalos, especialmente de las parroquias Eugenio Espejo y San Rafael, con mucha significación ritual, simbólica y religiosa han sido los Pendoneros y el Coraza.

En las comunidades Kichwa Cayambis, los Aruchicos y la entrega de la Rama de Gallos.

6.1.15.1 FIESTA DE SAN JUAN.- Esta es una fiesta que ha conservado los matices y rasgos tradicionales, se inicia el 24 de junio; las comunidades forman grupos de amigos, danzantes y disfrazados con caretas, pañuelos, máscaras de hayajumas, sombreros grandes, gorros de militares y zamarros. El que dirige la fiesta, va vestido de hayajuma (cabeza de diablo). Cada grupo tiene su acompañamiento musical, salen bailando desde sus comunidades y se dirigen a los diferentes lugares de concentración; las comunidades aledañas a la

parroquia de San Pablo del Lago festejan por cinco días consecutivos en el estadio de Pusaco, en la plazoleta de Cusinpamba, en Abatag, en la laguna y en el Chilco. Otras comunidades se dirigen a la ciudad de Otavalo, se toman las calles y plazas, luego se dirigen a sus comunidades para continuar la fiesta por lo menos durante quince días. El personaje más importante es el hayajuma que en la víspera del 24 de junio por la noche, se baña en alguna cascada con el objeto de adquirir poderes especiales para poder bailar todos los días.

La actual fiesta de San Juan coincide con el festival prehispánico del sol, conocido como Inty Raymi, en la época del solsticio de verano.

6.1.15.2 EL CORAZA.- Es la proyección folklórica más importante de Imbabura y se lleva a cabo el 19 de agosto. Es una maravillosa manifestación popular en honor a los dioses en agradecimiento de las cosechas recibidas. El coraza antes de la fiesta alquila su indumentaria a un precio muy alto tomando en cuenta que si algo se pierde quedará endeudado.

Forman el séquito: el ñaupador, que es el ayudante u hombre de confianza, la Mama Coraza que es la mujer del coraza, el o la niña encargada de recitar algunas estrofas dirigidas al teniente político y al cura, los yumbos indígenas encargados de cuidar al coraza como guardaespaldas. La banda se compone de pingullos, rondadores, flautas, tambores. El encargado de la volatería enciende la sarta de voladores, y una persona que tira el caballo.

El coraza está vestido con pantalones y blusas adornadas con encajes, lentejuelas y oropeles, medias blancas, sandalias y sombrero en forma de media luna; la parte superior del sombrero está llena de plumas de hermosos colores y la parte inferior lleva muchísimas joyas y perlas preciosas.

Los yumbos llevan ropaje azul, adornados con oropeles y una corona de cartón con plumas en la parte superior.

El día de la fiesta, el coraza da un regalo a su esposa. Así vestidos, van a caballo o a pie atravesando las comunidades, con la banda de músicos

adelante, que está formada por pingulleros. Ocupan plazas y calles, llena de acompañantes, y por todas partes se escucha música autóctona.

Cuando termina la música, los corazas salen uno por uno, mientras en la plaza se lanzan voladores y se encienden sartas; luego, el prioste y los yumbos montan a caballo vestidos con hermosos corales y cubiertos con mantas y empiezan a golpear alrededor de la plaza, se acercan al atrio de la iglesia en donde se da un discurso alabando al prioste y a la santidad del cura, llamado Loa.

Inmediatamente los corazas salen al galope perseguidos por los yumbos que tratan de pegarlos en la cara con raspadura; el coraza puede defenderse solamente huyendo, y como no puede protegerse la cara con las manos, el que logra pegarle primero entregará el mediano al coraza. De la plaza van a la casa del prioste donde continúa la fiesta por varios días, pudiendo terminar en riñas como es muy común entre los indígenas.

En tiempos antiguos se celebraba la fiesta de San Luis de San Rafael de Corazas dos veces por año, la semana de pascuas en abril y el 15 de agosto; los priostes eran de las comunidades de Tocagón, Cachimuel y Huaycopungo.

6.1.15.3 LOS PENDONEROS.- Esta fiesta promovida solo por el prioste, lo convierte en un hombre de gran prestigio. Se lleva a cabo en San Miguel de Cuchillona y se desarrolla de la siguiente manera: amigos y familiares del prioste se reúnen en su casa de donde sale la procesión. A la cabeza van los portadores de unos pendones con banderas rojas. Al comenzar la música, corren alrededor de la procesión en forma de zig-zag y a continuación alrededor del Espíritu Santo y el prioste. Al llegar al pueblo se enciende la volatería produciendo gran estruendo y algarabía. Esperan en la plaza del centro hasta que comience la misa. En ese momento se realiza un hermoso ritual de recolección de granos cocinados que cada acompañante trae de su cosecha para entregar a la mujer del prioste, para que los reparta en el transcurso de la fiesta. Después de la misa, regresan a la casa del prioste, junto con el cura, los sacristanes y los acólitos, y la imagen de San Miguel

Arcángel, que es sacada de la iglesia para la procesión. En la casa del prioste continúa la fiesta con comida y bebida hasta anochecer. Se dice que este es un rito fúnebre, donde se hace honores con las banderas.

6.1.15.4 RAMA DE GALLOS.- La fiesta de San Juan o Inty Raymi se complementa con la rama de gallos; el prioste de la fiesta se encarga de la preparación del pan y la chicha, contrata una banda de músicos y busca a los danzantes. Un mes antes de la fiesta, la comunidad hace una minga de leña, toda la gente sube al cerro para traerlas a la casa del prioste para que su familia pueda cocinar para la fiesta.

La rama de gallos se hace entre varias familias; la víspera de la entrega, mucha gente va a dejar gallos en la casa del prioste, juntándose hasta treinta gallos. En esta actividad participan muy vigorosamente las mujeres.

Los encargados de recibir la rama de gallos, organizan la comida y la chicha para brindar a toda la comunidad. Los priostes entregan doce gallos por cada uno que recibieron el año pasado. Los danzantes usan campanillas, guitarras, tundas, flautas, rondines, que acompañan al prioste con hermosa melodías y coplas con mensajes jocosos en contra de los hombres o mujeres, a veces con matiz político contra los gobiernos.

En muchas ocasiones de acuerdo con la posibilidad económica, también se contrata orquesta o disco móvil.

En algunas ramas los hombres se visten de mujeres, otros con zamarros, se ponen gafas y disfraces imitando a personajes populares; quien dirige el baile es el hayajuma, que utilizando el fute y con la botella de licor en la mano, hace travesuras y molesta a la gente. En esta fiesta acompañan los niños y las niñas de los hogares.

Esta fiesta es muy atractiva y se realiza semanalmente a partir del 24 de junio, luego el mes de julio y agosto, especialmente en las comunidades del pueblo Cayambi, pertenecientes a las parroquias de González Suárez y San Pablo.

6.1.15.5 FIESTA DE LOS ABAGOS.- Se celebra el 15 de julio al inicio de la época de cosecha; el sacerdote se vestía con una capa con cordón dorado, llevaba cascabeles en los pies, en el pecho un botón de oro y en la cabeza un plumaje con otro broche dorado, en una mano tenía un bastón con moquillón hecho de palo de eucalipto y en la otra mano una cruz; iba acompañado por un danzante vestido de rojo con franjas amarillas que llevaba un bastón de chonta con el que golpeaba al bastón del sacerdote, así bajaban a la iglesia de San Rafael donde se celebraba la misa.

6.1.15.6 FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN.- Se celebran en:

San Pablo del Lago en octubre

González Suárez en abril

San Rafael en junio

Eugenio Espejo en abril

Estas celebraciones van acompañadas de desfiles, tanto de autoridades parroquiales como de estudiantes de los planteles educativos; la elección de la reina, el festival de la canción nacional, toros populares y misas dominicales en honor de los patronos.

6.1.15.7 FIESTA DE LA VIRGEN DE AGUA SANTA.- En el mes de septiembre en la parroquia de San Pablo y la fiesta de la Virgen del Quinche en la parroquia de González Suárez, y en el barrio Araque en el mes de noviembre y diciembre.

6.1.15.8 MUERTE DEL NIÑO O NIÑA.- Cuando un niño fallece, todas las personas que integran la comunidad se reúnen para acompañar a los padres en el dolor. En la primera noche realizan el velatorio del muerto y lo alumbran con ceras encendidas; los familiares del muerto brindan la comida, aguardiente y chicha a los acompañantes.

Al siguiente día, lo llevan a enterrar en el suelo del cementerio. A la salida, toda la gente va bailando con guitarras, hasta llegar a la casa, donde comen y

toman licor. Los familiares del niño muerto recogen ortiga y chilca, hacen una escoba y ortigan a la madre; luego le bañan la cabeza igual que al padre y a los hermanos, con el fin de que se olviden del muerto. Luego continúan bailando por algunos días.

6.1.15.9 MATRIMONIO.- Primero viene el enamoramiento como ocurre en todas partes. Se complementa con la conversación; y el joven le quita una prenda de vestir a la muchacha como un símbolo de compromiso legal. Una vez que los padres tienen conocimiento de ese compromiso, se reúnen para conversar y llegar a acuerdos.

Para la primera entrevista entre los padres del novio y de la novia, se acostumbra que el padre del novio tiene que llevar bebidas, frutas, cuatro a cinco canastas de pan y el “mediano”. Estos regalos son llevados para la novia. En caso de no ser aceptados, los padres del novio regresan a su casa con todos los obsequios. Pero si la respuesta es positiva, buscan a los padrinos del matrimonio que deberá cumplir con lo siguiente: comprar los vestidos, utensilios domésticos y según las posibilidades, ganado vacuno, lanar, etc.

6.2 MINIMIZACIÓN DE LOS IMPACTOS CULTURALES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO

De acuerdo con el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad (2002), en su artículo 22, manifiesta que: Se entiende como comunidad local a la “organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para tal efecto”.

Con el propósito de lograr que las comunidades que se encuentran en las zonas adyacentes, para este caso la cuenca del Imbakucha y en general la provincia de Imbabura, se beneficien de esta actividad y de esta manera se logre alcanzar una calidad social y cultural, se debe hacer conciencia de los siguientes aspectos:

6.2.1 APOYAR LAS INICIATIVAS LOCALES:

- o Participar voluntariamente en las actividades recreativas y benéficas manejadas por organizaciones comunales y/o empresas locales. Es decir involucrarse en las fiestas y ceremonias culturales anteriormente descritas, como miembros activos de la zona y de las comunidades indígenas del sector.

6.2.2 DESARROLLAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA POBLADORES LOCALES INVOLUCRADOS CON LA OPERACIÓN:

- o El proyecto en estudio deberá desarrollar programas de capacitación dirigidos hacia los pobladores locales que forman parte de la eco – hostería, a fin de incentivarlos a apoyarla y sentirse comprometidos con ella.
- o Los programas de capacitación deberán tratar temas particulares de interés de conservación y manejo adecuado de los recursos culturales de las poblaciones involucradas en el estudio.

6.2.3 APOYAR EL BIENESTAR LOCAL DE LAS COMUNIDADES LOCALES

- o La eco – hostería procurará la compra de productos locales (alimentos, artesanías, etc.) para la operación eco turística y efectuará un pago justo por éstos, de acuerdo a los precios del mercado. Cabe señalar que dichas compras de preferencia se lo hará a los productores y artesanos locales, con el fin de promover su producción.
- o La eco hostería aportará al bienestar de las comunidades locales a través de la compra de servicios, de acuerdo a las necesidades de la empresa y cuyo pago se ajustará a la Ley Laboral vigente en el Ecuador..
- o La eco hostería contratará como parte de su personal de planta y da preferencia en diversas áreas y posiciones a pobladores de las

comunidades locales (si las hubiera y si estuvieran dispuestas a laborar en los puestos generados).

6.2.4 PREVENIR Y MITIGAR IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES

- La empresa deberá cumplir los puntos referentes a respeto a grupos humanos locales, lugares históricos y arqueológicos detallados en los principios generales de la Norma Técnica de Ecoturismo.
- Evitar las simulaciones culturales dentro de su operación, es decir no tratar de satisfacer al cliente con imitaciones de las fiestas o celebraciones propias de las comunidades con gente diferente a ellas.
- Manejar grupos que no excedan un cierto número de visitantes en las comunidades.

CAPITULO 7

ESTUDIO TECNICO

7. ESTUDIO TECNICO Y DE FACTIBILIDAD TURÍSTICO – HOTELERA

7.1 CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA.

El proyecto que se va a desarrollar en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia Eugenio Espejo, se denominará "ECO HOSTERIA CHUCHUQUI". Esta será una empresa que brindará servicios eco – turísticos dando a conocer la riqueza cultural y geográfica de este sector del país. El nombre de la empresa se lo asignó por estar específicamente situado en la comunidad Chuchuquí Bajo, para lograr conectividad con la zona y el medio.

7.1.1 CARACTERISTICAS DEL NEGOCIO

El ámbito de gestión en el cual se desarrollará la ECO HOSTERÍA CHUCHUQUÍ, es bastante amplio en el sentido de los servicios que prestará, obviamente se tratará de cumplir con la mayor cabalidad a todos los que a continuación se indicara: como situación primordial, esta dar servicio de alojamiento al turista nacional y extranjero. Servicio provisión de comida con servicios completos de restaurante. Además se dará el servicio de información turística. Servicio de guía. Servicios culturales (explotación de fiestas y tradiciones indígenas autóctonas en salas de espectáculos, servicios relacionados con museos, conservación de lugares y edificios históricos y arqueológicos, conservación de flora y fauna). Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreación (promoción y organización de pruebas deportivas de competición y esparcimiento, deportes de aventura y riesgo). Servicios de remolque y tracción en vías interiores de navegación. Comercializar artesanías propias del Ecuador. Realizar intercambios culturales de personas extranjeras con pobladores nativos de las comunidades cercanas.

Con el fin de satisfacer de mejor forma al cliente nacional y extranjero, se prestará los servicios anteriormente citados con la mejor calidad y esmero posible, para lo cual se basará en políticas internas tanto ecológicas como administrativas para que el servicio sea mejor cada vez.

7.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

A continuación se describe a todos los servicios que presentará la eco hostería y su funcionamiento.

7.1.2.1 SERVICIO DE HOSPEDAJE

La eco hostería contará con cabañas simples, dobles y familiares (con capacidad para seis personas), las cuales ofrecerá al turista las comodidades requeridas y la elegancia de su construcción con un estilo rústico, además estas cabañas estarán sobre canales de agua, que del mismo lago se desprenderán para dar un mayor atractivo físico y una exclusiva distinción. Se debe aclarar que todas las cabañas contarán con chimeneas y salas, características que darán un valor agregado a las demás hosterías ubicadas en la zona.

7.1.2.2 SERVICIO DE RESTAURANTE

El restaurante será el vínculo entre el turista y la eco hostería, ya que se contará con un restaurante exclusivo, con vista al lago, además constará con una tarima para presentación de grupos musicales mientras se degusta de una gastronomía bastante amplia ya que se ofrecerá comida nacional e internacional, y para mayor degustación de estos succulentos menús, se contará con un servicio de bar permanente, aclarándose que la comida puede ser servida en el restaurante propiamente dicho o si el cliente lo desea en cada cabaña en la que se encuentra hospedado o de no ser el caso en cualquier otro lugar en donde las condiciones físicas lo permitan.

7.1.2.3 SERVICIO DE EVENTOS ESPECIALES

En el mismo lugar donde funcionará el restaurante, prestará características esenciales para hacer de este un lugar de recepciones y eventos para diferentes tipo de espectáculos, en donde corre por cuenta de la hostería todo lo referente a menaje, salonería, vajilla, etc.

7.1.2.4 SERVICIO DE GUIA TURÍSTICO

Este es un servicio que se pone a disposición de los turistas, con el fin de que cuando se realicen las salidas ya sea mediante ciclo paseos, transportes

acuáticos, transporte terrestre, o simplemente en las caminatas, el turista pueda informarse de aspectos culturales, florísticos o faunísticos característicos de la zona.

7.1.2.5 SERVICIOS DEPORTIVOS Y DE RECREACIÓN

Además de contar con canchas para indor fútbol, volley, y otros deportes que se pueden practicar en estas canchas, aprovechando que la eco hostería contará con una pequeña plaza de toros, se ha pensado también en poner a disposición de los turistas deportes novedosos como son rejoneo, corrida de toros de pueblo, cabalgatas, caminatas, tours, competencias de botes a remo, caballitos de totora, y en fin cualquier deporte que tenga relación con el lago y que en su desempeño no se utilice químicos ni elementos extraños que puedan alterar el eco sistema de la zona.

7.1.2.6 SERVICIO DE EVENTOS CULTURALES

Como se pudo apreciar en el capítulo 6 (Estudio de impacto cultural), la provincia de Imbabura y en especial las comunidades indígenas de la cuenca del Imbabura, presentan un sin número de eventos culturales autóctonos de la zona, los cuales se desarrollan a lo largo de todo el año y constituye un espectáculo novedoso para el turista, tal así que la hostería ocupará la plazoleta de toros para el desarrollo de todos estos eventos que con la colaboración de la misma gente del sector, se llevará a cabo estas singulares tradiciones, tales como: las fiestas del Inti Raimi, San Juan, Pendoneros, Ramas de gallos, fiestas de los Abagos, El Coraza, fiestas patronales de las comunidades y las parroquias, etc.

7.1.2.7 SERVICIO DE CONVIVENCIA COMUNITARIA

Y como un servicio adicional a los anteriormente expuestos, se pondrá al servicio del turismo un tipo de intercambio cultural, el cual se refiere a la convivencia por un cierto período de tiempo (no mayor a 15 días), al turista o turistas que estén dispuestos a vivir las diarias experiencias de una familia común y corriente de la zona, que entre sus destacadas labores está el diario ordeño, la comida en fogón de leña, la agricultura, el pastoreo, la cría de animales e incluso el aprendizaje o por lo menos la iniciativa de aprender el

idioma kichwa. Este intercambio se lo realizará únicamente con familias que tengan sus hogares cercanos a la eco hostería y que además la empresa considere los correctos.

7.1.3 ESTÁNDARES DE SERVICIO

7.1.3.1 Alimentos y Bebidas

- **Compras:** Se debe realizar una guía con una descripción concisa de la calidad del producto, tamaño, peso, precio y proveedor seleccionado. El gerente general se encargará de compartir esta guía con el personal, proveedor y receptor del producto, el mismo que debe establecer éstos estándares de compras basándose en el menú y sus requerimientos. De esta manera se podrá controlar la calidad y el tipo de comida deseada, reducir costos de compras, utilizar únicamente los productos requeridos y conseguir buenas ofertas con los proveedores.
- **Receta estándar:** Sirve para que el personal pueda realizar un plato de la misma manera. Especifica ingredientes, peso, procedimiento, tiempo de cocción, equipamiento y temperaturas. Además ayuda a calcular el número de personal requerido y administrar sus horarios.
- **Tamaño de porción estándar:** La receta estándar ayuda a obtener el tamaño exacto de la porción, que debe ser siempre igual para cada uno de los platos.
- **Costo de porción:** Significa el costo de prepara o servir una porción de comida o medida de bebida de acuerdo a la receta estándar. (Costo total de receta/cantidad de porciones)

7.1.3.2 Presentación personal

Uniforme:

- Mantener el uniforme siempre limpio.
- Usar el uniforme completo durante el trabajo.
- Seguir los estándares de la empresa para el uso de uniforme.
- Llevar siempre una identificación con el nombre
- Presentación personal fresca y limpia.

- El uso de desodorante (sin olor) es indispensable.

Mujeres:

- El cabello debe estar arreglado, peinado y limpio
- Si tiene cabello largo, debe estar de preferencia recogido, o atrás de los hombros por razones de higiene o seguridad, que no estorbe la cara. (En departamentos como cocina es necesario que esté recogido y con una malla o sombrero)
- Usar accesorios para recoger el cabello de colores discretos y no llamativos.
- No se permite el uso de gorras o sombreros a no ser de que sea parte indispensable del uniforme.
- Evitar peinados muy llamativos incluyendo el color del pelo.
- Uso de cadenas o collares poco visibles y muy discretos.
- El número de anillos en la mano debe ser mínimo y de preferencia pequeños, discretos y poco llamativos.
- En caso de usar aretes, estos deben ser pequeños y discretos, no se permite utilizar aretes colgantes muy grandes ni llamativos.
- Usar relojes discretos.
- Se prohíbe el uso de cualquier joya en lugares como cejas, lengua, nariz etc.
- El uso de maquillaje debe ser mínimo y conservador, con colores discretos y en armonía con el uniforme, se recomienda un look fresco y natural.
- El uso de perfumes debe ser moderado, tomando en cuenta que olores fuertes pueden molestar a los clientes o a los compañeros de trabajo.
- Las uñas deben estar siempre limpias y no muy largas, si van a estar pintadas se recomienda usar colores suaves y discretos. (En departamentos como cocina y Spa el uso de pinturas en la uñas es completamente prohibido).
- Ningún tatuaje deberá ser visto.

Hombres:

- El cabello debe estar limpio y bien peinado.
- Se prohíbe cabello largo, peinados o con colores extravagantes.
- Deberán estar bien afeitados, solo se permite un bigote sencillo.
- Se permite el uso limitado y discreto de cadenas o anillos.
- Cualquier otro tipo de joyas en lugares poco probables queda prohibido.
- Las uñas deberán estar cortas y limpias.
- Ningún tatuaje deberá ser visto.

7.1.3.3 Comportamiento del personal

- El personal deberá mantener conductas decentes durante sus horas de trabajo.
- El personal deberá trabajar en equipo y de manera coordinada.
- El personal deberá cumplir con todas las tareas con las que ha sido asignado de una manera eficiente y responsable.
- El personal deberá respetar los horarios de trabajo y de descanso y cumplir con ellos.
- El personal deberá ser competente y capacitado.
- El personal deberá ser honrado y cortés.
- El personal deberá tomar la iniciativa para manejar y resolver problemas sin perder tiempo.
- El personal deberá trabajar con entusiasmo.
- El personal deberá trabajar con espontaneidad y mostrar interés por su trabajo.
- El personal deberá tener conocimientos básicos de primeros auxilios en caso de que se presente alguna situación de emergencia.
- El personal deberá conocer los procedimientos y normas de seguridad para manejar cualquier tipo de emergencia o desastre.
- El personal deberá conocer la estructura organizacional de la empresa y saber a quien dirigirse inmediatamente dependiendo de la situación que se pueda presentar.

- El personal no deberá fumar en horas de trabajo, y si lo hace durante sus horas de descanso lo hará en lugares establecidos y que no molesten a los clientes.
- El personal tiene prohibido usar las áreas destinadas para el cliente únicamente.
- El personal deberá evitar reuniones sociales o fiestas que puedan molestar a los visitantes y que no tengan autorización debida.
- Si el personal tiene comportamientos inapropiados o de acoso sexual con sus compañeras o clientes se lo separará de su trabajo inmediatamente.

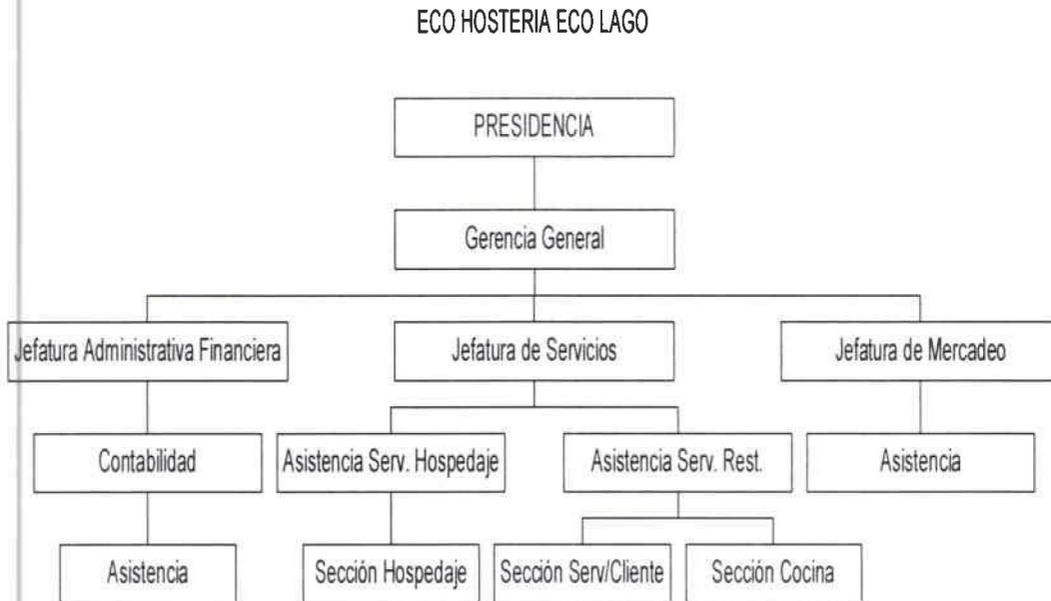
7.1.3.4 Comportamiento del personal con los clientes

- El personal deberá atender de manera rápida y eficiente a todas las necesidades del cliente.
- El personal deberá hacer sentir al cliente como alguien muy importante y hacer que su visita sea placentera y memorable, para que regrese.
- El personal debe contestar cualquier pregunta del cliente, o proporcionarle cualquier tipo de información o indicaciones que necesite.
- El personal deberá mantener una relación amable, respetuosa y amistosa con el cliente.
- El personal deberá sonreír y mantener el contacto visual con el cliente siempre.
- Se recomienda que el personal utilice además lenguaje corporal.
- De conocer el nombre del cliente, el personal deberá llamarlo por su nombre o apellido, para establecer una relación más personalizada.
- El personal deberá utilizar el saludo y tono de voz adecuado.
- En caso de llamadas, se deberá identificar el departamento y la persona, utilizar tono y saludo apropiado.
- El personal deberá recordar la regla 6/3; si el cliente se encuentra a unos 3 metros lo saludarán verbalmente y con una sonrisa, si éste se encuentra a 6 o más metros el saludo se basa en el contacto visual, gestos y sonrisa.
- El personal deberá tener siempre una actitud positiva.

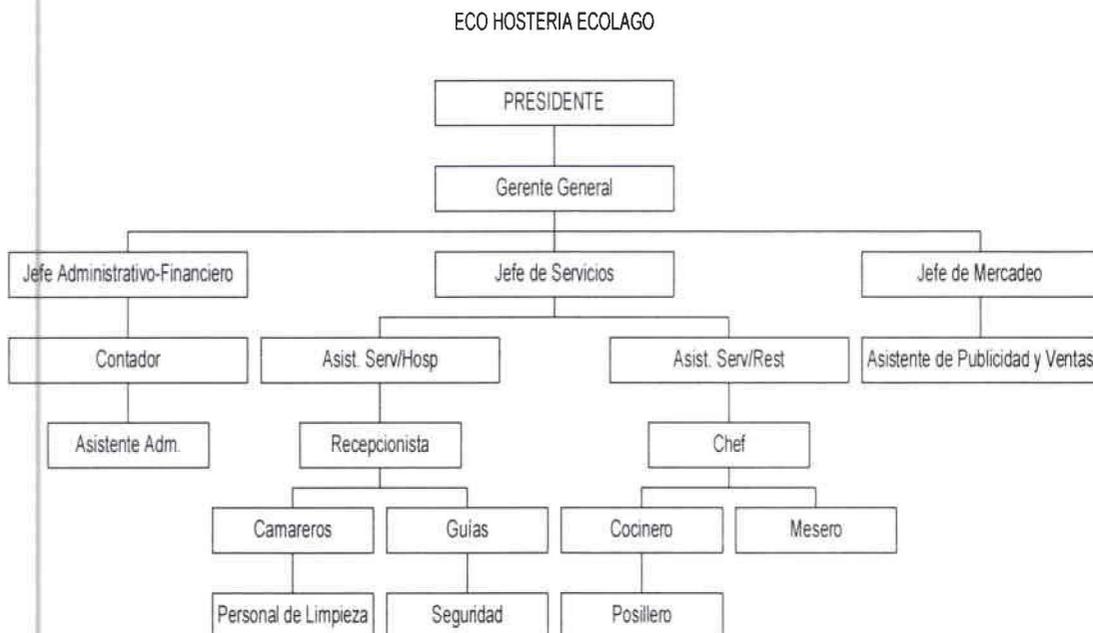
- El personal estará siempre dispuesto a escuchar al cliente.
- El personal deberá saber que el cliente casi siempre tiene la razón.
- En caso de que hubiera algún error por parte del establecimiento, el personal deberá escuchar, entender al cliente, disculparse, solucionar el problema lo más pronto posible, y notificarlo.
- El personal deberá ser respetuoso y profesional.
- El personal deberá tener una presencia impecable frente a los clientes.
- El personal deberá evitar groserías, gritos y comportamientos exagerados que puedan molestar a los clientes.
- El personal deberá realizar todas sus labores asignadas sin molestar a los visitantes. (Por ejemplo, limpieza de habitaciones en horas que el cliente esté fuera de esta).
- El personal deberá reconocer a clientes frecuentes o VIPS y atenderlos de una manera más personalizada y especial.
- El personal deberá tomar interés activo en el cliente. (preguntar si está bien, averiguar y ofrecerle servicios extras en caso que lo necesite)
- El personal debe aceptar cualquier queja o felicitaciones por parte del cliente.
- El personal deberá tener en cuenta ciertos patrones culturales de los clientes y respetarlos.
- El personal deberá respetar todas las pertenencias del cliente.
- El personal deberá brindar ayuda especial a personas con problemas físicos (sillas de ruedas, muletas, etc.).
- El personal deberá estar pendiente en todo momento de la seguridad del cliente y de sus compañeros de trabajo.

7.1.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

7.1.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



7.1.4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



7.1.4.3 DESCRIPCION DE FUNCIONES

En esta parte del estudio se dará a conocer las principales funciones de cada empleado y trabajador de la empresa, los cuales tienen una común tarea que es velar por el correcto cumplimiento de las labores asignadas a cada uno desde el Presidente hasta el ayudante de cocina.

7.1.4.3.1 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD PRESIDENTE

Nombre del Puesto: **Presidente.**

Supervisado por: Junta Directiva.

Supervisa a: Gerencia General

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Junta Directiva.

Autoridad: Tomar decisiones en la parte administrativa de la empresa.

Educación: Nivel Universitario con especialidad en carreras de Administración de Empresas, Finanzas o Auditoría. Post Grado en Administración Hotelera y Finanzas.

Experiencia: 4 años o más. En hoteles o empresas relacionadas con servicios hoteleros.

Capacitación: Gerencia Empresarial, Norma Técnica de Eco Turismo, Finanzas Corporativas y Administración de empresas.

Reemplazo: Gerente General

FUNCIONES

1. Comunicar decisiones tomadas en las Juntas Generales de Accionistas.
2. Establecer políticas internas de la empresa, en coordinación con los accionistas.
3. Dar a conocer al Directorio la situación general de la empresa.
4. Convocar a Juntas Ordinarias y Extraordinarias cuando amerite el caso.
5. Controlar y analizar estados financieros.
6. Trabajar en proyectos que involucre el crecimiento de la empresa

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo	X			
Sociabilidad		X		
Responsabilidad	X			
Cooperación	X			

Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad	X			
Habilidad para planificar	X			
Habilidad para delegar responsabilidad		X		
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público		X		
Recibir ordenes verbales o escritas		X		
Capacidad de Análisis	X			
Intuición	X			
Actuar Bajo Presión			X	
SUELDO	USD 8.400.00			

7.1.4.3.2 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD GERENTE GENERAL

Nombre del Puesto:	Gerente General
Supervisado por:	Presidente
Supervisa a:	Jefaturas Administrativa – Financiera, de Servicios y de Mercadeo
Coordinación Interna:	Toda la empresa.
Coordinación Externa:	Clientes, Bancos, Financieras, Junta Directiva, Proveedores, Aseguradoras.
Autoridad:	Tomar decisiones en la parte administrativa y operativa de la empresa.
Educación:	Nivel Universitario con especialidad en carreras de Administracion de Empresas o Finanzas.
Experiencia:	2 años o más. En hoteles o empresas relacionadas con servicios hoteleros.
Capacitación:	Gerencia Empresarial, Norma Técnica de Eco Turismo, Finanzas Corporativas y Administración de empresas.
Reemplazo:	Jefe Administrativo - Financiero

FUNCIONES

1. Manejar a la empresa lo mejor posible en el área administrativa y operativa.
2. Presentar informes y estados a la Presidencia.
3. Controlar y analizar estados financieros.
4. Establecer y autorizar todos los pagos ya sea a proveedores u otras personas involucradas en cobros. Controlar y analizar estados financieros.
5. Aprobar ordenes de compra.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo	X			
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación	X			
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad		X		
Creatividad		X		
Habilidad para planificar	X			
Habilidad para delegar responsabilidad	X			
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público		X		
Recibir ordenes verbales o escritas		X		
Capacidad de Análisis	X			
Intuición	X			
Actuar Bajo Presión			X	
SUELDO	USD 6 600.00			

7.1.4.3.3 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

Nombre del Puesto: **Jefe Administrativo Financiero**

Supervisado por: Gerente General

Supervisa a: Contador y Asistente Administrativo

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Bancos, Financieras, Junta Directiva, Proveedores.

Autoridad:	Exigir a contador y asistente estar al día con sus labores.
Educación:	Nivel Universitario con especialidad en carreras de Administracion de Empresas, Finanzas y Recursos Humanos
Experiencia:	2 años o más. En hoteles o empresas relacionadas con servicios hoteleros.
Capacitación:	Gerencia Empresarial, Norma Técnica de Eco Turismo, Finanzas Corporativas y Administración de empresas, Inglés alto porcentaje.
Reemplazo:	Contador.

FUNCIONES

1. Manejar los recursos financieros de la compañía.
2. Controlar las operaciones financieras de los proyectos.
3. Autorizar la contratación de seguros.
4. Establecer y autorizar todos los pagos.
5. Elaborar el flujo de fondos.
6. Elaborar presupuestos de gastos
7. Ordenar transferencias, depositos bancarios.
8. Fijar fecha de pagos a proveedores.
9. Elaborar rol de pagos y demás papeles que esté involucrado el desarrollo del Recurso Humano de la empresa.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo	X			
Sociabilidad		X		
Responsabilidad	X			
Cooperación	X			
Trabajo en equipo		X		
Flexibilidad		X		
Creatividad		X		
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	

Habilidad para presentarse en público		X		
Recibir ordenes verbales o escritas		X		
Capacidad de Análisis	X			
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 5.400.00			

7.1.4.3.4 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD JEFE DE SERVICIOS

Nombre del Puesto: **Jefe de Servicios**

Supervisado por: Gerente General

Supervisa a: Asistente de Servicios de Hospedaje y Asistente de Servicios de Restaurante.

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Comunidad, Municipio, Proveedores.

Autoridad: Exigir a sus asistentes a velar por el correcto desarrollo de los servicios de la empresa.

Educación: Nivel Universitario con especialidad en carreras de Hotelería y Turismo y Gastronomía. Inglés hablado y escrito.

Experiencia: 2 años o más. En hoteles o empresas relacionadas con servicios hoteleros y restaurantes.

Capacitación: Gerencia Empresarial, Norma Técnica de Eco Turismo, Administración de empresas.

Reemplazo: Cualquiera de los dos asistentes a su cargo.

FUNCIONES

1. Organizar y supervisar las áreas de hospedaje y de restaurante de la eco hostería.
2. Capacitar a los empleados a su cargo sobre la mejor atención y el mejor servicio.
3. Realizar manejo de inventarios en coordinación con sus empleados.
4. Será el encargado de la caja/recepción.
5. Elaborar calificaciones y reportes de los empleados.

6. Organizar las entradas y salidas de tours, caminatas, etc.
7. Director de servicios.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo	X			
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación	X			
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad	X			
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad		X		
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público	X			
Recibir ordenes verbales o escritas		X		
Capacidad de Análisis		X		
Intuición	X			
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 5.400.00			

7.1.4.3.5 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD JEFE DE MERCADEO

Nombre del Puesto: **Jefe de Mercadeo**

Supervisado por: Gerente General

Supervisa a: Asistente de Publicidad y Ventas

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Medios de comunicación, Municipio, Agencias de viajes, Tours operadores, Comunidades.

Autoridad: Exigir a sus asistentes a incrementar las ventas y ser más competitivos.

Educación: Nivel Universitario con especialidad en Marketing y Publicidad. Inglés hablado y escrito.

Experiencia: 2 años o más.
 Capacitación: Gerencia Empresarial, Norma Técnica de Eco Turismo, Administración de empresas.
 Reemplazo: Asistente de Publicidad y Ventas

FUNCIONES

1. Hacer pública la imagen de la empresa
2. Dar a conocer al mercado nacional e internacional a la empresa.
3. Dar la mejor imagen a la hostería.
4. Incrementar el valor de las ventas.
5. Realizar campañas promocionales.
6. Mantener el contacto con clientes.
7. Realizar presupuesto de ventas.
8. Realizar proyecciones de ventas
9. Realizar campañas publicitarias
10. Realizar y analizar nuevos productos.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo		X		
Flexibilidad		X		
Creatividad	X			
Habilidad para planificar	X			
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público	X			
Recibir ordenes verbales o escritas		X		
Capacidad de Análisis	X			
Intuición	X			
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 5.400.00			

7.1.4.3.6 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD CONTADOR

Nombre del Puesto:	Contador
Supervisado por:	Jefe Administrativo - Financiero
Supervisa a:	Asistente Administrativo
Coordinación Interna:	Toda la empresa.
Coordinación Externa:	Clientes, Proveedores, Imprentas, autoridades de Control.
Autoridad:	N/A
Educación:	Nivel Universitario con especialidad Contabilidad (CPA).
Experiencia:	1 año o más en posiciones similares
Capacitación:	Nómina, Pago de impuestos, Análisis de Balances
Reemplazo:	Asistente Administrativo.

FUNCIONES

1. Controlar y registrar el pago de facturas de clientes.
2. Controlar el pago de proveedores.
3. Registrar nomina.
4. Actualizar Inventarios.
5. Realizar pago de roles, anticipos, beneficios sociales, IESS, asociaciones y gremios laborales.
6. Preparar conciliaciones bancarias.
7. Elaborar estados financieros y analisis de cuentas.
8. Elaborar estados de resultados.
9. Determinar, elaborar y declarar impuestos de ley.
10. Registro y control de activos fijos y sus depreciaciones.
11. Atender a requerimientos de entidades de control.
12. Ingresar información de facturas al sistema.
13. Realizar retenciones de facturas.
14. Preparar el listado para pagos a proveedores.
15. Pagar a proveedores en cheques.
16. Realizar archivo (pagos, facturas, retenciones y soportes).
17. Clacificar facturas vencidas para el pago proveedores
18. Verificar anticipos a proveedores.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad			X	
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo		X		
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones		X		
Habilidad para presentarse en público		X		
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis		X		
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión	X			
SUELDO	USD 4.200.00			

7.1.4.3.7 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Nombre del Puesto: **Asistente Administrativo**

Supervisado por: Contador

Supervisa a: N/A

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Proveedores, Imprentas, autoridades de Control.

Autoridad: N/A

Educación: Bachiller con especialidad en Contabilidad, y estudios universitarios de Administración en curso.

Experiencia: 1 año como auxiliar contable.

Capacitación: Nómina, Pago de impuestos, Análisis de Balances

Reemplazo: N/A

FUNCIONES

1. Revisar facturas diarias de recepción y restaurante.
2. Acudir a las entidades gubernamentales de control de impuestos a realizar los pagos.
3. Responsable de la papelería para todos los usos de la empresa.
4. Soporte directo para el contador y jefe administrativo.
5. Encargado de obtener los permisos de funcionamiento de la empresa, tales como permisos municipales, sanitarios, de los bomberos, etc.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad			X	
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo			X	
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis			X	
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 3.000.00			

7.1.4.3.8 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD ASISTENTE DE SERVICIO DE HOSPEDAJE

Nombre del Puesto: **Asistente de Servicio de Hospedaje**

Supervisado por: Jefe de Servicios

Supervisa a: Camareros y ayudantes

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa:	Clientes
Autoridad:	Sobre los ayudantes y camareros.
Educación:	Bachiller con cualquier especialidad y cursar estudios superiores de Hotelería y Turismo.
Experiencia:	1 año.
Capacitación:	Administración de Empresas.
Reemplazo:	Asistente de Servicios de Restaurante.

FUNCIONES

1. Programar los paseos, salidas, caminatas y demás servicios relacionados a la empresa.
2. Supervisar a los camareros y ayudantes a llevar a cabo correctamente sus funciones.
3. Responsable directo de la satisfacción de los clientes.
4. Responsable de que los medios de transporte tanto motorizados como animales, esten en perfecto estado.
5. Revisar las instalaciones de la eco hostería continuamente con de evitar desperfectos y pérdidas.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad			X	
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad	X			
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			

Capacidad de Análisis			X	
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 3.000.00			

7.1.4.3.9 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD ASISTENTE DE SERVICIO DE RESTAURANTE

Nombre del Puesto: **Asistente de Servicio de Restaurante**

Supervisado por: Jefe de Servicios

Supervisa a: Saloner, Chef y Ayudantes de cocina.

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, proveedores.

Autoridad: Sobre los Saloneros, ayudantes de cocina y Chef.

Educación: Bachiller con cualquier especialidad y cursar estudios superiores de Hotelería y Turismo.

Experiencia: 1 año.

Capacitación: Administración de Empresas.

Reemplazo: Asistente de Servicios de Hospedaje.

FUNCIONES

1. Realizar compras de mercado y supermercado con el presupuesto asignado.
2. Llevar un adecuado sistema de productos en inventario.
3. Revisar que los platos del menú salgan correctamente.
4. Responsable de la limpieza del área del restaurante.
5. Revisar y dar un informe de cuales son los menús mas vendidos y de los menosapetecidos.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad			X	
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		

Habilidad para delegar responsabilidad	X			
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis			X	
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 3.000.00			

7.1.4.3.10 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD ASISTENTE DE PUBLICIDAD Y VENTAS

Nombre del Puesto: **Asistente de Publicidad y Ventas.**

Supervisado por: Jefe de Mercadeo.

Supervisa a: N/A

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes, Medios de comunicación, Municipio, Agencias de viajes, Tours operadores, Comunidades.

Autoridad: N/A

Educación: Bachiller con cualquier especialidad y cursar estudios superiores de Mercadotecnia o Publicidad.

Experiencia: 1 año.

Capacitación: Administración de Empresas.

Reemplazo: N/A.

FUNCIONES

1. Hacer pública la imagen de la empresa
2. Dar a conocer al mercado nacional e internacional a la empresa.
3. Dar la mejor imagen a la hostería.
4. Incrementar el valor de las ventas.
5. Realizar campañas promocionales.
6. Mantener el contacto con clientes.
7. Realizar presupuesto de ventas.

8. Realizar proyecciones de ventas
9. Realizar campañas publicitarias
10. Realizar y analizar nuevos productos.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad			X	
Responsabilidad	X			
Cooperación			X	
Trabajo en equipo			X	
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis		X		
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión		X		
SUELDO	USD 3.000.00			

7.1.4.3.11 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD AYUDANTES

Nombre del Puesto: **Ayudantes.**

Supervisado por: **Asistente de Servicios de Hospedaje.**

Supervisa a: **N/A**

Coordinación Interna: **Toda la empresa.**

Coordinación Externa: **Clientes**

Autoridad: **N/A**

Educación: **Bachiller con cualquier especialidad y cursar estudios superiores de Hotelería y Turismo.**

Experiencia: **1 año.**

Capacitación: Administración de Empresas., Inglés, Flora y Fauna de la zona.

Reemplazo: Camareros

FUNCIONES

1. Llevar a los turistas ya sea en bote, caballo, etc por los distintos senderos de la zona
2. Informar a los turistas sobre los sitios arqueológicos, turísticos y demas temas de interés ecológico y turístico.
3. Hacer las veces de guia especializado.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación		X		
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público	X			
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis			X	
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión			X	
SUELDO	USD 2.400.00			

7.1.4.3.12 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD CAMAREROS

Nombre del Puesto: **Camareros.**

Supervisado por: Asistente de Servicios de Hospedaje.

Supervisa a: N/A

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa:	Clientes
Autoridad:	N/A
Educación:	Bachiller con cualquier especialidad y cursar estudios superiores de Hotelería y Turismo.
Experiencia:	1 año.
Capacitación:	Administración de Empresas., Inglés, Flora y Fauna de la zona.
Reemplazo:	Ayudantes Camareros

FUNCIONES

1. Llevar a los turistas a su habitación.
2. Satisfacer a los turistas en lo que ellos exijan.
3. Asear y limpiar las cabañas en cada momento dos veces al día.
4. Limpiar las demás instalaciones de la eco hostería.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación		X		
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público	X			
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis			X	
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión			X	
SUELDO	USD 2.400.00			

7.1.4.3.13 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD SALONEROS

Nombre del Puesto: **Saloneros.**

Supervisado por: Asistente de Servicios de Hospedaje.

Supervisa a: N/A

Coordinación Interna: Toda la empresa.

Coordinación Externa: Clientes

Autoridad: N/A

Educación: Bachiller con cualquier especialidad

Experiencia: 1 año.

Capacitación: Administración de Empresas, Inglés, Gastronomía.

Reemplazo: N/A

FUNCIONES

1. Servir el menú deseado por el cliente a su respectiva mesa o cabaña.
2. Revisar los menús al momento de su despacho.
3. Asear y limpiar el área de restaurantes.
4. Limpiar las demás instalaciones de la eco hostería.
5. Prestar asistencia a la cocina.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación		X		
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad			X	
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad			X	
Habilidad para tomar decisiones			X	
Habilidad para presentarse en público	X			
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de			X	

Análisis				
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión			X	
SUELDO	USD 2.400.00			

7.1.4.3.14 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD CHEF

Nombre del Puesto: **Chef.**

Supervisado por: **Asistente de Servicios de Restaurante y Saloneros.**

Supervisa a: **Ayudantes de cocina.**

Coordinación Interna: **Toda la empresa.**

Coordinación Externa: **Clientes**

Autoridad: **N/A**

Educación: **Bachiller con cualquier especialidad, estudios universitarios con especialidad en Gastronomía.**

Experiencia: **5 años.**

Capacitación: **Administración de Empresas, Inglés, Etiqueta.**

Reemplazo: **N/A**

FUNCIONES

1. Realizar el menú solicitado por el cliente.
2. Revisar los productos o materia prima antes de su preparación.
3. Vigilar a los demás cocineros de las demás áreas su correcto desenvolvimiento.
4. Preparar la comida para el personal de planta.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación		X		
Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad		X		
Habilidad para planificar		X		

Habilidad para delegar responsabilidad	X			
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis		X		
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión	X			
SUELDO	USD 4.800.00			

7.1.4.3.15 HOJA DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD AYUDANTE DE COCINA

Nombre del Puesto: **Ayudante de cocina.**
 Supervisado por: **Chef.**
 Supervisa a: **N/A.**
 Coordinación Interna: **Toda la empresa.**
 Coordinación Externa: **Clientes**
 Autoridad: **N/A**
 Educación: **Bachiller con cualquier especialidad.**
 Experiencia: **2 años.**
 Capacitación: **Administración de Empresas, Etiqueta.**
 Reemplazo: **N/A**

FUNCIONES

1. Realizar el menú solicitado por el cliente.
2. Obedecer y aprender del chef.
3. Revisar los productos o materia prima antes de su preparación.
4. Vigilar a los demás cocineros de las demás áreas su correcto desenvolvimiento.

HABILIDADES:

	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
Liderazgo		X		
Sociabilidad	X			
Responsabilidad	X			
Cooperación		X		

Trabajo en equipo	X			
Flexibilidad			X	
Creatividad		X		
Habilidad para planificar		X		
Habilidad para delegar responsabilidad	X			
Habilidad para tomar decisiones	X			
Habilidad para presentarse en público			X	
Recibir ordenes verbales o escritas	X			
Capacidad de Análisis		X		
Intuición		X		
Actuar Bajo Presión	X			
SUELDO	USD 2.160.00			

7.2 DESARROLLO DE LA EMPRESA

7.2.1 ANALISIS FODA

7.2.1.1 OPORTUNIDADES

Realmente las oportunidades que se han encontrado para este proyecto han sido innumerables, entre las cuales destacan las siguientes:

- Crecimiento e importancia de la industria turística en nuestro país.
- Atractivo geográfico único en el país y en el mundo, por su cultura, biodiversidad y paisajes.
- Creciente interés de los países desarrollados especialmente europeos, por el ecoturismo y turismo de aventura.
- El ecoturismo puede generar beneficios para la conservación de áreas naturales protegidas y parques nacionales.
- El costo del transporte interno tanto aéreo como terrestre es menor al de países vecinos.
- Apoyo del Estado mediante la promulgación de Leyes y Reglamentos vinculados con el turismo.
- Escasez de empresas eco turísticas en la región a desarrollarse.
- Promoción del país al llevarse a cabo el concurso Miss Universo 2004.
- Apoyo del municipio y entidades gubernamentales locales para el desarrollo de empresas eco turísticas en la cuenca hidrográfica del lago.

7.2.1.2 AMENAZAS

- Preferencias a realizar el ecoturismo en la región amazónica, insular y costera.
- Población aledaña ancestral puede causar oposición al desarrollo de la actividad.
- Escaso desarrollo de conciencia turística nacional.
- Falta calidad en algunos servicios turísticos y existen deficiencias en la infraestructura turística
- Manejo de actividades con el membrete de "ecoturismo" sin considerar sus características particulares.

- Probabilidad de la aparición de competencia en la cuenca hidrográfica del Lago San Pablo por la gran demanda de turistas.
- Imagen política desfavorable del país ante el resto del mundo.
- Competencia Internacional de servicios eco turísticos de los países latinoamericanos.
-

7.2.1.3 FORTALEZAS

- La empresa vinculará a pobladores locales a la actividad generando fuentes de empleo e ingresos directos e indirectos.
- Promueve el conocimiento de diversas culturas locales y el intercambio con las de visitantes extranjeros.
- Inversión no es muy alta, ya que los trabajos no requieren de mucha ingeniería.
- Apoyo y contribución política al desarrollo de esta actividad en la provincia.
- Promueve el uso de fuentes de energía no contaminantes así como el uso sustentable de recursos y el reciclaje.
- Diferenciación de servicios con relación a la competencia.

7.2.1.4 DEBILIDADES

- Empresa naciente en la industria y en el sector.
- Porcentaje del capital es financiado, las tasas no son las mejores para la inversión.
- Barreras de salida grandes, y barreras de entradas pequeñas.
- Asociarse con las comunidades indígenas.

7.2.2.1 MATRIZ E.F.E. (EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS)

OPORTUNIDAD	P.	C.	P.P.
• Crecimiento e importancia de la industria turística en nuestro país.	0.15	3	0.45
• Atractivo geográfico único en el país y en el mundo, por su cultura, biodiversidad y paisajes.	0.10	4	0.40
• Creciente interés de los países desarrollados especialmente europeos, por el ecoturismo y turismo de aventura.	0.05	3	0.15
• El ecoturismo puede generar beneficios para la conservación de áreas naturales protegidas y parques nacionales.	0.04	1	0.04
• El costo del transporte interno tanto aéreo como terrestre es menor al de países vecinos.	0.02	2	0.04
• Apoyo del Estado mediante la promulgación de Leyes y Reglamentos vinculados con el turismo.	0.05	2	0.10
• Escasez de empresas eco turísticas en la región.	0.10	4	0.40
• Promoción del país al llevarse a cabo el concurso Miss Universo 2004.	0.02	1	0.02
• Apoyo del municipio y entidades gubernamentales locales para el desarrollo de empresas eco turísticas en la cuenca hidrográfica del lago.	0.10	4	0.40

AMENAZA	P.	C.	P.P.
• Preferencias a realizar el ecoturismo en la región amazónica, insular y costera.	0.04	4	0.16
• Población aledaña ancestral puede causar oposición al desarrollo de la actividad.	0.10	4	0.40
• Escaso desarrollo de conciencia turística nacional.	0.05	2	0.10
• Falta calidad en algunos servicios turísticos y existen deficiencias en la infraestructura turística	0.02	2	0.04
• Manejo de actividades con el membrete de "ecoturismo" sin considerar sus características particulares.	0.03	3	0.09
• Probabilidad de la aparición de competencia en la cuenca hidrográfica del Lago San Pablo por la gran demanda de turistas.	0.08	3	0.24
• Imagen política desfavorable del país ante el resto del mundo.	0.03	1	0.03
• Competencia Internacional de servicios eco			

turísticos de los países latinoamericanos.	0.02	1	0.02
TOTAL	1		3.08

ELABORACION: Autores

7.2.2.2 MATRIZ E.F.I. (EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS)

FORTALEZA	P.	C.	P.P.
• La empresa vinculará a pobladores locales a la actividad generando fuentes de empleo e ingresos directos e indirectos.	0.10	3	0.30
• Promueve el conocimiento de diversas culturas locales y el intercambio con las de visitantes extranjeros.	0.05	3	0.15
• Inversión no es muy alta, ya que los trabajos no requieren de mucha ingeniería.	0.20	3	0.60
• Apoyo y contribución política al desarrollo de esta actividad en la provincia.	0.15	4	0.60
• Promueve el uso de fuentes de energía no contaminantes así como el uso sustentable de recursos y el reciclaje.	0.20	4	0.80
• Diferenciación de servicios con relación a la competencia.	0.05	3	0.15

DEBILIDAD	P.	C.	P.P.
• Empresa naciente en la industria y en el sector.	0.05	2	0.10
• Porcentaje del capital es financiado, las tasas no son las mejores para la inversión.	0.03	3	0.09
• Barreras de salida grandes, y barreras de entradas pequeñas.	0.07	1	0.07
• Asociarse con la comunidades indígena.	0.10	2	0.20
TOTAL	1		3.06

ELABORACION: Autores

Como se puede observar en las dos matrices anteriores, se han obtenido puntajes de 3.08 en la matriz E.F.E., lo que significa que este proyecto está aprovechando de buena manera los factores externos que inciden en su desarrollo.

De igual forma se puede notar que en la matriz E.F.I., se obtuvo un puntaje de 3.06 que ubica a este proyecto por encima de la media permitida, lo que de igual forma traducida a términos de factibilidad, quiere decir que la empresa está aprovechando óptimamente los factores internos involucrados en su desarrollo.

7.2.3 NOMBRE DE LA EMPRESA

Luego de varias tentativas de nombres que se ha planificado para bautizar a esta eco hostería, se ha adoptado una que relacione la actividad que está íntimamente relacionada con la conservación ambiental; y, otra que denote el lugar geográfico en el cual se desarrolle el proyecto; de esta manera originalmente se pensó en nombres tales como: Río del Lago, el cual ya estaba registrado como marca, por consiguiente se vio la necesidad pensar en otro nombre, esta vez se lo llamó Eco Río, el cual del mismo modo ya estaba registrado; también se pensó en un nombre en kichwa, pero al realizar el estudio de mercado se notó que existía muchos turistas latinos y que de igual forma iba a ser más comprensible un nombre en español.

Hasta que definitivamente se lo denominó “**ECO LAGO**”, este nombre si fue aprobado ya que no existía otro proyecto registrado con este nombre, y además cumplía con las expectativas que se buscaba. Ver Anexo No.1 y No.2.

7.2.3.1 CONFORMACION LEGAL DE LA EMPRESA.

Para la conformación legal de la empresa se tomo como accionistas principales a los dos autores de este proyecto, los cuales por juramento y ante notario público se incorporó en el Registro de Escrituras Públicas por medio de cláusulas establecidas por las tres partes.

En la parte medular de este Registro, se explica claramente la conformación de una empresa eco turística que es de naturaleza una sociedad anónima, con el fin de asociar a la comunidad del lugar en el cual se desarrollará el proyecto, que corresponde a Pucará Bajo, además se nota que el un accionista es propietario de un terreno basto y extenso para la ejecución de este proyecto, mientras que el otro aporta directamente con capital.

De igual forma se inscribió la conformación del directorio de esta empresa, que para mayor información se lo puede apreciar en el Anexo No. 3.

7.2.4 MISION

Ofrecer servicios eco turísticos, superando las expectativas del turista nacional y extranjero que busca encontrar en Eco lago un contacto más directo con la naturaleza y la cultura.

7.2.5 VISION

Llegar a ser la empresa líder en la región en ofrecer servicios eco turísticos, buscando siempre nuevos turistas por atender, brindando un servicio diferenciado y de alta calidad, comprometiendo al turista la conservación del medio ambiente.

7.2.6 PRINCIPIOS

Eco lago se basa en principios morales y de trabajo para que cada persona ya sea turista o empleado se sienta como en su casa y en un ambiente que sea de lo más hostil posible, de esta forma se pone a consideración los principios que se practicará en esta empresa:

- TRABAJO EN EQUIPO
- HOSPITALIDAD
- RECONOCIMIENTO
- CREER EN LA GENTE
- DISCIPLINA
- ENTRENAMIENTO Y APOYO
- INNOVACIÓN
- CALIDAD SE SERVICIO

7.2.7 VALORES

En cuanto a los valores se expresa lo que la empresa espera de sus asociados, es decir de cada persona que día a día hace de Eco Lago la mejor hostería de la región.

- ACTITUD POSITIVA
- ESPIRITU DE SERVICIO
- HONESTIDAD DISCIPLINA
- COMPROMISO CON LA EMPRESA
- PUNTUALIDAD
- RESPONSABILIDAD
- ORGANIZACIÓN
- RESPETO
- IMAGEN PERSONAL

7.2.8 POLITICAS INTERNAS DE LA EMPRESA

- Cada trabajador es responsable del cargo encomendado según el organigrama estructural establecido, así, este tendrá que someterse a las normas y reglamentos establecidas y a las autoridades o jefes inmediatos. Como de igual forma tendrá la facultad de exigir a sus súbitos.
- Cada jefatura tendrá reuniones periódicas con el personal a su cargo, en las que se tratará asuntos que comprometan la progresiva mejora de la empresa, estos a su vez se reportarán con los altos directivos a fin de dar a conocer los reportes de estas reuniones para analizar el desempeño de todos y cada uno de los miembros de Eco Lago.
- Cada colaborador de la empresa, es decir cada empleado desde el presidente hasta el ayudante de cocina, será evaluado y calificado permanentemente, para realizar correctivos si es el caso o sino reconocer sus labores.

- Se tomará muy en cuenta el aseo personal y el interés por los principios y valores de la empresa, para corroboración de lo expuesto se dotará de uniformes para los trabajadores y de acuerdo a las actividades de realización.
- La capacitación será el mérito del servicio, para lo cual se capacitara continuamente a todo el personal de servicio y de planta.

Además que el personal de planta deberá ser competente y estar eficientemente capacitado en la tarea que desempeña y además en temas de importancia a la empresa, básicamente en:

- Primeros Auxilios.
- Servicio y atención al cliente y etiqueta.
- Relaciones Humanas y Normas de compañerismo.
- Normas de Seguridad con el Visitante.
- Programas de evacuación, incendios y emergencias.
- Todos los programas internos desarrollados por la empresa.

7.2.9 NORMAS DE CONDUCTA CON EL VISITANTE

- El personal de planta deberá atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad.
- El personal de planta deberá mantenerse fuera de las áreas destinadas para el descanso de los visitantes, excepto cuando sea requerido.
- El personal de planta deberá realizar las labores de limpieza y mantenimiento del establecimiento, sin molestar al visitante o importunarlo.
- El personal de planta debe abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas u otras sustancias que le impidan su correcto desenvolvimiento.
- El comportamiento del personal de planta deberá ser respetuoso y profesional con el visitante.

- El personal de planta debe ser separado de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos groseros, o de acoso sexual hacia los visitantes.
- El personal de planta deberá mantener una presencia impecable.
- El personal de planta debe tener presente ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.
- El personal de planta debe evitar gritos, y comportamientos exagerados que puedan molestar al visitante.

7.2.10 NORMAS DE CONDUCTA ENTRE EL PERSONAL DE PLANTA

- El personal de planta debe mantener un trato amable entre sí.
- El personal de planta debe mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- El personal de planta debe trabajar en equipo y de manera coordinada.
- El personal de planta no debe ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo ni horas libres en las que se encuentren dentro del establecimiento.
- El personal de planta no debe fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- El personal de planta deberá abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes.
- El personal de planta debe evitar reuniones sociales y fiestas que molesten a los El personal de planta deberá ser separado de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros / as.

7.2.11 LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

Eco lago se compromete con los siguientes parámetros de limpieza:

- Utilizar materiales biodegradables en la limpieza y mantenimiento del establecimiento.
- Presentar al visitante la opción de recambio tardío de la ropa de cama y de las toallas utilizadas para el baño ó establecer políticas de la empresa para estos temas. Esta información deberá ser comunicada al pasajero

en un brief de bienvenida o en la información de la operación y reforzada con anuncios en las habitaciones.

Por ejemplo:

<p>Estimado Huésped:</p> <p>Las descargas de aguas grises, es decir aquellas que contienen grasas y jabones requieren de tratamientos complejos antes de su disposición final.</p> <p>Es uno de los objetivos de la empresa disminuir el uso de agua y evitar el uso exagerado de jabones y detergentes.</p> <p>Dejamos a su criterio el cambio diario de ropa de cama y toallas de baño.</p> <p>Si desea que se cambie sus toallas, por favor dejarlas en el piso del baño o en la canasta.</p> <p>Si desea que NO se cambie la ropa de cama, por favor colocar el anuncio que se encuentra en la mesa de su habitación sobre la almohada de su cama.</p> <p>Gracias por su ayuda, Hostería Ecolago</p>
--

Esta información deberá ser colocada como anuncio impreso dentro de la habitación y/o baño de habitación

- El responsable de limpieza debe llevar registros de limpieza de todas las instalaciones de la empresa de ecoturismo.

FICHA DE LIMPIEZA

<i>Fecha</i>	<i>Hora</i>	<i>Encargado limpieza</i>	<i>Firma</i>	<i>Supervisor</i>

7.2.12 OBJETIVOS

7.2.12.1 OBJETIVOS GENERALES

- Plantear la creación de la eco hostería y la práctica del ecoturismo como un modelo real de desarrollo económico y social en la comuna Pucará Bajo, Eugenio Espejo, Provincia de Imbabura.
- Ofrecer un servicio ecológico diferenciado y enfocado en las necesidades de los clientes potenciales.

- Captar el 12% de los turistas (demanda real) que visitan la provincia como resultado del planteamiento de este eco proyecto, para llegar a consolidarse como la más importante hostería eco turística visitada de la provincia.

7.2.12.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover el desarrollo de actividades eco turísticas en la cuenca hidrográfica del Lago San Pablo, tales como, caminatas por los distintos paisajes, intercambio cultural con las comunidades indígenas y deportes acuáticos, todas éstas considerando que no generen impactos negativos sobre el entorno natural ni las comunidades locales.
- Dar a conocer a los turistas el verdadero significado del eco turismo, al cual muchas empresas lo usan simplemente como etiqueta para sus productos.
- Incentivar a las autoridades competentes que, para el correcto desarrollo del turismo y del eco turismo en esta zona, es necesario el uso adecuado de los recursos naturales, culturales y paisajísticos presentes en la comuna Pucará Bajo, Eugenio Espejo, Provincia de Imbabura..
- Integrar a las comunidades de la cuenca hidrográfica del lago en los procesos de conservación y uso racional de los recursos naturales existentes en la zona, como modelo para las demás comunidades que se encuentran en las orillas del Lago San Pablo.

7.3 INFRAESTRUCTURA

De acuerdo con la ordenanza municipal, el uso de suelos establecida en el Ilustre Municipio de Otavalo, establece entre otras ordenanzas la libre construcción de edificaciones no mayores a tres pisos con caracteres ecológicos y propios de zona siempre y cuando su uso sea para actividades turísticas. Para mayor información ver Anexo No.

7.3.1 DISTRIBUCION GENERAL

La ubicación de la zonificación de la eco hostería se lo realizó tomando en cuenta varios aspectos fundamentales que singularizan aún más la idea de innovación y creatividad, uno de ellos fue pensando en la vistosidad del paisaje, también se tomó en cuenta la ubicación del terreno con relación al lago, al cerro y a la comunidad, de tal forma que no se pierda de vista a ninguno de estos tres elementos vitales de la hostería; además se tomó en cuenta las vías de acceso. Ver Anexo No.7.

De esta forma se obtuvo varias zonas que a continuación se detallan:

7.3.2 ZONA DE HOSPEDAJE INTERNA.- Compuesta en totalidad por 24 cabañas distribuidas en tres tipos que son: 6 cabañas de 36 m.² cada una distribuidas en dos plantas a las que se denominan Simples, 6 cabañas de 36 m.², distribuidas en dos plantas a las que se les denominan Dobles y 12 cabañas de 49 m.² que se les denomina Suites.

7.3.2.1 Cabañas simples.- Ver Anexo No.7. Tienen una superficie total de 36 m.²; son seis cabañas en total, están situadas al inicio de la parte occidental de la hostería poseen vista al lago y al volcán Imbabura, en estas cabañas pueden caber de una a tres personas y básicamente cuentan con:

- Una habitación de 12 m.² en la que tiene una cama de dos plazas, dos veladores, dos lámparas, televisor, TV. Cable.
- Una sala de 12 m.², con chimenea, un sofá cama, dos sillones y una mesa central.
- Un baño general de 6 m.² que tiene un inodoro, un lavamanos, y una bañera con sus respectivos amenities (shampoo, rinse, crema y jabón), toallas y batas de baño.
- La entrada o balcón que es de 6 m.², que poseen tanto las cabañas de la plante alta como los de la planta baja.
- Implementos de decoración tales como artesanías, cuadros, porta velas, etc.

7.3.2.2 Cabañas dobles.- Ver Anexo No.7. Tienen una superficie total de 36 m.²; son seis cabañas en total, están situadas en la parte occidental de la hostería consecutivamente de las cabañas simples, cuentan con vista al lago, al volcán y a la comunidad, en estas cabañas pueden haber de dos a cinco personas y básicamente cuentan con:

- Dos habitaciones de 9 m.² en la que cada una tiene una cama de dos plazas, dos veladores, dos lámparas, un televisor, TV. Cable.
- Una sala de 9 m.², con chimenea, un sofá cama, dos sillones y una mesa central.
- Un baño general de 6 m.² que tiene un inodoro, un lavamanos, y una bañera con sus respectivos amenities (shampoo, rinse, crema y jabón), toallas y batas de baño.
- La entrada o balcón que es de 3 m.², que poseen tanto las cabañas de la plante alta como los de la planta baja.
- Implementos de decoración tales como artesanías, cuadros, porta velas, etc.

7.3.2.3 Suites.- Ver Anexo No.7. Tienen una superficie total de 49 m.²; son doce cabañas en total, están situadas al inicio de la parte Nor. Occidental de la hostería con vista al lago y al volcán Imbabura a las comunidades de San Pablo y Espejo , en estas cabañas pueden haber de cuatro a siete personas y básicamente cuentan con:

- Una habitación master de 12 m.² en la que tiene una cama de dos plazas y media, dos veladores, una cómoda – peinadora, dos lámparas, televisor, TV. Cable.
- Una habitación de 9 m.² en la que tiene una litera de dos plazas, un velador, una lámpara.
- Una sala de 12 m.², con chimenea, un sofá cama, tres sillones y una mesa central.
- Un baño general de 6 m.² que tiene un inodoro, un lavamanos, y una bañera con sus respectivos amenities (shampoo, rinse, crema y jabón), toallas y batas de baño.

- La entrada o balcón que es de 6 m.², que poseen tanto las cabañas de la plante alta como los de la planta baja.
- Un medio baño de 4 m.² que solo consta de un inodoro y un lavamanos.
- Implementos de decoración tales como artesanías, cuadros, porta velas, etc.

7.3.3 ZONA DE HOSPEDAJE EXTERNA.- Esta zona se encuentra fuera del área de influencia de la hostería, está representada por las casas de los habitantes de las parroquias y comunidades indígenas pertenecientes a la cuenca del Imbakucha, en las cuales el turista o grupos de turistas van a hospedarse en los hogares de los indígenas, para lo cual la eco hostería mediante un convenio mutuo con los nativos, aceptan las dos partes formar parte de este proyecto, en el cual el beneficio para el patrocinador local, es la asociación a la empresa, con un determinado número de acciones, además recibe un porcentaje del valor de los días de hospedaje, siempre y cuando el turista se encuentre satisfecho con su estadía.

Eco Lago para designar los hogares aptos para la estadía de sus turistas deberá considerar los siguientes aspectos fundamentales:

- La casa deberá ser construida con los materiales típicos de la arquitectura zonal tales como paja, adobe, madera.
- La casa deberá contar con una habitación o separador de habitación para los turistas.
- Es necesario que la casa tenga baño y servicios básicos de luz eléctrica y agua potabilizada.
- El patrocinador o jefe de hogar se compromete a dar alimentación y cobijo a los turistas, además enseñarles las labores cotidianas de la familia patrocinadora, como son labranza, cría de animales, cocina de leña, etc.

7.3.4 ZONA DE BAR .- La zona de bar está situada al lado sur con una extensión total de 84 metros cuadrados, tiene una barra central y mesas al aire libre, además está situada en un pequeño muelle conformado por la entrada

principal de agua del lago a la hostería. Este lugar constituye el centro paisajístico de Ecolago, desde aquí se puede apreciar la infraestructura de la hostería. Para ingresar ya sea al área de restaurante o al área de hospedaje, se cuenta con dos pasadizos hacia estos dos lados desde el bar.

7.3.5 ZONA DE PRESENTACIONES Y EVENTOS.- Conformada por un salón al lado oriental del complejo turístico, con un área total de 263 m.², este salón presenta una forma elíptica con una tarima en el centro, y mesas al contorno de la misma. Aquí se presentará obras artísticas, eventos, recepciones, etc.

7.3.6 ZONA DE RESTAURANTES.- En la zona de restaurantes se contará con tres plantas destinadas al área de servicio. La primera es decir la planta baja será de 700 m.², con capacidad para 50 mesas de cuatro sillas cada una obteniendo un total de 200 personas. En la segunda planta el área es reducida, pero tiene una mejor vista, esta tiene un área total de 250 m.² y con capacidad para 25 mesas equivalentes a 100 personas o clientes. Y en la última planta se tiene un tercer local de atenciones, donde se tiene además de mesas, juegos, hamacas, balcones y sofás para aprovechar de la singular vista del paisaje esta área es de 100 m.² aproximadamente.

Además se cuenta con un espacio adicional de restaurante, en el cual los clientes o turistas pueden hacer sus propios preparados o dado el caso en ocasiones especiales se atenderá a los turistas en este local, está situado en el lado sur oriente de la eco hostería, junto al edificio de los restaurantes anteriormente expuestos, tiene un área total de 220 m.² y está equipado con mesas fijas, mesas para lavado y preparación, además de parrillas para cocer los alimentos con leña o carbón. Su techo es de paja toquilla y su acabado principal es la madera.

Las dos áreas de restaurantes, cuenta con baños mixtos en una extensión de 60 m.²

7.3.7 ZONA DE PARQUEO.- Esta zona está situada a la entrada de la hostería, cuenta con un área de 360 m.² (20 coches), ideal para el parqueo de autos, camionetas, van, buses, y demás vehículos de propiedad de los turistas.

7.3.8 ZONA DE RECEPCIÓN – ADMINISTRACIÓN.- Tiene 65 m.², es la primera cabaña que se divisa desde la entrada, donde principalmente se da información, precios, y demás servicios relacionados con cobros, pagos, etc. Aquí se cuenta con un pequeño dispensario médico para casos de emergencia. El sistema que se propone utilizar en recepción para las diferentes gestiones es computarizado y la información será registrada a través de una base de datos ordenada alfabéticamente. Se llenará un formulario de registro donde se podrá contar con información importante del huésped como: nombre, dirección, teléfono, nacionalidad, país, tarifa, forma de pago, fecha llegada/salida, número habitación, número de reserva, número pax (adultos, niños), número de cédula, pasaporte, firma del cliente y requerimientos especiales. Dentro de esta cuenta, se cobrará todos los gastos realizados dentro de los diferentes departamentos del establecimiento.

7.3.8 ZONA DE COCINA, BODEGA Y POSILLERÍA.- Estas tres áreas están junto a los restaurantes, en la primera, es decir, en la cocina es donde se preparan los alimentos, para el servicio ya sea a los restaurantes o habitaciones, en la cocina existen tres sub áreas para marisquería, parrillada y ensaladas y platos típicos, junto a estas está la bodega dividida en secciones de cuartos fríos y secciones normales. Además aledaña a estas dos está la posillería que es donde se guarda la vajilla, mantelería, menaje en general. Estas tres áreas conforman un total de 140 m.²

7.3.9 ZONA DE CIRCULACIÓN.- Lo conforman todos los caminos y senderos situados dentro del área de la hostería, estos senderos tienen señalización y direccionamiento para facilitar la ubicación del turista o cliente. Únicamente es por aquí por donde se debe circular, con el objetivo de cuidar el entorno florístico.

7.3.10 ZONA DE EXPOSICIONES.- Esta zona constituyen todos los kioscos ubicados en diferentes partes de la eco hostería, donde principalmente se comercializará productos típicos de la zona, además de artesanías de todos los rincones del Ecuador, con la finalidad de dar a conocer al turista la pluriculturalidad del país.

7.3.11 ZONA DE CABALLERIZAS Y COMEDEROS.- Esta zona es donde están el ganado vacuno y caballo, tiene un área de 500 m.², aquí el turista puede disfrutar de las tradiciones locales, como es el ordeño por la madrugada y atardecer, la alimentación del ganado, la crianza de animales caseros propios de la zona. En fin aquí el turista podrá experimentar el turismo ganadero (turismo y ganadería). Este ambiente será rústico, los comederos serán de cemento, el suelo natural y el pasto de los mismos será en los terrenos aledaños al de la eco hostería. Habrá también espacio para la cría de animales menores como son el cerdo, el cuy, avícolas, etc.

7.3.12 ZONA DE EVENTOS CULTURALES (PLAZOLETA).- Conformada por una especie de plaza de toros pequeña, en donde se realizará espectáculos de demostración de caballos, ganado vacuno, etc, además de que será un lugar de adiestramiento de monta de caballos para el cliente acerca

También se realizará eventos culturales característicos de la provincia como los descritos en el capítulo de impacto cultural. La extensión de esta zona es de 1.134 m.².

7.3.13 ZONA DE PASTO.- Es toda el área restante donde no existe construcción de la eco hostería, posee un área de 43.000 m.².

7.4 PLAN DE MARKETING

7.4.1 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE MERCADOS META

Como se ha analizado anteriormente en el capítulo correspondiente al Estudio de Mercado, se tiene una *demanda continua satisfecha no saturada de servicios no necesarios*, lo cual permite que ésta se incremente con el correcto desempeño de una campaña de marketing.

El segmento de mercado al cual se enfoca la eco hostería, son los turistas nacionales y extranjeros jóvenes y de edad madura, de un nivel socio económico medio alto – alto, que visitan la sierra norte, en especial la provincia de Imbabura, solos o en compañía de familiares o amigos que buscan un lugar agradable que ofrezca alternativas de relajación, descanso, entretenimiento, en contacto y respeto a la naturaleza y su entorno.

Segmentación en la que se han tomado en cuenta los diferentes tipos de factores tales como: geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento.

Por esta razón se ha seleccionado un target principal de la eco hostería que son los extranjeros que visitan el Ecuador de cualquier parte del mundo, con tendencias americanas y europeas, además que su principal vía de acceso es Quito, por lo general son personas de un nivel socio económico alto, con una edad promedio entre 30 y 39 años, que vienen acompañados de niños o adultos en busca de un lugar agradable en contacto con la naturaleza y respeto por la misma y su entorno.

Un target secundario pero muy considerable para la eco hostería lo constituye el turismo interno; la demanda para este sector, conforman todos los habitantes de la región ecuatoriana que dispongan de tiempo, ya sea en un fin de semana o un feriado, y que estén dispuestos a trasladarse a la provincia de Imbabura; siempre y cuando sus condiciones económicas, estén en un nivel que le permitan destinar una cierta cantidad de dinero en disfrutar un servicio diferenciado y económico.

7.4.2 MEZCLA DE MARKETING

7.4.2.1 PRODUCTO

La Hostería Ecolago prestará servicios hoteleros-eco turísticos caracterizados por su excelente calidad y enfocándose en la estrategia de diferenciación, desde su entorno físico combinadas con las políticas de conservación, tanto por parte de los asociados a la empresa como de los visitantes, quienes disfrutarán de servicios de hospedaje, bar-restaurante, áreas deportivas, actividades recreativas y culturales, tours alternativos por los diferentes atractivos de la zona, entre otras.

Se ha considerado que el servicio que prestará la hostería se encuentra dentro de la clasificación de productos (servicios) que se adquieren por comparación, cuya compra, en este caso la visita a la hostería, se da dentro del parámetro de productos heterogéneos, a los cuales caracteriza la presentación y el estilo antes que el precio.

7.4.2.2 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

El objetivo será el alcanzar el mejor reconocimiento y percepción del cliente acerca de la hostería, para lo cual se tomará muy en cuenta la opinión del mismo como generación de ideas para el desarrollo de nuevos productos y mejoramiento de los ya existentes; seleccionando las mejores ideas para su posterior análisis y desarrollo de prototipos para su implementación probándolo en el mercado, evaluando su impacto para su continuidad o rechazo en la comercialización de los mismos.

7.4.2.3 PRECIO

El precio no se lo determina arbitrariamente, es un reflejo de los costos, ubicación, servicio, calidad, valor agregado pero principalmente de la interacción de la oferta y demanda. Al ofrecer un servicio totalmente diferenciado e innovador, es obvio que la estructura de precios con la que constará la eco hostería, se encontrará acorde con la infraestructura, personal calificado y a la calidad percibida por los visitantes en los servicios.

No se puede dejar de lado las condiciones de mercado y a los precios que los competidores potenciales de la provincia pudiesen ofrecer. El precio a determinar está basado en el análisis para afrontar a la competencia; es el precio que las hosterías de características similares, de primera categoría y de lujo tienen en la zona. Como estrategia de precios se considera la aplicación de precios impares que tiene un impacto psicológico favorable en el cliente.

A continuación se presenta la estructura básica de precios de la eco hostería y de los diferentes servicios adicionales.

CUADRO 7.4.2.3.1

PRECIOS ALOJAMIENTO LOCAL

	PRECIO	N. PERSONAS
CABANA SIMPLE	75,00	1 - 3 personas
CABANA DOBLE	95,00	2 - 5 personas
SUITE	125,00	4 - 7 personas

ELABORACIÓN: AUTORES

Estos precios incluyen desayuno, leña para chimenea, paseo en el lago, espectáculo folklórico en la noche.

CUADRO 7.4.2.3.2

PRECIOS ALOJAMIENTO EXTERNO

PRECIO	N. PERSONAS
450,00	1 - 3 personas
650,00	2 - 5 personas
850,00	4 - 7 personas

ELABORACIÓN: AUTORES

Estos precios son por 7 días y 6 noches, incluye alimentación y vivienda.

CUADRO 7.4.2.3.3

PRECIOS SERVICIOS

SERVICIO	PRECIO x PERS	
Paseo a caballo (5Km.)	25,00	guia, refrigerio, indumentaria.
Caminata senderos	45,00	guia, refrigerio, transporte.
Paseo en botes	10,00	
Eventos culturales	10,00	
Recepciones	25,00	cena, musica, ambiente
Agro turismo	15,00	

ELABORACIÓN: AUTORES

CUADRO 7.4.2.3.4**PRECIOS ALIMENTACIÓN**

SERVICIO	PRECIO
Desayuno americano	4,00
Desayuno Continental	6,00
Almuerzo	15,00
Cena con vino	18,00
Cena navideña	45,00

CUADRO 7.4.2.3.5**PRECIOS ALIMENTACIÓN BAR RESTAURANTE**

Ver anexo No.5

7.4.2.4 PLAZA

La hostería Ecolago se ubicará a orillas del Lago San Pablo en la comunidad de Eugenio Espejo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, como se ha mencionado anteriormente, es una de las provincias más visitadas del país por la cantidad y calidad de atractivos que posee, lo cual favorece a una adecuada afluencia de turistas y visitantes a la zona.

El producto, en este caso el servicio, debe transferirse de alguna manera del productor hasta el consumidor que lo necesita o compra, esta parte de la mezcla de marketing se enfoca en hacer llegar el servicio a su mercado meta.

7.4.3 INTERMEDIARIOS

Los intermediarios son los proveedores de clientes para la hostería, se mantendrá una alianza con agencias de viajes nacionales e internacionales quienes realizan actividades de distribución con mayor eficiencia y a un menor costo, adicionalmente el Ministerio de Turismo ofrece una base de datos de las principales agencias en Sudamérica.

7.4.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Al ser un servicio, existen solo dos tipos de canales de distribución, los cuales se van a utilizar:

7.4.4.1 Productor – consumidor: el empleo de este canal directo será por influencia de las referencias, recomendaciones y la ejecución de la campaña de marketing.

7.4.4.2 Productor – agente – consumidor: no siempre se da directamente el contacto entre el consumidor y el productor, por lo que es necesarios el uso de agencias, quienes realizan mejor la tarea de ventas.

7.4.5 INTENSIDAD DE LA DISTRIBUCIÓN

Dentro de este rango se encuentran:

7.4.5.1 Distribución Selectiva: la oferta del servicio a través de varios agentes, pero no mediante todos, ya que el segmento de mercado no lo requiere así, caracterizado porque el cliente busca el servicio y es adecuado cuando se realiza por comparación.

7.4.6 PROMOCION

Con el afán de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento de los turistas, público en general y, especialmente en el mercado meta, y tomando en cuenta el objetivo corporativo que hace referencia a informar, persuadir y recordarle la existencia del servicio; se ha escogido dos alternativas de promoción: la publicidad y la promoción de ventas.

7.4.6.1 PUBLICIDAD

La principal herramienta a utilizarse, será la realización de medios impresos, que en un principio se lo hará en revistas económicas; además se repartirán trípticos a las agencias de viajes con un cupón incluyendo alguna oferta o informando sobre los paquetes promocionales; y, por último una valla publicitaria cercana a la autopista de ubicación de la eco hostería. Además se dispondrá de una página web cuya dirección es:

www.hosteriaecolago.com.ec

7.4.6.2 PROMOCIÓN DE VENTAS

Se la realizará con stands informativos en los principales centros comerciales de Quito, Cumbayá, los Chillos, Ibarra, Guayaquil y Manta en los cuales se informará las características de la hostería, los servicios con los que cuenta, los paquetes promocionales y las respectivas tarifas.

Además los precios anteriormente señalados son precios *de penetración en el mercado*, utilizando precios por debajo del punto de cruce.

Adicionalmente a esto, se suma estrategias promocionales como las siguientes:

- Las agencias de publicidad proveedoras de clientes llevarán un 10% de comisión del total de la factura de consumo.
- Grupos que sobrepasen las 5 personas, llevarán un 5% de descuento. Si sobrepasan las 10 personas o más, llevarán un 10% de descuento.
- Personas que realicen la reservación por mail, recibirán un 10% de descuento.
- Clientes que traigan más clientes, recibirán gratis cualquier tipo de servicio que ofrece Eco lago.

7.4.7 PRESUPUESTO PUBLICITARIO

7.4.7.1 DISEÑO GRAFICO

CUADRO 7.4.7.1

DISEÑO GRAFICO

Logotipo:	100 USD
Valla:	50 USD
Anuncio Revista:	100 USD
Tríptico:	200 USD
Pagina Web:	500 USD
TOTAL:	950 USD

ELABORACIÓN: AUTORES

7.4.7.2 VALLAS

La valla tiene una dimensión de 8m x 4m, la ubicación será a un costado de la carretera en las proximidades de las instalaciones de la hostería, el costo es de

6.496 USD (IVA incluido) incluye la lona, iluminación, estructura y permiso municipal de funcionamiento por un año²².

7.4.7.3 REVISTAS

Dirigiéndose al segmento de mercado que se ha analizando, perfil del lector, tiraje, relectoría, entre otros aspectos, se ha elegido a dos revistas: Revista Gestión y revista Diners.

REVISTA	UBICACIÓN DEL ANUNCIO	DIMENSIONES	COLOR	TIRAJE MENSUAL	COSTO* MENSUAL USD
Gestión	Contraportada Interior	Una página 20.5cm x 27cm	Full Color	60.000	1.176
Diners	Página Indeterminada	Una página 20.5cm x 27cm	Full Color	15.000	1.904

FUENTE: DINEDICIONES

*Incluye IVA

7.4.7.4 TRIPTICO

TIPO	DIMENSIONES	COLOR	PAPEL	CANTIDAD	COSTO USD
Impresión, tiro, retiro y doblado	21 cm x 9 cm	Full Color	Couche 150 gr. lacado UV	2000	600

FUENTE: RASGOS DISEÑO & COLOR

7.4.7.5 WEB

El costo del web site depende del número de páginas que posea y de las características del mismo, teniendo como proveedor a Interactive el costo del dominio es de 80 USD anual, incluyendo 5 direcciones electrónicas con el dominio@ecolago.com

²² Fuente: Girovisual

7.4.7.6 STANDS

Los costos de los stands depende del centro comercial y de la ubicación en cada centro.

CENTRO COMERCIAL	UBICACIÓN	DIMENSIONES	TIEMPO DE USO	COSTO*
El Bosque	Planta Baja	2m x 2m	3 meses	1.644
Quicentro Shopping	Planta Baja	3m x 2m	3 meses	1.980
San Marino	Planta Baja	3m x 2m	3 meses	1.890
Mall del Sur	Planta Baja	3m x 2m	3 meses	2.140
Mall del Sol	Planta Baja	3m x 2m	3 meses	2.000
Paseo de Ibarra	Planta Baja	3m x 2m	3 meses	1.450

ELABORACIÓN: AUTORES

*Incluye IVA e impulsadoras.

7.5 IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA

Con el fin de mostrar una mejor imagen a los clientes y personal asociado a la empresa, "Ecolago se ha preocupado por diseñar logotipos, hojas de presentación, facturas, entre otros documentos que transmiten la idea de lo que la empresa quiere mostrar al público en general, para ello se empezará a describir a los más importantes:

7.5.1 LOGOTIPOS.- Para el desarrollo de la imagen corporativa, lo primero que se realizó fue el escogitamiento del logotipo que nos representará gráficamente en cualquier lugar. Se decidió escoger el segundo de estas tres opciones, el mismo que fue aprobado en el I.E.P.I.

LOGOS



7.5.2 COMANDAS DE PEDIDOS.- Esta tendrá utilidad para el bar, restaurante, y demás lugares dentro de la hostería donde se demande productos relacionados con comidas y bebidas. Su representación gráfica es la siguiente:

			
MESERO	MESA	PAX	FECHA
COMESTIBLES			
BEBIDAS			

COMANDA

7.5.3 FACTURA.- En este documento se registrarán todas las ventas que se realicen en la eco hostería, que además servirán para reporte de impuestos al S.R.I. y el respectivo control interno. Su diseño es el siguiente:



ECOLAGO
HOSTERIA

R.U.C. 171398936001

FACTURA Serie 001 - 001

AUTORIZACION 15/01/2014

Fecha: _____

Señal (cep): _____ R.U.C. _____

Dirección: _____ Tel: _____

CODIGO	CANT.	DETALLE	VILANTARIO	VTOTAL
			SUBTOTAL \$	
			I.V.A. \$	
FORMA DE PAGO			I.V. % SERVICIO \$	
CON:			TOTAL \$	

<p style="font-size: small; text-align: center;">Nombre y apellido completo + Dato de</p>	<p style="font-size: small; text-align: center;">Firma de</p>	<p style="font-size: small; text-align: center;">FIRMA AUTORIZADA</p>
---	---	---

IMPORTANTE: El contenido de esta factura es el resultado de un sistema informático, por lo tanto, no requiere de firma manuscrita. En caso de duda, consulte al departamento de facturación.

PANAMERICANA NORTE ENL 120 A ORILLAS DEL LAGO SAN PABLO TELEFONO: (593-6) 2900 000
 OTAVALO - ECUADOR WWW.ECOLAGO.COM.EC EMAIL: INFO@ECOLAGO.COM.EC

7.5.4 HOJA DE REGISTRO.- En esta hoja, se registrarán a las personas que se hospeden en la eco hostería o en las casas destinadas para el alojamiento externo.

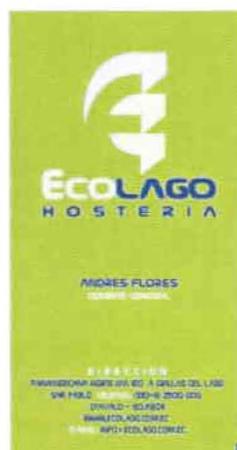
TARJETA DE REGISTRO

<i>Habitación</i>	<i>Fecha In</i>	<i>Fecha Out</i>	<i>Personas</i>
<i>Apellidos</i>		<i>Nombres</i>	
<i>Dirección</i>		<i>Teléfono</i>	
<i>Nacionalidad</i>		<i>Pasaporte</i>	
<i>Tarifa</i>		<i>Procedencia</i>	
<hr/> <i>Firma Recepción</i>		<hr/> <i>Firma Huésped</i>	

7.5.5 SOBRE.- Los sobres serán utilizados para introducir en ellos las hojas membreadas que contendrán información relacionada con la eco hostería y que serán enviados a distintas partes y con distintos fines.



7.5.6 TARJETAS DE PRESENTACIÓN.- Estas tarjetas serán utilizadas para informar a los clientes y personas que tengan interés en conocer más detalles de Ecolago, estas tarjetas tendrán todos y cada uno de los asociados de la empresa y además estarán en recepción para su repartición.



7.5.7 HOJA MEMBRETEADA.- Como se mencionó anteriormente, en esta hoja se imprimirá información relacionada con la eco hostería y que serán enviados a distintas partes y con distintos fines.



DIRECCION
PANAMERICANA NORTE KM. 120 A ORILLAS DEL LAGO SAN PABLO
TELEFONO: (593-61) 2900 000 QUITAVALO - ECUADOR
WWW.ECOLAGO.COM.EC E-MAIL: INFO@ECOLAGO.COM.EC

7.5.8 MODELO FICHA DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE.

MODELO 1

Introducción al Visitante: Por favor evalúe los siguientes aspectos de su estadía.			
			
Servicio			
Servicios entregados vs servicios comprados.			
Camareros			
Recepcionistas			
Guías			
Limpieza			
Habitaciones			
Baños			
Comedor			
Áreas comunes			
Cuidado ambiental			
Información al visitante			
Procesos de protección ambiental dentro de la operación. (lodge-senderos)			
Senderos			
Interpretación Guianza			
Conocimientos del Guía			
Fluidez en el lenguaje			
Fiabilidad de la información			
Atención al grupo			
Actividades varias (caminatas, trekking, rafting, birdwatching etc)			
Seguridad			
Transporte al y dentro de la operación			
Excursiones			
Higiene alimentos			
Comentarios			
Para uso de la operación Fecha _____ Grupo _____ Registro de datos (firma, sello, etc)			

MODELO 2

Introducción al cliente:					
	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	pésimo
El servicio de transporte que usted recibió fue					
A la llegada a la operación el personal lo atendió					
Como calificaría usted a la comida que recibió en la operación					
Como calificaría usted al /los guía/s de la operación					
Como calificaría ud la limpieza del lodge.					
Como calificaría usted las Comodidades recibidas.					
	SI		NO		
Usted recibió todos los servicios que fueron ofrecidos al momento de la compra del paquete					
Los servicios que usted recibió fueron aquellos que ud compró					
Su estadía cumplió con sus expectativas					
Usted se sintió seguro en todo Momento durante su estadía?					
Para el uso de la operación:					
Fecha					
Grupo					
Registrar ingreso de datos: (sello, firma, etc)					

MODELO 3

Por favor califique en una escala del 1 al 5 donde 1 es el puntaje menor y 5 el mayor	1	2	3	4	5
LIMPIEZA					
Habitaciones					
Baños					
Comedor					
Areas Comunes					
Jardines					
ATENCIÓN					
Recepción					
Transportista					
Guías					
Personal de planta.					
COMODIDAD					
Habitaciones					
Baños					
Horarios					
Transporte					
ACTIVIDADES					
Senderos					
Caminatas					
Rafting					
Birdwatching					
Etc					
Etc					
Espacio reservado para el uso de la operación: Fecha: Grupo Registrar ingreso de datos.(sello, firma etc)					

CAPITULO 8

ESTUDIO ECONOMICO

8. ESTUDIO ECONOMICO

Para el análisis del capítulo del estudio económico, se empezará citando el tipo de inversión que se realizará:

8.1 INVERSION

Este proyecto contará con dos formas de financiamiento: la primera es con aporte de capital propio que asciende a \$776.521,38 equivalente a un 70% de la inversión total. Y la otra forma de financiamiento por el 30% restante es mediante préstamo bancario otorgado por el Ilustre Municipio de Otavalo a través del Banco Central por un monto total de \$332.794,88 a una tasa anual del 11.20% pagaderos a 10 años plazo. Con la condicionante de incorporar en calidad de accionistas a la comunidad indígena interviniente en este proyecto.

CUADRO 8.1

FINANCIAMIENTO INVERSION

FINANCIAMIENTO INVERSION		
Fuente	Monto	%
Capital Propio	889.308,09	75%
Préstamo	296.436,03	25%
TOTAL	1.185.744,12	100%

ELABORACIÓN: Autores

8.2 DETALLE DE INVERSIONES

En lo referente al detalle de las principales inversiones destinadas a la construcción de este proyecto, constan activos tales como: terreno, edificación, infraestructura, publicidad, entre otros. Todos estos rubros deben ser iguales al monto total del financiamiento, es decir a \$1.141.816,25.

CUADRO 8.2
DETALLE DE INVERSIONES

INVERSIONES	
Terreno	306.000,00
Edificio	642.415,50
Infraestructura	111.820,00
Publicidad	14.830,00
Vehículos	32.500,00
Gastos Constitución	5.743,00
Capital de Trabajo	26.431,44
Insumos	46.004,18
TOTAL	1.185.744,12

ELABORACIÓN: Autores

8.3 CONSTRUCCION OBRAS CIVILES

Para la elaboración del proyecto, se necesita un terreno con una extensión de 61.200 m.² a un costo de \$5.00 el metro cuadrado, utilizándose únicamente 21.508 m.² para lo que es edificación del proyecto en sí. El costo de la inversión de la construcción del edificio alcanza a \$642.415,50, sumando un total entre terreno y edificio un valor de \$948.415,50. Hay que aclarar que el resto del terreno no construido será ocupado para los hogares de las comunidades que es donde se asentará el hospedaje externo y por convenio del municipio de Otavalo, esta área del terreno no podrá ser construida.

CUADRO 8.3**CONSTRUCCION OBRAS CIVILES.**

CONSTRUCCION OBRAS CIVILES			
SECTOR	m2	V. Unitario (USD)	V. Total (USD)
Recepción - Administración	66,00	150,00	9.900,00
Ingreso peatonal	6,00	5,00	30,00
Ingreso Vehicular	8,00	5,00	40,00
Parqueaderos	429,00	12,00	5.148,00
Salón presentaciones	286,00	130,00	37.180,00
Comedor abierto	207,00	120,00	24.840,00
Servicios Higiénicos 1	88,00	180,00	15.840,00
Servicios Higiénicos 2	50,00	150,00	7.500,00
Restaurante	1.078,00	150,00	161.700,00
Cocina	75,00	200,00	15.000,00
Bodega	20,00	150,00	3.000,00
Posillería	20,00	150,00	3.000,00
Bar	66,00	220,00	14.520,00
Cabañas 1	432,00	200,00	86.400,00
Cabañas 2	588,00	200,00	117.600,00
Area de ventas	1.260,00	45,00	56.700,00
Plazoleta de eventos culturales	1.520,00	35,00	53.200,00
Canchas deportivas	2.500,00	5,00	12.500,00
Comedero ganado	119,00	30,00	3.570,00
Caballerizas	400,00	15,00	6.000,00
Caminos internos	120,00	10,00	1.200,00
Entrada agua del lago	2.925,00	1,00	2.925,00
Jardines	9.245,00	0,50	4.622,50
Terrenos pastoreo	39.692,00	0,00	0,00
COSTO TOTAL			642.415,50
TOTAL TERRENO CONSTRUIDO	21.508	29,87	642.415,50
TOTAL AREA TERRENO	61.200	5,00	306.000,00
COSTO TOTAL			948.415,50

ELABORACIÓN: Autores

8.4 INFRAESTRUCTURA

Dentro de estos rubros están incluidos desembolsos que no son tomados en cuenta dentro del anterior cuadro, por ejemplo en las cabañas de alojamiento hay que equipar con cortinas, camas, televisores, etc. En la cocina y restaurante se debe instalar cocinas, fríos, etc. Entonces estos complementos son a los que se los llama infraestructura y obras civiles.

CUADRO 8.4.1

COMPLEMENTOS OBRAS CIVILES

COMPLEMENTOS OBRAS CIVILES	
Cámaras de Seguridad	7.370,00
Instalación Aguas Grises	250,00
Instalación Aguas Negras	250,00
Conexión Tefefónica	5.817,28
Sisterna	4.140,00
Pozo Séptico	3.260,00
Sistema de Agua Caliente	24.000,00
Señalización hostería	1.200,00
TOTAL	46.287,28

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.4.2

INFRAESTRUCTURA

EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
CABANA SIMPLE			
Cama 2 plazas	1	85,00	85,00
Velador	2	30,00	60,00
Lámpara de noche	2	6,00	12,00
Colchón 2 plzs	1	20,00	20,00
Sofacama	1	195,00	195,00
Sillón	2	220,00	440,00
Mesa de sala	1	80,00	80,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Ropa de cama	2	22,00	44,00
Ropa de baño	2	5,00	10,00
Espejos	2	8,00	16,00
Cortinas	5	22,00	110,00
Televisor 14"	1	135,00	135,00
Soporte TV	1	40,00	40,00
Artículos decoración y otros	1	15,00	15,00
TOTAL			1.282,00
CABANA DOBLE			
Cama 2 plazas	2	85,00	170,00
Velador	4	30,00	120,00
Lámpara de noche	4	6,00	24,00
Colchón 2 plzs	2	20,00	40,00
Sofacama	1	195,00	195,00
Sillón	2	220,00	440,00
Mesa de sala	1	80,00	80,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Ropa de cama	3	22,00	66,00
Ropa de baño	3	5,00	15,00
Espejos	2	8,00	16,00
Cortinas	9,5	22,00	209,00
Televisor 14"	2	135,00	270,00
Soporte TV	2	40,00	80,00
Artículos decoración y otros	2	15,00	30,00
TOTAL			1.775,00

SUITE			
Cama 2 1/2 plazas	1	120,00	120,00
Litera 2 plazas / 1 1/2 plazas	1	120,00	120,00
Velador	3	30,00	90,00
Peinadora	1	250,00	250,00
Lámpara de noche	3	6,00	18,00
Colchón 2 1/2 plzs	1	30,00	30,00
Colchón 2 plzs	1	20,00	20,00
Colchón 1 1/2 plzs	1	16,00	16,00
Sofacama	1	195,00	195,00
Sillón	3	220,00	660,00
Mesa de sala	1	80,00	80,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Ropa de cama	4	22,00	88,00
Ropa de baño	4	5,00	20,00
Espejos	2	8,00	16,00
Cortinas	10	22,00	220,00
Televisor 21"	1	258,00	258,00
Soporte TV	1	40,00	40,00
Artículos decoración y otros	2	15,00	30,00
TOTAL			2.291,00
RECEPCION			
Sillas	3	40,00	120,00
Sillones	3	150,00	450,00
Mesa	1	150,00	150,00
Counter	1	300,00	300,00
Central Telefónica	1	1.500,00	1.500,00
Teléfono	1	220,00	220,00
Computador	1	500,00	500,00
Fax	1	205,00	205,00
Anaqueles	2	80,00	160,00
Caja Fuerte	1		450,00
TOTAL			4.055,00
RESTAURANTE			
Mesas	75	50,00	3.750,00
Sillas	300	7,00	2.100,00
Blancos (manteles, etc)	150	6,50	975,00
Menaje (platos, etc)	1200	8,50	10.200,00
Bar	1	15.000,00	15.000,00
Caja	1	300,00	300,00
Equipo Sonido	1	800,00	800,00
Televisor 25"	1	600,00	600,00
Teléfono	1	20,00	20,00
TOTAL			33.745,00
COCINA			
Cocina industrial	2	2.300,00	4.600,00
Refrigerador	3	1.300,00	3.900,00
Cafetera	1	30,00	30,00
Grill	1	585,00	585,00
Parrilla Carbón	1	450,00	450,00
Congeladores Horizontales	2	873,00	1.746,00
Congeladores Verticales	2	650,00	1.300,00
Cuartos frios	1	3.670,00	3.670,00
Licuada	3	35,00	105,00
Parrilla Electrica	1	70,00	70,00
Microondas	2	200,00	400,00

Horno	1	970,00	970,00
Nevera	1	650,00	650,00
Ollas/Utensilios	10	68,00	680,00
Teléfono	1	20,00	20,00
TOTAL			19.178,00
OFICINAS			
Escritorios	7	120,00	840,00
Teléfonos	10	20,00	200,00
Sillas	21	25,00	525,00
Computadores	7	600,00	4.200,00
Anaqueles	7	30,00	210,00
Archivadores	7	50,00	350,00
Fax	1	205,00	205,00
TOTAL			6.530,00

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.4.3

TOTAL INFRAESTRUCTURA

INFRAESTRUCTURA	
Obras Civiles	46.287,28
Cabañas simples (6)	7.692,00
Cabañas dobles (6)	10.650,00
Suites (12)	27.492,00
Recepción	4.055,00
Restaurante	33.745,00
Cocina	19.178,00
Areas recreacionales	2.480,00
Oficinas administrativas	6.530,00
TOTAL	158.109,28

ELABORACIÓN: Autores

Para la obtención del valor total de \$158.107.28, simplemente se sumaron sus componentes que resultaron de la multiplicación de las habitaciones simples por su número total, al igual que las demás cabañas. Los demás componentes como son solo uno no necesitaron de multiplicación y su resultado se los transmite directamente.

8.5 PRESTAMO BANCARIO

Como se explico anteriormente, se realizó un préstamo otorgado por el Ilustre Municipio de la Ciudad de Otavalo, en pro de estimular el crecimiento turística del cantón Otavalo, este préstamo se lo obtuvo a través del Banco Central del Ecuador, a través de Partida Presupuestaria, por un monto total de \$363.208,88 a un plazo máximo de 10 años y con una tasa anual del 11.20%. de esta forma se obtuvo sus cuotas mensuales y su tabla de amortización:

CUADRO 8.5
PRESTAMO BANCARIO

					Plazo años	10
					Tasa interés	11,20%
N° Cuota	Cuota	Intereses	Capital	Saldo		
0				296.436,03		
1	50.758,14	33.200,84	17.557,30	278.878,73		
2	50.758,14	31.234,42	19.523,72	259.355,00		
3	50.758,14	29.047,76	21.710,38	237.644,63		
4	50.758,14	26.616,20	24.141,94	213.502,69		
5	50.758,14	23.912,30	26.845,84	186.656,85		
6	50.758,14	20.905,57	29.852,57	156.804,28		
7	50.758,14	17.562,08	33.196,06	123.608,22		
8	50.758,14	13.844,12	36.914,02	86.694,20		
9	50.758,14	9.709,75	41.048,39	45.645,81		
10	50.758,14	5.112,33	45.645,81	0,00		

ELABORACIÓN: Autores

8.6 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones, que se realizan son las que sufren el desgaste a través de los años de acuerdo a su vida útil, así por ejemplo para el caso de terrenos se puso 20 años de vida útil, para el edificio 20, vehículos 5, muebles y encerres 10, etc. De esta forma se obtuvieron los siguientes cuadros:

CUADRO 8.6.1
DEPRECIACIONES ANUALES

DEPRECIACIONES ANUALES			
Activos	Valor	Vida Útil (años)	Dep. Anual
Terreno	306.000,00	20	15.300,00
Edificio	642.415,50	20	32.120,78
Vehículos	32.500,00	5	6.500,00
Muebles enseres	105.290,00	10	10.529,00
Equipos oficina	6.530,00	5	1.306,00
Gastos Constitución	5.743,00	5	1.148,60
TOTAL			66.904,38

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.6.2

DEPRECIACIONES POR AÑOS

DEPRECIACIONES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Terreno	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00
Edificio	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78	32.120,78
Vehículos	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00					
Muebles enseres	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00	10.529,00
Equipos oficina	1.306,00	1.306,00	1.306,00	1.306,00	1.306,00					
TOTAL	65.755,78	65.755,78	65.755,78	65.755,78	65.755,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78

AMORTIZACIONES

G.Constitucion	1.148,60	1.148,60	1.148,60	1.148,60	1.148,60
----------------	----------	----------	----------	----------	----------

ELABORACIÓN: Autores

8.7 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO 8.7.1

GASTOS DE CONSTITUCION

GASTOS DE CONSTITUCION	
Constitución	2.850,00
Afiliación Cámaras	978,00
Permiso Funcionamiento	650,00
Patentes	490,00
Registro Sanitario	175,00
Honorarios Abogados	500,00
Otros	100,00
TOTAL	5.743,00

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.7.2

GASTOS ADMINISTRATIVO

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Rubro	Anual
Nómina Administrativa	74.120,02
Sumin. Oficina	500,00
Serv. básicos	31.105,75
TOTAL	105.725,76

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.7.3

NOMINA ADMINISTRATIVA

NOMINA ADMINISTRATIVA								PROVISIONES			
Cargo	Salario	Componente Salarial	Básico Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Personal IESS (9.35%)	Sub Total	Aporte Patronal IESS (11.15%)	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Anual Nómina
Gerente General	1.300,00	8,00	15.696	1.300,00	135,60	1.467,58	15.664	1.750,10	1.308,00	654,00	19.376
Jefe Administrativo	780,00	8,00	9.456	780,00	135,60	884,14	9.487	1.054,34	788,00	394,00	11.724
Jefe Servicios	780,00	8,00	9.456	780,00	135,60	884,14	9.487	1.054,34	788,00	394,00	11.724
Jefe Mercadeo	780,00	8,00	9.456	780,00	135,60	884,14	9.487	1.054,34	788,00	394,00	11.724
Contador	480,00	8,00	5.856	480,00	135,60	547,54	5.924	652,94	488,00	244,00	7.309
Asist. Administrativo	320,00	8,00	3.936	320,00	135,60	368,02	4.024	438,86	328,00	164,00	4.954
Asist. Publicidad y Ventas	480,00	8,00	5.856	480,00	135,60	547,54	5.924	652,94	488,00	244,00	7.309
Total Administrativo											74.120

ELABORACIÓN: Autores

8.8 CAPACIDAD TOTAL DE LA ECO HOSTERIA

En esta parte del capítulo económico hay que tomar en cuenta que la capacidad del alojamiento externo es ilimitada, puesto que existen muchos hogares que están dispuestos a dar alojamiento; por razones de introducción en el mercado, se toma en cuenta que solo una de ellas a sido ocupada por dos personas.

El gancho que usará la eco hosteria como estrategia, será a través del restaurante, puesto que no necesariamente los turistas que ingresen a comer al restaurante necesariamente tienen que hospedarse, así como tampoco no todos los turistas hospedados tienen que comer en el restaurante.

CUADRO 8.8 CAPACIDAD HOSTERIA

	Capacidad	Precio	# Días	Ingresos
Cabañas Simples	6	75,00	365	164.250
Cabañas Dobles	6	95,00	365	208.050
Suites	12	125,00	365	547.500
Alojamiento externo	3	260,00	365	284.700
Restaurante	300	10,00	365	1.095.000
Bar	75	8,00	104	62.400
Tours	48	5,00	104	24.960
Eventos	48	8,00	52	19.968
TOTAL				2.406.828

ELABORACIÓN: Autores

8.9 VENTAS

En el capítulo anterior, al momento de hablar de los objetivos, se propuso tener un 40% de ocupación de los locales tanto de alojamiento como de restaurante, bar y eventos, para posteriormente subir en 5 puntos cada año hasta llegar al año 10, donde una vez ya consolidados, alcancemos un 85% de promedio ocupacional.

Bajo este supuesto se elaboró la proyección de ventas el cual se muestra a continuación:

CUADRO 8.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	% Ocup	Valor	% Ocup	Valor						
ALOJAMIENTO										
Cabañas Simples	28%	45.990	30%	49.275	32%	52.560	34%	55.845	36%	59.130
Cabañas Dobles	28%	58.254	30%	62.415	32%	66.576	34%	70.737	36%	74.898
Suites	28%	153.300	30%	164.250	32%	175.200	34%	186.150	36%	197.100
Alojamiento externo	10%	28.470	13%	35.588	15%	42.705	18%	49.823	20%	56.940
Total Alojamiento		286.014		311.528		337.041		362.555		388.068
RESTAURANTE										
Restaurante	40%	438.000	45%	492.750	50%	547.500	55%	602.250	60%	657.000
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
Bar	28%	17.472	30%	18.720	32%	19.968	34%	21.216	36%	22.464
Tours	28%	6.989	30%	7.488	32%	7.987	34%	8.486	36%	8.986
Eventos	28%	5.591	33%	6.589	38%	7.588	43%	8.586	48%	9.585
Total Servicios Complementarios		30.052		32.797		35.543		38.289		41.034
TOTAL		754.066		837.075		920.084		1.003.093		1.086.102

	Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	% Ocup	Valor								
ALOJAMIENTO										
Cabañas Simples	38%	62.415	40%	65.700	42%	68.985	44%	72.270	46%	75.555
Cabañas Dobles	38%	79.059	40%	83.220	42%	87.381	44%	91.542	46%	95.703
Suites	38%	208.050	40%	219.000	42%	229.950	44%	240.900	46%	251.850
Alojamiento externo	23%	64.058	25%	71.175	28%	78.293	30%	85.410	33%	92.528
Total Alojamiento		413.582		439.095		464.609		490.122		515.636
RESTAURANTE										
Restaurante	65%	711.750	70%	766.500	75%	821.250	80%	876.000	85%	930.750
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS										
Bar	38%	23.712	40%	24.960	42%	26.208	44%	27.456	46%	28.704
Tours	38%	9.485	40%	9.984	42%	10.483	44%	10.982	46%	11.482
Eventos	53%	10.583	58%	11.581	63%	12.580	68%	13.578	73%	14.577
Total Servicios Complementarios		43.780		46.525		49.271		52.017		54.762
TOTAL		1.169.111		1.252.120		1.335.130		1.418.139		1.501.148

ELABORACIÓN: Autores

8.10 ASIGNACION DE COSTOS

CUADRO 8.10.1

ASIGNACION DE COSTOS

ASIGNACION DE COSTOS Y GASTOS								
Concepto	Mensual	ANUAL	Gasto		Costo fijo		Costo variable	
			Porción	Valor	Porción	Valor	Porción	Valor
Agua	350,00	4.200,00	15%	630,00	80%	3.360,00	5%	210,00
Energía eléctrica	500,00	6.000,00	50%	3.000,00	40%	2.400,00	10%	600,00
Telefono	250,00	3.000,00	40%	1.200,00	40%	1.200,00	20%	600,00
Directv	570,00	6.840,00	0%	-	100%	6.840,00	0%	-
Mano Obra Indirecta		45.841,08	20%	9.168,22	80%	36.672,86	0%	-
Seguridad		12.133,28	20%	2.426,66	80%	9.706,62	0%	-
Impuestos		1.500,00	20%	300,00	50%	750,00	30%	450,00
Depreciación		65.755,78	20%	13.151,16	75%	49.316,83	5%	3.287,79
Amortización Intangibles		1.148,60	20%	229,72	80%	918,88	0%	-
Seguro		5.000,00	20%	1.000,00	80%	4.000,00	0%	-
TOTAL	1.670,00	65.881,08		31.105,75		115.165,20		5.147,79

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.10.2 SEPARACIÓN DE COSTOS

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijo	Variable								
Agua	3.360,00	210,00	3.360,00	220,50	3.360,00	231,53	3.360,00	243,10	3.360,00	255,26
Energía eléctrica	2.400,00	600,00	2.400,00	630,00	2.400,00	661,50	2.400,00	694,58	2.400,00	729,30
Telefono	1.200,00	600,00	1.200,00	630,00	1.200,00	661,50	1.200,00	694,58	1.200,00	729,30
Directv	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-
Mano Obra Indirecta	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-
Seguridad	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-
Impuestos	750,00	450,00	750,00	472,50	750,00	496,13	750,00	520,93	750,00	546,98
Depreciación	49.316,83	3.287,79	49.316,83	3.287,79	49.316,83	3.287,79	49.316,83	3.287,79	49.316,83	3.287,79
Amortización	918,88	-	918,88	-	918,88	-	918,88	-	918,88	-
Seguro	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-
	115.165,20	5.147,79	115.165,20	5.240,79	115.165,20	5.338,44	115.165,20	5.440,97	115.165,20	5.548,63
TOTAL		120.312,99		120.405,99		120.503,64		120.606,17		120.713,83

Concepto	Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	Fijo	Variable								
Agua	3.360,00	268,02	3.360,00	281,42	3.360,00	295,49	3.360,00	310,27	3.360,00	325,78
Energía eléctrica	2.400,00	765,77	2.400,00	804,06	2.400,00	844,26	2.400,00	886,47	2.400,00	930,80
Telefono	1.200,00	765,77	1.200,00	804,06	1.200,00	844,26	1.200,00	886,47	1.200,00	930,80
Directv	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-	6.840,00	-
Mano Obra Indirecta	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-	36.672,86	-
Seguridad	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-	9.706,62	-
Impuestos	750,00	574,33	750,00	603,04	750,00	633,20	750,00	664,85	750,00	698,10
Depreciación	43.462,33	2.897,49	43.462,33	2.897,49	43.462,33	2.897,49	43.462,33	2.897,49	43.462,33	2.897,49
Amortización	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Seguro	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-	4.000,00	-
	108.391,82	5.271,37	108.391,82	5.390,07	108.391,82	5.514,70	108.391,82	5.645,56	108.391,82	5.782,96
TOTAL		113.663,19		113.781,88		113.906,51		114.037,37		114.174,78

ELABORACIÓN: Autores

•

•

•

•

•

8.11 DESCRIPCIÓN DE LOS CIF

CUADRO 8.11.1

DIRECT TV

	DIRECT TV			
	Membresía		Mensualidad	
	Normal	Promoción	Básico	Directmax
Principal 3 Tv	218,00	70,00	30,00	40,00
Adicional 3 Tv	172,00	56,00	7,00	7,00

PRESUPUESTO TV SATELITAL			
Concepto	Valor	# Pagos	Total
Inscripción principal (3 Tv)	200,00	1,00	200,00
Inscripción adicional (21 Tv)	1.300,00	1,00	1.300,00
Mensualidad principal (3tv)	70,00	12,00	840,00
Mensualidad adicional (21tv)	500,00	12,00	6.000,00
Total			8.340,00

ELABORACIÓN: Autores

CUADROS 8.11.2

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	
Diseño Gráfico	950
Anuncio revistas	3080
Tripticos	600
Stands	3624
Valla	6496
Web Site	80
TOTAL	14830

DISEÑO GRAFICO	
Logo	100
Triptico	200
Anuncio	100
Valla	50
WEB	500
TOTAL	950

Fuente: Rasgos diseño & color

REVISTA	UBICACIÓN DEL ANUNCIO	DIMENSIONES	COLOR	TIRAJE MENSUAL	COSTO MENSUAL USD
Gestión	Contraportada Interior	Una página 20.5cm x 27cm	Full Color	60000	1176
Diners	Página Indeterminada	Una página 20.5cm x 27cm	Full Color	15000	1904

Fuente: Dinediciones

TRIPTICO	DIMENSIONES	COLOR	PAPEL	CANTIDAD	COSTO
Impresión, tiro, retiro y doblado	21 x 9 cm	Full Color	couche 150 gr. lacado UV	2000	600
Impresión, tiro, retiro y doblado	21 x 9 cm	Full Color	couche 150 gr. lacado UV	5000	1100

Fuente: Rasgos diseño & color

ELABORACIÓN: Autores

STAND					
CENTRO COMERCIAL	REQUISITO	COSTO X UBICACIÓN	DIMENSIONES	TIEMPO DE USO	COSTO x 3 meses + impulsadoras
El Bosque	Proyecto, diseño, medidas, producto	Estándar 400 + IVA	2m x 2m	mensual	1644
C.C.I.	Llenar solicitud, referencias, diseño o fotos	P. Princ. 1000, Subsuelo 500, P. Comidas 500 + IVA	3m x 2m	mensual	1980

WEB SITE			
PROVEEDOR	DOMINIO	DISEÑO NORMAL	DISEÑO FLASH
Interactive	150 USD x 2 años 80 USD x 1 año	30 USD x pag	60 USD x pag

VALLAS					
AGENCIA	UBICACIÓN	DIMENSIONES	COLOR	MATERIAL	COSTO
Publimix	Usuario	Usuario	Full Color	Lona	25 USD x m2
Publimix	Usuario	Usuario	Full Color	Estructura	125 USD x m2
Girovisual	A elegir	8m x 4m	Full Color	Lona, iluminación, estructura y permisos	5.800 USD anual
Induvallas	A elegir	8m x 4m	Full Color	Lona, iluminación, estructura y permisos	5.544 USD semestral

ELABORACIÓN: Autores

8.12 MATERIA PRIMA

CUADRO 8.12

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA

ALOJAMIENTO	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cabañas Simples	8%	3.679,20	3.942,00	4.204,80	4.467,60	4.730,40	4.993,20	5.256,00	5.518,80	5.781,60	6.044,40
Cabañas Dobles	9%	5.242,86	5.617,35	5.991,84	6.366,33	6.740,82	7.115,31	7.489,80	7.864,29	8.238,78	8.613,27
Suites	10%	15.330,00	16.425,00	17.520,00	18.615,00	19.710,00	20.805,00	21.900,00	22.995,00	24.090,00	25.185,00
Total Alojamiento		24.252,06	25.984,35	27.716,64	29.448,93	31.181,22	32.913,51	34.645,80	36.378,09	38.110,38	39.842,67
RESTAURANTE											
Restaurante	35%	153.300,00	172.462,50	191.625,00	210.787,50	229.950,00	249.112,50	268.275,00	287.437,50	306.600,00	325.762,50
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS											
Bar	33%	5.765,76	6.177,60	6.589,44	7.001,28	7.413,12	7.824,96	8.236,80	8.648,64	9.060,48	9.472,32
Tours	2%	139,78	149,76	159,74	169,73	179,71	189,70	199,68	209,66	219,65	229,63
Eventos	10%	559,10	658,94	758,78	858,62	958,46	1.058,30	1.158,14	1.257,98	1.357,82	1.457,66
Total Servicios Complementarios		6.464,64	6.986,30	7.507,97	8.029,63	8.551,30	9.072,96	9.594,62	10.116,29	10.637,95	11.159,62
TOTAL		184.016,70	205.433,15	226.849,61	248.266,06	269.682,52	291.098,97	312.515,42	333.931,88	355.348,33	376.764,79

* Expresado como porcentaje de ventas

ELABORACIÓN: Autores

8.13 MANO DE OBRA

CUADRO 8.13

MANO DE OBRA DIRECTA Y MANO DE OBRA INDIRECTA

ESTIMACION MENSUAL DE HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO			
	H. Extras 50%	H. Extras 100%	Trab. Nocturno
Recepcionista	-	-	330
Seguridad	-	-	330

MANO DE OBRA DIRECTA										PROVISIONES			Total Anual MOD
Cargo	Cantidad	Salario Base (mensual)	Trab. Nocturno (25%)	Componente Salarial	Básico Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Personal IESS (9.35%)	Sub Total	Aporte Patronal IESS (11.15%)	Fondo Reserva	Vacaciones	
Recepcionista	4	230,00	118,59	8,00	4.279	348,59	135,60	400,10	4.363	477,12	356,59	178,30	21.501
Camareros	3	180,00	-	8,00	2.256	180,00	135,60	210,94	2.361	251,54	188,00	94,00	8.683
Meseros	3	230,00	-	8,00	2.856	230,00	135,60	267,04	2.955	318,44	238,00	119,00	10.890
Guía	6	180,00	-	8,00	2.256	180,00	135,60	210,94	2.361	251,54	188,00	94,00	17.365
Seguridad	4	125,00	64,45	8,00	2.369	189,45	135,60	221,54	2.473	264,19	197,45	98,73	12.133
TOTAL MOD													70.572

MANO DE OBRA INDIRECTA										PROVISIONES			Total Anual MOI
Cargo	Cantidad	Salario	Trab. Nocturno (25%)	Componente Salarial	Básico Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Personal IESS (9.35%)	Sub Total	Aporte Patronal IESS (11.15%)	Fondo Reserva	Vacaciones	
Asis. Hospedaje	1	480,00	-	8,00	5.856	480,00	135,60	547,54	5.924	652,94	488,00	244,00	7.309
Asis. Restaurante	1	480,00	-	8,00	5.856	480,00	135,60	547,54	5.924	652,94	488,00	244,00	7.309
Chef	2	320,00	-	8,00	3.936	320,00	135,60	368,02	4.024	438,86	328,00	164,00	9.909
Cocinero	3	230,00	-	8,00	2.856	230,00	135,60	267,04	2.955	318,44	238,00	119,00	10.890
Posillero	2	125,00	-	8,00	1.596	125,00	135,60	149,23	1.707	177,95	133,00	66,50	4.170
Limpieza	3	125,00	-	8,00	1.596	125,00	135,60	149,23	1.707	177,95	133,00	66,50	6.254
TOTAL MOI													45.841

ELABORACIÓN: Autores

8.14 BALANCE GENERAL

CUADRO 8.14

BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA ECOLAGO AL 4 DE AGOSTO DEL 2004.

ECOLAGO S.A.			
BALANCE DE SITUACION INICIAL			
Ago-04			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Caja	14.830,00	P.Corriente del crédito	17.557,30
Bancos	26.431,44		
Insumos	46.004,18		
Total Act.Corrente	87.265,62	Total Pas.Corrente	17.557,30
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificio	948.415,50	Crédito	278.878,73
Infraestructura	105.290,00		
Eq. Oficina	6.530,00		
Vehículos	32.500,00		
Total Act.Fijos	1.092.735,50	Total Pas.Largo Plazo	278.878,73
Otros Activos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	5.743,00	Capital	889.308,09
TOTAL ACTIVO	1.185.744,12	TOTAL PASIVO	1.185.744,12

ELABORACIÓN: Autores

8.15 FLUJO DE CAJA

CUADRO 8.15

FLUJO DE CAJA

INGRESOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Préstamo Bancario	296.436,03										
Ingresos Ventas		754.065,84	837.074,94	920.084,04	1.003.093,14	1.086.102,24	1.169.111,34	1.252.120,44	1.335.129,54	1.418.138,64	1.501.147,74
IVA (12%)		90.487,90	100.448,99	110.410,08	120.371,18	130.332,27	140.293,36	150.254,45	160.215,54	170.176,64	180.137,73
Servicio (10%)		75.406,58	83.707,49	92.008,40	100.309,31	108.610,22	116.911,13	125.212,04	133.512,95	141.813,86	150.114,77
TOTAL INGRESOS	296.436,03	919.960,32	1.021.231,43	1.122.502,53	1.223.773,63	1.325.044,73	1.426.315,83	1.527.586,94	1.628.858,04	1.730.129,14	1.831.400,24

EGRESOS											
Capital Propio	-889.308,09										
Materia Prima		184.016,70	205.433,15	226.849,61	248.266,06	269.682,52	291.098,97	312.515,42	333.931,88	355.348,33	376.764,79
Mano de Obra Directa		70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11
Costos Indirectos		120.312,99	120.405,99	120.503,64	120.606,17	120.713,83	113.663,19	113.781,88	113.906,51	114.037,37	114.174,78
Gastos Administrativos		105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76
Gastos Financieros		33.200,84	31.234,42	29.047,76	26.616,20	23.912,30	20.905,57	17.562,08	13.844,12	9.709,75	5.112,33
Gastos de Ventas		15.081,32	16.741,50	18.401,68	20.061,86	21.722,04	23.382,23	25.042,41	26.702,59	28.362,77	30.022,95
IVA (12%)		90.487,90	100.448,99	110.410,08	120.371,18	130.332,27	140.293,36	150.254,45	160.215,54	170.176,64	180.137,73
Servicio (10%)		75.406,58	83.707,49	92.008,40	100.309,31	108.610,22	116.911,13	125.212,04	133.512,95	141.813,86	150.114,77
Utilidad antes de PT		225.156,13	286.962,01	348.983,48	411.244,98	473.773,68	543.763,51	606.920,77	670.446,57	734.382,54	798.775,02
15% Part. Trabajadores		33.773,42	43.044,30	52.347,52	61.686,75	71.066,05	81.564,53	91.038,12	100.566,98	110.157,38	119.816,25
Utilidad antes de IR		191.382,71	243.917,71	296.635,96	349.558,23	402.707,63	462.198,99	515.882,66	569.879,58	624.225,16	678.958,77
25% Imp. Renta		47.845,68	60.979,43	74.158,99	87.389,56	100.676,91	115.549,75	128.970,66	142.469,90	156.056,29	169.739,69
UTILIDAD NETA		143.537,03	182.938,28	222.476,97	262.168,67	302.030,72	346.649,24	386.911,99	427.409,69	468.168,87	509.219,07

REPOSICIONES											
Depreciación		65.755,78	65.755,78	65.755,78	65.755,78	65.755,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78	57.949,78
Amortización Intangibles		1.148,60	1.148,60	1.148,60	1.148,60	1.148,60	-	-	-	-	-
Amortización Deuda		-17.557,30	-19.523,72	-21.710,38	-24.141,94	-26.845,84	-29.852,57	-33.196,06	-36.914,02	-41.048,39	-45.645,81

TOTAL FLUJO	-592.872,06	192.884,10	230.318,94	267.670,97	304.931,11	342.089,26	374.746,44	411.665,71	448.445,44	485.070,25	521.523,04
--------------------	--------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Tasa de Descuento	20,67%
VAN	S/. 543.176,56
TIR	43,88%

Tasas Interés:		Aportación	Ponderación
Inversionista: 8% + 14.66% + 1.17%=	23,83%	75%	17,87%
Banco:	11,20%	25%	2,80%
Tasa descuento ponderada:			20,67%

ELABORACIÓN: Autores

8.16 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO 8.16

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS EMPRESA ECOLAGO

COSTOS PRODUCCION											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Materia Prima		184.016,70	205.433,15	226.849,61	248.266,06	269.682,52	291.098,97	312.515,42	333.931,88	355.348,33	376.764,79
Mano de Obra Directa		70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11	70.572,11
Costos Indirectos		120.312,99	120.405,99	120.503,64	120.606,17	120.713,83	113.663,19	113.781,88	113.906,51	114.037,37	114.174,78
COSTO VENTAS		374.901,80	396.411,25	417.925,35	439.444,34	460.968,45	475.334,27	496.869,42	518.410,50	539.957,82	561.511,67

PRESUPUESTO DE INGRESOS											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		754.065,84	837.074,94	920.084,04	1.003.093,14	1.086.102,24	1.169.111,34	1.252.120,44	1.335.129,54	1.418.138,64	1.501.147,74
Costo de Ventas		374.901,80	396.411,25	417.925,35	439.444,34	460.968,45	475.334,27	496.869,42	518.410,50	539.957,82	561.511,67
Utilidad Bruta		379.164,04	440.663,69	502.158,69	563.648,80	625.133,79	693.777,07	755.251,02	816.719,04	878.180,82	939.636,07
Gastos Administrativos		105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76	105.725,76
Gastos Financieros		33.200,84	31.234,42	29.047,76	26.616,20	23.912,30	20.905,57	17.562,08	13.844,12	9.709,75	5.112,33
Gastos de Ventas*		15.081,32	16.741,50	18.401,68	20.061,86	21.722,04	23.382,23	25.042,41	26.702,59	28.362,77	30.022,95
Utilidad antes de PT		225.156,13	286.962,01	348.983,48	411.244,98	473.773,68	543.763,51	606.920,77	670.446,57	734.382,54	798.775,02
15% Part. Trabajadores		33.773,42	43.044,30	52.347,52	61.686,75	71.066,05	81.564,53	91.038,12	100.566,98	110.157,38	119.816,25
Utilidad antes de IR		191.382,71	243.917,71	296.635,96	349.558,23	402.707,63	462.198,99	515.882,66	569.879,58	624.225,16	678.958,77
25% Imp. Renta		47.845,68	60.979,43	74.158,99	87.389,56	100.676,91	115.549,75	128.970,66	142.469,90	156.056,29	169.739,69
UTILIDAD NETA		143.537,03	182.938,28	222.476,97	262.168,67	302.030,72	346.649,24	386.911,99	427.409,69	468.168,87	509.219,07

* El gasto de ventas es el 2% de las ventas destinado a publicidad anual

ELABORACIÓN: Autores

8.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO 8.17

CAPACIDAD TOTAL

CAPACIDAD TOTAL DE ECO LAGO HOSTERIA

	Capacidad	Precio	# Días	Ingresos
Cabañas Simples	6	75,00	365	164.250
Cabañas Dobles	6	95,00	365	208.050
Suites	12	125,00	365	547.500
Total Alojamiento				919.800
Restaurante	300	10,00	365	1.095.000
TOTAL				2.934.600

ALOJAMIENTO

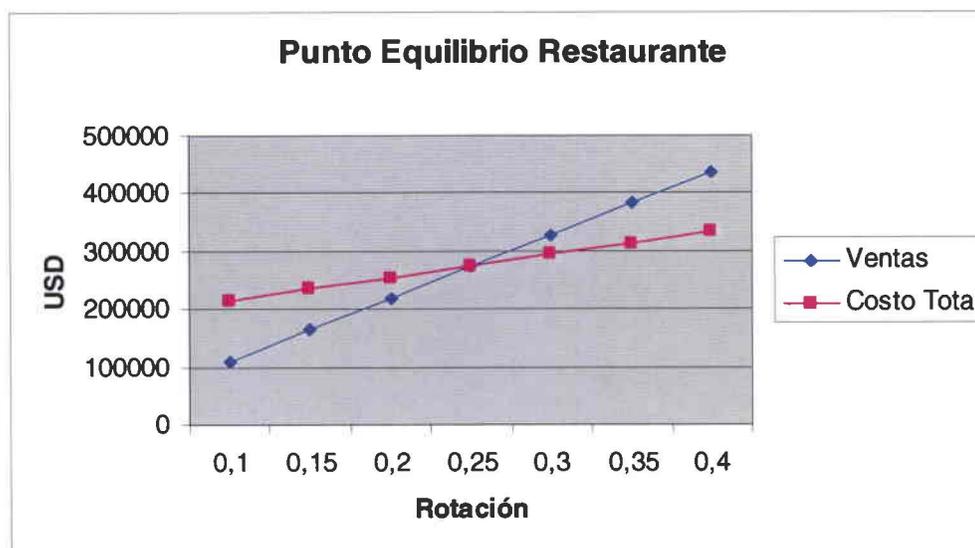
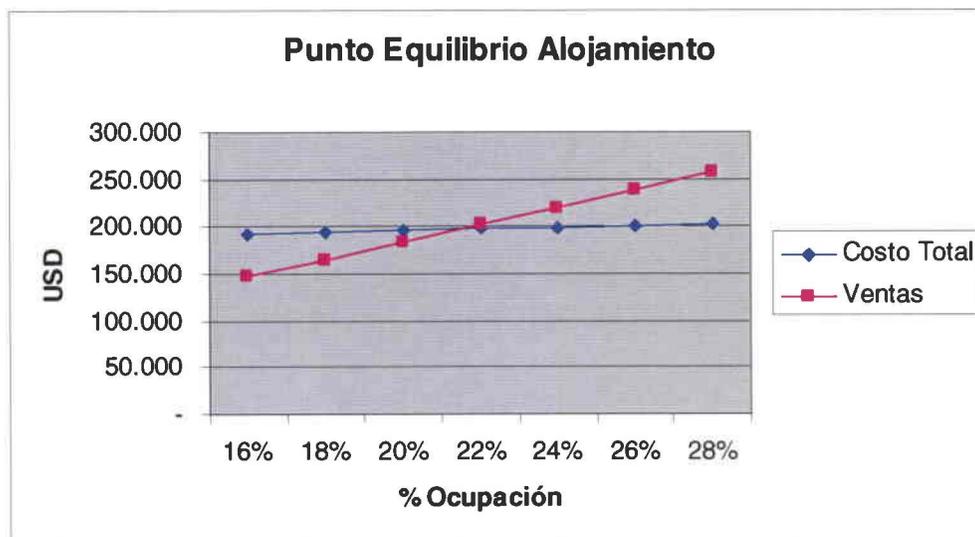
% Ocup	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
16%	147.168	185.737	11.760	197.497
18%	165.564	185.737	13.230	198.967
20%	183.960	185.737	14.700	200.437
22%	202.356	185.737	16.170	201.907
24%	220.752	185.737	17.640	203.377
26%	239.148	185.737	19.110	204.847
28%	257.544	185.737	20.580	206.317

RESTAURANTE

Rotación	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
0,10	109.500	185.737	39.612	225.349
0,15	164.250	185.737	59.418	245.155
0,20	219.000	185.737	79.224	264.961
0,25	273.750	185.737	99.030	284.767
0,30	328.500	185.737	118.836	304.573
0,35	383.250	185.737	138.642	324.379
0,40	438.000	185.737	158.448	344.185

ELABORACION: AUTORES

GRAFICO 8.17
PUNTO DE EQUILIBRIO



ELABORACION: AUTORES

8.18 ANALISIS DE RIESGO

Para el análisis del riesgo, se usó el Modelo de Montecarlo, el mismo que mide el riesgo de acuerdo con ciertas simulaciones o repeticiones de las probabilidades de las cuales dependen el éxito o fracaso de un proyecto.

CUADRO 8.18.1
VARIABLES DE RIESGO

CAPACIDAD	PROBABILIDAD	PROBABILIDAD ACUMULADA	# REPRESENTATIVOS SIMULACION
0,2	0,05	0,05	0-4
0,35	0,2	0,25	5-24
0,5	0,4	0,65	25-64
0,65	0,2	0,85	65-84
0,8	0,1	0,95	85-94
0,95	0,05	1	95-99

PRECIO	PROBABILIDAD	PROBABILIDAD ACUMULADA	# REPRESENTATIVOS SIMULACION
75	0,2	0,2	0-19
95	0,15	0,35	20-34
125	0,15	0,5	35-49
10	0,5	1	50-99

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.18.2
PROBABILIDADES

RANGO INGRESOS X HABITACION		Distribucion Probabilidad	Probabilidad Acumulada
730	6818	46%	46%
6819	13921	8%	54%
13922	21024	15%	69%
21025	28127	19%	88%
28128	35230	3%	91%
35231	42333	4%	95%
42334	49436	5%	100%

ELABORACIÓN: Autores

CUADRO 8.18.3 SIMULACIONES

PRUEBA	ALEATORIO		REAL		
	Cap. Simulad	Precio Simul	Capacidad	Precio	Ingresos
1	38	45	0.5	125	22813
2	97	43	0.95	125	43344
3	86	47	0.8	125	36500
4	32	62	0.5	10	1825
5	43	43	0.5	125	22813
6	81	77	0.65	10	2373
7	44	40	0.5	125	22813
8	59	48	0.5	125	22813
9	97	91	0.95	10	3468
10	83	52	0.65	10	2373
11	82	44	0.65	125	29656
12	72	16	0.65	75	17794
13	44	83	0.5	10	1825
14	7	62	0.35	10	1278
15	42	6	0.5	75	13688
16	9	51	0.35	10	1278
17	97	37	0.95	125	43344
18	78	11	0.65	75	17794
19	9	31	0.35	95	12136
20	44	41	0.5	125	22813
21	95	35	0.95	125	43344
22	96	31	0.95	95	32941
23	58	78	0.5	10	1825
24	43	63	0.5	10	1825
25	14	16	0.35	75	9581
26	88	59	0.8	10	2920
27	92	7	0.8	75	21900
28	47	81	0.5	10	1825
29	33	82	0.5	10	1825
30	85	58	0.8	10	2920
31	77	12	0.65	75	17794
32	86	9	0.8	75	21900
33	46	20	0.5	95	17338
34	47	34	0.5	95	17338
35	68	20	0.65	95	22539
36	79	16	0.65	75	17794
37	95	69	0.95	10	3468
38	77	13	0.65	75	17794
39	61	35	0.5	125	22813
40	32	87	0.5	10	1825
41	21	38	0.35	125	15969
42	32	56	0.5	10	1825
43	91	43	0.8	125	36500
44	93	22	0.8	95	27740
45	13	48	0.35	125	15969
46	8	3	0.35	75	9581
47	94	59	0.8	10	2920
48	92	30	0.8	95	27740
49	19	79	0.35	10	1278
50	85	36	0.8	125	36500
51	78	85	0.65	10	2373
52	80	91	0.65	10	2373
53	43	94	0.5	10	1825
54	13	80	0.35	10	1278
55	80	8	0.65	75	17794
56	74	32	0.65	95	22539
57	76	25	0.65	95	22539
58	47	71	0.5	10	1825
59	35	55	0.5	10	1825
60	89	14	0.8	75	21900
61	45	97	0.5	10	1825
62	29	8	0.5	75	13688
63	21	66	0.35	10	1278
64	74	43	0.65	125	29656
65	94	84	0.8	10	2920
66	31	48	0.5	125	22813
67	69	95	0.65	10	2373
68	49	33	0.5	95	17338
69	7	70	0.35	10	1278
70	86	45	0.8	125	36500
71	51	97	0.5	10	1825
72	43	99	0.5	10	1825
73	27	77	0.5	10	1825
74	42	27	0.5	95	17338
75	54	3	0.5	75	13688
76	28	55	0.5	10	1825
77	51	67	0.5	10	1825
78	19	21	0.35	95	12136
79	39	62	0.5	10	1825
80	75	20	0.65	95	22539
81	51	51	0.5	10	1825
82	1	64	0.2	10	730
83	20	87	0.35	10	1278
84	94	31	0.8	95	27740
85	49	40	0.5	125	22813
86	47	45	0.5	125	22813
87	90	59	0.8	10	2920
88	22	87	0.35	10	1278
89	35	22	0.5	95	17338
90	67	97	0.65	10	2373
91	10	82	0.35	10	1278
92	17	67	0.35	10	1278
93	62	63	0.5	10	1825
94	15	15	0.35	75	9581
95	83	17	0.65	75	17794
96	60	51	0.5	10	1825
97	95	44	0.95	125	43344
98	98	46	0.95	125	43344
99	5	45	0.35	125	15969
100	96	62	0.95	10	3468

ELABORACIÓN: Autores

Según el modelo de Montecarlo, existe un 46% de probabilidad que los ingresos promedio por persona que visita la eco hostería se encuentra en el rango de 730,00 a 6.818,00 USD.

En cuanto a la probabilidad acumulada se presenta un 88% de posibilidades de que el proyecto arroje unos ingresos menores o iguales a 28.127,00 USD., por ocupación, que es lo que la tabla muestra en cada uno de los rangos con sus respectivas probabilidades de ocurrencia.

8.19 NORMAS DE DESEMPEÑO Y CONTROL DE LA ECO HOSTERÍA ECOLAGO

La implementación de las estrategias de la empresa, deberá enfocarse en los segmentos de mercado que mayores volúmenes de ventas y utilidades generan. Es importante tener un equilibrio y estimar adecuadamente la parte de volumen de ventas y crecimiento, con la parte de costos; ya que un crecimiento diferente al esperado podría generar costos muy altos.

Para lo cual se puede utilizar varios tipos de indicadores internos, los cuales permiten tener un control de la situación real por la que atravesaría la hostería durante su funcionamiento.

Un indicador importante es el nivel de ventas, para llegar al objetivo planteado del 28% de ocupación en hospedaje para el año 1, se necesita un nivel de ventas anual de 286.000 USD, es decir 23.800 USD mensuales, el cual se reparte un 50% para suites, 25% cabañas simples y 25 % cabañas dobles.

Por consiguiente se puede establecer una escala de 1 a 4, en la cual se determina los niveles percibidos semanalmente:

- 1 Nivel de ventas menor al estimado
- 2 Nivel de ventas dentro de estimación ligeramente menor
- 3 Nivel de ventas dentro de estimación ligeramente mayor
- 4 Nivel de ventas mayor al estimado

Con lo cual permite un monitoreo no solo en el nivel de ventas sino en los tres grupos importantes, que son: ventas, utilidades y costos. Este esquema de índices proporciona la información necesaria para tomar las medidas correctivas oportunamente.

CUADRO 8.19**MATRIZ DE INDICADORES DE CONTROL**

INDICADOR	1	2	3	4
Ventas Totales			X	
Venta por tipo de servicio		X		
Venta por nacionalidad cliente				X
Venta por intermediario			X	
Número de días que se hospeda		X		
Índice de repetición			X	
Reporte fichas de satisfacción			X	
Número de quejas y reclamos			X	
Costos totales			X	
Costos por tipo de servicio			X	
Utilidades totales			X	
Utilidades por tipo de servicio		X		
Utilidades por intermediario			X	
Cambio porcentual utilidades			X	

Con esta matriz y sus respectivos índices se puede establecer la tendencia de las posibles deficiencias y el manejo correcto de la eco hostería, para lo que se necesita para cada indicador establecer los parámetros de la respectiva calificación.

8.20 COSTOS MENU RESTAURANTE

Para la obtención de los costos de los diferentes platos que se ofrecerá en el restaurante, se analizó por un número determinado de platos, así por ejemplo

un quintal de papas puede servir para diferentes porciones de este producto, sumado a ello conforman costos de personal, administrativos, entre otros.

A continuación se expondrán algunos costos de varios menús:

CUADRO 8.20 COSTOS MENU

PLATO:		chugchucara	FECHA: 12 DE MARZO 2001					
No.	Ingredientes	Val/lib/bruta	Relación Lb.	Rendi/x20Lb	Valor Porc	Valor Unit	Cant/plat	Val.total
1	fritadas	1,52	20	37	0,821621622	0,1643243	5	0,821622
2	papas	0,17	1	2	0,09	0,09	3	0,27
3	empanadas	0,15	1	40	0,01	0,005	2	0,01
4	cuero	3	1	40	0,15	0,075	2	0,15
5	maduros	4	100	100	0,04	0,04	1	0,04
6	tostado	0,34	6	6	0,0567	0,0567	1	0,06
7	canguil	0,248	10	10	0,0248	0,0248	1	0,02
8	sal							0,01
9	comino							0,01
10	queso	0,88	40			0,022	1	0,02
11	aceite							0,01
12	Chicharrón	0,4636	45	12				0,14
13	mote	0,32						0,08
14	Imprevistos							0,08
subtotal								1,73
25 % administración y servicios								0,43
Imprevistos								0,21
COSTO REAL BRUTO								2,36
50 % utilidad								1,18
Costo real total								3,55

MOTE CON CHICHARRÓN				Maduro con queso			
No.	Producto	Cantidad	Valor	No.	Producto	Cantidad	Valor
1	Mote	1/2 libra	0,18	1	Maduro	4	0,16
2	Chicharrón	2 copas	0,28	2	Queso	2	0,16
3	Gas e imprevis		0,1	3	Gas e impr		0,1
subtotal			0,56	Subtotal			0,42
15 % administración y servicios			0,08	15 % administración y servicios			0,06
12 % IVA			0,08				0,06
TOTAL COSTO REAL			0,72	Total costo real			0,54
Porcentaje de Utilidad			0,25	Porcentaje de utilidad			0,19
TOTAL COSTO REAL			0,97	Total costo real			0,73

1	Empanadas	0,4
2	Papas Fritas	0,6
3	Tostado	0,4
4	Mote sólo	0,4

FRITADA CRIOLLA			
No.	Producto	Cantidad	Valor
1	Mote	0,25	0,08
2	Papa	1	0,27
3	Queso	1	0,08
4	Maduro	1	0,04
5	Canguil	1	0,01
6	Tostado	1	0,02
7	Fritada	4	0,64
Subtotal			1,14
15 % administración y servicios			0,17
IVA			0,16
Total costo real			1,47
Utilidad			0,51
Total costo real			1,98

PLATO:		Parrillada S.	FECHA: 01 julio 2001			Valor Unit	Cant/plat	Val.total
No.	Ingredientes	Val/lib/bruta	Relación Lb.	Rendi/x1 Lb	Valor Porc			
1	Chuleta	1,45	2,2	2,2	0,66	0,659	1	0,659091
2	Lomo res	1,92	1	3	0,64	0,64	1	0,64
3	Tripas	0,88	4	4	0,22	0,22	1	0,22
4	Ubre	0,88	1	10	0,09	0,09	1	0,09
5	Riñones	1,00	100	100	0,01	0,04	1	0,04
6	Botones	1,00	7	7	0,14	0,14	3	0,42
7	Longaniza	0,88	10	10	0,09	0,09	1	0,09
8	sal	0,48		50	0,01	0,01	1	0,01
9	comino	2,00		20	0,10	0,10	1	0,10
10	queso	1,00	12	12	0,08	0,08	1	0,08
11	Leche	0,50	12	12	0,04	0,04	1	0,04
12	Vegetales	1,00	5	5	0,20	0,20	1	0,20
13	Aceite	0,88	20	20	0,04	0,04	1	0,04
14	Carbón y otros				2,33	0,50	1	0,50
subtotal								3,13

25 % administración y servicios

0,78

3,91

TOTAL COSTO BRUTO

3,91

60 % Utilidad aparente

1,96

Costo real total

5,87

Costo carta actual

6,25

Diferencia IMPREVISTOS

0,39

	Cantidad	Precio	Costo Total	Precio de Venta
Pan en salsa de champiñones (4 porciones)				2,11
Ingredientes				
1 lata de champiñones	200g.	1,37	1,37	
4 tajadas de pan de molde	500g. (20 rebanadas)	0,83	0,17	
½ taza de crema de leche	250g.	1,09	0,49	
3 cucharadas de mantequilla	300g.	1,6	0,23	
1 yema de huevo	12 unidades	0,99	0,08	
1 cucharada de jerez o brandy	750 ml	9,46	0,19	
Sal y pimienta				
			2,53	

Ensalada de Verduras (10 porciones)				2,60
Ingredientes				
2 tazas de verduras congeladas	486g.	1,39	1,30	
6 huevos	12 unidades	0,99	0,50	
1 taza de queso Gruyere rallado	9370g.	3,9	0,09	
1 taza de crema de leche	250g.	1,09	0,98	
3 cucharadas de harina de trigo	2000g.	1,64	0,04	
1 cucharada de polvo de hornear	120 g.	0,87	0,10	
½ taza de tocino picado	200g.	2,9	1,64	
2 cucharadas de cebolla picada	1000g.	0,74	0,02	
1 pizca de nuez moscada				
Sal y pimienta				
1 masa de hojaldre de 500g.	410g.	1,96	2,39	
500g. de fréjoles o garbanzos secos	500g.	0,76	0,76	
			7,82	

Empanadas de verde (8 unidades)				2,19
Ingredientes				
Masa:				
3 plátanos verdes grandes	1000g.	0,31	0,28	
1 cucharada de agua caliente				
½ cucharadita de sal				
Relleno:				
1 onza de mantequilla	300g.	1,6	0,15	
2 onzas de cebolla paitaña finamente picada	1000g.	1,08	0,06	
1 tomate pelado y picado	1000g.	0,99	0,11	
1 taza de queso rallado	500g.	3,9	1,77	
½ taza de arvejas tiernas cocidas	1000g.	1,67	0,19	
1 zanahoria pequeña cocida y picada	800g.	0,74	0,07	
Sal y pimienta al gusto				
			2,63	

Ceviche de Camarón (8 porciones)				3,85
Ingredientes				
2 libras de camarones	1000g.	6,83	6,20	
½ libra de cebolla paitaña	1000g.	1,08	0,25	
½ libra de tomates	1000g.	0,99	0,22	
½ taza de salsa de tomates	100g.	1,4	1,58	
10 limones	1000g.	0,45	0,02	
1 naranja dulce	1000g.	0,53	0,00	
½ taza de aceite de oliva	500cc	3,61	0,90	
1 cucharadita de mostaza	1000g.	2,18	0,01	
1 ají hervido, molido y cernido	10 unidades	0,56	0,06	
Sal al gusto				
Varias ramitas de perejil crespito para adornar				
			9,24	

Ceviche de Pescado (6 porciones)				2,97
Ingredientes				
500g. de filete de picudo fresco	1000g.	8,5	4,25	
½ taza de jugo de limón	1000g.	0,45	0,05	
1 aji	10 unidades	0,56	0,06	
½ cucharada de sal	200g.	0,39	0,01	
1 taza de jugo de naranja	1000g.	0,53	0,12	
2 cucharadas de azúcar	2000g.	0,94	0,01	
1 pizca de pimienta negra				
½ cebolla paitiña (perla) picada fino (cuadrado)	1000g.	1,08	0,05	
1 cucharada de cilantro fresco picado				
¼ de taza de salsa de tomate	100g.	1,4	0,80	
			5,35	

SOPAS

Sopa francesa (6 porciones)				3,19
Ingredientes				
4 cebollas perla grandes cortadas en juliana	1000g.	0,74	0,30	
2 cubos de caldo de carne	8 unidades	0,38	0,10	
3 lts. de agua				
1 pizca de orégano				
1 pizca de tomillo				
4 hojas de laurel	5 hojas	0,1	0,08	
1 taza de vino blanco	1 lt.	2,37	0,59	
Sal y pimienta				
4 cucharadas de mantequilla	300g.	1,6	0,30	
8 tajadas de pan de molde	500g.	0,83	0,33	
1 taza de queso holandés rallado grueso	150g.	1,5	2,27	
1 taza de queso fresco rallado grueso	500g.	3,9	1,77	
			5,74	

Locro de Papas (4 porciones)				2,40
Ingredientes				
1500g. de papas	3000g.	1,38	0,69	
2 tazas de agua caliente				
1/2 taza de leche	1 lt.	0,48	0,06	
1 cucharadita de achote	1/2 lt.	0,92	0,01	
1/2 cucharada de mantequilla	300g.	1,6	0,02	
2 cebollas blanca picadas	1000g.	0,74	0,15	
230g. de queso	500g.	3,9	1,79	
Sal y pimienta				
1 aguacate	1000g.	0,77	0,15	
			2,88	

Crema de hongos (4 porciones)				3,02
Ingredientes				
1 libra de carne de res	1000g.	5,5	2,50	
2 zanahorias amarillas	800g.	0,74	0,15	
1 cebolla blanca	1000g.	0,74	0,07	
3 dientes de ajo	15 unidades	1,08	0,22	
2 litros de agua				
1 onza de maicena	200g.	0,5	0,07	
1 taza de leche	1 lt.	0,48	0,12	
2 onzas de mantequilla	2000g.	1,64	0,05	
1 onza de hongos secos lavados y hervidos	200g.	1,54	0,22	
2 huevos cocidos duros	12 unidades	0,99	0,17	
1 rama de perejil				
1 cucharadita de jugo de limón	1000g.	0,45	0,00	
¼ de cucharadita de ralladura de cáscara de limón				
2 cucharaditas de Salsa Inglesa	170g.	1,36	0,07	
Sal, pimienta y nuez moscada al gusto				
			3,63	

Sopa oriental (4 porciones)				2,08
Ingredientes				
1 taza de col picada	2622g.	0,5	0,04	
1 taza de tomates pelados	1000g.	0,99	0,22	
3 cucharadas de aceite	2lt.	3,21	0,30	
1½ taza de papas picadas	3000g.	1,38	0,16	
1 taza de choclo desgranado	6 unidades	1	0,50	
1 taza de espinaca	425g.	0,58	0,31	
1 taza de arvejas	1000g.	1,67	0,38	
1 cucharada de perejil				
1 diente de ajo	15 unidades	1,08	0,07	
1 cucharadita de orégano				
1 taza de zanahoria	800g.	0,74	0,21	
½ taza de apio	6 atado	0,65	0,11	
½ de taza de nabo	15 atado	0,46	0,03	
1 taza de cebolla	1000g.	0,74	0,17	
Sal al gusto				2,50

ENSALADAS

Ensalada César (4 porciones)				4,48
Ingredientes				
70 g. de tocino	200g.	2,9	1,02	
2 rodajas de pan de molde	500g. (20 rebanadas)	0,83	0,08	
3 dientes de ajo	15 unidades	1,08	0,22	
6 cucharadas de aceite vegetal	500cc.	3,61	0,68	
1 lechuga (250 g.)	250g.	0,99	0,99	
2 huevos	12 unidades	0,99	0,17	
100 ml de aceite de oliva	500cc.	3,61	0,72	
4 cucharadas de jugo de limón	1000g.	0,45	0,03	
Sal y pimienta				
2 filetes de anchoas	150g.	4,12	1,10	
30 g. de queso parmesano	150g.	1,92	0,38	
				5,38

Ensalada Mediterránea (4 personas)				2,68
Ingredientes				
1 lt de yogurt natural	1 lt.	1,95	1,95	
2 pepinillos grandes	1000g.	0,23	0,23	
2 tomates medianos	1000g.	0,99	0,22	
½ cebolla perla grande picada fino	1000g.	0,74	0,04	
1 diente de ajo picado fino	15 unidades	1,08	0,07	
3 cucharada de sal preparada	200g.	0,39	0,08	
1 cucharada de orégano				
1 cucharada de pimienta negra	50g.	0,63	0,18	
¼ de taza de aceite de oliva extra virgen	500cc.	3,61	0,45	
1 cucharada de perejil picado				
				3,22

Ensalada de Pollo (6 porciones)				3,83
Ingredientes				
1 pollo (1 kg.)	1000g.	5,12	5,12	
½ taza de verduras	486g.	1,39	0,32	
1 cucharada de granos de pimienta negra	50g.	0,63	0,18	
75 g. de crema	250g.	1,09	0,33	
100 ml. de vinagre	480cc	0,53	0,11	
2 yemas	12 unidades	0,99	0,17	
1 cucharada de harina	2000g.	1,64	0,01	
2 cucharadas de azúcar	2000g.	0,94	0,01	
½ cucharada de mostaza	1000g.	2,18	0,02	
2 ramas de apio	6 unidades	0,65	0,22	
2 cebollas blancas	1000g.	0,74	0,15	
2 cucharadas de jugo de limón	1000g.	0,45	0,01	
Hojas de lechuga	250g.	0,99	0,26	
				6,90

PLATOS FUERTES

Lomo a la plancha (4 porciones)				7,00
Ingredientes				
4 pedazos de lomo fino de 300g.	1234g.	7,71	7,50	
3 dientes de ajo	15 unidades	1,08	0,22	
1 cucharada de aceite	2lt.	3,21	0,05	
1 cucharadita de pimienta negra recién molida	50g.	0,63	0,06	
Sal y pimienta				
Guarnicion (col slaw)			0,59	
			8,41	

Lomo en salsa de vino (4 porciones)				7,84
Ingredientes				
8 medallones de lomo fino de 100g.	1234g.	7,71	5,00	
150 g. de tocino picado	200g.	2,9	2,18	
2 cucharadas de cebolla perla picada	1000g.	0,74	0,02	
1 taza de vino tinto	1 lt.	2,37	0,59	
1 envase de crema de leche de 200 ml.	250g.	1,09	0,99	
1 cucharada de aceite	2lt.	3,21	0,05	
Sal y pimienta				
Guarnicion (col slaw)			0,59	
			9,42	

Filet Mignon Clásico (8 filetes pequeños)				7,98
Ingredientes				
1 lomo fino de 1.5 kilos	1234g.	7,71	12,50	
8 lonjas de tocino	200g.	2,9	2,11	
1 taza de vino tinto	1 lt.	2,37	0,59	
2 cucharadas de harina	2000g.	1,64	0,02	
8 cucharadas de mantequilla	300g.	1,6	0,61	
1 cucharada de cebolla paitaña picada	1000g.	1,08	0,02	
1 taza de crema de leche	250g.	1,09	0,99	
1 taza de champiñones en rodajas	200g.	1,54	1,75	
Sal y pimienta				
Guarnicion (col slaw)			0,59	
			19,17	

Pollo deshuesado (5 porciones)				4,38
Ingredientes				
1 pollo mediano	1000g.	5,12	5,12	
4 onzas de cebolla paitaña molida	1000g.	1,08	0,12	
4 dientes de ajo molidos	15 unidades	1,08	0,29	
3 onzas de mantequilla	300g.	1,6	0,45	
2 cucharaditas de jugo de limón	1000g.	0,45	0,00	
Sal y pimienta al gusto				
Guarnicion (col slaw)			0,59	
			6,58	

Pollo con champiñones (5 porciones)				5,51
Ingredientes				
1 pollo mediano	1000g.	5,12	5,12	
½ libra de champiñones frescos	200g.	1,54	1,75	
3 onzas de mantequilla	300g.	1,6	0,45	
2 onzas de harina	2000g.	1,64	0,05	
1 cucharada de Salsa Inglesa	170g.	1,36	0,11	
1 cucharada de azúcar	2000g.	0,94	0,01	
1 zanahoria	800g.	0,74	0,07	
1 cebolla puerro	10 unidades	0,89	0,09	
1 papanabo	15 atado	0,46	0,03	
Sal y pimienta al gusto				
Guarnicion (col slaw)			0,59	
			8,27	

Pollo relleno con queso (6 porciones)				4,40
Ingredientes				
5 pechugas de pollo deshuesadas	1122g.	3,7	4,63	
200 g. de queso rallado	150g.	1,5	2,00	
1 pimienta	1000g.	0,85	0,09	
1 cebolla perla	1000g.	0,74	0,07	
2 dientes de ajo	15 unidades	1,08	0,14	
3 cucharadas de aceite	2lt.	3,21	0,30	
2 cubitos de caldo de gallina	48 unidades	2,53	0,11	
Guamicion (col slaw)			0,59	
			7,93	

Corvina en salsa de perejil (6 porciones)				5,93
Ingredientes				
30 g. de mantequilla	300g.	1,6	0,16	
6 filetes de corvina	1000g.	8,5	7,65	
2 sobres de Doña Criollita Maggi	10 unidades	0,4	0,08	
½ taza de vino blanco	1 lt.	2,37	0,30	
1 taza de crema de leche	250g.	1,09	0,99	
1 hoja de laurel	5 hojas	0,1	0,02	
8 pepinillos	1000g.	0,23	0,46	
2 tomates riñón	1000g.	0,99	0,22	
1 cebolla puerro cortada en diagonal	10 unidades	0,89	0,09	
3 cucharadas de perejil picado	1 atado	0,28	0,14	
Guamicion (col slaw)			0,59	
			10,69	

POSTRES

Pie de manzana (4 porciones)				2,23
Ingredientes				
Masa:				
2 tazas de harina	2000g.	1,64	0,37	
3 cucharaditas de azúcar impalpable	2000g.	0,94	0,01	
100 g. de mantequilla	300g.	1,6	0,53	
½ tz. de agua fría				
Relleno:				
½ lt. de leche	1 lt.	0,48	0,24	
4 huevos	12 unidades	0,99	0,33	
4 manzanas peladas y cortadas en rodajas	1000g.	1,08	0,43	
1 cucharada de canela en polvo	21,3g.	1,14	0,76	
			2,68	

Torta selva negra (15 porciones)				2,07
Ingredientes				
Masa:				
2 tazas de harina	2000g.	1,64	0,37	
1 taza de cocoa en polvo	230g.	1,1	1,09	
½ taza de chocolate semidulce en barra	200g.	0,95	0,54	
1 cucharadita de polvo de hornear	120g.	0,78	0,03	
6 huevos separados	12 unidades	0,99	0,50	
¾ taza de azúcar	2000g.	0,94	0,08	
1 cucharadita de vainilla	206g.	0,56	0,01	
½ taza de mantequilla	300g.	1,6	0,60	
2 cucharadas de aceite vegetal	2lt.	3,21	0,60	
Relleno:				
200 g. de guindas con jugo	250g.	1,68		
4 tazas de crema batida	250g.	1,09	3,96	
1 taza de crema o licor de cacao	230g.	1,1	1,09	
100 g. de cobertura de chocolate semidulce	200g.	0,95	0,48	
			9,34	
Helado (vainilla, chocolate, mora, frutilla, nara)	2000g.	8,49	0,42	1,41

Ensalada de frutas (2 porciones)				1,88
Ingredientes				
3 naranjas	1000g.	0,53	0,16	
3 bananas	1000g.	0,42	0,13	
3 manzanas	1000g.	1,08	0,32	
½ sandía	1000g.	0,26	0,30	
½ piña	1000g.	0,39	0,20	
¼ de azúcar	2000g.	0,94	0,03	
			1,13	

BEBIDAS CALIENTES Y FRÍAS

Gaseosa			0,30	1,00
Jugo natural			0,42	1,40
Agua mineral con o sin gas			0,30	1,00
Té helado			0,36	1,20
Vino blanco	750cc	4,22	0,42	1,41
Vino tinto	750cc.	4,22	0,42	1,41
Cerveza Pilsener	6 unidades	2,7	0,45	1,50
Café americano			0,29	0,95
Café expreso			0,32	1,05
Capuchino			0,45	1,50
Mokaccino			0,48	1,60

DESAYUNOS

Desayuno Continental				3,11
Café, té o chocolate			0,29	
Pan	500g. (20 rebanadas)	0,83	0,08	
Mantequilla	300g.	1,6	0,08	
Mermelada	600g. (30 porciones)	1,79	0,06	
Jugo			0,42	
			0,93	

Desayuno Americano				3,74
Café, té o chocolate			0,29	
Pan	500g. (20 rebanadas)	0,83	0,08	
Mantequilla	300g.	1,6	0,11	
Mermelada	600g. (30 porciones)	1,79	0,06	
2 huevos	12 unidades	0,99	0,17	
Jugo			0,42	
			1,12	

Tortilla especial (jamón, queso, champiñones, cebolla y tomate)				2,40
Ingredientes (1 porción)				
2 huevos	12 unidades	0,99	0,17	
2 cucharadas de jamón	1000g.	6,96	0,20	
2 cucharadas de queso	500g.	3,9	0,22	
1 cucharada de champiñones	200g.	1,54	0,11	
1 cucharada de cebolla	1000g.	0,74	0,01	
1 cucharada de tomate	1000g.	0,99	0,01	
Sal y pimienta al gusto				
			0,72	

Pancakes (Mermelada y Miel)				1,13
Ingredientes (4 porciones)				
125g. de harina	2000g.	1,64	0,10	
1 cucharadita de polvo de hornear	120g.	0,78	0,03	
1 pizca de sal				
1 huevo	12 unidades	0,99	0,08	
170 ml. de leche	1 lt.	0,48	0,08	
4 cucharadas margarina	1000g.	2,04	0,12	
35g. de mermelada	600g.	1,79	0,10	
35g. de miel	630g	2,93	0,16	
			0,68	

8.21 ESCENARIOS DEL PROYECTO

A continuación se presentan tres tipos de escenarios que pueden ocurrir en el transcurso de la ejecución del proyecto, lo que afectaría directamente al nivel ocupacional de la eco – hostería, presentando un optimista o real, y dos escenarios que estarían enfocados a cualquier evento que se suscite extraordinariamente, como pueden ser: desastres naturales, situaciones sociales, políticas, económicas, etc. Ya sean internamente o externamente.

CUADRO 8.21

POSIBLES ESCENARIOS

ESCENARIO ESTIMADO HOSTERIA ECOLAGO

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% Ocup. Alojamiento	28%	30%	32%	34%	36%	38%	40%	42%	44%	46%
% Ocup. Restaurante	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%
TOTAL INGRESOS	919.960,32	1.021.231,43	1.122.502,53	1.223.773,63	1.325.044,73	1.426.315,83	1.527.586,94	1.628.858,04	1.730.129,14	1.831.400,24
TOTAL EGRESOS	776.423,29	838.293,14	900.025,56	961.604,96	1.023.014,01	1.079.666,59	1.140.674,94	1.201.448,35	1.261.960,27	1.322.181,17
UTILIDAD NETA	143.537,03	182.938,28	222.476,97	262.168,67	302.030,72	346.649,24	386.911,99	427.409,69	468.168,87	509.219,07
FLUJO	192.884,10	230.318,94	267.670,97	304.931,11	342.089,26	374.746,44	411.665,71	448.445,44	485.070,25	521.523,04
Tasa de Descuento	20,67%									
VAN	S/. 543.176,56									
TIR	43,88%									

ESCENARIO DISCRETO HOSTERIA ECOLAGO

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% Ocup. Alojamiento	23%	25%	26%	28%	29%	31%	32%	34%	35%	37%
% Ocup. Restaurante	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%
TOTAL INGRESOS	723.715,52	818.842,94	913.970,37	1.013.706,65	1.113.442,93	1.213.179,21	1.312.915,49	1.412.651,77	1.512.388,05	1.612.124,34
TOTAL EGRESOS	652.549,06	711.089,62	769.494,04	830.229,79	890.796,80	946.609,12	1.006.779,20	1.066.716,53	1.126.394,83	1.185.784,83
UTILIDAD NETA	71.166,45	107.753,32	144.476,33	183.476,86	222.646,13	266.570,09	306.136,30	345.935,24	385.993,23	426.339,51
FLUJO	120.675,70	155.314,31	189.870,86	226.462,29	262.952,64	294.943,03	331.196,64	367.311,97	403.273,77	439.065,10
Tasa de Descuento	20,67%									
VAN	S/. 285.287,18									
TIR	32,98%									

ESCENARIO PESIMISTA HOSTERIA ECOLAGO

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% Ocup. Alojamiento	18%	19%	20%	21%	22%	23%	24%	25%	26%	27%
% Ocup. Restaurante	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%
TOTAL INGRESOS	527.470,71	616.454,46	705.438,21	794.421,96	883.405,71	972.389,46	1.061.373,21	1.150.356,96	1.239.340,71	1.328.324,46
TOTAL EGRESOS	529.359,53	583.886,10	638.962,52	693.888,82	748.647,97	798.654,22	853.020,20	907.155,65	961.034,52	1.014.627,81
UTILIDAD NETA	-1.888,82	32.568,36	66.475,69	100.533,14	134.757,74	173.735,24	208.353,01	243.201,31	278.306,19	313.696,65
FLUJO	47.782,60	80.309,69	112.070,75	143.741,57	175.312,22	202.383,93	233.719,98	264.919,00	295.965,89	326.843,86
Tasa de Descuento	20,67%									
VAN	S/. 3.728,20									
TIR	20,84%									

ELABORACION: AUTORES

8.22 INDICES FINANCIEROS

- Activos corrientes / Pasivos corrientes
 $87.265,62 / 17.557,30 = 4.97$
Por cada dólar de deuda a corto plazo, se tiene 4.97 dólares para cubrirlo.
- Activos corrientes – Pasivos corrientes
 $87.265,62 - 17.557,30 = 69.708,31$
Capital de trabajo, medida de liquidez.
- Pasivos totales / Activos totales
 $296.436,03 / 1.185.744,12 = 0,25$
El porcentaje de endeudamiento es del 25%
- Utilidad neta / Ventas netas
 $143.537,03 / 754.065,84 = 0,1903508$
Utilidad neta como porcentaje de ventas, es decir el 19% de las ventas netas son utilidad.
- Utilidad neta / Patrimonio
 $143.537,03 / 889.308,09 = 0,16140304$
Rendimiento del patrimonio, 16%

En el segundo índice, el capital de trabajo es de 69.708,31 USD que servirá para el inicio de las operaciones del próximo año, entre las cuales están: compra de materia prima (alimentos, bebidas, menaje, equipamiento cabañas, decoraciones, etc.)

**CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES**

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

9.1 CONCLUSIONES

A partir de la generación de este importante proyecto, han surgido conclusiones que realmente aportan con un amplio sentido de cooperación para la ejecución del mismo. Entre las más considerables se puede citar:

- 9.1.1 La nueva e importante industria del país, lo está conformando el turismo con sus distintas ramas de operación, generando un importante aporte a la economía nacional, que luego de las exportaciones de petróleo y banano, ocupa un importante tercer lugar dentro de los sectores del Producto Interno Bruto.
- 9.1.2 Es muy importante destacar la singularidad que posee el Ecuador como país turístico, que ventajosamente tiene climas y regiones únicas en el mundo adicionando su biodiversidad de flora y fauna, además de la pluriculturalidad que se observa en cada una de las cuatro regiones del país.
- 9.1.3 La provincia de Imbabura se ha caracterizado por tener lugares paisajísticos privilegiados que son muy agradables para turistas extranjeros y nacionales, y en los últimos años se ha incrementado aún más la acogida que tiene esta importante zona del país aumentando de igual forma la frecuencia de visita de personas, incentivando a la industria hotelera de Imbabura.
- 9.1.4 Actualmente, la famosa "Plaza de Ponchos" de la ciudad de Otavalo se ha constituido en el eje focal de la recepción de turismo del país, razón por la cual es oportuno aprovechar este importante mercado estableciendo una eco hostería en la zona del Lago San Pablo, que de igual forma representa un símbolo turístico dentro de la provincia y del país en general.

- 9.1.5 Llevando a cabo este proyecto, se lograría ser la primera eco hostería de la región, logrando intervenir a las comunidades locales en la participación del mismo, además de generar fuentes de trabajo a los pobladores de las comunidades y parroquias cercanas a la zona de influencia del proyecto.
- 9.1.6 De acuerdo con el éxito que se obtenga en el primer año, se puede pensar a futuro, o para el siguiente año incrementar la capacidad de cabañas de alojamiento en el espacio que hasta el momento se tiene para pastoreo. E incluso se puede expandir cualquier otro elemento de los componentes del proyecto, tales como: espacio para eventos culturales, canchas deportivas, restaurantes, bares, etc. Con el fin de siempre mejorar la atención manteniendo siempre la misma calidad en los servicios.
- 9.1.7 En el capítulo correspondiente al estudio económico del proyecto, se estableció que en promedio, todos los días del año se tendrá un porcentaje del 40% de ocupación durante los 365 días del año. Cabe resaltar que habrán días en que esta capacidad supere o disminuya, razón por la cual se ha propuesto como una media el 40%
- 9.1.8 En el estudio financiero, se estableció que se obtiene una tasa interna de retorno del 59.41%, con una tasa de descuento del 28.00% y con un valor actual neto de \$601,695.54; indicadores económicos, que avalan el éxito y garantizan aún más la viabilidad de este proyecto.

9.2 RECOMENDACIONES

Mediante los resultados obtenidos a lo largo del desarrollo de este proyecto, se puede concluir de que la construcción de una hostería ecológica en la rivera occidental del lago San Pablo, que promueva las actividades culturales y ecológicas de la región de Imbabura, se lo realice mediante dos fines empresariales: el primero es la rentabilidad que se va a esperar de este proyecto, ya que se considera que es un negocio muy lucrativo por la alta demanda de un sitio con estas características; y la segunda se refiere al establecimiento de una importante empresa que

tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad y sustentabilidad de la conservación del medio geográfico muy importante del país.

Por todas estas razones es muy importante llevar a cabo la pronta y ágil construcción de este proyecto, ya que como se ha visto en el desarrollo del proyecto, es muy fácil explotar la industria turística y mucho más aún al tratarse de una zona tan privilegiada como lo es la cuenca hidrográfica del Imbakucha.

GLOSARIO

GLOSARIO

1. **Área de influencia.-** Es el radio de acción o jurisdicción territorial-administrativa que recibe el efecto de la operación.
2. **Agua segura.-** Agua sometida a tratamiento de purificación; se la denomina también agua pura para diferenciarla del agua cruda o no sometida a tratamiento alguno, así sea perfectamente potable (agua tratada). Es una intervención en la calidad del agua empleando tecnologías simples, de bajo costo, saludables y apropiadas para el consumo.
3. **Aguas grises.-** Las aguas grises son las que provienen del proceso de lavado como la del baño, lavado de platos y ropa, excluyendo el retrete y restos de alimentos. Las aguas grises constituyen una fuente de gran valor como abonos para la horticultura.
4. **Aguas negras.-** Las aguas negras consisten en grandes cantidades de materia orgánica que ya han sido expuestas a uno de los más eficientes y naturales "tratamiento de plantas": el aparato digestivo del cuerpo humano. Las aguas negras, por contraste, contienen, además de las heces, celulosa proveniente del papel higiénico y cantidades de nitrógeno (por ejemplo la urea de la orina que requieren oxígeno para la nitrificación).
5. **Altura de la edificación .-** Es la máxima distancia vertical permitida por la zonificación. Se medirá desde la mitad del frente del lote. En los predios con desnivel, la altura de la edificación será paralela al nivel natural del terreno. En la altura máxima se excluye el subsuelo, los tanques de agua, tapa gradas.
6. **Área de Valor Paisajístico .-** Son las que en razón de sus cualidades paisajísticas singulares contienen un rango destacado en el Entorno Natural.

7. **Áreas naturales.-** Es el conjunto de áreas silvestres que por sus características escénicas y ecológicas, están destinadas a salvaguardar y conservar en su estado natural la flora y fauna silvestres, y producir otros bienes y servicios que permitan al país mantener un adecuado equilibrio del medio ambiente y para recreación y esparcimiento de la población.
8. **Biodegradable.-** Material que al exponerse a los elementos es fácilmente descompuesto por bacterias de putrefacción, hongos carnosos y otros organismos saprobios.
9. **Cabaña.-** Lugar destinado para la actividad mercantil – hotelero que facilita el alojamiento con o sin servicio de alimentación. Que por su infraestructura es un departamento con los servicios básicos de una casa.
10. **Cadena de valor.-** La cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Por consiguiente la cadena de valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan.
11. **Campaña publicitaria.-** Son las actividades que se realizan para transformar un tema en un sistema publicitario, cuya meta principal es dar a conocer el producto por medio del marketing.
12. **Categoría.-** Definen los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística, dependiendo de su naturaleza.
13. **Codificar.-** Proceso sobre la base de códigos. Código: Conjunto de normas y reglamentaciones establecidas para cualquier proceso, siguiendo un patrón determinado.

- 14. Coeficiente de ocupación del suelo (COS) .-** Es la relación entre el área máxima de edificación en planta baja y área de lote.
- 15. Comunidad local.-** Es la organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para tal efecto.
- 16. Conservación.-** El arte de usar adecuadamente la naturaleza con miras a asegurar la permanencia de buenas condiciones de vida para el hombre actual y las futuras generaciones así como el mantenimiento de la diversidad biológica y la base de recursos. En un sentido general, es una nueva "forma de vida" en donde el consumismo y el derroche son reemplazados por la observancia de un comportamiento individual y social que cubre las tres **Rs**, a saber: reducir, reusa y reciclar. La administración del uso humano de la exósfera de manera que pueda producir los mayores beneficios posibles para las actuales generaciones y a la vez mantener la posibilidad de satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras; comprende la preservación, el mantenimiento, la utilización sostenible y sustentable, la restauración y el mejoramiento del entorno natural y cultural.
- 17. Contaminación.-** Proceso por el cual un sistema se destruye paulatinamente debido a la presencia de elementos extraños a él. Hay varias clases de contaminación a saber: química, física, biológica y cultural. Hay varios tipos de contaminación a saber: aérea, hídrica, industrial, edáfica, doméstica, etc.
- 18. Cuenca .-** Territorio limitado por cumbres y conformado por micro cuencas.
- 19. Degradación.-** Proceso de reducción o rompimiento de una estructura en piezas. En ecología de paisajes describe la reducción de la complejidad en los ecosistemas debido a aleaciones que limitan la función y alteran las formas originales.

- 20. Desarrollo sostenible.-** Desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades y que puede permanecer en ese nivel indefinidamente gracias a insumos y otras estrategias políticas que lo sostienen desde fuera del sistema.
- 21. Desecho.-** Denominación general a cualquier tipo de producto residual, restos, residuos o basuras. Actualmente se consideran desechos solamente los materiales que no se pueden reciclar o reutilizar como productos secundarios.
- 22. Desechos inorgánicos.-** Proviene de la materia inerte como el vidrio, los plásticos, los metales, y otros materiales.
- 23. Desechos orgánicos.-** Proviene de la materia viva e incluyen restos de alimentos, papel, cartón y estiércol.
- 24. Ecología .-** Es la ciencia que estudia las relaciones existentes entre los seres vivos y el medio ambiente en que viven.
- 25. Ecosistemas.-** Es todo sistema (en el sentido físico) incluyendo no solamente el complejo de organismos, sino también el complejo total de los factores físicos que forman lo que se llama el medio del bioma. A pesar que los organismos podrían ser el interés principal, no se puede desligar de su ambiente espacial, con los que forman un solo sistema físico. Es el conjunto de elementos abióticos y seres vivos que ocupan un lugar y un tiempo determinado.
- 26. Energía Eólica.-** La energía producida por el viento, ha sido siempre por el hombre en forma secundaria, para la navegación y en 1a utilización local como los molinos de vientos. El viento es una fuente inagotable y no contaminante, pero es irregular y el sistema de almacenaje en baterías ha sido desarrollado, pero necesita mayor perfección. El viento es una

manifestación indirecta de la energía del sol, el 0.7 % de esta relación es transmitida en energía cinética de los vientos. Hoy en día la energía eólica evita la introducción en la atmósfera de más de 3 millones de toneladas de CO₂, cada año y otros contaminantes.

- 27. Energía Solar.-** Energía que proviene del sol y a través de un proceso de almacenamiento es transformada en energía eléctrica o calórica. La radiación solar que llega a la superficie terrestre se puede transformar directamente en electricidad o calor. El calor, a su vez, puede ser utilizado directamente como calor o para producir vapor y generar electricidad.
- 28. Especie.-** Grupo de individuos similares que pueden reproducirse teniendo siempre descendencia fértil, con el requisito de poseer idéntico número cromosómico.
- 29. Estancia – Estadía.-** Número de días que permanece el turista o huésped en el destino o establecimiento receptor. La estancia media es el promedio de días de permanencia en dicho alojamiento o destino turístico. En la magnitud de esta medida influyen aspectos relacionados con la motivación del viaje, así como otros de naturaleza económica, tal como el nivel de precios en el país de destino.
- 30. Estudio de impacto ambiental.-** Son estudios técnicos que proporcionan antecedentes para la predicción e identificación de los impactos ambientales. Además describen las medidas para prevenir, controlar, mitigar y compensar las alteraciones ambientales significativas.
- 31. Excursión.-** Viaje de corta o media duración, de un día o varios, que se realiza a pie o con algún medio de transporte.
- 32. Hotel apartamento.-** Establecimiento mercantil que por su estructura y servicio dispone de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento.

- 33. Hotel residencia.-** Establecimiento hotelero que solamente ofrece servicio de alojamiento, con posibilidad de desayuno.
- 34. Hostal.-** Establecimiento hotelero que puede ofrecer servicio de alojamiento y de alimentación.
- 35. Hostal Residencia.-** Establecimiento hotelero que ofrece servicios de alojamiento, alimentación, cuenta con áreas verdes y jardines.
- 36. Hostería.-** Establecimiento hotelero donde se ofrece alojamiento y se da de comer por dinero.
- 37. Infraestructura.-** Conjunto de medidas de base que posibilitan el desarrollo de cualquier sistema, sea éste social, económico o ecológico.
- 38. Infraestructura turística.-** Conjunto de elementos físicos, bienes inmuebles y muebles que posee un núcleo turístico para poder prestar los correspondientes servicios. Por ejemplo, carreteras, alojamientos, transportes, restaurantes, instalaciones deportivas y recreativas, etc.
- 39. Inventario.-** Relación detallada de los diferentes elementos que componen el patrimonio de una persona o empresa en un momento determinado.
- 40. Manual de Ecoturismo.-** Es un programa que integra las variables físicas, biológicas, históricas, socioeconómicas, culturales y ambientales, con la finalidad de planificar un Desarrollo Sostenible del ecoturismo, en un área natural sea esta pública o privada. La ejecución e implementación de un manual de ecoturismo para un desarrollo sostenible requiere de las siguientes variables o etapas de análisis: aspectos físicos, inventario, zonificación, planificación y diseño de senderos, interpretación ecoturística, modelo de capacidad de carga, estudio de impacto ambiental, infraestructura de servicio y planta ecoturística, integración de las comunidades locales, Plan de mercadeo ecoturístico, regulaciones,

programa de educación ambiental, análisis económico, Fuentes de financiamiento.

41. **Materia prima.**- Se entiende como cada uno de los insumos que emplea la industria para su conversión en productos elaborados.
42. **Medio Ambiente.**- Conjunto de características físicas, químicas y biológicas que condicionan y definen las cualidades del entorno, tomando en consideración de los procesos y fenómenos que constituyen sujetos funcionales del entorno. En los ecosistemas humanizados, los procesos y fenómenos del entorno cultural implican la integración de características sociales, económicas, políticas, religiosas, tecnológicas y artísticas, en lo cual se conoce como "medio ambiente humano". La fusión de "medio" y de "ambiente" en una sola palabra, se justifica al aceptar en un solo concepto las ideas de tiempo y espacio, de objeto y sujeto, y de acción y reacción, que son el fundamento mesológico de la ecología.
43. **Menú.**- Lista ordenada de alimentos y bebidas que se sirven en un restaurante. Esta palabra de origen francés también significa detalle, lista.
44. **Micro cuenca .**- Territorio limitado por cumbres que generan una quebrada o río.
45. **Mitigar.**- Moderar, aplacar, disminuir el impacto de una acción actividad sobre el medio ambiente.
46. **Permiso de construcción .**- Es el documento otorgado por la Municipalidad para ejecutar una obra física.
47. **Pozo séptico.**- Hoyo u orificio realizado en la tierra que es empleado para depositar aguas grises y aguas negras, que son construidos junto a las instalaciones, cuando no existen sistemas de alcantarillado.

- 48. Reciclar.-** Proceso mediante el cual son reutilizados los productos sintéticos elaborados, mediante procesos de compactación, trituración, separación, compostado; facilitan el uso continuado de artículos que a menudo son desechados como basura.
- 49. RETANP.-** Reglamento de Turismo en Áreas Nacionales Protegidas.
- 50. Reutilizar.-** Volver a utilizar un elemento sin cambiar su naturaleza original pero para otro fin.
- 51. Tecnologías limpias.-** Aquellas que suponen la utilización de fuentes de energía permanente, ambientalmente limpias y con posibilidad de uso generalizado en lugar de las tecnologías convencionales.
- 52. Uso del Suelo .-** Es el tipo de utilización asignado de manera parcial o total a un terreno o edificación.
- 53. Zonificación .-** Es la norma urbana o rural que establece la forma de ocupación de los terrenos públicos y privados.
- 54. Zonificación .-** Es la norma urbana o rural que establece la forma de ocupación de los terrenos públicos y privados.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Mc Graw Hill, Chile, 2001
- Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Mc Graw Hill, México, 2001
- Orozco Arturo, Investigación de Mercados, Primera Edición, Editorial Norma, Colombia, 1999
- Stanton Etzel Walker, Fundamentos de Marketing, Undécima Edición, Mc Graw Hill, México, 1999
- Thompson Strickland, Administración Estratégica, Undécima Edición, Mc Graw Hill, México, 2001
- Webster Allen, Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 2000
- George S. Day, La organización que actúa en función del mercado, Primera Edición, Editorial Norma S.A., 2000, Colombia
- Cárdenas Tabares, Fabio. "La Segmentación del Mercado Turístico." Editorial Trillas. México, 1991.
- Reyes Efrén Oscar, Historia del Ecuador, Tomo 4, 1987, Editorial Don Bosco.
- Ministerio de Turismo, Cuentas Satélites de turismo, 2001, Ecuador.
- MARKOP "Índice Estadístico Ecuador." Quito-Ecuador, 2001.
- Norma Técnica de Ecoturismo, Presidencia de la República del Ecuador, 2002, Ecuador
- Ministerio de Turismo, Libro de catastro, 2002, Ecuador
- Ministerio de Turismo, Manual Legal de Turismo, 2000, Ecuador
- Ministerio de Turismo, Boletín Estadístico, 2003
- Ministerio de Turismo, Atractivos Turísticos, 2002, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Así Somos. Imbabura, Tierra de Creadores
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Migración, 2001, Ecuador.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Población Nacional, 2001, Ecuador.
- Revistas Vistazo
- Revistas Gestión
- Revistas Diners
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.dane.gov.co>
- <http://www.sica.gov.ec>
- <http://www.viveecuador.com>
- <http://www.gestion.dinediciones.com>
- <http://www.haciendacusin.com>
- <http://www.cabañasdellago.com>
- <http://www.lunaruntun.com>

ANEXOS

ANEXO 1

SOLICITUD DE APROBACIÓN DE NOMBRE

Quito, abril 29 de 2004

Señores:
Superintendencia de Compañías
Presente.-

De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente solicito a Ustedes **de la manera más comedida, revisar en sus archivos la siguiente lista de nombres, con el objetivo la próxima constitución de una nueva compañía.**

1. Hostería Río del Lago
2. Hostería Montaña del Lago
3. Hostería Eco Lago
4. Hostería Eco San Pablo

Por la atención prestada a la presente, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

Santiago Granda
REPRESENTANTE

ANEXO 2

APROBACIÓN NOMBRE ECOLAGO



REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Oficina: QUITO

No. Trámite: 7008152

Tipo de Trámite: Constitución

Señor: GRANDA OROZCO SANTIAGO JAVIER

Fecha Reservación: 29/04/2004

PRESENTE:

A FIN DE ATENDER SU PETICION PREVIA REVISION DE NUESTROS ARCHIVOS LE INFORMO QUE SU CONSULTA PARA RESERVA DE NOMBRE DE COMPAÑIA HA TENIDO EL SIGUIENTE RESULTADO:

1.- HOSTERIA ECOLAGO S.A.
Aprobado 1081586

ESTA RESERVA DE DENOMINACION SE ELIMINARA EL : 28/07/2004
PARTICULAR QUE COMUNICO A USTED PARA LOS FINES CONSIGUIENTES.

KATYA GAIBOR DE CORONEL
DELEGADA DEL SECRETARIO GENERAL

ANEXO 3**ESCRITURA PUBLICA****SEÑOR NOTARIO**

Sírvase incorporar en el registro de Escrituras Públicas a su cargo, una al tenor de las siguientes cláusulas.

CLÁUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen al otorgamiento de la presente escritura los señores: SANTIAGO XAVIER GRANDA OROZCO y JORGE ANDRÉS FLORES NÚÑEZ, de estado civil soltero el primero y casado el segundo, respectivamente, por sus propios y personales derechos. Todos los comparecientes son ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito. Legalmente capaces para contratar y obligarse, quines unen sus capitales constituyendo una Sociedad Anónima de conformidad con las cláusulas estipuladas a continuación.

CLÁUSULA SEGUNDA: ESTATUTO DE LA SOCIEDAD PROYECTO ECO TURÍSTICO ECOLAGO S.A.

Artículo Primero: DENOMINACIÓN: Se constituye la Sociedad Anónima denominada **PROYECTO ECO TURÍSTICO CHUCHUQUI BAJO**, la misma que se regirá por disposiciones de la Ley de Compañías, los presentes estatutos y por las demás pertinentes de la República del Ecuador.

Artículo Segundo: OBJETO SOCIAL: El objeto social es el siguiente: Dar servicio de alojamiento al turista nacional y extranjero. Servicio provisión de comida con servicios completos de restaurante. Servicios de agencias de viaje. Servicios de tour operador. Servicio de información turística. Servicio de guía turística (montaña, caza y pesca). Servicios culturales (explotación de fiestas y tradiciones indígenas autóctonas en salas de espectáculos, servicios relacionados con museos, conservación de lugares y edificios históricos y arqueológicos, conservación de flora y fauna). Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreación (promoción y organización de pruebas deportivas de competición y esparcimiento, deportes de aventura y riesgo). Servicio de transporte de viajeros por carretera en vehículos de tracción humana o animal. Servicios de remolque y tracción en vías interiores de navegación. Aperturar sucursales que presten servicios turísticos en el Ecuador y fuera del país. Comercializar artesanías propias del Ecuador. Realizar intercambios culturales de personas extranjeras con pobladores nativos de las zonas de influencia. Para la realización de estos fines, la compañía podrá contratar a otras empresas o el servicio de profesionales especializados de acuerdo a la actividad económica que se ejecute.

Artículo Tercero: NACIONALIDAD Y DOMICILIO: La sociedad tiene nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es la Comuna Chuchuquí Bajo, parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, sin embargo podrá establecer sucursales o agencias en otros lugares del país y en el exterior con sujeción a las disposiciones legales.

Artículo Cuarto: DURACIÓN: La duración de la sociedad será de cien años contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución de la Sociedad; este plazo podrá ser ampliado o restringido por decisión de la Junta General de Accionistas, de conformidad con las pertinentes disposiciones legales.

Artículo Quinto: DEL CAPITAL: El capital de la sociedad es de Ochocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, dividido en ochocientas acciones ordinarias y nominativas de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica, cada una, el mismo que se encuentra suscrito y pagado en la forma y en los porcentajes constantes en la cláusula tercera de integración de capital de este instrumento, la cual se detalla más adelante.

Artículo Sexto: Los títulos correspondientes a las acciones suscritas serán expedidos de conformidad con la Ley y firmados por el Presidente y Gerente General de la Sociedad. Un mismo título puede representar varias acciones, y en este caso, además de los números correspondientes a las acciones que contengan, llevarán el número de orden de cada título. Los títulos correspondientes a las acciones contendrán las condiciones y requisitos establecidos en la Ley de Compañías.

Artículo Séptimo: LIBRO DE ACCIONES Y ACCIONISTAS.- Los títulos y certificados de acciones se inscribirán en libros de talonarios correlativamente numerados. En el Libro de Acciones y Accionistas se inscribirán los títulos y certificados provisionales, en este libro se anotarán las sucesivas transferencias, la constitución de derechos reales y demás modificaciones que ocurran respecto al derecho sobre acciones.

Artículo Octavo: La acción confiere a su titular legítimo, la calidad de accionista y le atribuye como mínimo los derechos fundamentales que de ella se derivan y que se establecen en la Ley de Compañías.

Artículo Noveno: DERECHO PREFERENTE.- Los accionistas tendrán derecho preferente en proporción a sus acciones a suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital; este derecho se ejercerá dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa, del aviso del respectivo acuerdo de la Junta General con las excepciones legales.

Artículo Décimo.- La transferencia de dominio de las acciones no surtirá efecto contra la Sociedad, ni contra terceros, sino desde la fecha de inscripción en el Libro de Acciones y Accionistas. Esta inscripción se efectuará validamente con la sola firma del Representante Legal de la Sociedad, el Gerente General, siempre que se hubiese comunicado sobre la transferencia a la Sociedad, mediante instrumento fechado y suscrito por el cedente y cesionario o mediante los otros medios establecidos en la Ley.

Artículo Décimo Primero: DERECHO A VOTO.- En las Juntas Generales, los accionistas tendrán derecho a voto en proporción al valor pagado a sus acciones.

Artículo Décimo Segundo: PERDIDA O SUSTITUCIÓN DEL TÍTULO.- Si una acción o certificado se extraviara o se destruyera, la Sociedad podría anular el título y conferir otro nuevo al correspondiente accionista, a pedido escrito de este, previa publicación en el domicilio principal de la Sociedad y carta del accionista, y después de transcurrir los treinta días contados a partir de la fecha de la última publicación.

Artículo Décimo Tercero: AUMENTO DE CAPITAL.- El capital de la Sociedad puede ser aumentado por resolución de la Junta General de Accionistas, con la mayoría dispuesta por la Ley, debiendo la misma Junta General resolver sobre la forma en que se efectuará, es decir por la emisión de nuevas acciones o por la elevación del valor de las ya emitidas.

Artículo Décimo Cuarto: DEL GOBIERNO.- El gobierno de la Sociedad estará a cargo de la Junta General de Accionistas y la administración corresponderá al Presidente y al Gerente General. La fiscalización estará a cargo del Comisario.

Artículo Décimo Quinto: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta General debidamente convocada y reunida es el órgano supremo de la Sociedad y tendrá todos los deberes, atribuciones y responsabilidades que señala la Ley. Su funcionamiento, formas y épocas para su convocatoria, la representación en ella de los accionistas y los requisitos de quórum y mayoría se sujetarán a lo dispuesto en la Ley de Compañías. La convocatoria es hecha por el Gerente General.

Artículo Décimo Sexto: JUNTAS ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS.- Las Juntas Generales de Accionistas serán ordinarias y extraordinarias; las Juntas Ordinarias, se reunirán una vez al año durante los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; para que se instale la junta se requerirá que se encuentre por lo menos el cincuenta por ciento del capital social en la primera convocatoria, y los que se encuentren presente en la segunda, siendo sus decisiones

de carácter obligatorio para la Sociedad; las Juntas Extraordinarias se reunirán cuando fueren convocadas. En las Juntas Generales sólo se podrán tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria con la excepción establecida en el artículo doscientos treinta y cuatro, inciso segundo de la Ley de Compañías. Se convocará también a reunión de la Junta General a petición del accionista o accionistas que representen al menos el veinticinco por ciento del capital social. En caso de urgencia, los comisarios pueden convocar las Juntas Generales.

Artículo Décimo Séptimo: JUNTAS UNIVERSALES.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar del territorio nacional, siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta, -bajo sanción de nulidad- indicando que aceptan por unanimidad la celebración de la Junta Universal.

Artículo Décimo Octavo: CONVOCATORIA.- La junta General, sea ordinaria o extraordinaria será convocada por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la Sociedad con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión. Toda resolución sobre asuntos no expresados en la convocatoria será nula.

Artículo Décimo Noveno.- Las Juntas Generales, estarán dirigidas por el Presidente de la Sociedad o por quien lo subrogue y en su falta por la persona que designe la Junta General. Actuará como secretario el Gerente General o quien lo reemplace, pudiendo en casos especiales, si la Junta lo creyere conveniente, designar un Secretario Ad-hoc.

Artículo Vigésimo: ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- Son atribuciones y deberes de la Junta General:

- a) Ejercer las cualidades que la Ley de Compañías señala como de su competencia;
- b) Acordar cambios sustanciales dentro de sus objetivos propios, en el giro de los negocios sociales;
- c) Nombrar al Presidente de la Sociedad, al Gerente General y a los Comisarios;
- d) Reformar el presente contrato social, previo al cumplimiento de los requisitos legales;
- e) Resolver de acuerdo a la Ley sobre los aumentos o disminuciones del capital;
- f) Interpretar en forma obligatoria para los accionistas los presentes estatutos;
- g) Dictar y reformar los reglamentos generales de la Sociedad Anónima;
- h) Señalar las remuneraciones de los administradores y comisarios;
- i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales.

En suma, corresponde a la Junta General el ejercer y cumplir con las funciones que no estuvieren atribuidas a ninguna otra autoridad de la Sociedad y orientada a solucionar problemas de carácter social, económico, financiero o administrativo que se presenten en la Sociedad.

Artículo Vigésimo Primero: RESOLUCIONES.- Las resoluciones de la Junta General tomadas conforme a la Ley y a este contrato social, obligarán a todos los accionistas presentes y ausentes. La calidad de accionista lleva implícita una completa sujeción a los presentes estatutos y a los acuerdos de las Juntas Generales, siempre que se tomen de acuerdo con la Ley.

Las resoluciones serán válidas cuando se tome el voto favorable de cuando menos el cincuenta y uno por ciento del capital pagado concurrente.

Artículo Vigésimo Segundo.- Las actas de Junta General se extenderán en horas móviles escritas a máquina, en el anverso y reverso, que deberán ser foliadas con numeración continua y sucesiva y rubricadas una por una por el Secretario.

Artículo Vigésimo Tercero.- El Presidente presidirá las sesiones de la Junta General, y en su falta lo hará el Gerente General, y a la falta de ambos la Junta General nombrará un Presidente Ad-hoc para la sesión.

Artículo Vigésimo Cuarto: DEL PRESIDENTE.- Son atribuciones y deberes del Presidente:

- a) Presidir y dirigir las sesiones de la Junta General.
- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General las actas de las sesiones de Junta General.
- c) Supervisar conjuntamente con el Gerente General la marcha de la Sociedad.
- d) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los títulos de acciones y certificados provisionales.
- e) Ejercer las demás funciones y obligaciones señaladas en los estatutos.
- f) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o impedimento.

Artículo Vigésimo Quinto: El Presidente será elegido para un período de dos años pudiendo ser reelegido indefinidamente. Para ser Presidente se requiere ser accionista de la Sociedad.

Artículo Vigésimo Sexto: DEL GERENTE GENERAL.- El Gerente General será elegido para un período de dos años pudiendo ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General se requiere ser accionista de la Sociedad. El Gerente General es el representante legal, judicial y extrajudicial de la Sociedad y directamente responsable de las actuaciones en que se representare a la misma, responde ante la Sociedad Anónima, accionistas y terceros por los daños y perjuicios causados por el incumplimiento de sus obligaciones, robo, abuso de facultades y negligencias.

Artículo Vigésimo Séptimo: ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.- El Gerente General tiene las siguientes funciones y obligaciones:

- a) La dirección y administración interna de la Sociedad Anónima;
- b) Celebrar contratos de trabajo dentro de los lineamientos de la Sociedad;
- c) Convocar a la Junta General de Accionistas conforme a la Ley y estos estatutos.
- d) Cuidar de que se lleven los libros exigidos por el Código de Comercio y llevar los libros que se refiere la Ley de Compañías.
- e) Confeccionar y presentar anualmente a la Junta General de Accionistas, una memoria razonada sobre la situación de la Sociedad, ilustrando el particular con los estados financieros correspondientes;

- f) Concurrir a las sesiones de Junta General en la que actuará como secretario;
- g) Firmar contratos y escrituras públicas a nombre y en representación de la Sociedad;
- h) Obtener créditos y obligar a la empresa en todo lo necesario para su buen desarrollo.

En lo que se refiere a los últimos literales, la capacidad del Gerente General para obligar a la empresa alcanzará hasta un monto de OCHO MIL DOLARES (USD. 8.000.00).

Artículo Vigésimo Octavo: FISCALIZACIÓN.- La Junta General en su primera sesión nombrará un Comisario Principal y un Suplente, quienes tendrán los deberes, atribuciones y responsabilidades establecidas por la Ley y los Organismos de la Compañía. El Comisario durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido.

Artículo Vigésimo Noveno.- Las utilidades se repartirán anualmente de las realmente generadas y en proporción al capital pagado, de acuerdo a la Ley de Compañías vigente.

Artículo Trigésimo.- Son causas de la disolución de la Compañía las establecidas en la sección XII y sus artículos pertinentes, de la Ley de Compañías.

Artículo Trigésimo Primero: LIQUIDACIÓN O DISOLUCIÓN.- No habiendo oposición entre los accionistas, asumirá la función de liquidador el Gerente General; pero, de haber oposición ello se elegirá un liquidador en Junta General Ordinaria o Extraordinaria, señalándose sus facultades.

Artículo Trigésimo Segundo.- Se entenderán incorporadas a este contrato, las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, en todo aquello que no estuviere expresamente previsto en este contrato social.

CLAUSULA TERCERA: INTEGRACIÓN DEL CAPITAL.- Las acciones que representan el capital de la Sociedad han sido suscritas y pagadas de la siguiente manera:

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	ESPECIE	VALOR ACCION	PORCENTAJE (%)
Jorge Andrés Flores Núñez	\$445,076,58	\$445,076,58	\$445,076,58	445.077	50%
Santiago Xavier Granda O.	\$445,076,58	\$445,076,58	\$445,076,58	445.077	50%
TOTAL	\$890,153,15	\$890,153,15	\$890,153,15	890.154	100%

El capital social de la Sociedad ha sido pagado en especie, según consta del inventario presente, que se inserta a continuación, siendo la inversión tanto de un activo fijo, como de aporte al capital en efectivo. Y así se declara para los fines de Ley.

NOMBRE DEL SOCIO	ESPECIE	AVALUO
Jorge Andrés Flores Núñez	Terrreno de 6,12 Hectáreas	\$306.000,00
Jorge Andrés Flores Núñez		\$139,076,00
Santiago Xavier Granda O.		\$445,076,58
TOTAL	\$890,153,15	\$890,153,15

CLAUSULA CUARTA: AVALUO Y TRANSFERENCIA DE DOMINIO.- Los bienes aportados a la Sociedad Anónima PROYECTO ECO TURÍSTICO ECOLAGO S.A., han sido valuados por los socios conformantes y su avalúo es

debidamente aceptado conforme a las disposiciones legales. Además, los socios, señores SANTIAGO XAVIER GRANDA OROZCO y JORGE ANDRES FLORES NÚÑEZ, declaran que transfieren el dominio y posesión de bienes aportados a favor de la Sociedad Anónima PROYECTO ECO TURÍSTICO ECOLAGO S.A., comprometiéndose a responder solidariamente por el valor asignado a ellos.

CLAUSULA QUINTA: Se entenderán incorporadas al presente contrato de constitución las normas pertinentes de la Ley de Compañías y del Código de Comercio en todo aquello que no se hubiere previsto en este contrato.

Usted Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para el perfeccionamiento y plena validez del presente instrumento.

JORGE ANDRES FLORES NÚÑEZ

C.I. 171530735-9

SANTIAGO XAVIER GRANDA OROZCO

C.I. 171098587-2

SEÑOR NOTARIO

LENIN ORTEGA

No. De licencia de abogados 315

ANEXO 4
ENCUESTA

ENCUESTA TURÍSTICA

UN GRUPO DE ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, DE LA CIUDAD DE QUITO, LE SOLICITAMOS A USTED DE LA MANERA MÁS COMEDIDA NOS AYUDE RESPONDIENDO ESTA ENCUESTA SOBRE TEMAS TURÍSTICOS. ETAMOS REALIZANDO UN TRABAJO PARA NUESTRA GRADUACION.

Señale con una X la opción que satisfaga su respuesta.

1. ¿CUAL ES SU NACIONALIDAD?

- a.- Ecuador
- b.- América del Sur
- c.- América Central
- d.- América del Norte
- e.- Europa
- f.- Asia
- g.- Africa

(1)

<input type="checkbox"/>	1
<input type="checkbox"/>	2
<input type="checkbox"/>	3
<input type="checkbox"/>	4
<input type="checkbox"/>	5
<input type="checkbox"/>	6
<input type="checkbox"/>	7

Peru P.S.J's

2. ¿CUÁNTOS AÑOS TIENE?

- a.- Menores de 18 años
- b.- Entre 19 y 30 años
- c.- Entre 31 y 40 años
- d.- Entre 41 y 50 años
- e.- Entre 51 y 60 años
- f.- Mayores de 61 años

(2)

<input type="checkbox"/>	1
<input type="checkbox"/>	2
<input type="checkbox"/>	3
<input type="checkbox"/>	4
<input type="checkbox"/>	5
<input type="checkbox"/>	6

3. SEXO

- a.- Femenino
- b.- Masculino

(3)

<input type="checkbox"/>	1
<input type="checkbox"/>	2

4. ¿CUÁL ES SU INGRESO MENSUAL APROXIMADO?

- a.- Menos de 500.00 USD.
- b.- Entre 501.00 y 1000.00 USD.
- c.- Entre 1001.00 y 1500.00 USD.
- d.- Entre 1501.00 y 2000.00 USD.
- e.- Más de 2001.00 USD.

(4)

<input type="checkbox"/>	1
<input type="checkbox"/>	2
<input type="checkbox"/>	3
<input type="checkbox"/>	4
<input type="checkbox"/>	5

Entre 501.00 y 1000.00 USD

1. ¿DONDE RESIDE?

(5)

6. ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU VISITA A IMBABURA?

(6)

7. ¿CUÁNTO TIEMPO ESTARÁ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA?

- (7)
- | | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| a. Menos de un día | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b. Un día | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c. Dos días | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d. De 3 a 5 días | <input type="checkbox"/> | 4 |
| e. De 6 a 10 días | <input type="checkbox"/> | 5 |
| f. Más de 10 días | <input type="checkbox"/> | 6 |

8. ¿CON QUIEN VINO A ESTE VIAJE?

- (8)
- | | | |
|-------------|--------------------------|---|
| a.- Solo | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b.- Familia | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c.- Amigos | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d.- Otros | <input type="checkbox"/> | 4 |

9. ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZO PARA LLEGAR A IMBABURA?

- (9)
- | | | |
|-------------|--------------------------|---|
| a.- Propio | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b.- Público | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c.- Rentado | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d.- Otro | <input type="checkbox"/> | 4 |

10. ¿LE GUSTARIA VISITAR EL LAGO SAN PABLO DURANTE SU ESTADIA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA?

- (10)
- | | | |
|--------|--------------------------|---|
| a.- Si | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b.- No | <input type="checkbox"/> | 2 |

11. ¿LE GUSTARIA HOSPEDARSE EN UNA HOSTERIA ECO – TURÍSTICA? INFORMANDO QUE UNA ECO – HOSTERIA ES AQUELLA QUE SE BASA EN EL MANEJO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS AMBIENTALES Y CULTURALES DE LA ZONA?

- (11)
- | | | |
|--------|--------------------------|-----------|
| a.- Si | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b.- No | <input type="checkbox"/> | 2 TERMINA |

12. SI SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR ES POSITIVA, ¿CON QUE SERVICIOS LE GUSTARIA QUE CUENTE LA ECO – HOSTERIA?

- (12)
- | | | | | | |
|--------------------------------|---|--------------------------|----------------------|----|--------------------------|
| a.- Convivencia Comunitaria | 1 | <input type="checkbox"/> | h.- Piscina | 8 | <input type="checkbox"/> |
| b.- Caminatas | 2 | <input type="checkbox"/> | i.- Gimnasio | 9 | <input type="checkbox"/> |
| c.- Agroturismo | 3 | <input type="checkbox"/> | j.- Salón de eventos | 10 | <input type="checkbox"/> |
| d.- Tours por los lagos | 4 | <input type="checkbox"/> | k.- Chimenea | 11 | <input type="checkbox"/> |
| e.- Exposiciones artesanales | 5 | <input type="checkbox"/> | l.- Eco – zoológico | 12 | <input type="checkbox"/> |
| f.- Actividades deportivas y | 6 | <input type="checkbox"/> | m.-Bar – discoteca | 13 | <input type="checkbox"/> |
| g.- Actividades recreacionales | 7 | <input type="checkbox"/> | n.- Áreas deportivas | 14 | <input type="checkbox"/> |

13. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE OFREZCA EN EL RESTAURANTE DE LA ECO – HOSTERIA?

- (13)
- | | | |
|----------------------------|--------------------------|---|
| a.- Comida típica nacional | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b.- Comida Internacional | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c.- Comida mixta | <input type="checkbox"/> | 3 |

ANEXO 5

MENU RESTAURANTE

CHUGCHUCARAS	
Completa	4,00
Chugchucara Jr.	3,50
Fritada Criolla	3,50
PORCIONES DE CHUGCHUCARAS	
Mote con chicharrón	2,00
Maduro con queso	1,00
Tostado	0,50
Empanadas	0,50
Papas fritas o papas al vapor consalsa queso	0,80
Cuero reventado	0,80
CARNES Y PARRILADAS AL CARBÓN	
Parrillada Simple	7,00
Parrillada sencilla	5,00
Parrillada doble	13,00
Parrillada doble sencilla	10,00
Parrillada Mixta especial	9,00
POLO Y PORCIONES	
1/4 de Pollo al carbón	4,00
Chinchulines	3,50
Riñones	3,50
Botones	3,00
LOMOS - CHULETAS Y COSTILLAS	
Lomo simple	5,00
Super lomo	5,50
Chuleta Mr. Chanco	5,00
Costilla Mr. Chanco	4,50
ENSALADAS Y POSTRES	
Rusa	1,00
Americana	1,00
Mixta	1,00
Duraznos con crema	2,00
Copa de helado con frutas	2,50

Estos precios incluyen el 12 % del IVA, tampoco el 10% del servicio

MARISCOS

CAMARONES a la Plancha - al ajillo - al carbón	4,00
LANGOSTINOS a la Plancha-Ajillo- al carbón	6,00
LANGOSTA al carbón	8,00
CANGREJOS unidad	2,00
CANGREJOS AL AJILLO	5,00

CEBICHES

CAMARÓN	4,00
CONCHA	4,00
PESCADO	4,00
PULPO	4,00
MIXTO	4,00
CANGREJO	5,00
ESPECIAL PETER'S	5,00

VARIEDAD DE ARROZ

ARROZ MARINERO	5,00
ARROZ CON CAMARÓN	4,00
ARROZ CON CONCHA	4,00
ARROZ CON CANGREJO	5,00
ARROZ MIXTO	5,00

SOPAS

MARINERA	4,50
CAZUELA DE MARISCOS	4,50
BICHE	4,50
ENCEVOLLADO SIMPLE	2,00
ENCEBOLLADO MIXTO	4,00

PESCADOS

PARGO FRITO O AL VAPOR	5,50
CORVINA FRITA - AL VAPOR - APANADA	4,50
CORVINA EN SALSA DE MARISCOS	5,00
PARRILLADA DE MARISCOS	14,00

BEBIDAS

AGUAS tesalia o mineral	0,70
Cervezas desechables	1,00
Colas varios sabores en vaso	0,70
Colas desechables	0,80
Jugos de tomate de árbol o de mora	0,80
Limonada en jarra	2,00
Vaso de limonada	0,50
Sangría en jarra	5,00

PETER'S cobra el 10 % de servicio, pero si el pago es en efectivo lo asumimos

ANEXO 6**ORDENANZA MUNICIPAL****ORDENANZA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA CUENCA DEL LAGO DE SAN PABLO****EL I. MUNICIPIO DE OTAVALO****CONSIDERANDO :**

Que de acuerdo a Ley de Régimen Municipal , Art. 12 numeral 2 : al Municipio le corresponde planificar e impulsar el desarrollo físico del cantón y sus áreas urbanas y rurales.

Que de acuerdo a la Ley de Régimen Municipal, Art. 15 : son funciones primordiales del municipio, el control de construcciones.

Que de acuerdo a Ley de Régimen municipal Art. 64, numerales 3,4,5,6,13,14,18,34,36 : la acción del Concejo está dirigida al cumplimiento de los fines del Municipio, para lo cual tiene entre sus deberes y atribuciones las de dirigir el desarrollo físico del Cantón y la ordenación urbanística : controlar el uso del suelo en el territorio del Cantón; aprobar o rechazar los proyectos de parcelaciones ; expedir la ordenanza de construcciones ; aprobar el programa de servicios públicos ; autorizar y reglamentar el uso de los bienes de dominio público; exigir que en toda parcelación se destinen espacios suficientes para la construcciones de equipamiento comunal ; delimitar el perímetro urbano , sus zonas y parroquias.

Que de acuerdo a la Ley de Régimen Municipal Art. 161 literales : e, g, l, m, que en la materia de planeamiento y urbanismo a la administración municipal le compete : proceder a la zonificación ; estudiar y prever las posibilidades de crecimiento y determinar las zonas de expansión; velar por que las disposiciones del concejo y las normas administrativas sobre el uso de la tierra y la ordenación urbanística en el territorio del Cantón se ejecuten; aprobar los planos de toda clase construcciones.

Que la Cuenca de la Laguna de San Pablo por su componente socio cultural, singular paisaje y potencialidad de recursos naturales existentes como potencial turístico, constituye un sector importante de la región interandina del país.

Que la Cuenca y la Laguna de San Pablo viene experimentando un acelerado proceso de deterioro de su ecosistema, pérdida de la biodiversidad, contaminación , mal uso de los recursos naturales, y espontáneos asentamientos poblacionales.

Que es necesario complementar el esfuerzo que vienen realizando otras entidades y organizaciones, a fin de recuperar y conservar los recursos naturales , orientar y controlar los asentamientos poblacionales, potenciando el desarrollo socio económico sustentable de la Cuenca.

EXPIDE**LA ORDENANZA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA CUENCA DEL LAGO DE SAN PABLO****CAPITULO I****DISPOSICIONES GENERALES****SECCION I****AMBITO DE APLICACION Y VIGENCIA**

Art. 1 .- *Las disposiciones de está ordenanza se aplicarán en toda la cuenca de la Laguna de San Pablo, comprendiendo áreas urbanas y periféricas de las parroquias rurales como Eugenio Espejo, González Suárez, San Pablo de Lago, San Rafael y diferentes comunidades existentes en el sector .*

Art. 2 .- Para la aplicación e interpretación de esta ordenanza se tomarán en cuenta el contenido de los documentos y planos que se detallan a continuación :

- Plano de delimitación del área en referencia
- Plano de zonificación de usos del suelo

SECCION II**REVISION Y MODIFICACIONES**

Art. 3 .- Las reformas a está ordenanza deben contar con informes de las Juntas Parroquiales, Comunidades correspondientes y el informe de la Dirección o Departamento de Planificación y Desarrollo Urbano del I.M.O. basado en un estudio que considere la incidencia de la propuesta de reforma sobre el desarrollo de la Cuenca y su población.

Art. 4 .- Periódicamente, cada dos años, la Dirección de Planificación y Desarrollo evaluará la idoneidad de las normas de esta Ordenanza, en función de las nuevas necesidades del desarrollo semi-urbano y rural de la cuenca y propondrá al Concejo, las modificaciones necesarias, respaldadas en estudios técnicos

CAPITULO II

NORMATIVAS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL

SECCION I GENERALIDADES

Art. 6 .- *Las presentes normativas de ordenamiento territorial, pretenden constituir el marco legal que contribuya a complementar otros esfuerzos que se viene realizando por recuperar la Cuenca del Lago San Pablo, propiciando su desarrollo socio económico pero preservando sus recursos naturales.*

Art. 7 .- Las presentes normativas constituyen el primer avance que permanentemente deberán ser evaluadas y complementadas, mediante el aporte de otras instituciones, ONGs, Juntas Parroquiales, Comunidades y el propio I.M.O. , dada la magnitud y complejidad de su problemática.

Art. 8 .- *El ordenamiento territorial de la cuenca es abordado mediante la regulación de tres aspectos importantes como son : uso del suelo y sus recursos naturales, asentamientos humanos, medio ambiente y paisajismo.*

SECCION II REGULACION DEL USO DEL SUELO Y SUS RECURSOS NATURALES

Art. 9 .- La regulación del uso del suelo y sus recursos naturales se la realiza en función de los pisos altitudinales existentes, que son los que presentan diferentes diagnósticos, aptitudes productivas y funciones que cumplen dentro de los ecosistemas de la cuenca.

Art. 10 .- *Zona Riveña :* Se determina la creación de una faja de protección o amortiguamiento de aproximadamente 50m. de ancho, perimetral contiguo a las orillas o áreas pantanosas del lago, que estará delimitado adicionalmente por un sendero para disfrute del paisaje de libre acceso peatonal o ciclopaseo de 4m. de ancho y estaría a una altitud de 2.670m. snm aproximadamente.

Art. 11 .- Esta faja de terreno tendrá la función de proteger a las orillas del Lago de efectos como la contaminación , sedimentación , avance de la frontera agrícola y asentamientos humanos.

Art. 12 .- En esta superficie no se permitirá ningún tipo de actividad permanente, edificación alguna, actividades agrícolas, pastoreo ni tampoco la implementación de canchas deportivas.

Art. 13 .- El I.M.O. en acuerdo con las comunidades y frentistas se responsabilizará en colocar hitos referenciales (Mojones H.A.) que fijen los linderos del área de protección de acuerdo al Art. 10.

Art. 14 .- *Las instalaciones turísticas y más edificaciones existentes en esta zona , no podrán incrementar ningun otro tipo de edificación y permitirán por determinado sector la continuidad de la ciclo vía.*

Art. 15 .- El I.M.O. , autorizará y determinará la ubicación y características de los sitios para abordar o utilizar la laguna.

Art. 16 .- *De esta zona se podrá extraer su vegetación silvestre (totora, pasto, etc.) como fuente de producción y actividades económicas de ciertos sectores pero de manera controlada y bajo regulaciones que se implementen mediante la participación de actores sociales , instituciones involucradas y coordinación del I.M.O.*

Art. 17 .- El mantenimiento, cuidado y preservación de esta área de protección lo asumirán las comunidades, los frentistas y el I.M.O.

Art. 18 .- *Zona Baja :* Comprende todo el territorio bajo, contiguo a la faja de protección y sendero o ciclo vía, que va de los 2.670m. snm. hasta los 2.700 msnm., con superficies cuya pendientes va de 0 a 5%, por tanto susceptible de inundaciones y sedimentación.

Art. 19 .- *Esta zona, considerada como apta para el desarrollo agro-pecuario, acatará planes de manejo productivo y sustentable específicos de parte de instituciones u organizaciones afines en coordinación con el I.M.O. y Comunidades respectivas.*

Art. 20 .- *En esta zona , se podrá ubicarse equipamientos o edificaciones de servicio turístico de diferentes niveles, aprovechando especialmente la creación del corredor turístico que circunvalaría el lago por parte de los nativos del lugar.*

Art. 21 .- Los sectores bajos, susceptibles de inundaciones no se permitirá mayor asentamiento poblacional por lo cual el tamaño mínimo de lote será de 2.000 m².

Art. 22 .- En sectores relativamente altos y en proceso de consolidación existente se permitirá lotes menores de acuerdo a

la que se establece la sección de Asentamientos Poblacionales.

Art. 23 .- *Zona Media* : Comprende el territorio ubicado entre las cotas 2.700-3.000 m.s.n.m. Se podría decir que es parte complementaria de la zona baja, igualmente con vocación y aptitud agropecuaria, donde se tiene además la presencia de bosques, pastos y es compatible a desarrollarse asentamientos humanos regulados.

Art. 24 .- Esta zona igualmente estará sujeta a la implementación de planes de manejo y optimización productiva de parte de organizaciones y comunidades correspondientes.

Art. 25 .- *En esta zona, donde varias entidades o ONGs están desarrollando proyectos de recuperación de recursos naturales y mejoramientos productivos, el I.M.O. respaldará y contribuirá de ser necesario a declarar como áreas protegidas para fortalecer y actuar conjuntamente con mayor eficacia sobre las mismas.*

Art. 26 .- Los territorios con pendientes mayores al 70% se las declara como áreas protegidas por su delesnabilidad y dificultad de regenerarse. No se permitirá cultivos ni pastoreo, debiendo posibilitar el desarrollo de vegetación nativa y su consecuente biodiversidad.

Art. 27 .- En sectores con indicios de deforestación y erosión de suelo, no se permitirá pastoreo, explotación forestal ni otras actividades que incrementen este fenómeno y estarán sujetos a planes de reforestación (La Compañía- Camuendo)

Art. 28 .- *Zona Alta* : Corresponde al territorio comprendido entre las cotas 3.000-3.300 m.snm donde se encuentra vegetación y fauna nativa , compuesta por chaparros, bosques de diferente especie, pasto, por lo tanto con una biodiversidad de gran importancia.

Art. 29 .- En esta zona, no se permitirá el uso de suelo en actividades agrícolas, pero si en reforestación con especies nativas o compatibles a las mismas. Se permitirá el pastoreo controlado y rotativo.

Art. 30 .- Queda expresamente prohibido la quema, explotación indiscriminada de los bosques y mas actividades que pueden contribuir a su deterioro y pérdida de la biodiversidad existente.

Art. 31 .- En esta zona se permitirá la captación del recurso hídrico para regadíos o consumo humano, bajo la presentación de proyectos sustentables y con aprobación Municipal.

SECCION III DE LOS ASENTAMIENTOS HUMANOS

Art. 35 .- *Toda intervención como : apertura de vías, cerramientos, edificaciones, utilización de recursos naturales, canales , descargas, etc. deberá ser realizado previo el conocimiento y aprobación de la Dirección de Obras Públicas y Planificación del I.M.O.*

Art. 36 .- Dado el universo geográfico y diversidad de la problemática el I.M.O. en coordinación con otras entidades , organizaciones, colegios de profesionales, ONGs, etc. realizará proyectos de microplanificación en la zonas de mayor prioridad.

Art. 37 .- Con similar criterio que en la sección anterior, se establece normativas particulares por sectores, en función de su densidad poblacional y nivel de consolidación edificatoria existente.

Art. 38 .- *Sector Rural* : Se le identifica como sector rural, al territorio cuyo asentamiento poblacional es disperso , con una densidad poblacional aproximada de hasta 200 hab/Km2 y estará regida por normativa edificatoria particular.

Art. 39 .- El sector rural identificado como tal en los planos respectivos de la Cuenca , se propenderá a mantenerlo con baja densidad poblacional a fin de mantener y aprovechar la vocación agrícola y productividad del suelo.

Art. 40 .- En sectores con bajo nivel altitudinal o tendencia a inundaciones, no se permitirá su edificación y en casos inevitables , el I.M.O. exigirá las precauciones necesarias en el diseño, construcción y materiales de la edificación.

Art. 41 .- *Dada la necesidad de no propiciar asentamientos poblacionales en este sector, no se permitirá fraccionamientos del territorio en menos de 5.000 m2.*

Art. 42 .- Cada vivienda de este sector deberá realizar el tratamiento individual y adecuado , tanto de desechos sólidos como de aguas servidas (rellenos y letrinas).

Art. 43 .- Las viviendas a construirse en este sector, deberán mantener un retiro mínimo de 10m. el eje de la vía, ratificado o ampliado por el I.M.O. , según la categoría y función de la misma.

Art. 44 .- *Las edificaciones a realizarse en este sector , deberán adaptarse a las características propias de la arquitectura andina tradicional, a fin de mantener o rescatar su particularidad, evitando el proceso de aculturación arquitectónica y desequilibrio del paisaje natural.*

Art. 45 .- *Se admitirán edificaciones de hasta 2 plantas , es decir hasta una altura de fachada de 6.50m. con*

cubierta inclinada. Bajo la cual se permitirá una parcial utilización.

Art. 46 .- Se prohíbe el revestimiento de fachadas o muros con cerámica, graniplast, amiantite u otros materiales impropios del medio , debiendo darse acabados naturales o enlucido liso y de color blanco.

Art. 47 .- ***Las fachadas tendrán una proporción del 60% lleno y 40% vacío, no se permitirá voladizos, sus terrazas o balcones serán hacia el interior.***

Art. 48 .- Sobre normas de ventilación, iluminación, patios centrales, etc se acogerán a lo que establece el Código de Arquitectura y la reglamentación edificatoria de la ciudad de Otavalo.

Núcleos Semi- Urbanos

Art. 49 .- Se le identificará como Núcleos Semi-Urbanos, a los asentamientos poblacionales espontáneos con un avanzado nivel de consolidación y que ameritan un tratamiento particular.

Art. 50 .- Los asentamientos humanos considerados como semi-urbanos, se encuentran identificados en el plano respectivo y son : Araque, La Compañía, Pucará Bajo, Calpaquí, Huayco Pungo, la Unión, El Pijal.

Art. 51 .- Los asentamientos poblacionales considerados como núcleos semi-urbano, cumplirán la función de propender a la concentración de asentamientos, tratando de evitar su dispersión en territorio con vocación agrícola y además para facilitar de alguna manera la dotación o mejoramiento de vías u obras de infraestructura.

Art. 52 .- ***Se aceptarán subdivisiones de lotes cuyo frente y extensión sea de 15m. y 300 m2 como mínimo.***

Art. 53 .- ***Las edificaciones que se realicen junto a las vías o caminos, serán con retiro de 10m. mínimo o las que el I.M.O. determine de acuerdo a cada situación y función prevista de la vía, independientemente a los retiros de las construcciones existentes.***

Art. 54 .- ***Las edificaciones a realizarse en estos sectores, en virtud de la existencia de una variedad de estilos, se realizarán según la necesidad de integración al conjunto arquitectónico del sector, para lo cual debe presentarse perfiles explicativos y fotografías.***

Art. 55 .- ***En todo caso la edificación será hasta de dos plantas con cubierta inclinada y posibilidad de utilizar parcialmente bajo la misma.***

Art. 56 .- A fin de precautelar una relación entre las edificaciones y su entorno natural, no se permitirá los revestimientos de graniplast, amiantite, grafiado, sino mantener los acabados naturales o enlucidos lisos.

Art. 57 .- Respecto a normativas de ventilación, iluminación , patios y más aspectos de diseño y construcción, se regirán por las normas del Código de Arquitectura y las establecidas para la ciudad de Otavalo.

Areas Urbanas de la Cuenca

Art. 58 .- Para el efecto de la presente ordenanza , se califica como Area Urbana a las Cabeceras Parroquiales en este caso ubicadas al rededor de la cuenca , tales como: San Pablo del Lago, González Suárez, Eugenio Espejo y San Rafael.

Art. 59 .- La Parroquia de san Pablo del Lago estará regida por un plan de ordenamiento territorial específico y revisable cada 2 años.

Art. 60 .- El Area Urbana de las Parroquias González Suárez, San Rafael y Eugenio Espejo, de manera transitoria mientras la Dirección de Planificación implemente sus respectivos planes de ordenamiento , se regirán de acuerdo a lo que se establece a continuación.

Art. 61 .- ***De las Edificaciones :*** Las edificaciones a realizarse a partir de la aprobación de la presente ordenanza, se realizarán considerando el entorno urbano-arquitectónico, es decir hasta de 2 pisos y manteniendo las particularidades formales y estéticas del conjunto al que formará parte.

Art. 62 .- ***Los retiros de las edificaciones se determinarán en sitio, considerando aspectos como : configuración existente, tendencia, futura proyección vial, problemas con desniveles y ancho de vía.***

Art. 63 .- No se permitirá volados, los espacios abiertos como terrazas o balcones se ubicarán de la fachada hacia el interior. Loa aleros serán a no menos de 3m. de altura respecto a la acera de la calzada.

Art. 64 .- Edificaciones para uso industrial , turístico y recreacional :

A más de los requisitos previstos con carácter general , las edificaciones destinadas a estos usos cumplirán las exigencias siguientes :

Retiros Industriales : Para las industrias que por su naturaleza lo requieran, podrán establecerse retiros especiales , mayores a los previstos en la zonificación respectiva. No se permitirán ninguna clase de construcción sobre los retiros establecidos.

Art. 65 .- Los proyectos estructurales observarán las normas básicas y recomendaciones del Código Ecuatoriano de la Construcción, parte reglamentaria , volumen I, elaborado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) y el Código de Arquitectura y Urbanismo, debiendo , además , observarse lo siguiente :

a) Cuando en estos documentos no hubiere normas expresas sobre una materia específica, sobre todo relacionado con el análisis y diseño sismo-resistente de estructuras, se aplicarán criterios, procedimientos y recomendaciones que están de acuerdo con las mejores y modernas prácticas de la ingeniería estructural en el ámbito internacional y que se encuentren reflejadas en normas y códigos vigentes en países con características sísmológicas similares a las nuestras.

b) En la memoria descriptiva del análisis y diseño estructural deberán incluirse , claramente expresados, los criterios estructurales generales y los parámetros básicos utilizados en el diseño sismo-resistente del edificio y además de los correspondientes estudios de suelos si el caso lo amerita.

Art. 66 .- De los Estacionamientos :

a) El ingreso vehicular no podrá ser ubicado en esquinas y se lo realizará desde la calle secundaria.

b) La entrada de vehículos a estacionamientos y garajes mantendrá el nivel de la acera, reduciendo su nivel desde 40 cm. de ancho incluido el bordillo.

c) Se podrá construir garajes en los retiros frontales, con paredes transparentes o caladas. En ningún caso la ocupación superará el 30% del frente del lote.

Art. 67 .- De las Subdivisiones : Se considera subdivisión al fraccionamiento de un predio hasta en 10 lotes. Ninguna autoridad Municipal podrá autorizar subdivisiones que no respeten la zonificación establecida por esta Ordenanza.

Art. 68 .- Se permitirán subdivisiones de lotes hasta un frente mínimo de 12m. y un área de 240m².

Art. 69 .- En los casos de subdivisión de predio por herencia o división de hecho, el tamaño y frente mínimo podrá ser menor hasta en un 25 % y no se exigirá espacios verdes.

Art. 70 .- Se aceptarán pasajes de 4m. de ancho hasta 40m. de longitud y hasta 6 lotes. De 6m. de ancho para más de 4 lotes y hasta una longitud de 60m.

Art. 71 .- De las Lotizaciones : Son lotizaciones las que excedan de 10 lotes . Se sujetarán a las disposiciones sobre uso de suelo y zonificación establecidas en esta Ordenanza, así como también a las normas generales de esta sección .

Art. 72 .- Toda lotización contemplará un sistema vial de uso público integrado a los planes zonales y particularmente a los proyectos viales correspondientes.

Art. 73 .- Lotización o subdivisión tendrán un trazado perpendicular a las vías , salvo que las características del terreno obliguen a otra solución técnica.

Tendrán la superficie y frente mínimos establecidos en la zonificación respectiva , se permitirá una tolerancia del 15 % en el frente y del 10 % en la superficie del lote y la mayoría de los lotes deben tener igual superficie.

Art. 74 .- Toda lotización contemplará áreas para zonas verdes y equipamiento comunal , cuya superficie se determinará en función de requerimientos por el número de lotes proyectado y de las especificaciones del código de urbanismo . En todo caso, esta área no será inferior al 10 % de la superficie lotizada del terreno y se ubicará con frente a una calle.

Art. 75 .- No pueden ser destinadas para espacios verdes y equipamientos las áreas afectadas por vías , líneas de alta tensión , derechos de vías vehiculares, férreas , autopistas, canales abiertos , riberas de ríos o quebradas , las vecinas a terrenos inestables , las de zonas inundables o que presenten pendientes superiores al 35 %.

Cuando las áreas de afectación a la que se refiere el inciso anterior sean mayores al 25 % de la superficie total del predio , no se exigirá áreas verdes sino, únicamente el equipamiento comunal determinado por las normas respectivas.

Art. 76 .- Todo predio limitado o atravesado por un río o quebrada mantendrá una franja de protección mínima de 10m. a cada lado , medidos horizontalmente desde el borde superior de la quebrada. Estas zonas de protección serán de uso comunitario y de libre acceso. Se realizará el mantenimiento y conservación por el frentista.

Art. 77 .- El diseño y construcción de las vías se regirá por las disposiciones de este artículo y las del código de Arquitectura y Urbanismo , del MOP.

Art. 78 .- Las vías se clasifican en las siguientes categorías :

a) Vía Expresa : La que conforman la red vial básica y sirven al tráfico de larga y mediana distancia , tienen control de

acceso que garantiza altas velocidades de operación, sus características geométricas permiten grandes flujos de tráfico y no deben admitir accesos individuales a lotes frentistas, en este caso a la carretera Panamericana, se mantendrá los retiros de acuerdo a Ley de Caminos que establece 25m. y 30m. desde el eje al cerramiento y construcción respectivamente.

b) Vía Arterial : Es la que circunvala la Cuenca del Lago y sirve de enlace con la carretera panamericana, vincula a sectores suburbanos, no se permite el estacionamiento lateral y tiene acceso restringido a la propiedad aledaña .

c) Vías Colectoras : Sirven de enlace entre las vías arteriales y locales, su función es distribuir el tráfico dentro de las distintas áreas que conforman las parroquias, por tanto, permiten el acceso directo a zonas agrícolas, residenciales o recreacionales. Estas vías permiten estacionamiento y acceso a propiedades aledañas.

d) Vías Locales : Conforman el sistema vial menor y se conectan solamente con la red colectoras , generalmente no tienen tránsito de vehículos pesados. Tienen bajos volúmenes de tráfico permitiendo el estacionamiento lateral y acceso directo a lotes.

e) Vías Semipeatonales : Estas vías son de uso vehicular restringido a un carril , y uso peatonal .

f) Vías Peatonales o Senderos : Estas vías son de uso exclusivo para el tránsito peatonal . Eventualmente pueden ser utilizadas por vehículos que circulan a baja velocidad .

g) Ciclovías : Están destinadas al tránsito de bicicletas conectan generalmente a las áreas residenciales , transporte colectivo, trabajo y pueden tener funciones de recreación e integración paisajística y compartir con vías vehiculares.

Art. 79 .- Los retiros se establecerán a partir del eje de la vía de acuerdo a su categoría y determinado en el sitio, su aplicación y vigencia se darán no obstante a que en lugar se encuentren edificaciones con menor distancia.

Art. 80 .- El diseño y construcción de ciertas vías colectoras , locales y peatonales serán realizadas por el I.M.O. - Comunidades , sujetándose a lo dispuesto en los planes zonales.

Art. 81 .- Las normas de diseño geométrico de las vías se someterán a las siguientes disposiciones y a lo establecido en el Código de Arquitectura y Urbanismo.

- Acera : se tomará un ancho modular de 60 cm. para el tráfico peatonal , mínimo de 1.50 m. , la dimensión dependerá básicamente del tráfico peatonal previsto.
- Ancho de carril : el ancho normalizado de carril será de 3.50 m.
- Ancho de calzada : dependerá del tráfico pertinente o sectores a servir.
- Parterre : se recomienda un ancho mínimo de 2 m.
- Radio de ochava : se considerarán los siguientes radios mínimos : entre calles < de 10 m. radio = 3 m. ; entre calles > de 10 m. radio = 5 m.;

Art. 82 .- Los derechos de vías deberán sujetarse a la Ley de Caminos, a las disposiciones emitidas por el MOP , estudios y recomendaciones viales de la zona de expansión urbana.

SECCION IV MEDIO AMBIENTE Y PAISAJISMO

Art. 83 .- Los habitantes y usuarios de la cuenca del Lago San Pablo, deberán observar las disposiciones que en esta ordenanza se determinan a fin de contribuir a recuperar o mantener un ambiente natural saludable y menos contaminado.

Art. 84 .- En los sectores cuyo asentamiento poblacional es disperso (rural) , y no dispongan de red de alcantarillado , sus viviendas deberán obligatoriamente contar con la respectiva letrina sanitaria.

Art. 85 .- En los sectores con mayor concentración de viviendas, susceptibles de dotación de redes de alcantarillado, deberán ubicarse dentro del lote y tomar las previsiones del caso, para su respectiva conexión a una futura red y provisionalmente contar con su letrina particular.

Art. 86 .- Las edificaciones de uso artesanal e industrial, turístico o recreacional, existentes o por construirse , tienen la obligación de realizar el respectivo tratamiento a sus aguas servidas de acuerdo a lo que disponga la Jefatura de Alcantarillado y Medio Ambiente Municipal.

Art. 87 .- Las comunidades, propietarios y más beneficiarios , deberán compartir obligaciones y responsabilidades con el I.M.O. para hacer posible la ejecución de las diferentes obras de infraestructura y su mantenimiento.

Art. 88 .- El tratamiento de desechos sólidos de cada sector, comunidad o parroquia, será de responsabilidad compartida con el I.M.O. , con quienes debe coordinarse para implementar programas de concientización y acciones concretas.

Art. 89 .- Las parroquias , comunidades o viviendas particulares deberán dar el tratamiento a los desechos sólidos apropiados para cada caso, para lo cual deben pedir asesoramiento del Departamento de Medio Ambiente de la I. Municipalidad.

Art. 90 .- Queda totalmente prohibido el arrojo de desechos sólidos a los ríos, quebradas, espacios públicos o terrenos

baldíos.

Art. 91 .- En el caso de viviendas dispersas, los desechos sólidos deben ser clasificados, incinerados o enterrados, evitando su dispersión en el medio ambiente.

Art. 92 .- Para la instalación o ampliación de planteles florícolas deberán realizarlo mediante la presentación del estudio de impacto ambiental y aprobación por parte del Departamento de Medio Ambiente Municipal.

Art. 93 .- Los planteles florícolas, en el plazo que el I. Municipio lo determine, deberán obtener el " Sello Verde" emitido por entidades u organismos calificados para el efecto, caso contrario, estos planteles deberán ser suspendidos sus funcionamiento y retirados sus instalaciones.

Art. 94 .- En virtud de la calidad de paisaje que ofrece la Cuenca del Lago y siendo un factor importante para el desarrollo turístico, éste deberá tener un tratamiento adecuado y brindar las mejores condiciones para su disfrute y aprovechamiento.

Art. 95 .- El Ilustre Municipio permitirá la ubicación de vallas de publicidad, de acuerdo al valor paisajístico que cada tramo de la carretera Panamericana y circunvalación del Lago ofrecen, lo cual se tiene identificado en planos respectivos.

Art. 96 .- En tramos de carretera con alto valor paisajístico, las vallas serán colocadas a no menos de 50m. de distancia entre una y otra, su proporción vertical de máximo 1.20m x 3.60m (de acuerdo al plano existente).

Art. 97 .- En tramos sin mayor valor paisajístico, su colocación estará condicionada únicamente por la Ley de Caminos y sus dimensiones pueden llegar a cubrir los 10m² y preferentemente en sentido vertical.

Art. 98 .- En tramos de valor paisajístico, de igual manera estarán restringidas las construcciones tanto en ubicación como en altura, de acuerdo a lo que la Dirección de Planificación y Desarrollo lo disponga.

Art. 99 .- Los frentistas o propietarios de inmuebles que colindan a las vías, tienen la obligación de mantener el lindero y margen de la misma, libre de escombros y vegetación que interrumpa la adecuada circulación y visibilidad.

CAPITULO III DE LOS PROCEDIMIENTOS

SECCION I GENERALIDADES

Art. 100 .- La implementación de todo tipo de proyectos agrícolas, usos de suelo y recursos naturales, será previo conocimiento y aprobación del Departamento de Medio Ambiente del I.M.O., debiendo este pronunciarse en el plazo de 10 días laborables.

Art. 101 .- Los trabajos de planificación arquitectónica o urbano que requiera de aprobación municipal, deberán ser ejecutadas bajo la responsabilidad de un profesional arquitecto o ingeniero, inscrito en el respectivo colegio, y debidamente registrado en el Ilustre Municipio de Otavalo, renovada cada dos años.

Art. 102 .- Para realizar cualquier tipo de intervención urbana o arquitectónica como : dividir un terreno, urbanizar, construir nuevas edificaciones, ampliar, modificar o restaurar construcciones existentes se respetarán las normas establecidas por esta Ordenanza y las regulaciones contenidas en el Código de Arquitectura y Urbanismo y el Código Ecuatoriano de la Construcción.

Art. 103 .- Las edificaciones pueden realizarse con aprobación municipal bajo tres formas de intervención:

a) Trabajos varios : intervenciones menores a 60 m² ó de un costo de hasta 100 salarios mínimos vitales, no requiere aprobación de planos, pero si un esquema gráfico arquitectónico y estructural de lo que se va a realizar con responsabilidad de seguimiento técnico por parte de un arquitecto o ingeniero, intervención que se realizará por una sola vez, deberá estar dentro de lo que permite la zonificación, uso de suelo y morfología del sector.

b) Con aprobación de planos arquitectónicos y estructurales : construcciones mayores de 60 m². o 100 salarios mínimos vitales deben ser ejecutadas bajo la responsabilidad de un profesional, arquitecto o ingeniero civil.

c) Asesoría técnica : ordenamiento urbano, construcciones de interés social, realizados por instituciones públicas, colegios profesionales e instituciones privadas sin fines de lucro, aprobados en el I. Municipio y bajo la fiscalización de un profesional, arquitecto o ingeniero civil.

d) Para obras menores como reparaciones, adecuaciones interiores, mantenimiento, etc. que no modifiquen fachadas ni atenten la estabilidad de la edificación y no supere costos de hasta 20 SMV, el propietario podrá realizarlo directamente.

Art. 104 .- INFORME DE USO DE SUELO Y REGULACION EDIFICATORIA

a) El informe de uso de suelo será expedido por el Departamento de Medio Ambiente del I.M.O., en el cual se determinará los usos recomendados condicionados y prohibidos según la zona que corresponda. Su validez será de 1 año.

b) El informe de regulación edificatoria lo expedirá la Dirección de Planificación , en el plazo de 5 días laborables y tendrá 1 año de validez.

Los informes se tramitarán luego de cancelar en tesorería municipal la tasa equivalente al 20 % del salario mínimo vital vigente. Adjunto al formulario debe graficarse la suficiente información que permita su ubicación mediante referentes naturales o construidos.

Art. 105 .- Para la aprobación de planos de toda nueva construcción , reconstrucción o ampliación de una edificación superior a los 60 m². requerirá la aprobación de planos arquitectónicos y estructurales por la Dirección de Planificación y Dirección de Obras Públicas respectivamente, los planos deberán presentarse con la firma del propietario o su representante legal y del arquitecto e ingeniero respectivamente. El procedimiento será similar al establecido para el Area Urbana de Otavalo.

Art. 106 .- El Ilustre Concejo analizará la conveniencia o no de implantar toda urbanización que se pretende realizar dentro del Area que comprende la cuenca, previo informe de la Dirección de Planificación , de acuerdo al procedimiento establecido para la ciudad de Otavalo.

Art. 107 .- La Dirección de Planificación y Desarrollo, aprobarán las solicitudes que se presenten para realizar Trabajos Varios como: Cerramientos, mantenimiento, modificación, ampliación , demoliciones u obra nueva, cuyos costos oscilen entre 20 y 100 SMV o hasta 60m² de construcción con la supervisión de un Arquitecto o Ingeniero Civil y deberán presentar:

- Solicitud (Formulario existente)
- Detalle de las obras a realizarse
- Graficación (Si es necesario)

Art. 108 .- La autorización para realizar trabajos varios será entregada en el lapso de 8 días a partir de la fecha de presentación de la solicitud, previo el pago de la tasa del 10 por 1000 del costo total de la obra.

Art. 109 .- Para tramitar las subdivisiones deberá presentarse :

- Informe de Regulación Urbana
- Plano realizado por Arquitecto o Ingeniero Civil
- Escrituras de las propiedad
- Pago al Colegio de Profesionales respectivo
- Certificado de pago predial y agua potable

SECCION II INSPECCION DE LOS USOS DEL SUELO Y EDIFICACIONES

Art. 110 .- La Jefatura de Medio Ambiente, Juntas Parroquiales, Comunidades, Cabildos u ONGs, relacionadas con los diferentes proyectos , podrán inspeccionar los usos del suelo que se realicen en las diferentes jurisdicciones.

Art. 111 .- La Dirección de Obras Públicas , Planificación y Desarrollo de manera particular inspeccionará las construcciones que se ejecuten en todo el territorio de la Cuenca.

Art. 112 .- Se verificará que los usos del suelo, el desarrollo de proyectos y obras se lleve a cabo de conformidad con lo permitido por esta ordenanza, Jefatura de Medio Ambiente y la Dirección de Planificación y Desarrollo.

Art. 113 .- Si de la inspección realizada se tuviera constancia de que el uso de suelo o edificaciones están en contravención a lo autorizado por la Jefatura de Medio Ambiente o el Director de Obras Públicas suspenderá el permiso hasta que el interesado realice la corrección pertinente.

Art. 114 .- Es obligación del propietario o constructor según el caso presentar la documentación necesaria al Inspector o Comisario Municipal.

Art. 115 .- La Jefatura de Medio Ambiente o la Dirección de Obras Públicas, Planificación y Desarrollo a petición o de oficio delegará a un inspector para verificar el cumplimiento de los trabajos o planes aprobados. En el momento que se hayan concluido los trabajos de campo o cimentación y se emitirá un informe de la mencionada inspección.

Art. 116 .- La Dirección de Obras Públicas y Medio Ambiente exigirán la colocación del rótulo de la institución-organización o del profesional responsable con datos del permiso de la obra que se esta realizando en un lugar visible.

SECCION III

DE LOS PERMISOS VARIOS

Art. 117 .- El permiso de uso de suelo, es la autorización que la Jefatura de Medio Ambiente del I.M.O. otorgará a agricultores, empresarios, o comunidades, etc. que soliciten para implementar proyectos o explotar determinadas áreas y recursos naturales que puedan representar impacto al medio ambiente.

Art. 118 .- El permiso de habitabilidad en el caso de construcciones es la autorización que concede la Dirección de Obras Públicas para que una construcción entre en servicio, luego de una inspección, verificando el desalojo de materiales de las vías y retiros de obras provisionales, emitirá un informe mediante el cual pueden ser devueltas las garantías entregadas a Tesorería Municipal.

Art. 119 .- Para la concesión del permiso de habitabilidad, deberá verificarse la construcción de : la estructura, paredes, contrapisos, si es el caso instalaciones hidrosanitarias, eléctricas, por lo menos un baño habilitado en cada unidad funcional o vivienda, puertas y ventanas exteriores. No será necesario para el efecto, obras como : enlucidos de paredes, carpintería interior, pintura, cielo raso, acabados de pisos y cerramientos.

Art. 120 .- La Dirección de Obras Públicas otorgará el permiso de construcción, al constructor, previa la presentación de la siguiente documentación:

- Solicitud (Formulario F2)
- Informe de aprobación de planos arquitectónicos
- Comprobante de deposito de la garantía
- Comprobante de pago a la empresa Municipal de Agua Potable
- Comprobante de pago a la Empresa de Alcantarillado
- Comprobante de pago por construcción al Colegio de Arquitectos o Ingenieros - Delegación Otavalo.
- Planos estructurales de la edificación, firmado por un Ingeniero calificado.
- Comprobante de pago al CICI-O

La licencia o permiso de construcción será válido para el tiempo de un año.

**SECCION IV
DE LAS GARANTIAS DE LAS CONSTRUCCIONES**

Art. 121 .- El Municipio aceptará las siguientes garantías : hipoteca, papeles fiduciarios, garantía bancaria, póliza de seguros y deposito en moneda de curso legal.

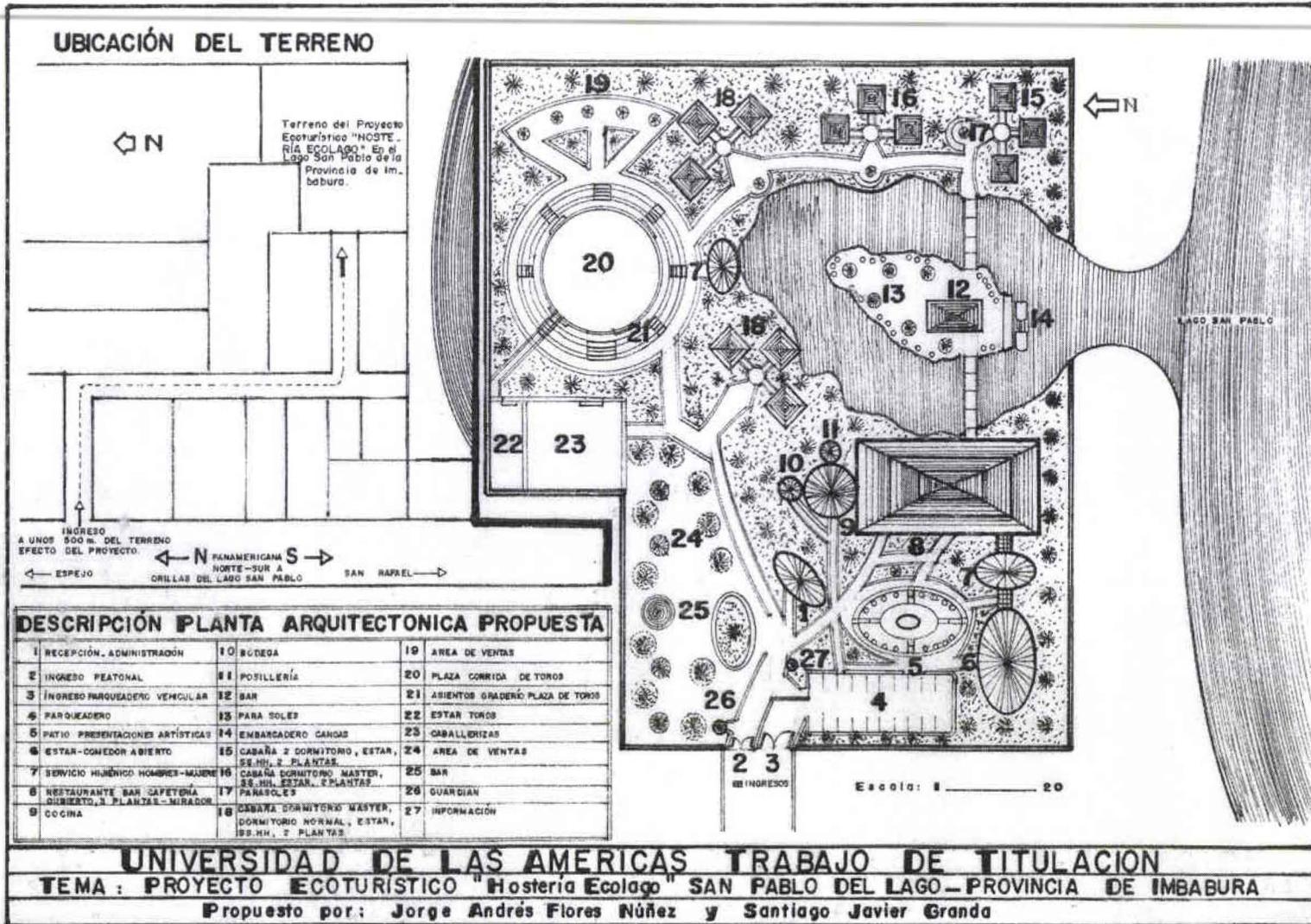
Art. 122 .- Para obtener el permiso de construcción el interesado rendirá garantía de ley, a favor del Municipio, para asegurar la ejecución de la obra de acuerdo a planos aprobados.

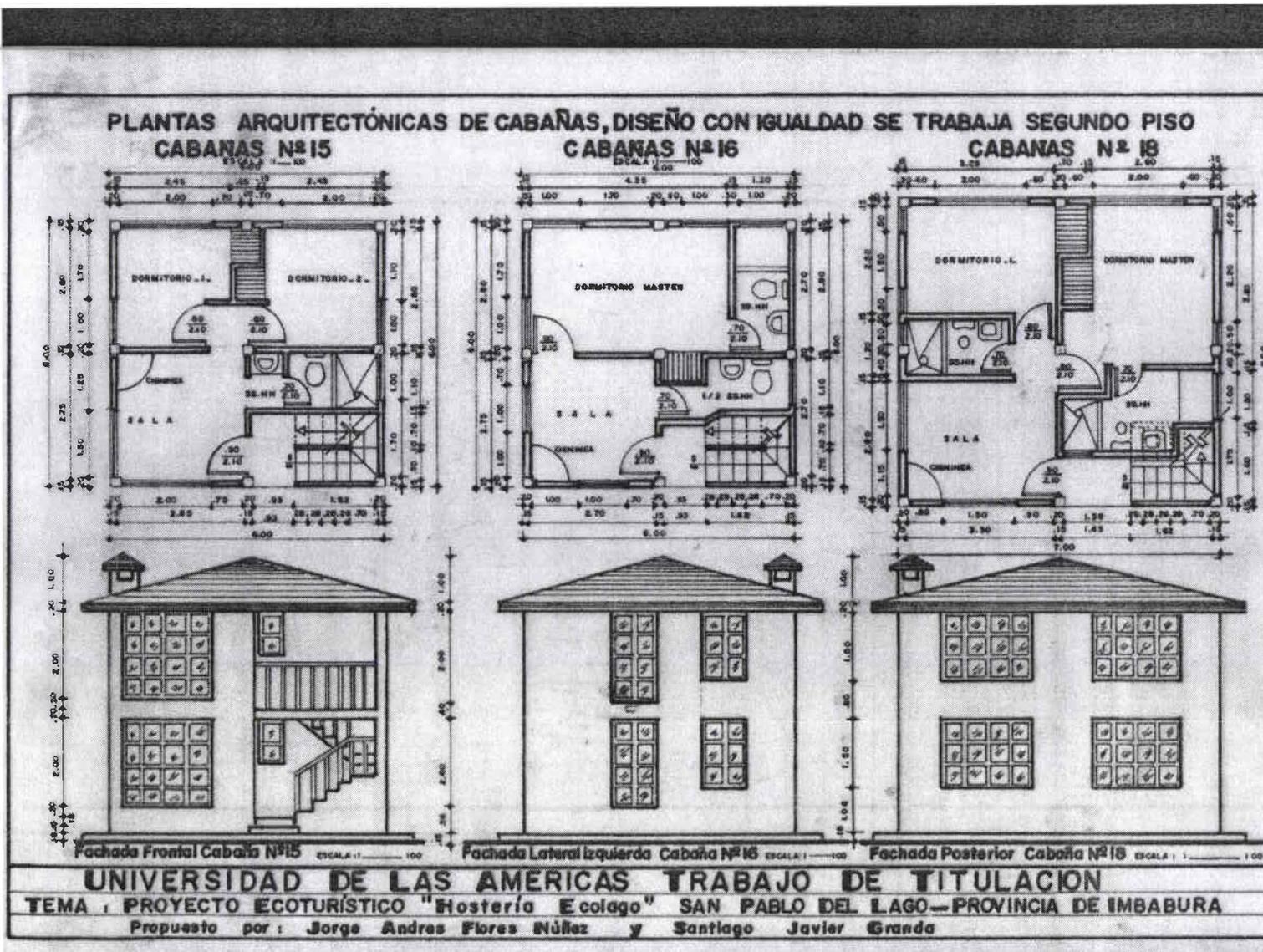
No se rendirá garantía para construcción de obras que no requieran la aprobación de planos.

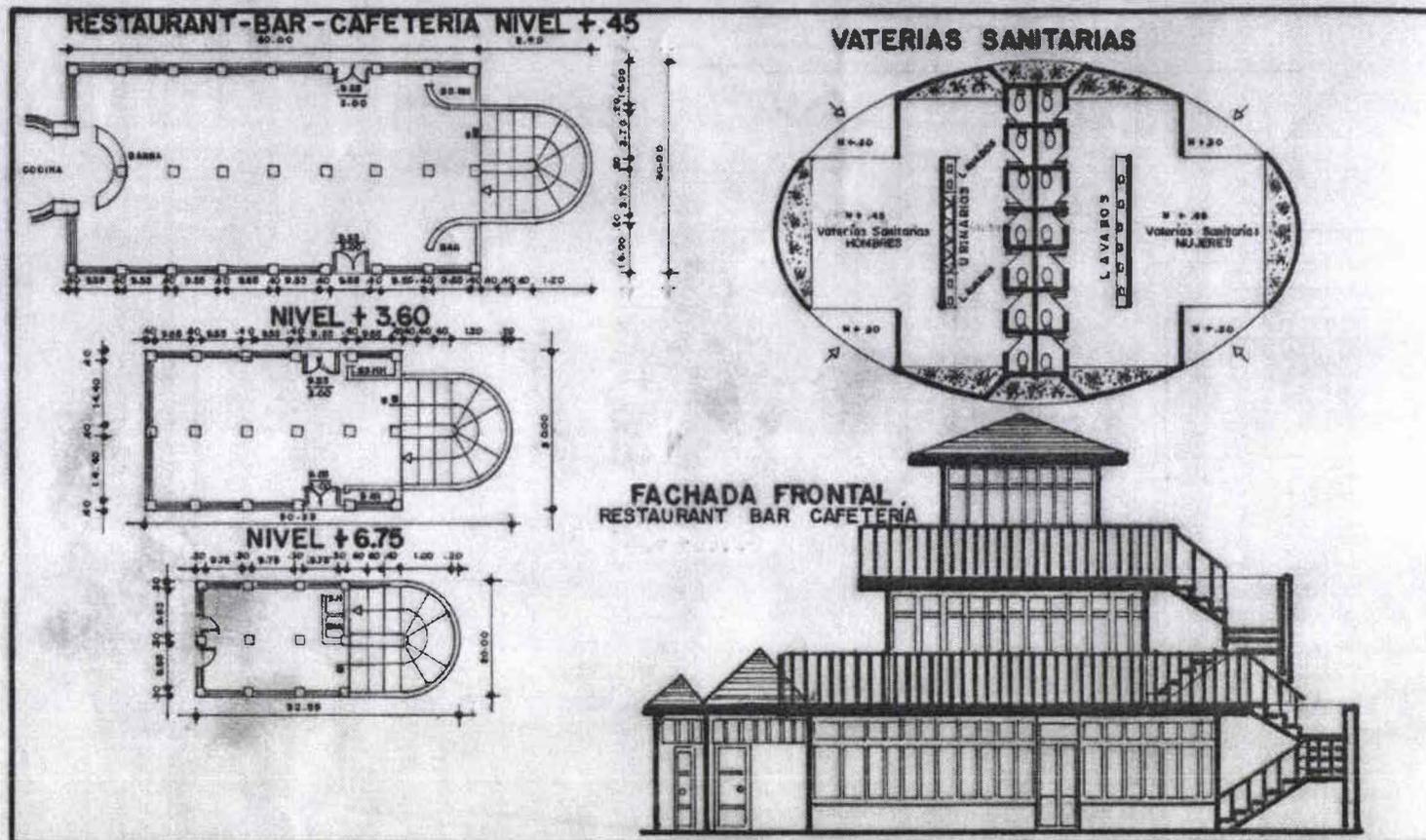
Art. 123 .- El monto de la garantía para las construcciones establecerá la Dirección de Obras Públicas en base al costo total de la obra, calculado de acuerdo a la aprobación de planos, sobre este valor se calculará el monto de garantía que será igual al 2 %.

Art. 124 .- En el caso de construcción por etapas, el monto de la garantía será calculado considerando el valor de cada etapa.

Art. 125 .- La garantía será devuelta por el Municipio, una vez que el propietario o constructor haya obtenido el Permiso de Habitabilidad de la Dirección de Obras Públicas.







UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS TRABAJO DE TITULACIÓN
TEMA: PROYECTO ECOTURÍSTICO "Hostería Ecológico" SAN PABLO DEL LAGO PROVINCIA DEIMBAURA
Propuesto por : Jorge Andrés Flores Núñez y Santiago Javier Granda

