



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERÍA
Y GASTRONOMÍA**

INGENIERIA EN TURISMO

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN
GESTIÓN TURÍSTICA Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA: PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN DE
AGROTURISMO EN "LA HACIENDA DE LA MAGDALENA" UBICADA EN
EL CANTÓN DE SAN JOSÉ DE CHIMBO PARROQUIA DE LA
MAGDALENA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**

AUTORA: CARLA BARRAGÁN EGAS

DIRECTORA: MASTER CRISTINA VILLACIS

QUITO, AGOSTO 2011

AUTORIA

Declaro que el siguiente proyecto de tesis fue realizado en su totalidad con el fruto de mi trabajo y sin ningún tipo de plagio, no contiene material previamente publicado y las citas obtenidas por otros autores se ha hecho reconocimiento debido en el texto.

Carla Paulina Barragán Egas

CI: 1721151445

RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto

Ha sido elaborado en su totalidad por:

Carla Paulina Barragán Egas

Msc. Cristina Villacís

Directora de Tesis

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado para una persona que en este momento no está conmigo y que ya paso a mejor vida, gracias a ella hoy estoy cumpliendo una de mis metas, también va dedicada a mis padres y hermanos ya que ellos me dieron el apoyo necesario para seguir adelante en mi carrera y a mi esposo por motivarme a culminar con este proyecto y seguir adelante con todos mis proyectos.

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por permitirme seguir con vida para poder culminar mi proyecto, a mis padres por ayudarme con mis estudios, a mi esposo por darme la fuerza para seguir adelante y a mi directora de tesis Cristina Villacis que para mí ha sido mi modelo a seguir y a toda mi familia por estar conmigo.

INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
INTRODUCCION	IV
MARCO REFERENCIAL	VII
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	VII
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	VII
PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS	VIII
OBJETIVO GENERAL	VIII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VIII
REFERENCIAS DE OTROS PROYECTOS	IX
METODOLOGÍA	X
MÉTODO HISTÓRICO	X
MÉTODO INDUCTIVO	X
MÉTODO DEDUCTIVO	X
TÉCNICAS	XI
LA ENTREVISTA	XI
LA ENCUESTA	XI
OBSERVACIÓN	XI
INSTRUMENTOS	XII
FUENTES DE INVESTIGACIÓN	XII
FUENTES PRIMARIAS	XII
FUENTES SECUNDARIAS	XII
CAPÍTULO I	1
GENERALIDADES	1
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVO GENERAL	1
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO	2
1. HISTORIA	2
1.1 UBICACIÓN	5
1.2 OROGRAFÍA	5
1.3 HIDROGRAFÍA	6
1.4 DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN CHIMBO	6
1.4.1 HISTORIA	7
1.5 CARACTERIZACIÓN FÍSICA Y TERRITORIAL	7
1.5.1 UBICACIÓN	7
1.5.2 SUPERFICIE	7

1.5.3 LÍMITES	8
1.5.4 ALTITUD	8
1.5.5 TEMPERATURA	8
1.5.6 HIDROGRAFÍA	8
1.6 CARACTERIZACIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA.....	8
1.6.1 PARROQUIAS URBANAS	8
1.6.2 PARROQUIAS RURALES	8
1.6.3 ORGANIZACIONES PÚBLICAS	9
1.6.4 AGROPRODUCCIÓN	9
1.7 CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA.....	9
1.7.1 ZONAS DE DESARROLLO ECONÓMICO	9
1.7.2 TURISMO	10
1.7.3 PEQUEÑA INDUSTRIA Y ARTESANÍA	11
1.7.3.1 COMERCIO.....	11
1.8 SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO.....	11
1.8.1 VIALIDAD	11
1.8.2 ORDENAMIENTO TERRITORIAL	12
1.8.3 RIESGOS Y AMENAZAS	12
1.9 DESCRIPCIÓN DE LA PARROQUIA DE LA MAGDALENA	12
1.10 DESCRIPCIÓN DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN	16
1.10.1 COCHABAMBA MIRADOR DE LA COSTA	16
1.10.2 LOS PIROTÉCNICOS	18
1.10.3 EL SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL HUAYCO	21
LEYENDA DE LA CREACIÓN DEL SANTUARIO DEL HUAYCO	24
1.10.4 LA EBANISTERÍA	25
1.10.5 LA CERÁMICA DE CHIMBO	27
CAPÍTULO II.....	29
AGROTURISMO.....	29
INTRODUCCIÓN.....	29
OBJETIVO GENERAL	29
OBJETIVOS ESPECIFICOS	29
METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO	30
2.CONCEPTOS Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	30
2.1. AGROTURISMO.....	30
2.1.1 AGRICULTURA	31
2.1.2 ACTIVIDAD AGRÍCOLA	31
2.1.3 AGRONOMÍA	31
2.1.4 TURISMO	32
2.1.4.1 TURISMO RURAL.....	33
2.1.4.2 CASA RURAL.....	33
2.1.4.3 CENTRO DE TURISMO RURAL.....	33
2.2. EVOLUCIÓN DEL AGROTURISMO EN EL ECUADOR	34
2.3PROBLEMAS QUE AFECTAN AL AGROTURISMO	38
2.4CARACTARÍSTICAS DE LA DEMANDA AGROTURÍSTICA	39
2.5NUEVAS TECNOLOGÍAS AGRÍCOLAS	42
CAPÍTULO III.....	46
ESTUDIO DE MERCADO.....	46

INTRODUCCIÓN.....	46
OBJETIVO GENERAL.....	47
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	47
METODOLOGÍA.....	47
3. DETERMINACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	48
FORMULA:.....	48
3.1 ENCUESTA PILOTO.....	49
3.2 ENCUESTA DEFINITIVA.....	50
3.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	50
3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	57
3.5 TURISTAS EXTRANJEROS.....	59
3.6 SEGMENTACION DE MERCADO.....	59
3.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	60
3.7.1 DEFINICIÓN DE LA DEMANDA.....	61
3.7.2 DEMANDA HISTÓRICA.....	61
3.7.3 DEMANDA ACTUAL DE TURISTAS.....	62
3.7.4 PROYECCION DE LA DEMANDA.....	63
3.7.5 DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO.....	64
3.8 ANALISIS DE LA OFERTA.....	65
3.8.1 DEFINICIÓN DE LA OFERTA.....	65
3.8.2 OPORTUNIDAD DE MERCADO PARA EL PROYECTO.....	66
CAPÍTULO IV.....	67
PLAN DE MARKETING.....	67
INTRODUCCIÓN.....	67
PLAN DE MARKETING DEFINICIÓN.....	68
OBJETIVO GENERAL.....	68
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	69
METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO.....	69
4. ESTRATEGÍAS DE MARKETING.....	69
4.1 ANÁLISIS DEL PROYECTO.....	71
4.2 VENTAJAS DEL PROYECTO.....	75
4.3 DESVENTAJAS DEL PROYECTO.....	75
4.4 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	75
CONCLUSIÓN.....	76
CAPÍTULO V.....	77
ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	77
INTRODUCCIÓN.....	77
OBJETIVO GENERAL.....	79
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	79
METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO.....	79
5. PROCESO ADMINISTRATIVO.....	79
5.1 PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA.....	80
5.2 MISIÓN DEL PROYECTO.....	82
5.3 VISIÓN DEL PROYECTO.....	82

5.4	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	82
5.5	POLÍTICAS DEL PROYECTO.....	82
5.6	VALORES DEL PROYECTO.....	83
5.7	ANÁLISIS DEL FODA DEL PROYECTO.....	83
5.8	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO.....	84
5.9	PERFÍL PROFESIONAL DEL PERSONAL DEL PROYECTO.....	85
5.10	BASE LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	90
	COMPANÍAS ANONIMAS	91
	Requisitos:.....	91
	CAPÍTULO VI.....	94
	ESTUDIO TÉCNICO.....	94
	INTRODUCCIÓN.....	94
	OBJETIVO GENERAL	94
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	94
	METODOLOGÍA DEL CAPITULO	95
	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	95
	6. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	95
	6.1 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	96
	6.1.1 ¿EL POR QUÉ DE LA UBICACIÓN DEL PROYECTO?	97
	6.2 SUELO.....	98
	6.3 CLIMA.....	98
	6.4 TOPOGRAFÍA.....	98
	6.5 SERVICIOS BÁSICOS.....	99
	6.6 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.....	99
	6.7 REQUERIMIENTO DE PERSONAL.....	100
	6.8 INGENIERIA DEL PROYECTO.....	100
	6.8.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS DEL PROYECTO	100
	6.8.1.1 SECCIÓN DE PARQUEO.....	101
	6.8.1.2 CABAÑAS.....	101
	6.8.1.3 ÁREA DE AGROTURISMO.....	101
	6.9 DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL PROYECTO.....	102
	6.10 CONSTRUCCIONES Y COSTOS DE LAS AREAS DE PROYECTO... ..	102
	6.11 GRÁFICO DEL PROYECTO.....	103
	CAPÍTULO VII.....	104
	ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	104
	INTRODUCCIÓN.....	104
	OBJETIVO GENERAL	104
	OBJETIVOS ESPECIFICOS	104
	METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO	105
	7. INVERSIÓN	105
	7.1 TOTAL DE ACTIVOS FIJOS.....	106
	7.1.1 RECURSOS PROPIOS.....	106
	7.1.1.1 TERRENOS	106
	7.2 ACTIVOS FIJOS	106
	7.2.1 EDIFICACIONES	106
	7.2.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS	106

7.2.3	MUEBLES Y ENSERES	106
7.2.4	EQUIPOS DE OFICINA	107
7.2.5	VEHÍCULOS	107
7.3	ACTIVOS INTANGIBLES.....	107
7.3.1	INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	108
7.4	CAPITAL DE TRABAJO.....	108
7.5	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	108
7.6.2.2	MANO DE OBRA DIRECTA	114
7.6.3	COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	115
7.6.3.1	MANO DE OBRA INDIRECTA	115
7.6.3.2	INSUMOS	115
7.6.3.3	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	115
7.6.3.4	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	116
7.6.3.5	SEGUROS	117
7.6.3.6	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	117
7.6.3.6.1	SUMINISTROS DE OFICINA.....	117
7.6.3.6.2	SERVICIOS BÁSICOS.....	117
7.6.3.7	GASTOS DE VENTAS.....	117
7.6.3.7.1	UNIFORMES.....	118
7.6.3.8	GASTOS FINANCIEROS.....	118
7.7	PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	119
7.8	INGRESOS DEL PROYECTO	121
7.8.1	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	124
CAPÍTULO VIII.....		136
IMPACTOS AMBIENTALES.....		136
INTRODUCCIÓN.....		136
OBJETIVO GENERAL		136
OBJETIVOS ESPECIFICOS		136
METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO		137
8.	MITIACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	137
8.1	EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	138
8.2	PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.....	139
OBJETIVOS DEL PLAN DE MANEJO.....		139
8.3	DEGRADACIÓN DEL SUELO.....	140
8.3.1	LA PROBLEMÁTICA DE LA UTILIZACIÓN DEL SUELO	140
8.4	TIPOS DE DEGRADACIONES.....	142
8.4.1	DEGRADACIÓN DE LA FERTILIDAD	142
8.4.2	EROSIÓN	143
8.4.3	CONTAMINACIÓN	145
8.5	IMPACTO SOCIAL.....	145
CONCLUSIONES.....		151
RECOMENDACIONES		152
BIBLIOGRAFÍA.....		154
PAGINAS WEB.....		156
ANEXOS.....		157

ANÁLISIS DE LOS SUELOS DEL TERRENO DE LA MAGDALENA	160
FOTOGRAFÍAS DEL LUGAR	161
MAQUETA DEL PROYECTO DE LA MAGDALENA	163

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO #1.....	5
GRÁFICO #2.....	6
GRÁFICO #3.....	12
GRÁFICO #4.....	16
GRÁFICO #5.....	17
GRÁFICO #6.....	51
GRÁFICO #7.....	51
GRÁFICO #8.....	52
GRÁFICO #9.....	52
GRÁFICO #10.....	53
GRÁFICO #11.....	53
GRÁFICO #12.....	54
GRÁFICO #13.....	55
GRÁFICO #14.....	55
GRÁFICO #15.....	56
GRÁFICO #16.....	57
GRÁFICO #17.....	80
GRÁFICO #18.....	84
GRÁFICO #19.....	85
GRÁFICO #20.....	96
GRÁFICO #21.....	97
GRÁFICO #22.....	103
GRÁFICO #23.....	112

INDICE DE CUADROS

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	63
CUADRO COMPARATIVO.....	66

CUADRO PERSONAL DE APOYO.....	72
ROL DE PAGOS.....	93
DISEÑO ARQUITÉTÓNICO.....	102
ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN.....	102
ADMINISITRATIVA.....	103
CABAÑAS.....	103
INVERSIÓN.....	105
TERRENOS.....	106
EDIFICIOS.....	106
ACTIVO INTANGIBLE.....	108
CAPITAL.....	108
CUADRO DE USOS Y FUENTES.....	112
MATERIA PRIMA.....	113
MANO DE OBRA DIRECTA.....	114
MANO DE OBRA INDIRECTA.....	115
INSUMOS.....	115
DEPRECIACIONES.....	116
SEGUROS.....	117
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES.....	117
SUMINISTROS DE OFICINA.....	117
UNIFORMES.....	118
PUBLICIDAD.....	118
AMORTIZACIÓN.....	119
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	120
INGRESOS DEL PROYECTO.....	122
ESTADO DE SITUACIÓN INCIAL.....	125
FLUJO DE CAJA.....	129

COSTOS DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	130
VAN.....	131
TIR.....	134
PRI.....	134

INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años, la época y la tecnología han evolucionado, de la misma manera el hombre ha ido cambiando su estilo de vida, por este motivo las empresas buscan nuevas alternativas para crecer en el mercado actual. Por esta razón es importante la presencia de las empresas de servicios.

La tendencia hoy en día se centra en la atención al cliente, que busca producir más utilizando menos, para de esta forma manejar mejor los recursos y generar una política responsable en cuanto al ambiente.

El presente proyecto fomenta el análisis de una propuesta de turismo en el país, que se enfoca en la actividad agroturística y turismo rural. Cada capítulo analiza diversos puntos que se relacionan unos con otros.

El primer capítulo hace una recopilación de los datos generales de la hacienda y del lugar en donde se ubica la misma, información geográfica, y varios de los atractivos que tiene el lugar en donde se va a realizar el proyecto.

El segundo capítulo detalla la actividad agroturística como tal, en este se definen varios conceptos importantes de lo que es el

turismo y las nuevas técnicas del manejo y cuidado del suelo, en este se establece como se va a desarrollar esta actividad.

El tercer capítulo muestra un estudio de mercado, en donde se define lo que el proyecto necesita, para que éste se pueda desarrollar, aquí se realizará también el análisis de la demanda y la oportunidad de mercado.

El cuarto capítulo detalla las estrategias que se emplearán para poder promocionar y vender los paquetes turísticos que serán puestos en oferta.

El quinto capítulo abarca el establecimiento de normas y la estructura de la empresa que se realizará en base a un organigrama funcional que mantendrá el orden y el control del proyecto, también muestra el perfil del personal que trabajará en el mismo.

El sexto capítulo habla del estudio técnico, toma en cuenta los datos obtenidos del estudio de mercado que proporciona los gustos, las preferencias y la capacidad de pago, para definir la oportunidad de mercado y establecer cuál será el equipo necesario para la hacienda.

El séptimo capítulo detalla el estudio financiero y económico basado en el estudio técnico, aquí se detallan los costos

totales de inversión, más los costos operativos y de mantenimiento del proyecto, además de realizar un análisis de la pre-factibilidad financiera del mismo.

El octavo capítulo habla del estudio de impacto ambiental, en éste se detalla también la sustentabilidad del proyecto, misma que se comprobará con la medición de los impactos que el proyecto genere a lo largo de su desarrollo.

Con esta investigación se quiere demostrar la prefactibilidad del proyecto ya que existen nuevas alternativas para hacer turismo, en el sector de "La Magdalena", de una manera que no afecte al ambiente y que genere fuentes de trabajo para las personas que viven en la zona, logrando que el turista que visite este proyecto tome conciencia de que el compartir con otras personas para adquirir conocimientos y aprender nuevas costumbres y cultura.

El proyecto termina con las conclusiones y las recomendaciones donde la autora cumple con el propósito de la investigación.

MARCO REFERENCIAL

TEMA

PROYECTO PRE-FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN "LA HACIENDA DE LA MAGDALENA" UBICADA EN EL CANTÓN DE SAN JOSÉ DE CHIMBO PARROQUIA DE LA MAGDALENA EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de fuentes de trabajo y la necesidad de incrementar los ingresos económicos para mejorar la calidad de vida en el sector, ha promovido que en este lugar se realice esta actividad turística.

Mediante la realización de este proyecto de implementación de agroturismo en "la hacienda La Magdalena", se propone una nueva alternativa de hacer turismo en el sector que lleva su mismo nombre, además de ser sustentable con el ambiente y de generar ingresos para el inversionista, y las personas de la zona; a más de satisfacer las necesidades del turista.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Este proyecto busca satisfacer las necesidades de los turistas que visiten nuestro país, por medio de la implementación de Agroturismo y Turismo Rural en el sector.

Lo que permitirá generar ingresos para sustentar el proyecto y poder cubrir la inversión inicial, dentro de un periodo

establecido, para alcanzar la rentabilidad que el mismo requiere, logrando así que se generen fuentes de trabajo para la comunidad lo que ayudará a que se mejore la calidad de vida, y proporcionará que exista un manejo adecuado del cuidado del suelo y del ambiente.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un proyecto de implementación de agroturismo en "la hacienda" de la Magdalena ubicada en el cantón de San José de Chimbo en la provincia de Bolívar y en la parroquia que lleva su mismo nombre, realizando estudios de pre-factibilidad, asegurando la viabilidad técnica y financiera para el desarrollo turístico de la zona.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar las características del sector de la Magdalena como sus recursos, atractivos y zonas de afluencia.
2. Comprobar que el Agroturismo es una actividad factible en La Magdalena.
3. Realizar un estudio de mercado para comprobar la pre-factibilidad del proyecto.
4. Establecer un plan de marketing para promocionar el proyecto.

5. Implementar una base legal para la realización del proyecto en la hacienda de La Magdalena ubicada en el sector del mismo nombre.
6. Estructurar el estudio técnico para la ingeniería del proyecto a desarrollar.
7. Realizar el estudio financiero de este proyecto, para establecer la inversión total necesaria para el mismo.
8. Determinar los posibles impactos dentro del proyecto, que afecten al ambiente.

REFERENCIAS DE OTROS PROYECTOS

Varios de estos proyectos, ya han sido implementados en algunos sectores de nuestro país tales como "UGSHAPAMBA", "SANTA LUCÍA", entre otros. La primer comunidad mencionada ha implementado el agroturismo, y se han dado buenos resultados; la gente de este sector se ha unido a esta causa, porque han visto como su comuna ha salido adelante con esta actividad.

Otra de las comunidades que ha salido adelante es Santa Lucía, misma que queda ubicada en la provincia de Imbabura y ha llegado a exportar varios de los productos que produce tales como los espárragos producto muy solicitado en Estados Unidos, razón por la cual han salido adelante.

Estas comunidades son modelos excelentes a seguir para la implementación del proyecto en la provincia de Bolívar cantón Chimbo parroquia de La Magdalena.

METODOLOGÍA

MÉTODO HISTÓRICO

Este ayudará a conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación, se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento histórico. Se realizará un análisis histórico de la trayectoria concreta de la teoría y sus condicionamientos. Mismo que permitirá tener un conocimiento de lo que ocurrió anteriormente en el lugar de desarrollo en el proyecto.

MÉTODO INDUCTIVO

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Lo que ayudará para el desarrollo del proyecto tener un conocimiento amplio, para luego poder llegar a una conclusión.

MÉTODO DEDUCTIVO

Es ir de lo general a lo particular. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento. Es decir que con la ayuda del método anterior se llegará a descifrar de una manera más abierta como llegar a la conclusión final.

TÉCNICAS

LA ENTREVISTA

Facilita la obtención de información que no está disponible en fuentes primarias, por lo que es necesario acudir ante las personas que disponen del conocimiento en los diversos temas a tratarse en la investigación.

LA ENCUESTA

Se aplicará para obtener opiniones de los diferentes actores, determinando su aceptación, gustos y preferencias, y así establecer la demanda potencial que permita la elaboración del programa.

OBSERVACIÓN

Aquí el investigador actúa como observador para familiarizarse con el lugar para posteriormente, desarrollar un plan de muestreo de eventos y seleccionar las posiciones para llevar a cabo la observación. Para esto se busca información referida al ambiente, los participantes, sus actividades e interacciones, la frecuencia y duración de los eventos para ir tomando notas, obteniendo así información sobre la dinámica de grupo y el fenómeno a estudiar.

INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizaran para la investigación de este proyecto son:

- GPS para las mediciones del terreno a ocupar dentro de la hacienda.
- Una calculadora para los cálculos que se necesiten.
- Una funda y una pala jardinera para recoger las muestras de suelo a analizar.

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

FUENTES PRIMARIAS

Fuentes derivadas del registro oficial de acontecimientos por el autor y la observación.

FUENTES SECUNDARIAS

Fuentes que se obtienen por la observación realizada por otros autores.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

INTRODUCCIÓN

Este capítulo es la herramienta principal para el desarrollo del proyecto puesto que nos permite obtener la mayor cantidad de datos importantes del lugar en donde se va a implementar el mismo.

Para la realización de este capítulo, es necesaria la obtención de datos bibliográficos que nos proporcionarán los datos necesarios para el levantamiento de la información.

OBJETIVO GENERAL

Determinar las características turísticas de la zona, para explotar de mejor manera el proyecto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener datos importantes del sector.
- Realizar un estudio socio-económico del sector.
- Verificar los atractivos del sector.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

La metodología a utilizarse en este capítulo es la búsqueda de información con la ayuda de datos bibliográficos.

1. HISTORIA

En Bolívar se asentaron varias comunidades preincaicas que se dedicaron a la agricultura, como los Puruháes y los Chimbos. También hay datos de la presencia de los indios mitimaes del Tahuantinsuyo, llegados hacia el 1500. De allí los pueblos tuvieron un desarrollo hispánico. En tiempos de la independencia, la actual provincia tuvo una participación importante de Manuel de Echeandía en las gestas libertarias, junto a Simón Bolívar.

Con este antecedente, uno de los capítulos importantes de la época es la Batalla de Camino Real en 1820 con la cual se sella la independencia. En los primeros años de la República, Bolívar pertenecía a los Ríos, pero el 15 de mayo de 1884 fue elevada a provincia.

Guaranda: es la capital provincial y es conocida como la ciudad de las "Siete Colinas" Loma de la Cruz, Loma de Guaranda, San Jacinto, San Bartolo, Talalat, Tililag y el Calvario.

El nombre de esta ciudad, se deriva del Cacique Indígena Guarango, está tranquila ciudad rodeada de bellas colinas, motivo por el cual los lugareños la llaman "La Roma de los Andes" .Junto a esta ciudad la parroquia de Guanujo con dos pequeñas lagunas de Curicocha y Patococha.

Hacia el sur las opciones están en Chimbo, el Santuario de la Virgen del Huayco entre otros.

La ciudad de Guaranda es una de las más antiguas que existieron en el Reino de Quito. Se cree que los primeros habitantes fueron mitimaes originarios de Cajamarca; sin embargo parece que este territorio fue habitado en la época pre colonial por la nación de los Chimbis integradas por algunas parcialidades denominadas Guarangas, Tomabelas, Azancotos, Chillanes y otros.

Guaranda fue fundada por los españoles en 1534, asentándose sobre una población Guaranga misma que atacó al Señor Pedro de Alvarado cuando éste se dirigía a la conquista del Reino de Quito. Durante la colonia, Guaranda formó parte del Corregimiento de Chimbo, hasta que el terremoto de 1775 destruyó totalmente dicha ciudad; entonces pasó a ser asentamiento de dicho corregimiento y adquirió mayor importancia. En 1811, por la situación geográfica, Guaranda era paso obligado entre las ciudades de la costa y la sierra, convirtiéndose en una floreciente y prospera población. El 11 de noviembre de ese mismo año la Junta Suprema Gubernativa, con residencia en Quito, mediante decreto ejecutivo la elevó a la categoría de villa.

Esta ciudad se independizó de los españoles el 10 de noviembre de 1820, al día siguiente de la batalla de Camino Real, logrando el retiro de las tropas del corregidor de Guaranda, hecho que vino a facilitar el avance de las tropas de Sucre a Riobamba,

Ambato, Latacunga, hasta llegar a las cimas del Pichincha, lugar donde el 24 de mayo de 1822 Ecuador se libera del yugo español. Participaron en la independencia de Guaranda: Josefina Barba, Pedro Tobar, y el ejército guayaquileño comandado por el Cap. Luis Urdaneta.

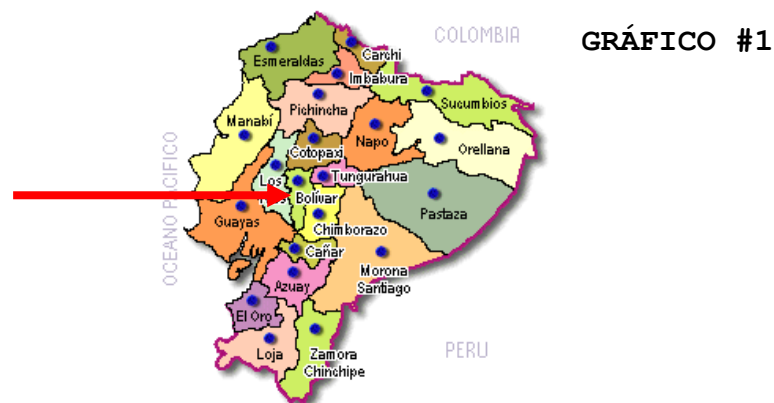
Inicialmente, de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia del 25 de junio de 1824, expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander, Guaranda era cantón de la provincia de Chimborazo. El Dr. García Moreno, para facilitar la administración política y civil de esta sección, formó otra entidad política, y se separó al cantón Guaranda en dos cantones, haciendo del pueblo de San José de Chimbo la cabecera de un nuevo cantón, creado con el mismo nombre el 3 de marzo de 1860.

Posteriormente, a partir del 6 de octubre de 1860, el Dr. García Moreno dispuso que los cantones de Guaranda y Chimbo formen parte de la recién formada provincia costeña de los Ríos. El 10 de enero de 1877, mediante decreto firmado por el Gral. Ignacio de Veintimilla, fue creado el cantón San Miguel de Bolívar.

El 23 de abril de 1884, el gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño decretó la creación de la provincia de Bolívar separándola de la provincia costeña de Los Ríos, la misma que

fue inaugurada el 15 de mayo de ese mismo año; siendo su primer gobernador el Dr. Ángel Polibio Chávez¹.

1.1 UBICACIÓN



FUENTE: Fotos dibujos de cultura 2010/2011

La provincia de Bolívar: se encuentra localizada en las estribaciones occidentales de la cordillera de los andes, hacia el centro, en el callejón interandino. Sus límites son: al norte con Cotopaxi, al sur, con Guayas y Chimborazo, al este con Tungurahua y Chimborazo y al oeste con Los Ríos.

Cuenta con siete cantones: Guaranda, Chimbo, Chillanes, Echeandía, Caluma, y Las Naves.

1.2 OROGRAFÍA

La provincia de Bolívar no cuenta con elevaciones importantes, Las principales elevaciones son: El Capadiac 4900 m, el Gallorumi 4200 m, y el Catanaguan 3900 m excepción del volcán

¹ Información conseguida de la página oficial del gobierno provincial de Bolívar Fundación Española de Chimbo, Raúl Jiménez Tacle de 1985.

Chimborazo que está parcialmente ubicado en esta provincia. Motivo por el cual es una de las provincias más pequeñas del Ecuador.

1.3 HIDROGRAFÍA

La provincia de Bolívar está situada en un territorio quebrado y montañoso, alcanza los 4000 metros de altura, en donde los principales ríos de la provincia de Bolívar son el Chimbo, con sus afluentes Salinas y Guaranda. Junto al Chanchán, forman el Yaguachi, que desemboca en el Guayas. Otros ríos destacados son: Simiátug, Saquibi, San Lorenzo, Huaico, Caluma y Pallatanga.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN CHIMBO

GRÁFICO #2



FUENTE: PAGINA WEB DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE BOLIVAR 2011

1.4.1 HISTORIA

El nombre de este cantón se le atribuye a una de los poblados aborígenes preincaicos, misma que se mantuvo antes de la conquista Española, a estos aborígenes se les conocía como los aguerridos y su nombre era "Chimbus".

Esta ciudad fue fundada por Sebastián de Benalcázar el 25 de noviembre de 1535, y fue la tercera ciudad de la Real Audiencia de Quito convirtiéndose en una de las ciudades más antiguas del país, en la época colonial. Para posteriormente ser el asiento del corregimiento de Chimbo.

En el año de 1860 un 3 de Marzo el Doctor Gabriel García Moreno decretó la cantonización de Chimbo, este pueblo a pesar de los terremotos registrados mantiene su trazado original y en su interior conserva el patrimonio arquitectónico de la época.

1.5 CARACTERIZACIÓN FÍSICA Y TERRITORIAL

1.5.1 UBICACIÓN

Está situado en el centro de la Provincia de Bolívar en un repliegue de la Cordillera Occidental de los Andes.

1.5.2 SUPERFICIE

262Km2

1.5.3 LÍMITES

Al Norte, el Cantón Guaranda; al Sur el Cantón San Miguel; al Este, el Cantón San Miguel; al Oeste, el Cantón Montalvo (provincia de Los Ríos).

1.5.4 ALTITUD

2.450m.s.n.m. del cantón San José de Chimbo

1.5.5 TEMPERATURA

16°C promedio del cantón San José de Chimbo

1.5.6 HIDROGRAFÍA

La mayoría del caudal hídrico del cantón San José de Chimbo vierte hacia el río Chimbo, dentro de una zona que reviste los mayores problemas de escasez hídrica en la provincia; en una pequeña parte del territorio hacia el occidente, alimenta el flujo hídrico del caudal de los afluentes del Catarama.

1.6 CARACTERIZACIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA

1.6.1 PARROQUIAS URBANAS

Chimbo Central

1.6.2 PARROQUIAS RURALES

San Sebastián, La Asunción, La Magdalena, Telimbela

1.6.3 ORGANIZACIONES PÚBLICAS

Alcaldía, Juntas parroquiales, Jefatura Política, Comisaría Nacional, Juzgado².

1.6.4 AGROPRODUCCIÓN

En lo que se refiere a la agricultura, los cultivos abarcan el 7.73%² del territorio, de una superficie de 262km² y los más importantes son maíz, fréjol, arveja y trigo, además de productos de clima tropical que se encuentran en el sector de Telimbela y otras extensiones de territorio subtropical que tiene el cantón.

La producción pecuaria tiene menor importancia que la agrícola, debido a la poca superficie de las UPA³ y la disponibilidad de grandes superficies de pastizales.

1.7 CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA

1.7.1 ZONAS DE DESARROLLO ECONÓMICO

Chimbo Central es la zona principal de actividad económica, sus estrechas calles delatan la incidencia artesanal que encierran historia y tradición, contrastando con la invalorable experiencia de manos laboriosas conocidas en todo el país, aquí tallan la madera, amoldan la arcilla, juegan con la pólvora y el

²Datos obtenidos de la página web del gobierno provincial de Bolívar 2001.

³Significado Unidad de Pequeños Agricultores y ganaderos; Unidad Potabilizadora de Agua, datos obtenidos de Wikipedia Julio de 2001.

papel, se amasa la harina, se funde el duro metal y se le da un sabor exquisito a la carne, ligado todo esto al carácter amable y entusiasta de su gente. Lo que representa un 4.48%⁴ de ambas actividades. La actividad pecuaria en este cantón es muy baja lo que refleja un 1.05%⁵.

1.7.2 TURISMO

Su mayor expresión se desarrolla en El Santuario del Huayco, Basílica en la que se rinde devoción a la Virgen de El Huayco, su mentalizador e impulsor fue Monseñor Cándido Rada, estas fiestas se celebran el 8 de Septiembre de cada año. El Santuario de El Valle es otro lugar religioso que recibe la visita de innumerables peregrinos que impulsados por su profunda fe religiosa viajan hacia éste lugar que está ubicado en la parroquia Telimbela. Las Cavernas de Ashcohuaca y el Susanga son también destinos turísticos, sitios naturales a donde las familias y amantes de la naturaleza viajan para distraerse lo que da un porcentaje del 11.6%⁶ de visitas turísticas por cantón.

⁴Datos obtenidos del plan de desarrollo rural integral y mitigación de pobreza de Bolívar de 2004.

⁵Datos obtenidos del plan de desarrollo rural integral y mitigación de pobreza de Bolívar 2004.

⁶Datos obtenidos del plan de desarrollo rural integral y mitigación de pobreza de Bolívar 2004.

1.7.3 PEQUEÑA INDUSTRIA Y ARTESANÍA

Es la mayor actividad económica en la ciudad de Chimbo, sobresale la ebanistería (guitarras, requintos, charangos, mueblería), pirotecnia, armería, cerámica y la gastronomía. Debido a que ocupa un total de 3.23 has⁷ del total de la superficie del cantón.

1.7.3.1 COMERCIO

Se destaca el comercio de las artesanías (Pirotecnia, Armería, Ebanistería, Cerámica) y los productos agropecuarios. El comercio informal (Panadería, Gastronomía) es muy significativo, por lo que se constituye en la fuente del sustento familiar sobretodo de la mujer chimbeña.

1.8 SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO

Las principales instituciones que ofrecen soporte al desarrollo económico en el cantón son: Banco del Pichincha y Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda.

1.8.1 VIALIDAD

La principal vía que atraviesa el cantón es un tramo de la vía Ambato-Guaranda-Balzapamba.

⁷Datos obtenidos del plan de desarrollo rural integral y mitigación de pobreza de Bolívar 2004.

1.8.2 ORDENAMIENTO TERRITORIAL

No existe ningún tipo de ordenamiento urbano ni rural en el cantón⁸.

1.8.3 RIESGOS Y AMENAZAS

Los mayores tipos de amenaza en el cantón Chimbo se relacionan con aspectos geológicos y con las actividades humanas en el centro poblado, debido fundamentalmente a la carencia de un sistema de seguridad para la fabricación de elementos pirotécnicos⁹.

1.9 DESCRIPCIÓN DE LA PARROQUIA DE LA MAGDALENA

GRÁFICO #3



FUENTE: GOOGLE DATOS DE MAPA 2011

⁸ Datos obtenidos de la página del gobierno provincial de Bolívar Art. 3 de la Ley de Modernización del 14 al 19 de diciembre 2001 vigente desde el 2002.

⁹ Datos obtenidos de la página del gobierno provincial de Bolívar Ley de Modernización de 2001 vigente desde el 2002.

Este lugar en la antigüedad era un asentamiento indígena desde antes que los españoles iniciaran la conquista un conglomerado de asentamientos indígenas de gran importancia del cual formaron parte entre otras, las parcialidades de Guaranga, Tomabelas, Anzacotos, Chapacotos y Chillanes.

Los Chimbos conformaron un gran estado muy similar a lo que fue el primitivo Quito y mantuvieron una guerra perpetua contra los Huancavilcas y con los régulos del Cañar. Los Chimbos eran pues, una nación valiente y batalladora, por lo cual los Puruháes se aliaban con ella, en la seguridad de su lealtad en la lucha contra los Huancavilcas y los Cañaris.

Bajo su jurisdicción estuvieron los poblados de Anzacotos (Anzacoto), Chapacoto (La Magdalena), Guanujo, Guaranda, Pallatanga, San Lorenzo, San Miguel y Tomabelas.

En pocos años alcanzó un importante desarrollo, por desgracia, debido al terremoto del 29 de Diciembre de 1674, fueron destruidos los pueblos del corregimiento de Chimbo, por lo cual comenzó su decadencia, ya que gran parte de sus habitantes prefirieron trasladarse a vivir a otros lugares.

Con el paso de los años muchos volvieron para reconstruirla, pero un nuevo movimiento telúrico en 1775 la aniquiló una vez más y sus pueblos quedaron sepultados bajo las inmensas masas de tierra y lodo. Así terminó la vida de este corregimiento mismo

que paso definitivamente a Guaranda, por los años 1176 y 1780 con todos sus territorios y pueblos.

A pesar de haber sido destruida varias veces por los fuertes sismos que sacudieron esa región, la ciudad fue levantada nuevamente gracias al esfuerzo y el valor de sus habitantes durante la colonia fue uno de los 5 asentos principales de la Real Audiencia de Quito y gracias a que logro un importante desarrollo y se convirtió en poco tiempo en uno de los mas prósperos centros de comercio y comunicación entre las poblaciones de la costa y de la sierra.

Su nombre era "Chapacoto" y perteneció al Cantón Chimbo desde al 3 de Marzo de 1860 que, como se menciona anteriormente, éste corregimiento fue nombrado como tal, al crearse la provincia de Bolívar, esta parroquia adopta el nombre de La Madalena, siendo en la antigüedad una zona de amortiguamiento en donde se construye el famoso Santuario del Huayco; a más de que este es un pueblo que se considera de gente muy culta¹⁰.

Por esa época fue objeto de las máximas preocupaciones y distancias por parte de las autoridades españolas, y se afirmaba que contaba con un obraje de paños y frazadas, centros de

¹⁰Datos obtenidos de la página del gobierno provincial de Bolívar Fundación Española de Chimbo, Raúl Jiménez Tacle de 1985.

hilados y tejidos, dos ingenios de azúcar en Pallatanga, elaboración primitiva de sal de Salinas, una iglesia matriz, un convento de franciscanos, uno de monjas betlemitas y un hospital.

La Magdalena fue uno de los primeros asentamientos indígenas, que poco después fue creada el 23 de abril de 1884 en donde adopta el nombre de La Magdalena misma que luego de los dos terremotos quedó como una quebrada en donde se asienta su poblado y a pocos kilómetros el Santuario del Huayco, de este lugar han surgido grandes historiadores e intelectuales, también es conocida como Santa María Magdalena de Chapacoto.

El 78% de la población económicamente activa (RURAL) se basa principalmente en la agricultura, lo que es un referente de características investigadas, codificadas de variables y análisis variados de las mismas, luego se presenta la producción y explotación de los recursos naturales, descartando que esta parroquia sea netamente agrícola¹¹.

¹¹ Datos obtenidos de la enciclopedia del Ecuador y la Cultura popular del Ecuador, año 2004.

1.10 DESCRIPCIÓN DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN

GRÁFICO #4



1.10.1 COCHABAMBA MIRADOR DE LA COSTA

Desde tiempos inmemorables ha sido un lugar privilegiado, está a una altura de 3.100m.s.n.m, por lo que es considerado el sector más elevado de la Cordillera Occidental de los Andes, ante lo cual se han instalado gran cantidad de antenas repetidoras de radios, telecomunicaciones que brindan una amplia cobertura en el país, fue lugar estratégico en las batallas de la independencia.

Por sus faldas atraviesa el Histórico Camino Real construido por los Incas y en los actuales momentos se conserva vestigios de piedras talladas así como la famosa Vía Flores, construida por García Moreno.

Ubicación

Cochabamba es un recinto del cantón Chimbo, se encuentra en la parte occidental, en las faldas del cerro Pucará a 13 Km., limita con el cantón Caluma y provincia de los Ríos.

GRÁFICO #5



FUENTE: PAGINA WEB VIAJANDOX.COM

Clima

Posee un clima fresco y paisajes que se mezclan con la tranquilidad del horizonte tanto en invierno como en verano.

Flora

En lo referente a flora: chilca, musgos, helechos, laurel, arrayanes, moras, calaguala, tiumbiles, floripondio, arrayancillo, huicundo, jigua, balsa, orquídeas, palmas, lecheros, frutillas, uvillas, caballo chupa, cucharilla, quinua.

Los musgos crecen abundantemente en lugares sombríos sobre las piedras, cortezas de árboles, el suelo y aun dentro del agua corriente o estancada.

Fauna

Entre la fauna existente se menciona: conejos, loros, venados, quindes, chirotes, sacha cuy, zorro, guatusas, culebras, guarros, perdices, raposas, torcazas, pavas, patillos, gorrión,

golondrinas, guiracchuros, mirlos, además se observar una variedad de insectos.

Atractivos

- Los atardeceres: son lo más buscado por los amantes a la fotografía, para tener la posibilidad de captar esas imágenes hay que tener siempre en consideración que lo que se está tomando es el Sol, por lo que las velocidades altas y diafragmas cerrados serán siempre necesarios.
- Paisaje: Hay momentos en que apetece sentarse en lo más alto y escuchar los sonidos naturales, o ver cómo el sol se esconde en el horizonte, y dejar que los pensamientos se pierdan en las aguas, y en el aire, y que se escondan allá donde ese mismo sol que observamos se oculta.

1.10.2 LOS PIROTÉCNICOS

En el cantón de San José de Chimbo, existen los pirotécnicos de mucha fama, tanto al nivel provincial como nacional, los trabajos que ellos realizan son muy apreciados y utilizados en las distintas fiestas que se realizan en temporada, de preferencia en la noche.

La gente que se dedica a la pirotécnica dice que lo realizan por tradición familiar, a pesar de que es una actividad que ellos mismos la consideran peligrosa, pero desde niños ellos han trabajado con la pólvora.

Este trabajo consiste en recortar carrizo, pegar papel en los "castillos", luego pasan a actividades cada vez más peligrosas, hasta cuando tienen mucha experiencia y pueden fabricar la pólvora explosiva a la posterior elaboración de los voladores que explotan o de los bombardeos o cañones.

Clima

El pueblo goza de un clima templado, con una temperatura de 17 grados centígrados. Marzo y abril son meses lluviosos.

Las artesanías

Los artesanos pirotécnicos usan materiales, que ellos mismo fabrican o elaboran, para hacer la pólvora explosiva, utilizan clorato, aluminio negro, antimonio y azufre. Para la elaboración de la pólvora que es usada en las luces de colores se requiere de aluminio blanco, clorato y azufre.

Los materiales son comprados en Cuenca, el precio es menor. Para la elaboración de las estructuras pirotécnicas y para los voladores se usa carrizo, el que es comprado por cientos en los pueblos de San Lorenzo y Santiago.

Para elaborar la mecha, se tiene una especie de ritual que hay que seguir exactamente, utilizan tres hebras de hilo, los artesanos miden 50 metros exactos, y dan 200 vueltas de torsión, según los artesanos si se da una sola vuelta más al hilo, no se pegará la pólvora a la mecha. Para pegar la pólvora con el hilo, remojan la pólvora en resina y ponen el hielo para que se

adhiera, luego ponen a secar la mecha en unos marcos de madera al que lo envuelven y lo dejan al sol.

Para las fiestas de los distintos pueblos, se contrata la fabricación de estructuras pirotécnicas que tienen un armazón de carrizo, según el tamaño reciben diferentes nombres:

- Los "Castillos", estas tienen hasta cuatro pisos de juegos pirotécnicos que se van prendiendo de una forma ascendente, en el último piso normalmente ponen una imagen del "Santo Patrono" o "Santa Patrona", de la fiesta a la que corresponda.
- El "Carrusel" es una estructura que esta compuesta por cuatro aviones, caballos o carros, que cuando se prende la estructura empieza a girar sobre un eje, estos están impulsados por cohetes de pólvora, similares a los utilizados en los voladores, pero más grandes.
- La "Pila", es una estructura que se asemeja a una pileta de agua, reemplazan a este elemento, luces de muchos colores, y que dan la impresión de agua cayendo.
- Otras estructuras: Existen estructuras más pequeñas que según su apariencia reciben los nombres de "venados", "vacas locas" o personas que corren haciendo círculos, por las plazas o calles donde están reunidas las personas celebrando la fiesta, estas estructuras están compuestas de un armazón de carrizo, al que cubren con papel y sobre este colocan mechas de pólvora de múltiples colores, además ponen en estas "cuyes" o "buscapiés",

que son pedazos de carrizo impulsados con pólvora y que se mueven por el piso, cuando esto sucede la gente grita de emoción y hace que todos estén atentos para que no sean sorprendidos por estos "cuyes".

Después de que han sido prendidas las estructuras, los artesanos pirotécnicos desensamblan los "castillos", "pilas" u otros y se llevan para en las mismas, volver a rehacer la pirotecnia y llevarla a otro fiesta. Para la elaboración de un "castillo" grande se demora aproximadamente dos semanas.

1.10.3 EL SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL HUAYCO

Uno de los lugares de visita en la provincia de Bolívar es el santuario al que acuden creyentes de todo el país especialmente en las fiestas que se celebran para rendir culto a la Virgen María. Mons. Cándido Rada, primer obispo de Guaranda, es el gestor de la construcción de este santuario construido sobre una quebrada en la parroquia La Magdalena de Cantón Chimbo.

Fiestas Populares

La fiesta de la Virgen del Huayco se las realiza el 8 de Septiembre de cada año.

Fecha de Creación

La capilla fue reconstruida en 1771, luego de que el coronel corregidor de Guaranda de esa época, Antonio Echeandía, recibiera una curación. La capilla tuvo una tercera remodelación en 1944, a cargo del padre Villagómez.

Ubicación

Pertenece la Provincia de Bolívar, en la parroquia La Magdalena, a 11 kilómetros de San José de Chimbo, lo atraviesa interna y externamente el riachuelo llamado el Huayco.

Clima

Su temperatura promedio es de 12 a 18 grados centígrados.

Atractivos

La obra física de este santuario es impresionante.

- El Museo: en el que se exhiben fragmentos de madera de los retablos y puertas de la primera capilla del Huayco, hay campanas que algún día lejano sonaron en el campanario de este mismo santuario. Además hay vasijas, tiestos, piedras de moler, hachas de piedra y otros artefactos y utensilios dejados como huella de la presencia de varias culturas de la zona como: Panzaleos, Incas, Chimbos, entre otras.

En otra sección de este museo existe una réplica de la Manta de Turín, la que es una fotografía tamaño natural, existen otras fotografías, que representan la vida pasión y muerte de Jesús.

Hay una colección de vestimentas que usaron los curas que sirvieron en el Santuario, vestimentas del propio Mons. Cándido Rada, entre otros. Entre las principales capillas y lugares sacros, se tiene:

- La Capilla del Santísimo: donde hay una lámpara cuya luz nunca se apaga como muestra de su presencia. En esta capilla, está colocado el cuadro de madera de tamaño natural que representa la última cena del Señor.
- La Capilla del Perdón: es el lugar donde los sacerdotes atienden a los creyentes que deseen purificar su conciencia.
- La Sacristía: es el lugar donde se guardan ornamentos, vasos sagrados, libros litúrgicos, incensarios y demás objetos necesarios para las celebraciones religiosas.
- La Capilla y el Retablo del Bautismo de Jesús: esta es una nave ubicada a la derecha del Santuario, en la Capilla del Bautismo hay un cuadro que recuerda el momento en que Jesús recibe el bautismo, este cuadro está tallado de madera y es de tamaño natural.
- El Retablo del Altar Mayor: este fue diseñado por la escultora italiana Ana Maccagno, tiene cuatro metros de ancho por siete de alto, es de cedro colorado, un retablo simbólico dedicado a la Virgen Natividad del Huayco. Este representa un gigantesco órgano que adornado con volutas y espirales, eleva la armonía de la plagaría hacia lo alto.

- Cuadro y Capilla de la Resurrección: es una construcción de concreto, está ubicada en el centro del portal que sale de la iglesia principal de la derecha, en ella, se representa el Monte Calvario a la derecha y la tumba del Señor a la izquierda.
- Gruta e Imagen de la Virgen: se encuentra al frente de la Capilla de la Resurrección, en el portal de la izquierda que sale de la Iglesia, está construida con hormigón y piedra con aspecto natural. Esta gruta fue escavada en la ladera de la colina que desciende en ese lugar, en el interior se ha colocado plantas y flores naturales, y artificiales, hay la imagen de la Virgen y de la Indígena María Luz Chela. En este lugar hay dos pozos de agua en los que los fieles depositan monedas, y es visitado para pedir o agradecer por favores o milagros.
- La cruz del Huayco: está ubicada al costado Sur oriental del Santuario, para llegar a ella, es necesario atravesar por escalinatas que serpentean en medio de un espeso bosque de Eucalipto. La Cruz tiene 22 metros de alto por 10 de ancho y fue terminada en 1988.

LEYENDA DE LA CREACIÓN DEL SANTUARIO DEL HUAYCO

Se remota al 8 de septiembre de 1.708, cuando una descendiente de los Caciques Chela de la parcialidad de los Pacatones, fue golpeada brutalmente por su madre, que pensando que su hija de trece años María de la Luz, estaba teniendo un romance, la

castigo de tal forma, que le causó algunos traumatismos en todo el cuerpo y la rotura de la cabeza.

María de la Luz, con las heridas aún sangrantes, se refugió en la quebrada del Huayco, como lo hacía de costumbre y retornó a su casa al poco tiempo con las heridas totalmente curadas y sin huellas, que indicarán que alguna vez no hubiese estado herida. Al verle su madre le preguntó que quien había sanado sus heridas y la pequeña le contestó que una hermosa señora le había sanado usando el agua que brotaba de la peña; asombrada la madre de lo que le había contado fueron donde el cura del lugar, enseguida fueron al lugar que les llevó María de la Luz y encontraron una imagen de la Virgen María, a cuyos pies brotaba un hilo de agua cristalina.

El milagro se difundió rápidamente, los enfermos empezaron a llegar a este lugar para ser sanados de sus dolencias. Luego de algún tiempo se construyó una capilla.

1.10.4 LA EBANISTERÍA

En el cantón de San José de Chimbo, existe un barrio en el que se dedican a la fabricación artesanal de guitarras. Las personas que se dedican a la ebanistería son blancos - mestizos que han aprendido el oficio como ayudantes u oficiales de ebanistas viejos.

En la elaboración de las distintas artesanías, se puede observar prácticas que han sido transmitidas de generación en generación

y estas han cambiado muy poco, las herramientas en muchos de los casos han pasado también de padres a hijos y estas tienen una sencillez impresionante, pero cumplen con el objetivo de servir para elaborar artesanías de buena calidad.

Dirección

Estas artesanías son elaboradas en algunas partes del Cantón Chimbo, varios de ellos se venden dentro y fuera de la ciudad.

Clima

El pueblo goza de un clima templado, con una temperatura de 17 grados centígrados. Marzo y abril son meses lluviosos.

Artesanías

Para aprender a fabricar guitarras los aprendices tardan de 5 a 10 años, no hay diferencia con la elaboración de requintos. No así la elaboración de charangos, que usa una técnica de fabricación diferente, para aprender a fabricarlos se necesita por lo menos de dos años.

- Los requintos, son parecidos a las guitarras, difieren en estas por la forma de la caja, ya que en los requintos el un lado que da hacia el brazo de la guitarra tiene una curvatura hacia adentro, el sonido es mas agudo que el de la guitarra y lo usan como primer sonido o liderando al grupo de guitarras.

- Los charangos tienen la apariencia de guitarras pequeñas, para su elaboración, se utiliza el caparazón de los armadillos, son muy utilizados por los grupos folclóricos.

- Las guitarras, para la elaboración de guitarras se utilizan varias clases de madera, entre las usadas están: Nogal, Cedro, Pino, Palo Santo y Tagua.

La característica más importante, que se observa en la madera guardada de diez años, según los ebanistas compran madera y la dejan secar por uno a dos años, aunque para la elaboración de guitarras especiales tienen madera guardada de diez años, según los ebanistas, mientras más seca este la madera, el sonido de las guitarras es mejor.

Para la caja de la guitarra se usa madera suave como el Cedro, Palo Santo o Pino y para el brazo se usa madera dura como el Nogal.

La madera es tratada con sellador para que se tapen los poros de la misma, esto hace que no se pierda el sonido, según palabras de un ebanista, esto es importante "porque eso hace que la guitarra respire solo por la boca".

Dependiendo de la calidad de las guitarras, un ebanista puede elaborar de una o 5 guitarras a la semana.

1.10.5 LA CERÁMICA DE CHIMBO

Es una actividad patrimonial en que se juntan los sentimientos, el paisaje andino, el amor por las arcillas e incluso la música suave, mágica y profunda de las quenas. Quienes se dedican a esta actividad, elaboran con sus manos grandes y pequeños

objetos que servirán de adorno o parte del mensaje para la cocción de los alimentos.

Con la cerámica elaboraban gran cantidad de productos, pero al llegar los objetos de plástico, las latas y el hierro enlozado, esta actividad empezó a desaparecer poco a poco por lo que el usuario cambió sus tiestos y ollas por artículos modernos y menos quebradizos, más durables y baratos.

CAPÍTULO II

AGROTURISMO

INTRODUCCIÓN

El agroturismo es una actividad nueva en nuestro país, por este motivo es necesario conocer desde cuando se está implementando la misma dentro de nuestro país, a mas de que debemos considerar que el Ecuador es un país rico en paisajes y también en aéreas verdes.

Cabe mencionar que es muy importante conocer como se encuentra el suelo en donde se va a estructurar todo el proyecto.

Para el desarrollo de este capítulo es necesario el detallar el uso de las nuevas técnicas que se están utilizando para la implementación de esta actividad, motivo por el cual se detallará varias técnicas de cultivos entre otras.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio sobre el estado del suelo de este lugar para verificar si el mismo es apto para el cultivo y si resiste a un impacto ambiental de esta magnitud.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la calidad del suelo (composición).
- Investigar nuevas técnicas de cultivo.

- Definir que es el agroturismo y conceptos importantes de esta actividad.
- Verificar la evolución del agroturismo en el Ecuador.
- Definir las características de la demanda agroturística.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

En este capítulo es importante recalcar el uso del suelo las maneras adecuadas de cómo cuidar y cultivar el mismo. A más es necesario realizar un análisis del suelo, para estar al tanto de su composición y que es lo que se puede sembrar.

2. CONCEPTOS Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

2.1. AGROTURISMO

Tipo de turismo basado en el alojamiento en casas rurales y donde el usuario participa en las tareas cotidianas del lugar: agrícolas, ganaderas, artesanales. En algunas normativas regionales españolas se denomina o denominaba agroturismo a lo que por regla general se entiende como casa rural o alojamiento rural, no refiriéndose a la condición de la actividad complementaria alguna para que un establecimiento tuviera tal consideración.

Cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios.

2.1.1 AGRICULTURA

Es el arte de cultivar la tierra; refiriéndose a los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y cultivo de vegetales, normales con fines alimenticios.

La agricultura es la actividad agraria que comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras.

Es de gran importancia como base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de las naciones.

2.1.2 ACTIVIDAD AGRÍCOLA

Es la que integra el llamado sector agrícola. Todas las actividades económicas que abarca dicho sector, tiene su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural o por la acción del hombre: cereales, frutas, hortalizas, pasto, forrajes y otros variados alimentos vegetales.

2.1.3 AGRONOMÍA

(Del latín ager, "campo", y del griego "nomos", "ley"), denominada también como ingeniería agronómica, es el conjunto de conocimientos de diversas ciencias aplicadas que rigen la práctica la agricultura y la ganadería. Es la ciencia cuyo objetivo es mejorar la calidad de los procesos de la producción

agrícola fundamentada en principios científicos y tecnológicos; estudia los factores físicos, químicos, biológicos, económicos y sociales que influyen o afectan al proceso productivo. Su objeto de estudio es el fenómeno complejo o proceso social del agroecosistema, entendido éste como el modelo específico de intervención del hombre en la naturaleza, con fines de producción de alimentos y materia prima. La ocupación del suelo cantonal es de 26.452,20 hectáreas en donde se explotan 10.009 has para cultivos de los pastizales mismos que explotan una superficie de 1.118 has.

La tierra que está sin uso agropecuario es de 6.987 has¹².

2.1.4 TURISMO

En la actualidad el concepto de turismo planteado desde los sectores económicos, por el capital, ha perdido el romanticismo inicial, y este fenómeno socioeconómico ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a su poder económico a sus gustos, a sus preferencias, a sus inquietudes... etc.

¹² Datos obtenidos del AMEM 2001.

2.1.4.1 TURISMO RURAL

Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

2.1.4.2 CASA RURAL

Un edificio donde existen distintas habitaciones con elementos comunes como son los baños, el salón y la cocina. Con cierta frecuencia, se suele compartir con los propietarios, aunque disponen de una zona privada. En el caso de que vivan los propietarios, se suele alquilar por habitaciones (tipo hotel, con servicios alimenticios) o completa (*casa de alquiler completo*) para grupos.

2.1.4.3 CENTRO DE TURISMO RURAL

Habitualmente corresponde a un pequeño complejo donde se cuenta con alojamiento (posiblemente con distintas fórmulas), restaurante, e instalaciones, material y monitores para la práctica de actividades en la naturaleza.

2.2. EVOLUCIÓN DEL AGROTURISMO EN EL ECUADOR

También conocido como agroecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos.

Como plantea Budowski (2001), "el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha"¹³. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, "no excluye el disfrute de acciones complementarias (II Foro.. 2002)"¹⁴.

Varios estudiosos del tema, definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía,

¹³ Documento técnico: el agroturismo una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local 2001.

¹⁴ Documento técnico: el agroturismo una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local 2002.

industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo.

Ejemplos concretos de agroturismo serían: participar en una recolecta de café o de otras frutas (naranjas, uvas, cacao), ordeñar manualmente una vaca, asistir a una corrida típica de toros, participar de un proceso de elaboración de panela (tapa de dulce) o de un queso, conocer y participar las prácticas que se llevan acabo en un vivero de plantas ornamentales, etc.

Se han realizado varios estudios sobre esta actividad, en otros lugares del Ecuador ya que esta actividad está tomando fuerza y promete un buen futuro en el país. Este proyecto lo que busca en general es atraer el turismo tanto nacional como internacional, para que de esta manera se dé una ayuda a la comunidad, ya que debido a la situación en la que se encuentra no posee los recursos económicos necesarios para mejorar su calidad de vida.

Este último punto es de vital importancia, ya que la comunidad que se encuentra ubicada a los alrededores de este proyecto no goza de los servicios básicos, y el objetivo principal de este proyecto es ayudar a la comunidad generando empleos y de esta manera mejorar sus ingresos económicos.

Así como también lo que se intenta es dar a conocer los atractivos con sus debidas jerarquizaciones para explotar al máximo el potencial turístico de la zona.

Lo que impulsará a generar una fuente de empleo permanente.

Esta nueva alternativa de turismo surge de la necesidad de generar ingresos en cada una de las comunidades que han iniciado con esta actividad, un claro ejemplo de aquello inicia con la ruta del café en Jipijapa al sur de Manabí en la comunidad de Piscay, mismo que forma parte del proyecto de fortalecimiento institucional y grupos de acción local, para el desarrollo socio económico de esa provincia, una vez que este rinde frutos le sigue un proyecto similar en los alrededores de Cuenca, en el sector de Tarquí; específicamente en las comunidades de Chilcachapar, Chilcatoras, San Francisco, Parconoma, y la última la comunidad de el Verde.

A medida que esta actividad se incrementaba en el país, siguen apareciendo nuevos proyectos como el de San Miguel de Ibarra localizado en la Ruta del Valle del Chota a 35km de la "Ciudad Blanca" y a 89km de la "Centinela del Norte" aquí se puede conocer los siguientes atractivos, el mas importante la Laguna de Yaguarcocha, en este lugar se pueden realizar varios deportes de aventura como el Parapente, Jet Ski y el Kayapin, a más de disfrutar de las artesanías y su deliciosa gastronomía.

Dentro de esta misma provincia se encuentra el cantón Cotacachi las comunidades de Morochos, Chilcapamba, La Calera, Tunibamba, aquí se pueden apreciar los siguientes atractivos la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, el Lago de Quicocha antiguo cráter volcánico y el volcán Cotacachi. Esta actividad tiene más auge en el año 2001 cuando se comienza con las asociaciones de

turismo comunitario en la provincia de Azuay Inician la comunidad de Kushiwayra, Parcaloma, y Chilcatorra, estas surgen con un motivo primordial mejorara la calidad de vida de las personas que habitan en los diferentes lugares.

Posterior a este proyecto, en la provincia del Cañar existe otra asociación llamada Ally Tuta Manta Caguanapamba y Sisid la que pone en marcha esta actividad alternativa, está se encuentra ubicada en la parroquia de Ingapirca en las comunidades de Kaguanapamba y Sisid.

Un claro ejemplo del agroturismo y turismo comunitario es la comunidad de Salinas de Guaranda, que utiliza los recursos económicos para mejorar su calidad de vida, motivo por el cual es la pionera en varios ámbitos, y también es una gran poseedora de bellos parajes como el Diente del Inca, El sombrero Rumi y el Tiuginal. Avanzando en la historia esta la provincia de Chimborazo con la oferta turística de la Casa del Cóndor, la que esta conformada por varias familias, de Pulinguí, San Pablo la que está ubicada a 37km de la vía de los refugios del nevado que lleva su mismo nombre. En esta mismo provincia esta la comunidad de Guargualla, ubicada en el cantón de Guamote, al igual que la gran mayoría de estos proyectos la necesidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes es el motivo primordial para realizar estos proyectos y lograr que el lugar en el que viven la tierra tenga una mejor producción, seguido de esta se encuentra la provincia de Cotopaxi, con la comunidad de

Pastocalle que inicia sus funciones en el año de 2004, capacitando a los jóvenes para brindar un mejor servicio a los turistas que ingresan a esta parroquia la misma que se ubica en las faldas del Taita Ilinaza, el que ofrece al turista un hermoso paisaje y diversos atractivos como el volcán Cotopaxi, Los Ilinizas y la Cascada de Cununyacu, entre otros.

Con el pasar de los años se ha ido incrementado esta actividad en varias provincias del país como es el caso de Santa Lucía en Imbabura Ugshapamba en la provincia de Pichincha y Yungilla al Noroccidente de la misma¹⁵.

2.3 PROBLEMAS QUE AFECTAN AL AGROTURISMO

La época en la que vivimos hoy en día no favorece mucho a esta actividad turística, debido a que en la mayoría de países existe una gran cantidad de modernas edificaciones; colaborando a que en las ciudades actuales no haya áreas verdes, y a medida que la sociedad se sigue desarrollando tecnológicamente, provoca que los lugares verdes se sigan reduciendo.

Otro de los problemas que afecta al agroturismo es el de la contaminación; este es uno de los problemas que mas ataca a toda la actividad turística, por el cotidiano vivir el uso exagerado del agua, de los vehículos y la congestión hace que la gente busque el campo para relajarse pero al mismo tiempo también causa contaminación al botar basura.

¹⁵ Obtenido del INCA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura Septiembre 2008

Uno de los problemas más grandes que tenemos en esta actividad es que no tenemos un conocimiento adecuado en técnicas agropecuarias, este último ataca de manera contundente al sector de los campesinos. Y la falta de conocimiento hace que el agroturismo no cause mayor interés.

2.4 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA AGROTURÍSTICA

“Agroturismo” es una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de turismo.

Tiene cierto parecido al ecoturismo, pero no está en su propósito atraer turistas con la naturaleza, sino con paisajes cultivados. Este término es clave para hacer agroturismo es indispensable desarrollar primero una cultura de cultivos sanos y como consecuencia de su sanidad vegetal, cultivos eficientes, rentables y competitivos. Ningún turista querrá estar en una finca o hacienda mal cultivada, desordenada, con faltas de higiene, sin valor cultural o tecnológico.

Por esa razón, el orden lógico es el de aprender y educar a todos los involucrados en la puesta en práctica de una agricultura limpia, sana, productiva y si es posible, con valor agregado, para que este emprendimiento, con esas características, por si solo se vaya convirtiendo en algo digno de ser.

El uso de invernaderos para desarrollar cultivos de alta eficiencia y productividad es una buena práctica.

Ecuador es un centro turístico internacional debido a sus naturales atractivos concentrados en las Islas Galápagos; la Amazonía y la ruta del sol. Este singular conjunto de atractivos ha venido creciendo a la luz de la cultura ecológica que ha llevado a la humanidad de finales del siglo XX y los albores del siglo XXI a comprender, valorar, respetar, proteger y querer el medio ambiente.

En el interés turístico internacional también se encuentran los nevados; los lugares que aportan cultura arqueológica; los parques nacionales; los parques de recreación y la arquitectura de algunas ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil.

Simultáneamente con esta corriente turística surgen y crecen vertiginosamente demandas turísticas asociadas tales como agro-turismo, eco-turismo, turismo ecuestre, etc.

Las oportunidades derivadas del crecimiento sostenido de estas demandas deben ser aprovechadas para desarrollar atractivos turísticos realmente relevantes, con áreas diseñadas para los turistas (Senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, seguridad), que dejen en el turista una experiencia inolvidable, lo que quiere decir que allí debe haber cosas que ver y cosas que hacer.

Ese entorno debe tener cultivos dignos de filmar o fotografiar y un alto contenido cultural, ejemplo: diversos cultivos promisorios, rescate de especies nativas, especies medicinales, especies aromáticas, especerías, frutales y en general cultivos que disfrute el turista y que formen parte de sus inolvidables recuerdos, que represente valor hedónico.

En el lugar debe haber vivencias de allí. Vivencias características del lugar tales como comida típica, bebidas propias, dulces tradicionales, música autóctona, paseos (bicicleta, triciclo, caballo, bote, canoa), conversaciones con la gente del lugar, pesca, observación de animales silvestres, excursiones, en síntesis: que haya un aprendizaje positivo para que el turista se convierta en un entusiasta promotor y difusor del lugar.

El agro y eco turismo genera nuevos ingresos, educación turística, ambiental y agrícola y además enriquece a los involucrados.

Es importante tener en cuenta que Ecuador dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares que deben ser identificados como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas

agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales.

2.5 NUEVAS TECNOLOGÍAS AGRÍCOLAS

Un centro agroturístico es el producto de un proceso en el que los aspectos cultural y educativo juegan papeles decisivos y son el componente clave de su desarrollo.

Este proceso cultural involucra las innovaciones tecnológicas que aportan con toda su ciencia en los grandes logros de sanidad y productividad agropecuaria:

- Biotecnología,
- Trofobiosis,
- Alelopatía,
- Sistemas de germinación protegida,
- Sistemas de riego tecnificado,
- Sistemas de drenaje,
- Acolchamiento de suelos,
- Micro túneles para la producción de frutas hortalizas.
- Invernaderos para la producción de frutas y hortalizas.
- Invernaderos para la producción de forraje verde hidropónico para alimentación animal.
- Ganadería estabulada,
- Sistemas de secado y deshidratación para agregar valor a las producciones agrícolas,

- Producción de compost,
- Lombricultura,
- Diversas fases de agro industrialización,
- Modelos de manejo avícola,
- Otras producciones animales,
- Piscicultura,

LA AGRONOMÍA Y LA TIERRA

Los agrónomos estudian la manera de hacer el suelo más productivo. Ellos clasifican los tipos de suelo y los estudian para determinar si contienen sustancias vitales para el desarrollo de las plantas. Las sustancias nutricionales contienen compuestos de nitrógeno, fósforo y potasio entre otros. Si bien es cierto que el suelo generalmente carece de éstas sustancias en las cantidades demandadas por los cultivos, los fertilizantes pueden proveerlos. Los agrónomos estudian el movimiento de los nutrientes a través del suelo, los cuales son absorbidos por las raíces de las plantas.

Estudian también el desarrollo de las raíces y la estrecha relación que tienen con el suelo.

LA AGRONOMÍA Y EL TRABAJO

Cada ítem tratado en agronomía ofrece muchas posibilidades de trabajo, por ejemplo, la mayoría de estudios de manejo de la nutrición, fitosanitario, cultivares, entre otros se realiza en

condiciones templadas, y aunque hay estudios en regiones tropicales (e.g., CIAT), allí sigue adaptándose la tecnología desarrollada en regiones templadas. La pos cosecha es otro tema de mucho interés, porque es donde actualmente se generan las principales pérdidas en los sistemas productivos.

LA PRODUCCIÓN SUSTENTABLE

La agronomía moderna promueve el ejercicio de ésta disciplina aplicando un esquema sustentable, es decir, el aprovechamiento de los recursos naturales para la obtención de productos agrícolas, pecuarios y forestales debe hacerse en forma responsable, evitando que las prácticas agronómicas como el uso de agroquímicos, la irrigación, la labranza del suelo, la rotación de cultivos, etc. generen procesos que pongan en riesgo la calidad y disponibilidad a largo plazo de recursos tales como el agua, suelo, atmósfera y biodiversidad. La producción sustentable involucra asimismo el pago justo a quienes realizan las actividades agronómicas, a fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales. Lo que se quiere realizar en este proyecto es la implementación de agroturismo en donde la comunidad participe, y sea la principal benefactora de los ingresos que este proyecto deje, ya que lo que se quiere hacer es generar fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida de esta parroquia.

EL TURISTA

Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término 'visitante' puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente:

- 1) los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado,
- 2) los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y
- 3) los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que no son fáciles de analizar debido a las inconsistencias en las definiciones y clasificaciones utilizadas. Teniendo en cuenta esas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado permite recopilar los datos necesarios, mismos que serán analizados y procesados por el método estadístico, para de esta manera poder medir aceptación del servicio en el mercado. Este capítulo utilizará encuestas con una muestra de la población mediante la determinación del universo.

Una de las tendencias más importantes a nivel mundial en los últimos años ha sido el impresionante crecimiento de los servicios. Como resultado del aumento en los ingresos, en el tiempo libre y en la creciente complejidad de los productos que requieren servicios en el mundo.

Si hablamos de que los servicios están creciendo a un ritmo todavía más acelerado en la economía mundial, y constituyen la cuarta parte del valor de todo el comercio internacional. De hecho, diversas industrias de servicios desde bancos, aseguradoras y medios de comunicación, hasta transporte, viajes y entretenimiento ahora representan más del 60% de la economía de los países desarrollados de todo el mundo.

Las empresas deben considerar cuatro características especiales de los servicios la intangibilidad, la variabilidad, la inseparabilidad y la imperdurabilidad.

OBJETIVO GENERAL

Definir el mercado meta al que se va a dirigir el proyecto y el perfil de los futuros consumidores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el segmento del mercado meta.
- Analizar la demanda.
- Proyectar la demanda.
- Analizar la oferta.
- Analizar la oportunidad de mercado.

METODOLOGÍA

FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Las fuentes que se van a utilizar para la recopilación de la información es la recolección de datos secundarios, mismos que se obtendrán de libros, consultas entre otros, debido a que estos son muy buen punto de partida, ya que a menudo ayudan a definir problemas y los objetivos de la investigación sin embargo en casi todos los casos es necesaria la obtención de datos primarios.

Los datos primarios es una información se que obtiene para un propósito específico. Conjuntamente con la encuesta que es la principal herramienta para este proyecto.

La única técnica que se va a utilizar es la investigación por encuesta, debido a que este es uno de los medios de obtención de datos para poder obtener información descriptiva y permite a la gente enterarse de los conocimientos, actitudes, preferencias o comportamientos de compra de la gente muchas veces puede averiguarlo mediante la realización de preguntas directas a las personas. La principal ventaja de la investigación por encuesta es su flexibilidad porque se puede usar para obtener diversos tipos de información en muchas situaciones diferentes.

3. DETERMINACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para conocer la muestra a tomar es importante saber que tipo de muestreo se va a aplicar, en el momento de determinar el número de encuestas a realizar para lo cual, se tomará el universo total de la población del cantón de Chimbo para luego reducir a la gente que habita en la parroquia de La Magdalena.

FORMULA :

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

n= Tamaño de la muestra

σ = Nivel de confianza 95% (valor estándar 1.96)

N= Universo a utilizarse

e= Margen de error 5%

p= nivel de acierto

q= nivel de desacierto

$$n = \frac{3,84 \times 800 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times (800 - 1) + 3,84 \times 0.50 \times 0.50}$$

n= 260 encuestas

Dada la explicación completa el total de parroquias rurales de la provincia de Bolívar son 22 la población de las mismas es 126.102 habitantes, en cada cantón existen 5731 habitantes; y en cada parroquia existen alrededor de 800 habitantes de donde se deduce entonces que de este total se elaborarán 260 encuestas para poder obtener una mejor información con datos y resultados reales, el mismo que nos ayudo a conseguir lo requerido¹⁶.

3.1 ENCUESTA PILOTO

Esta estuvo estructurada por 20 preguntas, mismas que se aplicaron a un grupo de 30 personas y se realizaron parte en Quito y parte en el sector de La Magdalena gracias a la ayuda de personas de este lugar. Donde se hicieron varias sugerencias y

¹⁶ Datos obtenidos del INEC del año 2009, y de la dirección provincial de Bolívar.

se eliminaron preguntas que no eran necesarias para el estudio, logrando de esta manera obtener la encuesta definitiva.

3.2 ENCUESTA DEFINITIVA

Esta estuvo conformada por 9 preguntas de las cuales, una parte de las encuestas se realizó en agencias de viajes en donde se pudo observar que un 5% de los visitantes del sector de La Magdalena son de Quito, el resto de las encuestas se las realizaron allá gracias al apoyo de amistades que actualmente residen en las cercanías de este lugar.

La encuesta ha sido elaborada para satisfacer todas las dudas que se presentarán dentro del proyecto.

3.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

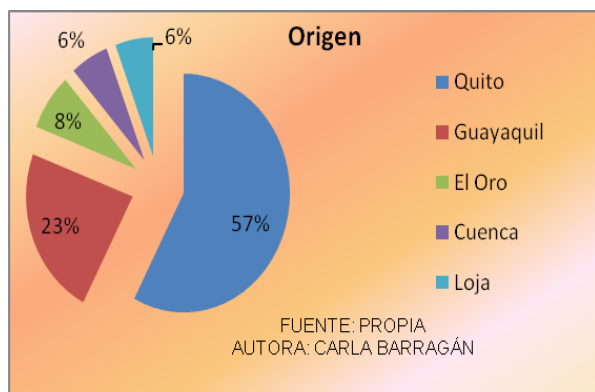
De acuerdo a la información recabada se determina las siguientes situaciones:

Lo importante es saber la nacionalidad y la edad de las personas encuestadas. Puesto que estos datos son fundamentales.

DATOS GENERALES

¿CUAL ES SU LUGAR DE ORIGEN?

GRÁFICO #6

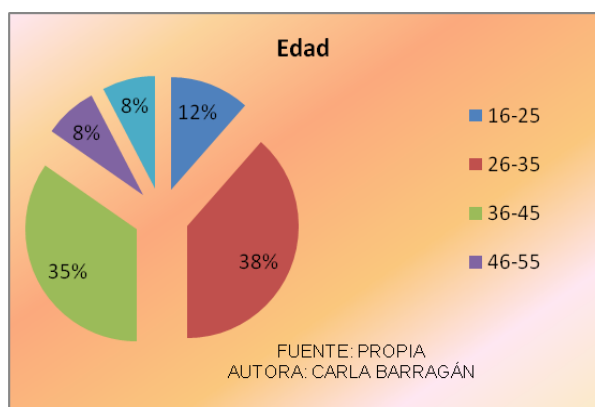


Origen	Encuestados	%
Quito	150	58
Guayaquil	60	23
El Oro	20	8
Cuenca	15	6
Loja	15	6
TOTAL	260	100

En estos datos generales específicamente es importante conocer el lugar de origen de las personas encuestadas mismos que muestran con un 58% que son de Quito, un 23% de Guayaquil, El Oro con un 8% y Cuenca y Loja con el 6%.

¿QUÉ EDAD TIENE?

GRÁFICO #7

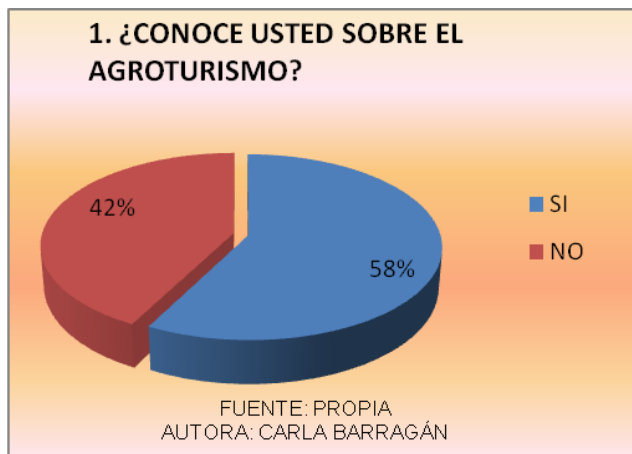


Edad	Encuestados	%
16-25	100	38
26-35	30	12
36-45	90	35
46-55	20	8
Más de 55	20	8
TOTAL	260	100

En el dato general de la edad podemos ver que el rango con más alto porcentaje es el de 16-25 años con el 38% seguido por el

rango de 26-35 años con el 35%, lo que nos da un total idóneo para poder realizar el proyecto.

GRÁFICO #8



CONOCIMIENTO	ENCUESTADOS	%
SI	150	58
NO	110	42
TOTAL	260	100

En la pregunta uno con respecto al conocimiento del agroturismo se afirma que el 57% de los encuestados está familiarizado con este término y el 42% no lo está.

GRÁFICO #9

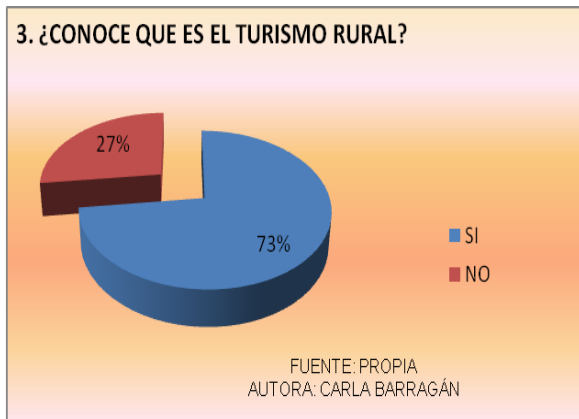


Lugares de Práctica	Encuestados	%
UGSHAPAMBA	75	29
YUNGUILLA	76	29
NARANJITO	61	23
SANTA LUCÍA	48	18
TOTAL	260	100

En lo referente a la pregunta dos se resume que el mayor porcentaje referente a las comunidades conocidas que realicen esta actividad esta, encabezando UGSHAPAMBA con el 29%,

YUNGUILLA es el siguiente con el 29%, NARANJITO con el 23% y finalmente SANTA LUCIA con el 18%.

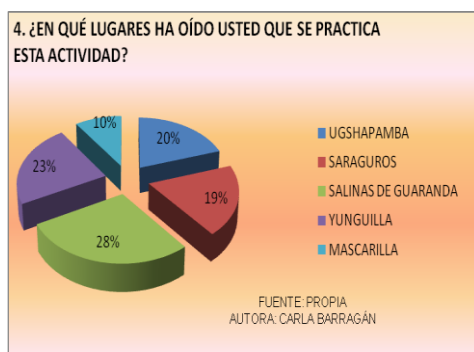
GRÁFICO #10



Conocimiento	Encuestados	%
SI	190	73
NO	70	27
TOTAL	260	100

La pregunta tres confirma que más del 73% tiene conocimiento básico de lo que es el turismo rural pero se encuentra un particular que de las personas encuestadas que respondieron que no con el 27% conocen o por lo menos mencionan varias comunidades que practican esta actividad.

GRÁFICO #11

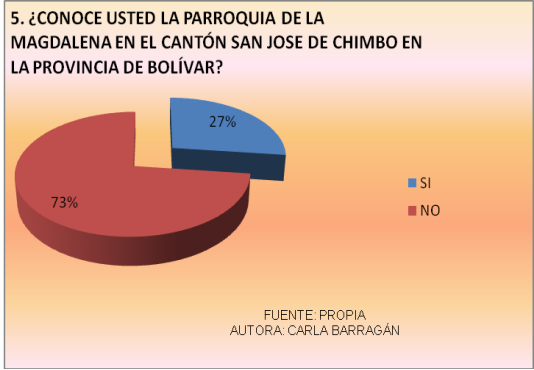


Actividad Turística	Encuestados	%
UGSHAPAMBA	52	20
SARAGUROS	50	19
SALINAS DE GUARANDA	73	28
YUNGUILLA	60	23
MASCARILLA	25	10
TOTAL	260	100

En la pregunta cuatro es muy evidente que de las personas encuestadas la gran mayoría con el 28% menciona a SALINAS DE

GUARANDA como una de las mayores comunidades que ha sabido hacer del agroturismo y del turismo comunitario su economía mas estable a mas de mencionar también que esta comunidad es una de las mayores exportadoras de chocolate y quesos al mundo entero, así como también mencionan que esta comunidad utiliza esos mismos ingresos para mejorar su calidad de vida, el resto de comunidades no son conocidas.

GRÁFICO #12

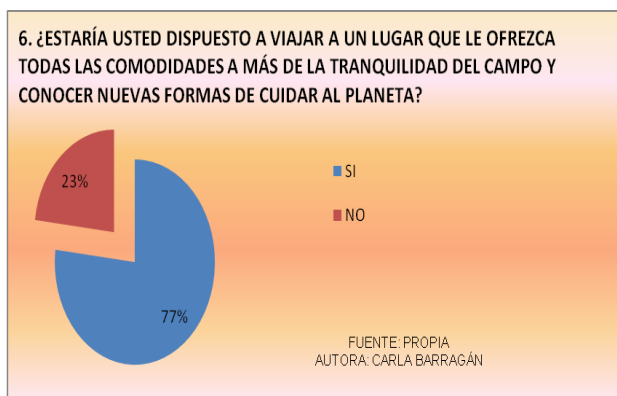


Conocimiento	Encuestados	%
SI	70	27
NO	190	73
TOTAL	260	100

En la pregunta cinco es completamente evidente, que de la totalidad de los encuestados más del 73% no conoce el cantón de Chimbo y mucho menos la parroquia de LA MAGDALENA, como tampoco sabe en donde está ubicada, siendo este uno de los inconvenientes más grandes que tiene el cantón, mismo que les ha aislado por completo de surgir económicamente; puesto que a pocos metros de este cantón se encuentra ubicado el Santuario del Huayco uno de los mayores atractivos turísticos de la provincia de Bolívar. Seguida por un 27% que conoce muy poco y que comenta que la accesibilidad a este lugar no es tan buena, pese a que con el transcurso de los años se ha logrado tener

mayor apertura para lograr entrar a este cantón y conjuntamente a su parroquia.

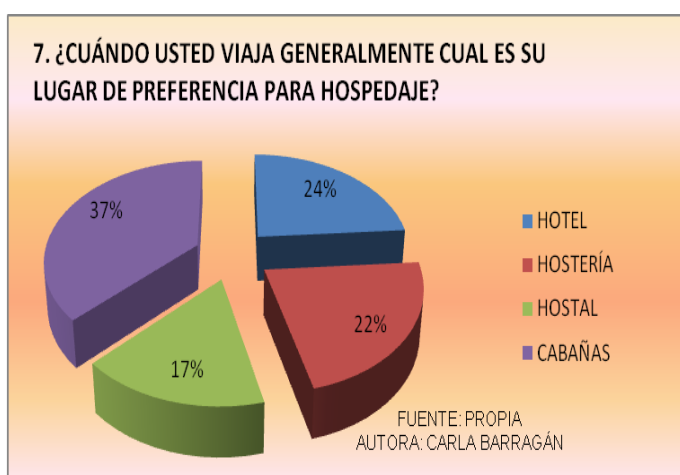
GRÁFICO #13



Conocimiento	Encuestados	%
SI	200	77
NO	60	23
TOTAL	260	100

En la pregunta seis se ve que el 77% de los encuestados están dispuestos a viajar por obtener una experiencia diferente a la típica que tienen en la ciudad, mientras que el 23% no está dispuesto a viajar y prefiere tener la comodidad de su hogar.

GRÁFICO #14

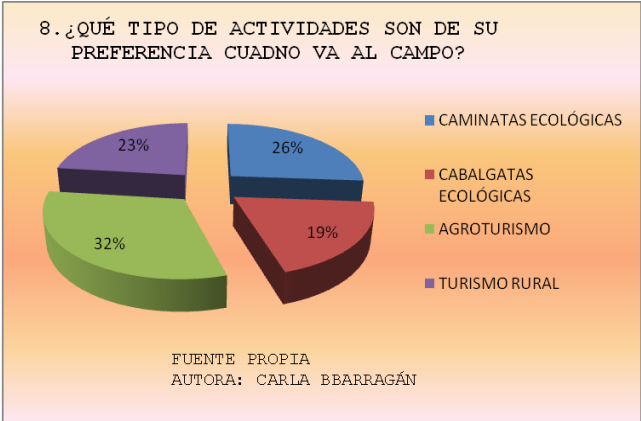


Preferencias	Encuestados	%
HOTEL	62	24
HOSTERÍA	58	22
HOSTAL	43	17
CABAÑAS	97	37
TOTAL	260	100

Con respecto a la pregunta siete de la mayoría de los encuestados con el 37% se afirma que el lugar más solicitado

para alojarse son CABAÑAS, seguida por HOTEL con el 24% y las HOSTERIAS con el 22% de los sitios más votados para el alojamiento, ya finalmente con el 17% la HOSTAL, según comentarios obtenidos por los encuestados.

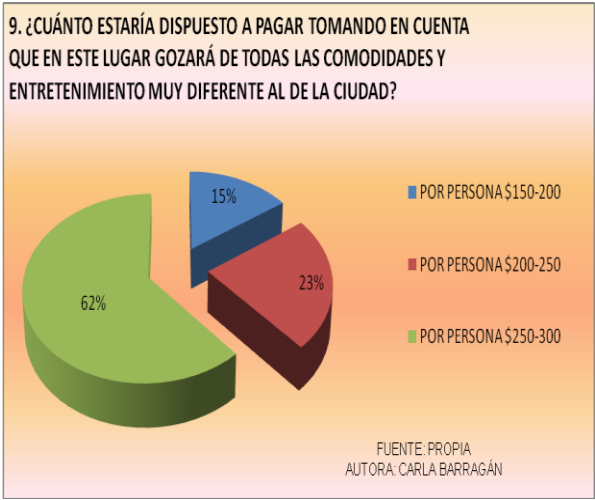
GRÁFICO #15



Gustos	Encuestados	%
CAMINATAS ECOLÓGICAS	68	26
CABALGATAS ECOLÓGICAS	50	19
AGROTURISMO	82	32
TURISMO RURAL	60	23
TOTAL	260	100

En la pregunta número ocho la actividad que prefieren realizar muchos de los encuestados por curiosidad es el AGROTURISMO con el 32%, seguida muy de cerca por las CAMINATAS ECOLÓGICAS con el 26%, EL TURISMO COMUNITARIO con el 23% de los encuestados que prefieren esta actividad por que dicen que con esto comparten mas de las actividades que varias de nuestras culturas practicaban anteriormente. Y por último con el 19% las CABALGATAS ECOLÓGICAS ya que mucha genta afirma no tener información de cómo se realiza esta actividad.

GRÁFICO #16



COSTOS	Encuestados	%
POR PERSONA \$150-200	40	15
POR PERSONA \$200-250	60	23
POR PERSONA \$250-300	160	62
TOTAL	260	100

En la pregunta número nueve se observa que más del 62% está dispuesto a pagar \$250-300, por un paquete que incluye el transporte, el alojamiento y las tres comidas seguido por el 23% de los encuestados que está dispuesto a pagar \$200-250 por persona, y por último el 15% de los encuestados está dispuesto a pagar \$150-200 por persona.

3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR
UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El mercado es Ecuador, la región sierra provincia de Bolívar cantón San José de Chimbo con menos de un millón de habitantes ubicado en la zona rural ya que el proyecto se desarrollará en la parroquia de La Magdalena.

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

LUGAR DE ORIGEN

Este es el segmento del mercado al que va dirigido el proyecto, que va enfocado a turistas nacionales y extranjeros.

EDAD

La edad es muy importante ya que el al mercado que vamos es a personas desde los 26 años hasta los 45 años de edad, ya que se ha propuesto este proyecto para empresas y la familia principalmente.

ASPECTOS PSICOGRÁFICOS

CAPACIDAD DE GASTO

Este va dirigido a personas con capacidad de gasto media alta, y que estén dispuestos a pagar un valor determinado por concepto de estadía con alimentación y transporte.

ASPECTOS CONDUCTUALES

GUSTOS Y PREFERENCIAS

Este va dirigido a personas que les gusten los deportes y las actividades de campo y de convivencia a más de que le guste tener nuevas experiencias a más de que tengas deseos de volver.

Variables del Perfil del consumidor			
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	ASPECTOS PSICOGRÁFICOS	ASPECTOS CONDUCTUALES
ECUADOR	QUITO, GUAYAQUIL, EL ORO Y CUENCA	\$250 - \$300	PREFERENCIA DE AGROTURISMO
	EDADES DE 26 A 45 AÑOS	\$200 - \$250	CAMINATAS

3.5 TURISTAS EXTRANJEROS

A la provincia de Bolívar han ingresados un total de 64794 turistas entre nacionales y extranjeros de los cuales al cantón de Chimbo han ingresado 9256 visitas en el mes de junio y en el mes de mayo 1621 visitas de los cuales 231 son extranjeros y 198 nacionales lo que quiere decir que del total de turistas que ingresan al Ecuador solo el 14% de estos visita la provincia de Bolívar y solo un 2% visita el cantón de Chimbo ya sea por el atractivo principal que es el santuario del Huayco¹⁷.

3.6 SEGMENTACION DE MERCADO

Este ayuda a dividir un mercado en grupos más pequeños de distintos compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos.

Como el marketing de segmentos ayuda a aislar segmentos amplios que constituyen un mercado y adaptar la oferta de marketing de modo que coincida con las necesidades uno o más segmentos.

¹⁷Datos obtenidos del gobierno provincial de Bolívar página web.

Dividido en demográficas edades de 16-55 y nacionalidad, misma que divide al mercado y son más fáciles de medir psicográficas dividen al mercado en grupos diferentes según su estilo de vida su clase social.

3.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Muchos de los turistas que ingresan a nuestro país, viajan a las provincias más conocidas o a lugares donde pueden realizar actividades similares que practican en su país, o tan solo por conocer nuevos destinos y tener nuevas experiencias.

Varias empresas se mantienen en la idea de que mientras más clientes haya cumplen con los objetivos de producción de la misma, aduciendo que este es un punto de vista muy limitado, siendo la demanda la que se establece en un límite superior; en donde el precio de un producto o servicio está en contra de los beneficios de poseerlo, lo importante es fijar el precio y así entender la relación entre demanda y producto¹⁸.

Es importante mencionar que el proyecto posee una gran demanda debido a los datos obtenidos de las encuestas haciendo referencia a que la mayoría de los encuestados, han dicho que están interesados en conocer el sector específicamente la parroquia y la hacienda de La Magdalena por las actividades que

¹⁸ Tomado del libro de Philip Kotler, fundamentos de marketing, 2006

en este lugar se ofrecen y a más por las técnicas innovadoras para cuidar al planeta y demás servicios.

Así como también se describen los atractivos que se encuentran alrededor del sector; conjuntamente con el Santuario del Huayco que es uno de los más visitados en el lugar.

Una vez que se recopiló toda la información y por ende, dados los resultados de las encuestas se determina viable el proyecto con un 77% de aceptación.

3.7.1 DEFINICIÓN DE LA DEMANDA

Es aquella que significa estar dispuesto a comprar, misma que refleja una intención de acción. Un agente de demanda es el deseo de algo y lo adquiere al tener los recursos necesarios para el acceso a él¹⁹.

3.7.2 DEMANDA HISTÓRICA

De acuerdo a los datos obtenidos en el gobierno provincial de Bolívar en donde nos supieron dar una mayor información fue en salinas de Guaranda ya que en este lugar tienen un registro de los turistas que entran a la provincia tanto nacional como extranjera, según esta información los datos son los siguientes:

¹⁹ Tomado del libro de Philip Kotler, fundamentos de marketing, 2006

En el año 2005 el ingreso total de turistas fue de 1851 de los cuales 925 eran extranjeros hablando en porcentaje un 50% de turistas extranjeros ingresa solo al cantón de Chimbo por el Santuario de la Virgen del Huayco.

En el año 2006 se registran 2314 turistas de los cuales 578 son extranjeros dando un porcentaje del 25% de turistas que van únicamente al cantón, en el 2007 hay un incremento bastante importante según nos comentan los pobladores ya que en este año se logro mejorar su calidad de vida debido a los ingresos económicos obtenidos por el turismo aquí nos indican que fueron alrededor de 3085 turistas que visitaron este cantón de los cuales 1028 eran extranjeros.

En el 2008 existe un ingreso de 4628 turistas de los que 2314 son extranjeros y en el año 2009 existe la misma cantidad registrada.

3.7.3 DEMANDA ACTUAL DE TURISTAS

En el año actual solamente hasta el mes de mayo se registran 11347 visitantes de los que 231 son extranjeros, con estos datos podemos decir que del 14% que visita esta provincia solo un 2% visita y conoce el cantón de Chimbo.

3.7.4 PROYECCION DE LA DEMANDA

Aquí en este punto se utilizará el método de los mínimos cuadrados, mismo que consiste en el agrupamiento de datos históricos.

La fórmula a utilizar es: $y = a + bX$

En donde a-b son las constantes

X-y son las variables.

AÑO	TURISTAS ²⁰	B	X=B-x'	Y= y-y'	X ₂	XY
2005	1200	0	-2	-771	4	1542
2006	722	1	-1	-1344	1	1344
2007	1370	2	0	-696	0	0
2008	3471	3	1	1405	1	1405
2009	3471	4	0	1405	4	2810
TOTAL	10329	0	0	-1	10	7101

AUTORA: Carla Barragán

Fuente: DATOS HISTÓRICOS OBTENIDOS DE LA PÁGINA DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE BOLIVAR

$$Y' = \frac{10329}{5} = 2066 \quad X' = \frac{\sum B}{5} = \frac{10}{5} = 2$$

$$a = 2066$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{7101}{10} = 710$$

$$Y_{2010} = 10329 + (7101 * 5) = 45.834$$

$$Y_{2011} = 10329 + (7101 * 6) = 52.935$$

²⁰ Datos obtenidos de la página web del gobierno provincial de Bolívar sección visitas por años actualizado al 2010.

$$Y_{2012}=10329+ (7101*7)=60.036$$

$$Y_{2013}=10329+ (7101*8)=67.137$$

$$Y_{2014}=10329+ (7101*9)=74.238$$

$$Y_{2015}=10329+ (7101*10)=81.339$$

Proyección de la demanda es a 10 años, el último dato se obtiene de la multiplicación de $7.101 *10= 71.010+10.329=81.339$.

3.7.5 DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO

Según los datos que arrojó la investigación tanto de las encuestas como de la demanda turística se puede decir que el proyecto tiene una gran aceptación más aún por la gente que habita en este lugar, ya que dicen que este proyecto mejorará su calidad de vida a más de ayudar a generar fuentes de trabajo a la misma comunidad.

Por parte de los encuestados existe una gran expectativa, por las actividades y nuevas técnicas que se van a llevar a cabo en este proyecto. Recalcando también que existe una demanda alta en este cantón por sus atractivos; uno de los principales el Santuario del Huayco uno de los más visitados y en parte una fuente primordial de turistas para el proyecto ya que luego de conocer este Santuario, para poder descansar vendrían a la parroquia y a la hacienda de La Magdalena. Lo cual sería una gran ventaja pese a que este lugar "Santuario del Huayco" es la competencia.

Y a más de ser el primer proyecto dentro de la parroquia y el único en el sector, se puede decir que por esta razón el proyecto tiene una gran acogida y una buena oportunidad en el mercado.

3.8 ANALISIS DE LA OFERTA

En este punto es muy importante mencionar que debido a que este lugar no cuenta con la infraestructura necesaria es un diamante en bruto a la cual se puede moldear en base a las necesidades y demanda de los turistas.

3.8.1 DEFINICIÓN DE LA OFERTA

Este tiene que ver con los términos en los que las empresas que desean producir y vender sus productos. Al igual que en el caso de la demanda, al distinguir entre demandar y comprar ahora se precisa la diferencia entre ofrecer y vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

La información sobre la cantidad ofrecida de un bien y el precio aparece recogida en la tabla de la oferta. La tabla de la oferta individual en cambio recoge las distintas cantidades que un productor desea ofrecer para cada precio, por cada precio, por unidad de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes²¹.

²¹ Tomado del libro de Philip Kotler, fundamentos de marketing, 2006

Tomando en cuenta que la calificación es del 1-5 en donde 1 es malo y 5 es excelente.

3.8.2 OPORTUNIDAD DE MERCADO PARA EL PROYECTO

Existe una oportunidad rentable para el proyecto puesto que no hay oferta en el lugar aunque se podría decir que el competidor más fuerte es el Santuario del Huayco, pero en el sitio, no se ha realizado un proyecto de esta magnitud, por lo que no existe competencia para el mismo, razón por la cual no se cuenta con la oferta histórica de las visitas hacia este lugar.

CUADRO COMPARATIVO					
LUGAR	ACTIVIDADES	DISTRACCIÓN	PAISAJES	SERVICIOS	COSTOS
MIRADOR DE COCHAMBAMBA	2	3	5	2	2
MUSEO	4	5	1	2	2
SANTUARIO DEL HUAYCO	3	3	4	2	3
LA HACIENDA DE LA MAGDALENA	5	5	5	4	4

ELABORADO POR: CARLA BARRAGÁN

Para poder medir si la demanda está satisfecha o insatisfecha se ha elaborado este cuadro comparativo, el mismo que nos permitirá definir si los turistas se sienten cómodos con el proyecto, para lo cual se ha tomado la base del ingreso de los turistas extranjeros en el año 2010 al Cantón de Chimbo con un total de 227 Turistas una cantidad relativamente baja pero que con el desarrollo del proyecto se espera cumpla con las expectativas de los turistas y esta cantidad sea mas grande y se llegue a una demanda satisfecha.

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING

INTRODUCCIÓN

El objetivo del marketing es conocer y entender tan bien al cliente, que el producto o servicio pueda ser desarrollado y ajustado a sus necesidades de manera tal que se venda solo. Las ventas, en cambio, comprenden solamente las acciones impulsadas por la empresa con el objeto de lograr la salida de sus productos, y obtener el dinero producto de la transacción. No se preocupa de las necesidades particulares del consumidor.

Más allá de las definiciones, lo importante es comprender que el concepto moderno del marketing se debe orientar hacia el consumidor, no es sinónimo de ventas y debe ser dinámico, con amplia participación de todos los integrantes de la empresa para adaptarse a la realidad de los mercados²².

En consecuencia, el marketing debe tener en cuenta:

- Lo que quiere el cliente.
- Cuándo lo quiere.
- Dónde lo quiere.
- Cómo quiere comprarlo.

²² Kotler, Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall, 1.985

- Quién realmente quiere comprarlo.
- Cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por él.
- Por qué puede querer comprarlo.
- Qué estrategia utilizaremos para que finalmente se decida a comprarlo.

PLAN DE MARKETING DEFINICIÓN

Lo que buscamos es posicionar el proyecto para que sea conocido tanto a nivel nacional como internacional, para esto hemos buscado las estrategias adecuadas para llegar al objetivo.

Para lo cual hemos visto la necesidad de mejorar la infraestructura del lugar, y posterior a esto buscar las debidas alianzas con el ente principal de turismo "El Ministerio de Turismo" y los diversos operadores de turismo, generando un sistema de comisiones por un número determinado de pasajeros que lleguen al proyecto a más de mejorar la señaletica de la zona para que los turista sepan como llegar, luego de lograr estos objetivos será necesaria la implementación de una página web donde consten todos nuestros servicios, actividades y distintos tours.

OBJETIVO GENERAL

Definir las estrategias que se van a utilizar en el proyecto para la promoción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Buscar alianzas estratégicas para el desarrollo del proyecto.
- Analizar las estrategias que se van a poner en práctica.
- Buscar el apoyo de las fundaciones para poner en marcha al proyecto.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

En este capítulo la metodología a emplearse será la de fuentes secundarias en donde se buscará la mayor cantidad de información para el desarrollo del mismo.

A más de buscar la información en otras fuentes como planes de marketing que se han elaborado anteriormente.

4. ESTRATEGÍAS DE MARKETING

Las estrategias de Marketing deben ser precisas, ya que de ellas depende el éxito que se quieren alcanzar dentro del proyecto.

Es muy importante que la imagen del lugar en donde se va a realizar el proyecto tenga lo necesario para que las familias y los turistas que visiten este sitio se sientan satisfechos con todos los servicios que puedan recibir.

El sector en donde se va realizar el proyecto se encuentra en la actualidad completamente en obra muerta, motivo por el cual lo que se quiere realizar es la implementación de agroturismo y

turismo rural; con alojamiento y estacionamiento para que la gente se sienta cómoda y al mismo tiempo tranquila dentro del lugar.

Las estrategias que se van a implementar son:

- Se implementara señalética turística para que la gente que visite el proyecto sepa cómo llegar al mismo.
- Obtener la ayuda del Ministerio de Turismo para la promoción de nuestro proyecto.
- Realizar convenios con los distintos operadores de turismo principalmente de la ciudad de Quito. En este punto es importante mencionar que los convenios a realizar se basaran principalmente con incentivos para los operadores que nos ayuden con la promoción del proyecto.
- Se tomará en cuenta las temporadas bajas para la oferta de precios únicos hasta una fecha límite.
- Se pondrá en oferta las promociones de grupos, ya sean estos estudiantes, grupos de empresas, personas de la tercera edad, y grupos grandes de turistas extranjeros.
- Se generarán fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector.

4.1 ANÁLISIS DEL PROYECTO

En capítulos anteriores este proyecto tiene como objetivo principal mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en el sector de La Magdalena.

Es oportuno describir que se va a realizar en el proyecto, específicamente el producto que se va a ofrecer, que es la oferta del agroturismo conjuntamente con turismo rural en donde se brindará al turista alojamiento, alimentación (típica de la zona), y una variedad de actividades, en donde los turistas podrán disfrutar de los atractivos turísticos de la provincia, del cantón y del sector; para esto es necesaria la promoción del mismo.

- El producto consta de 3 hectáreas de terreno, mismas en donde se construirá, las 6 cabañas con capacidad para 6 a 10 personas; también se construirá un centro médico en donde se mezclará la medicina tradicional con la medicina occidental a más de que contará con un parqueadero en donde el turista, o los buses puedan estacionarse dentro del lugar y se sientan más seguros.
- La construcción de las instalaciones se realizará con materiales acorde con la zona para poder disfrutar de un entorno más natural, mismas que brindarán el servicio de mayor calidad; comodidad al turista que proporciona una distinción para el posicionamiento en el mercado turístico.

- Este sector dispone de una variedad de espacios de recreación donde los turistas van a poder conectarse con la naturaleza y también puedan interrelacionarse con la cultura de este lugar.
- Se contará con el apoyo del siguiente personal:

PERSONAL DE APOYO PARA EL PROYECTO	
COCINA	1 COCINERO Y 2 ASISTENTES DE COCINA
RESTAURANT	2 MESEROS
GUÍAS	4
AGROTURISMO	1 AGRÓNOMO Y EL APOYO DE LA COMUNA
CENTRO MEDICO	1 MEDICO GENERAL, 1 CURANDERO, 1 SHAMAN
GUARDIAS	2
Arquitecto	1

Todo este personal a contratar para el proyecto estará completamente capacitado para que ayude al turista a satisfacer todas las dudas.

- Las actividades turísticas que se van a realizar son cabalgatas y caminatas ecológicas, agroturismo y turismo rural, a más de gozar de las visitas al Santuario del Huayco y a otros atractivos que rodean el sector, lo que le dará al turista una sensación de convivencia y comunicación con la gente del sector y la naturaleza.
- Los implementos que se van a necesitar para las diferentes actividades estarán constantemente en revisión para cada una de las disciplinas.

- La competencia directa es el Santuario Huayco ya que a este lugar llega la mayor parte de turistas, motivo por el cual se desea atraer la misma cantidad de turistas al lugar de desarrollo del proyecto.
- Mejorar la calidad de vida de las personas del sector.
- Y las ganancias obtenidas del proyecto.

Esta variable es altamente competitiva, y rentable debido a que en este sector no hay esta clase de actividades a más de la competencia que tenemos con el Santuario del Huayco, ya que debido a su inmensa infraestructura y su atractivo en si recibe a diario visitas de turistas nacionales y extranjeros y la razón principal del proyecto es generar fuentes de trabajo y tener día tras día la mayor cantidad de turistas.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se determina un precio fijo real de \$300 mismo que se obtuvo en las encuestas realizadas a las diferentes personas que han sugerido este valor por un paquete que consta de:

- cinco días y cuatro noches (por persona).
- Actividades turísticas con guía.
- Entrada al Santuario del Huayco.

Un precio fijo real de \$250 mismo que se obtuvo en las encuestas realizadas a las diferentes personas que han sugerido este valor

para los turistas nacionales y extranjeros por un paquete que consta de:

- cuatro días tres noches (por persona).
- Actividades turísticas con guía.

Estos valores se extraen del estudio de mercado y del análisis de los costos de vida en este sector, conjuntamente con los gastos administrativos.

El mercado al que está dirigido es al turista extranjero y nacional primordialmente sean estos grupales o individuales, debido a que es importante la satisfacción de los turistas.

Por este motivo se determina que el proyecto se desarrolle en este sector, debido a que el terreno pertenece al Doctor Gonzalo Coronel.

Este proyecto permitirá la conservación de los atractivos de la zona, y el desarrollo económico de la misma.

En cuanto a la promoción; lo primero es establecer convenios principalmente con los operadores de turismo para que estos nos ayuden dirigiendo a los turistas a este lugar.

Es vital que para el desarrollo del proyecto se busque el apoyo de fundaciones para de esta manera lograr un mejor desarrollo tanto para el proyecto como para la gente que habita en la zona.

Es importante diseñar una página web en donde el turista pueda observar lo que nuestro proyecto ofrece, obviamente tendrá los números telefónicos y fotos de los lugares a visitar, para que de esta manera se logren reservaciones por internet para poder ganar más mercado.

4.2 VENTAJAS DEL PROYECTO

Para este proyecto la ventaja que existe es la de tener un lugar con el espacio suficiente para el desarrollo del mismo.

Lo que permite reducir costos, a más también de contar con el apoyo de las personas que habitan en el sector.

La ubicación del terreno es privilegiada y se cuenta con una vía de acceso en muy buen estado.

4.3 DESVENTAJAS DEL PROYECTO

Una de las principales desventajas del proyecto es la carencia de los servicios básicos y la falta de señalética turística para el acceso al lugar a más de no contar con el debido financiamiento.

4.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

El proyecto es el único en la zona, que posee esta actividad lo que indica que el mismo es factible.

CONCLUSIÓN

La ubicación del proyecto es estratégica, a más de contar con varios recursos naturales que llaman la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

Otra de las conclusiones que se determinan es el apoyo de las fundaciones reconocidas para poder sacar adelante al proyecto.

Por último se define que los convenios con los operadores de turismo son vitales para el proyecto, ya que estos ayudarán a generar el ingreso de turistas que se esperan en el futuro.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

INTRODUCCIÓN

El estudio administrativo, representa uno de los aspectos importantes del proyecto, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios²³.

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos del proyecto, por otra parte se definen

²³ **Autor:** Trabajo de Club Planeta Julio 2008

otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos²⁴ con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta perjudicial por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria y perjudicada.

En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que el momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre a una apreciación subjetiva de la realidad. No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la práctica la mejor recomendación

²⁴ Estudio Administrativo..., un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión *Mtra. María Elvira López Parra, Mtra. Jesús Nereida Aceves López, Mtra. Adriana Pellat, Mtra. Claudia Puerta página 1 2008.

para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metodología que abarque lo cualitativo en lo cuantitativo.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis que permita obtener la información para la determinación de los aspectos organizacionales del proyecto y los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las metas de nuestro proyecto.
- Analizar profundamente los cargos funcionales que se van a poner en el organigrama.
- Determinar los profesionales que vamos a seleccionar para el proyecto.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

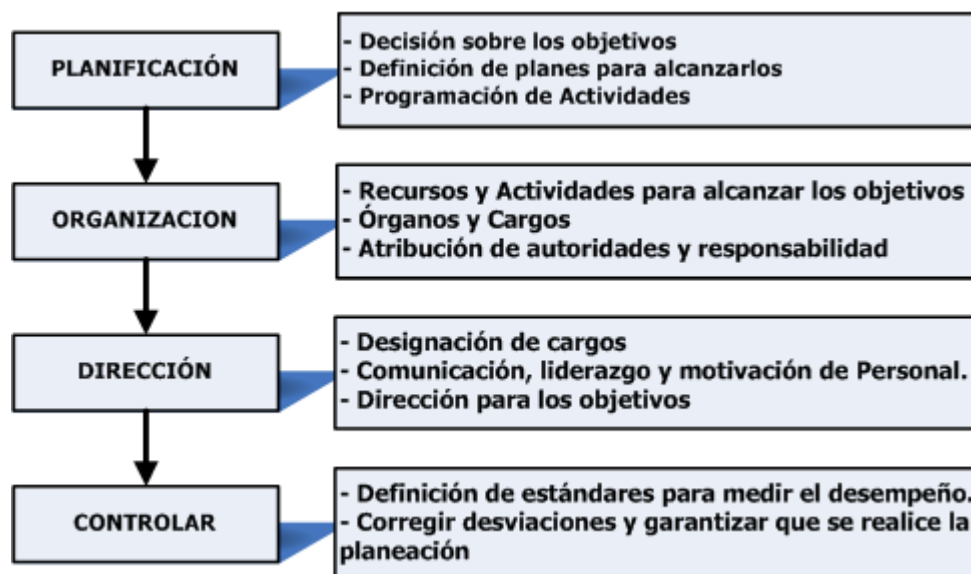
En este capítulo la metodología que se va a emplear es la de fuentes secundarias basándonos en libros y notas tomadas de los primeros semestres de la carrera.

5. PROCESO ADMINISTRATIVO

El Proceso Administrativo, con elementos de la función de Administración como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar y

Controlar. Dentro de este concepto, algunos autores Clásicos y neoclásicos adoptan al Proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus Cuatro Elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

GRÁFICO #17



Fuente: Anzola 2002

5.1 PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

La planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. Una vez definida la planeación estratégica es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responderse ¿quién lo hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?, y para lograr esto se recomienda aplicar los componentes de la planeación como son:

Misión: Que identifique el propósito de la organización más la exigencia social. Una clara Misión sirve de fundamento a la toma de decisiones.

Visión: La empresa debe identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre al negocio y sus líderes para establecer los nuevos retos.

Objetivos: Una vez identificada la visión y misión, el empresario debe establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.

Políticas: Definen el área de trabajo para tomar decisiones, pero no dan la decisión; dan lineamientos. Generalmente toda política es establecida por el dueño de cada empresa. Puedan ser internas, externas, originadas y jerárquicas. (Anzola, 2002)

Estrategias: Las estrategias denotan un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos hacia el logro de objetivos generales. Es el plan básico que se traza para alcanzar los objetivos organizacionales y ejecutar así su misión. (Rodríguez, 2000)

Valores: Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito. (Rodríguez, 2000).

Análisis FODA: Es una herramienta útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. Esta se logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marca posibles evoluciones exitosas de la

organización y permite que el nivel gerencia de la empresa reflexione sobre ella y conozca mejor la organización a la que pertenece.

5.2 MISIÓN DEL PROYECTO

La misión, es mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector de La Magdalena; para de esta manera incrementar ingresos económicos. Y dar al turista un buen servicio y de esta manera aumentar el nivel turístico en el sector y en el país.

5.3 VISIÓN DEL PROYECTO

La visión del proyecto es ser mejor lugar turístico con mayor acogida en el país.

5.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Enseñar a los turistas los atractivos de este sector de una manera dinámica y educativa.
- Lograr la rentabilidad del proyecto para que en un futuro este sea el sustento de las parroquias cercanas al sector.
- Generar el mayor ingreso económico al país.
- Generar fuentes de trabajo para los habitantes del sector.

5.5 POLÍTICAS DEL PROYECTO

Este punto tiene una interrelación con los objetivos del proyecto y son las siguientes:

- El personal deberá siempre atender al turista de una manera amable y gentil. Así como también el mismo debe estar plenamente capacitado para poder atender de la mejor manera al turista.

- Para nuestro proyecto será importante la opinión del turista después de haber tomado el servicio.
- Mantener siempre con letreros los espacios que van a ser visitados por los turistas.
- Se deberán realizar reuniones con todo el personal final del día para evaluar las actividades realizadas en el día y de esta manera corregir errores presentes y futuros.
- Se debe tener un libro de visitas, en donde los turistas puedan firmar y poner sus opiniones sobre el lugar.

5.6 VALORES DEL PROYECTO

Este tiene como fin establecer una relación organizada entre el personal y el proyecto, es importante mencionar que la equidad y la solidaridad serán nuestros valores base conjuntamente con la responsabilidad.

A más de comprometerse a fondo con el proyecto para poder cumplir a cabalidad los objetivos.

5.7 ANALISIS DEL FODA DEL PROYECTO

Para este punto se debe tomar en cuenta todas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

GRÁFICO #18



5.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO

La estructura organizacional del proyecto estará diseñada de la siguiente manera:

GRÁFICO #19



Fuente: Propia

5.9 PERFIL PROFESIONAL DEL PERSONAL DEL PROYECTO

EL GERENTE GENERAL

Como todos sabemos este es el representante legal del proyecto, y la cabeza principal que toma todas las decisiones y acciones que se van a realizar dentro del proyecto.

Para este puesto solo necesitaremos a una persona.

PERFIL

- Debe tener un título mínimo de tercer nivel, tener conocimiento en finanzas, administración y turismo o áreas afines.
- Ser líder y tener capacidad de control.
- Experiencia en manejo de personal.
- Edad de 35 años en adelante.

GERENTE ADMINISTRATIVO

Esta es la persona responsable de llevar las finanzas del proyecto a mas de dirigir el proyecto, tienen la difícil tarea de manejar correctamente los recursos del proyecto; a más de que debe verificar que las actividades del proyecto se desarrollen en su totalidad y que las mismas mejoran día a día, aumentando la rentabilidad del proyecto y las ganancias del mismo. Necesitamos una persona.

PERFIL

- Título profesional mínimo de tercer nivel en administración de proyectos.
- Experiencia en manejo de empresas.
- Muy buena presencia.
- Tener conocimientos básicos en contabilidad y finanzas.

- Una experiencia mínima de 2 años.

GERENTE ADMINISTRATIVO OPERATIVO

Este puesto está destinado al control del personal principalmente, tiene la labor del manejo del personal y de planificar específicamente las actividades del proyecto. (1 persona).

PERFIL

- Título profesional en áreas turísticas y empresariales.
- Experiencia mínima de tres años en el manejo de establecimientos turísticos o lugares afines.
- Actitud para el manejo de personal y llevar nómina.

COCINERO

Esta será la persona encargada de ayudarnos con los platillos que degustarán los turistas que visiten nuestro proyecto. (1 persona).

PERFIL

- Tener título de chef, debe tener conocimiento de la gastronomía ecuatoriano (requisito obligatorio).
- Excelente presencia.
- Tener una experiencia mínima de 4 años.

- Tener disponibilidad para viajar.

INGENIERO AGRONOMO

Esta persona principalmente nos va a ayudar directamente en las actividades productivas del proyecto, a más de capacitar al personal de la comunidad con las técnicas más recientes en cultivo. (1 persona).

PERFIL

- Título profesional en Agronomía de preferencia recién graduado.
- Conocimiento de fertilización de la tierra y técnicas de cultivo.
- Capacidad de liderazgo.
- Disponibilidad de viaje.

PERSONAL DE GUIANZA

Este cargo es el más importante dentro del proyecto, ya que este personal nos apoyará básicamente con el desarrollo de las actividades que se van a realizar dentro del proyecto, a más de ser nuestra carta de presentación dentro del proyecto. (1 persona).

PERFIL

- Tener título profesional de guía y la licencia de guía nacional.
- Tener conocimientos básicos de flora y fauna del lugar.
- Excelente presencia.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Facilidad de palabra.
- Capacidad en control, dirección y manejo de grupos.

PERSONAL DE SEGURIDAD

Este puesto estará encargado de velar por la seguridad de los visitantes del proyecto y cuidar los bienes del mismo. (1 persona).

PERFIL

- Bachiller.
- Excelente presencia.
- Tener buen estado físico.
- Excelente visión.
- Residir en el lugar donde se realiza el proyecto.
- Trabajo por turnos.

5.10 BASE LEGAL Y ORGANIZACIONAL

En el país existe una normativa sobre las actividades turísticas, según la Ley de turismo en el artículo nueve dice "el registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda"²⁵.

Con lo referente al proyecto, se menciona que dentro del mismo el terreno que se va a ocupar para el desarrollo del proyecto pertenece a una de las personas que vivió en el sector; por lo tanto según la Ley de turismo capítulo IX titulado patrimonio autónomo se debe aplicar para el funcionamiento del mismo los artículos del 40-41²⁶.

Es importante mencionar que el patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador, que estará conformado por el Ministerio de Turismo.

²⁵ Ley de turismo promulgada en el registro oficial 118 del 28 de enero de 1997.

²⁶ Artículo 40 literal a) la contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo La Ley de Turismo.

Artículo 41 el patrimonio autónomo gozará de exoneraciones y franquicia postal y aduanera para sus importaciones "en caso de que las hubiera" La Ley de turismo.

A más de que el proyecto debe ofrecer al turista un parqueadero, áreas verdes, un lugar donde descansar, los servicios básicos; entre ellos agua, luz, teléfonos y también baterías sanitarias para hombres y mujeres.

En donde funcione el inmueble turístico debe tener cerramiento.

COMPAÑIAS ANONIMAS

Requisitos:

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público²⁷.

Son aplicables a esta compañía los requisitos del nombre, la solicitud de aprobación, el objeto social y el origen de la inversión, no obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los requisitos antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. Cabe mencionar que el capital puede ser en efectivo o bienes

²⁷Dato tomado de la Superintendencia de Compañías 2011.

inmuebles que estén dentro de la actividad que se desarrolle dentro del proyecto o la compañía.

Antes de obtener el certificado del registro y la licencia anual de funcionamiento es necesario presentar al Ministerio de Turismo la siguiente documentación:

- Copia certificada de la escrituras de la constitución de la compañía.
- Nombramiento del representante legal.
- Registro único de contribuyente.
- La cédula de ciudadanía del representante legal.
- Lista de precios firmada por el interesado.
- Título de propiedad²⁸

²⁸Ministerio de turismo Gerencia Nacional de Recursos Turísticos D.N°7 Arq. Hv.

ROL DE PAGOS DE LOS TRABAJADORES DEL PROYECTO

Región: Parroquia La Magdalena cantón San José de Chimbo		ROL DE PAGOS PROYECTO DE AGROTURISMO EN EL SECTOR DE LA MAGDALENA									MES DE JULIO 2010		
Trabajador	cargo	N° Días trabajados	INGRESOS				EGRESOS			UTILIDAD	DEDUCCIÓN	FIRMA	
			SALARIO UNIFICADO	13 SUELDO	14 SUELDO	TOTAL DE INGRESOS	% APORTE IESS	PRESTAMO AL IESS	PRESTAMO A LA EMPRESA	IMPUESTO A LA RENTA	TOTAL LIQUIDO RECIBIDO	DE ALIMENTACIÓN, EDUCACIÓN Y SALUD	DE TODOS LO TRABAJADORES
Dr. Coronel	Administrador	30	1.000			1.000	94	0	0	NO	906		
Nicolás Moreano	Técnico Agrónomo	15	350			350	56	0	0	NO	294		
Fabricio Egas	Médico	15	300			300	56	0	0	NO	244		
Juan Diego Poveda	Cocinero	30	800			800	75	0	0	NO	725		
Melva Reyes	Asistente de cocina 1	30	264			264	33	0	0	NO	231		
Carlos Villalema	Seguridad 1	30	350			350	33	0	0	NO	317		
Daniel Vélez	Seguridad 2	30	350			350	33	0	0	NO	317		
Carla Barragán	Operaciones	20	400			400	37	0	0	NO	363		
Diana Grijalva	Guía	20	400			400	37	0	0	NO	363		
Andrea Gaibor	Guía	20	400			400	37	0	0	NO	363		
Vanessa León	Guía	20	400			400	37	0	0	NO	363		
Manuel Guamán	Jefe de la comuna	30	400			400	37	0	0	NO	363		
María Tenesaca	Asistente 1	30	350			350	33	0	0	NO	317		
Rosa Canora	Asistente 2	30	264			264	37	0	0	NO	317		
Verónica Utreras	Mesera 1	30	264			264	33	0	0	NO	317		
Pedro Guamán	Shaman 1	30	300			300	33	0	0	NO	317		
Segundo Rosero	Shaman 2	30	300			300	33	0	0	NO	317		
TOTAL		440	6.892			6.892	734	0	0		4849		

CAPÍTULO VI

ESTUDIO TÉCNICO

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se determina todo lo que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, a más de describir de una manera profundo la ingeniería del proyecto, como este se va distribuir. El objetivo de aquí es diseñar como se desarrollara.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diseño del proyecto que no genere tantos impactos ambientales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar una maqueta del proyecto.
- Definir las áreas que se van a utilizar.
- Especificar el lugar en donde se va a realizar el proyecto.

METODOLOGÍA DEL CAPITULO

La metodología que se va a emplear en este capítulo será la de observación y el de las fuentes secundarias es decir buscar la información en libros también.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

6. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El lugar en donde se va a desarrollar el proyecto, es en la provincia de Bolívar; en el cantón de San José de Chimbo que se encuentra al sur occidente de la provincia de Bolívar.

Bolívar es una provincia del centro de Ecuador, en la cordillera occidental de los Andes. Su capital es la ciudad de Guaranda. La Provincia de Bolívar se llama así en honor al Libertador Simón Bolívar. Tiene una extensión de 3.254 km², lo que lo convierte en una de las provincias más pequeñas del Ecuador. No tiene elevaciones importantes, a excepción del Volcán Chimborazo que se encuentra parcialmente en esta provincia.

Tiene una población total de 176.088 habitantes mismos que se dedican a la cría del ganado y a la agricultura.

GRÁFICO #20



**MAPA OBTENIDO DE LA PÁGINA DEL
GOBIERNO PROVINCIAL DE BOLÍVAR**

6.1 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto va a estar localizado específicamente a diez Kilómetros del santuario del Huayco, al suroccidente de la provincia.

El cantón de San José de Chimbo tiene aproximadamente 5371 habitantes mismos que como mencione en el inciso anterior, se dedican principalmente a la cría del ganado y actividades agrícolas, es muy importante mencionar que este cantón se caracteriza también por ser muy laborioso, debido a que se dedica a la elaboración de las artesanías, alfarería y a la pirotecnia; ya que en las fiestas del Taita Carnaval sus castillos son los más solicitados. En el sector de La Magdalena

esta gente se dedican a varias de estas actividades, pero le dan más importancia a la actividad agrícola.

GRÁFICO #21



MAPA TOMADO DE LA PÁGINA
WWW.VIAJANDOX.COM

6.1.1 ¿EL POR QUÉ DE LA UBICACIÓN DEL PROYECTO?

El proyecto se ubico en este sector debido a que en este lugar hay un terreno de 3 hectáreas que pertenece al Dr. Coronel, mismo que habito en el sector hace varios años atrás.

Y se dio cuenta de que en el lugar la calidad de vida de los habitantes no es buena, a más de querer generar fuentes de trabajo para los habitantes de este sector. Por este motivo existe la necesidad de utilizar su terreno para implementar el agroturismo y el turismo comunitario, para de esta manera lograr que la gente se integre al proyecto; para incrementar los

ingresos económicos del sector y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

6.2 SUELO

Según el resultado del análisis, se ha determinado que el suelo del terreno del proyecto es (Franco, Arcilloso y Arenoso). El nitrógeno es bajo con un porcentaje del 0.15%, el fósforo es alto con el 25%, el Potasio es alto con 0.81%, con un contenido alto de materia orgánica equivalente al 3.08% tiene textura arcillosa y a mas es arenosa.

6.3 CLIMA

El clima de este sector al estar ubicado en la región interandina, posee un clima templado.

La temperatura oscila entre los 16 y 22°C con precipitaciones no muy abundantes, lo que caracteriza a este sector es la presencia de pisos para poder cultivar principalmente maíz.

6.4 TOPOGRAFÍA

El terreno del proyecto es pendiente la cerca que rodea al terreno es viva lo que quiere decir que existen árboles sembrados para proteger el terreno.

6.5 SERVICIOS BÁSICOS

El lugar en donde se va a realizar el proyecto contará con todos los servicios, es decir energía eléctrica, que se implementara con la ayuda de una planta de energía.

El agua que va a estar encarrilada mediante tuberías para un mejor funcionamiento del proyecto y ahorro del líquido vital.

Y el teléfono ya que este nos ayudará a comunicarnos de mejor manera, pero principalmente para poder ofrecerle al turista el mejor servicio.

6.6 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Este proyecto se lo ha realizado con el fin de que este sea sustentable se requerido de la ayuda de un Ingeniero Agrónomo ya que este nos ayudará con las pautas necesarias para poder lograr que la tierra sea más fértil y también nuevas técnicas de cultivo, a más de capacitar a la gente de la comunidad para poner en práctica las nuevas técnicas para hacer que el suelo sea más productivo.

A más de necesitar un Ingeniero turístico para poder planificar de una mejor manera las actividades que se van a realizar dentro del proyecto, es importante mencionar que también se tendrá que capacitar a la comunidad para que se de el mejor servicio al turista y también que la comunidad sepa y este de acuerdo; esto

es vital dentro del proyecto ya que solo con el apoyo de la comunidad se logrará que el proyecto salga a flote.

6.7 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Para el desarrollo del proyecto es necesario tener personal altamente capacitado ya que de estos depende el que el proyecto sea sustentable, es muy importante que el personal de este proyecto tenga conocimientos altos en las actividades turísticas y agrícolas, a más del cuidado y manejo de especies tales como los caballos.

A más de que vamos a necesitar que el personal que viva en el sector, es decir la comunidad que nos va a colaborar en el proyecto, mismos que velarán por la seguridad del proyecto y a mantener limpio el lugar.

6.8 INGENIERIA DEL PROYECTO

6.8.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS DEL PROYECTO

Debido a que este es un proyecto innovador dentro del sector, ya que le brindaremos al turista el mejor servicio, a más de transmitir una relación de convivencia para que el extranjero tenga una agradable experiencia.

6.8.1.1 SECCIÓN DE PARQUEO

Esta sección estará destinada para los buses y vehículos que ingresen al centro de convenciones, para brindarle al turista la mayor seguridad posible.

CARACTERÍSTICAS

Tendrá señalización para que cada vehículo sepa en donde parquearse, a más de contar con la seguridad necesaria para el cuidado de los mismos.

6.8.1.2 CABAÑAS

Serán seis cabañas distribuidas de tal forma que no existan molestias entre cabaña y cabaña.

CARACTERÍSTICAS

Las cabañas serán construidas con materiales de la zona. Las mismas tendrán capacidad de 6 a 10 personas. Estas tendrán una distribución equitativa, cada cabaña contara con tres dormitorios y un baño más una pequeña sala.

6.8.1.3 ÁREA DE AGROTURISMO

Esta área estará delimitada únicamente para que los turistas compartan con la gente de la de la comunidad, misma en donde se

podrá observar las nuevas técnicas agrícolas que se emplearan dentro del proyecto.

CARACTERÍSTICAS

En este lugar será ocupada la tierra para el sustento del proyecto ya que se sembrará y se cosechará los productos tradicionales de la zona y a más se intentará introducir nuevas especies en plantas.

6.9 DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL PROYECTO

OCUPACIÓN ÁREAS DEL PROYECTO		
ÁREA	UNIDAD	CANTIDAD
ÁREA ADMINISTRATIVA	m2	68
CABAÑAS	m2	408
TOTAL	m2	476

6.10 CONSTRUCCIONES Y COSTOS DE LAS AREAS DE PROYECTO.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	m2	68	280	19.040
CABAÑAS	m2	408	280	114.240
			Total	133.280

ÁREA ADMINISTRATIVA				
ÁREA	CANTIDAD m2	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
68 m2	30	área de cobro	280	8.400
	38	bodega	280	10.640
TOTAL				19.040

ÁREA DE CABAÑAS				
ÁREA	CANTIDAD m2	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
408 m2	408	cabañas	280	114.240
TOTAL				114.240

6.11 GRÁFICO DEL PROYECTO

GRÁFICO #22



Fuente: Propia/ Elaboración: Dr. Gonzalo Coronel

CAPÍTULO VII

ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA

INTRODUCCIÓN

Se estiman los costos fijos y variables, en donde los costos fijos son aquellos que no se ven afectados por el volumen de turistas que se reciben por mes. Son costos variables los servicios básicos como la luz, agua, teléfono, Internet y cable y otros como los sueldos. Cabe recalcar que dichos costos siempre se van a incurrir hasta en períodos que no exista transacciones comerciales de por medio.

OBJETIVO GENERAL

Comprobar con este estudio, la factibilidad financiera del proyecto para ejecutarlo y generar inmediatamente fuentes de trabajo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la rentabilidad del proyecto.
- Comprobar la viabilidad del proyecto.
- Generar fuentes de trabajo.
- Mejorar la calidad de vida de los pobladores.
- Incrementar la economía del lugar.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

En este capítulo la metodología que se va a utilizar es la aplicación de lo aprendido en la materia de formulación de proyectos.

7. INVERSIÓN

Para poder calcular la rentabilidad del proyecto, es necesario tomar en cuenta la inversión inicial, la cual equivale a \$ y que incluye los costos de construcción así como el costo de los permisos de construcción y funcionamiento necesarios requeridos. Del total de la inversión inicial, el 40% representa la inversión propia ya que corresponde al valor del terreno en donde se construirá las cabañas y el centro médico, mientras que el 60% restante se adquiriría mediante un préstamo bancario con un 12% de interés en pagos trimestrales en un plazo de 5 años.

TOTAL DE ACTIVOS DEL PROYECTO

CONCEPTO	TOTAL
Activos fijos	218.229
Activos intangibles	800
Capital de trabajo	83.056
Inversión Total	302.085

7.1 TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terrenos	45.000
Edificaciones	133.280
Maquinaria y Equipos	250
Muebles y Enseres	8.692
Equipos de oficina	2.027
Vehículos	28.980
Inversión Total	218.229

7.1.1 RECURSOS PROPIOS

7.1.1.1 TERRENOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
terreno	has	3	15.000	45.000
			TOTAL	45.000

7.2 ACTIVOS FIJOS

7.2.1 EDIFICACIONES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	m2	68	280	19.040
CABAÑAS	m2	408	280	114.240
			Total	133.280

7.2.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Equipos para la agricultura	1	250	250
		Total	250

7.2.3 MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Muebles	96		
Camas de 2 plazas y media	6	150	900
Camas de 2 plazas	18	115	2.070
Literas	18	150	2.700
Mesas de noche	30	25	750
Cómodas	24	75	1.800
Escritorios	2	62	124
Basureros	8	6	48
Basureros para reciclaje	2	56	112
Archivador	2	94	188
		Total	8.692

7.2.4 EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Teléfonos	4	80	320
computadoras	1	630	630
registradora	1	328	328
impresora fax	1	120	120
televisores	1	629	629
		Total	2.027

7.2.5 VEHÍCULOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Vehiculos	2	14.490	28.980
		TOTAL	28.980

7.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

7.5.1 INTRODUCCIÓN

Para poder emprender un proyecto el dinero es muy necesario, a más de que se debe contar con un buen capital lo que en este caso favorece al proyecto es que se cuenta con el terreno en donde se va a desarrollar el mismo, pero fuera de esta ventaja se necesita obtener dinero por otras fuentes tales como:

- Bancos
- Financieras
- Cooperativas de ahorro
- Inversionistas privados
- Organismos no gubernamentales
- Gobierno (mediante el Banco Nacional del Fomento)

Fuera de esto existen otros organismos Tales como el PYMES²⁹ y el OCDE³⁰ lo que es una gran ayuda ya que los países que pertenecen a la MERCOSUR pueden acceder a este préstamo con el 70% y el 90%. Con un capital aproximado desde \$20.000 hasta \$400.000.

Las ventajas de este préstamo son:

- Financiamiento: ayudan con el debido asesoramiento.
- Empleo: que mejoraría la calidad de vida de la gente que vive cerca del proyecto.

²⁹ PYMES PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS 2010

³⁰ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO datos obtenidos de la Wikipedia 2010

- Tecnología: Lo que brindará los fondos necesarios para la investigación, por lo que es necesaria la asociación con universidades y otras empresas.

Los préstamos ofrecidos por los bancos y financieras son muy solicitados; pero es importante mencionar que la banca tradicional no ofrece créditos para comenzar una empresa por los riesgos que esto implica, varias investigaciones han demostrado que un 80% de las personas que quieren iniciar un negocio recurren a las banca y un 20% lo hace con recursos personales ya que estos son más fáciles de obtener; a más de la existencia de falta de información, para poder desarrollar este proyecto se tomará en cuenta dos fuentes indispensables:

- Fuentes propias en donde se hace mención al terreno y a los inversionistas que desean aportar.
- Fuentes ajenas donde se solicitará ayuda al banco.

7.5.2 OBJETIVO

Determinar la viabilidad financiera del proyecto, para de esta manera verificar que la inversiones realizadas puedan ser recuperadas en un tiempo determinado y si se podrá obtener utilidades.

7.5.3 INFORMACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

Esto únicamente permite obtener la información que para el desarrollo ayudará a extraer lo que se a el proyecto sea útil.

Esto ayudará a extraer lo que sea relevante para la situación y evolución económica de la realidad del proyecto, lo que en este caso, los avances de la tecnología en esta última década son muy importantes.

Mediante este análisis y los respectivos cálculos se podrá deducir si el proyecto tendrá la rentabilidad deseada o no.

7.5.4 ELEMENTOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Está conformado por los siguientes elementos:

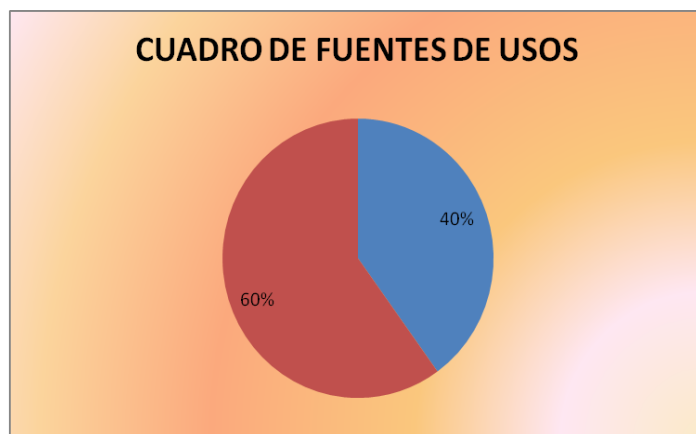
- Activos fijos
- Activos tangibles
- Activos diferidos

Mismos que permiten analizar si el proyecto es viable o no, con excepción del capital de trabajo.

7.5.5 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Para financiar la Inversión Total del proyecto se ha asignado el 40% de recursos propios y el 60% en recursos ajenos.

GRÁFICON #23



Elaborado por: Carla Barragán

7.5.6 CUADRO DE FUENTES Y USOS

DESCRIPCIÓN	VALOR	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Terrenos	45.000	22	9.900		
Edificaciones	133.280			27	35.986
Maquinaria y Equipos	250	3	8	3	378
Muebles y Enseres	8.692	3	261		
Equipos de oficina	2.027			30	608
Vehículos	28.980	5	1.449		
Activos diferidos	800	5	40		
Capital de Trabajo	83.056	2	1.661		
TOTAL	302.085	40	13.318	60	36.972

Elaborado por: Carla Barragán

En este cuadro se encuentra detallada la inversión que se requiere para que el proyecto se pueda desarrollar, asignando porcentajes para cada uno de los recursos tanto propios como ajenos, motivo por el cual la maquinaria y equipos, y equipos de oficina se lo realizará con fuentes externas por ser los rubros más altos, y el resto con recursos propios.

7.6 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.6.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	63.277
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	11.764
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.904
GASTOS DE VENTAS	780
GASTOS FINANCIEROS	36.972
TOTAL	117.697

7.6.2 COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN

7.6.2.1 MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
semillas	kilogramos	10	7,47	75
humus	quintal	150	3,75	563
			TOTAL	637

7.6.2.2 MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Guías	Sueldo	12	400	4.800
Guías	Sueldo	12	400	4.800
Guías	Sueldo	12	400	4.800
Guías	Sueldo	12	400	4.800
Cocinero	Sueldo	12	264	3.168
Asistente de Cocina 1	Sueldo	12	264	3.168
Mesera 1	Sueldo	12	264	3.168
Guardia 1	Sueldo	12	350	4.200
Guardia 2	Sueldo	12	350	4.200
Limpieza 1	Sueldo	12	264	3.168
Limpieza 2	Sueldo	12	264	3.168
Shaman 1	Sueldo	12	300	3.600
Shaman 2	Sueldo	12	300	3.600
Administrador	Sueldo	12	1.000	12.000
			TOTAL	62.640

7.6.3 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

7.6.3.1 MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR TRIMESTRAL	VALOR TOTAL ANUAL
Médico	Empleado	1	300	1.200
Ing. Agrónomo	Empleado	1	350	1.400
			TOTAL	2.600

7.6.3.2 INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Materiales de limpieza	varios	10	27	270
Gasolina	galones	1.500	1,50	2.250
Materiales de oficina	varios	5	65	325
			TOTAL	2.845

7.6.3.3 DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIONES													
DETALLE	AÑOS DE VIDA ÚTIL	INVERSIÓN INICIAL	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
edificaciones	20	133.280	5	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664	6.664
maquinaria y equipo	10	250	10	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
muebles y enseres	10	8.692	10	869	869	869	869	869	869	869	869	869	869
equipos de computación	3	630	33,3	210	210	210							
vehículos	5	28.980	20	5.796	5.796	5.796	5.796	5.796					
TOTAL				13.564	13.564	13.564	13.354	13.354	7.558	7.558	7.558	7.558	7.558

7.6.3.4 REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL	%	VALOR
Edificaciones	133.280	2	2.666
Muebles y Enseres	8.692	2	174
Equipos de oficina	2.027	2	41
Vehículo	28.980	2	580
TOTAL			3.460

7.6.3.5 SEGUROS

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL	%	VALOR
Edificaciones	133.280	3	3.998
Muebles y Enseres	8.692	3	261
Equipos de oficina	2.027	3	61
Vehículo	28.980	3	869
TOTAL			5.189

7.6.3.6 GASTOS ADMINISTRATIVOS

7.6.3.6.1 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
ÚTILES DE OFICINA	Varios	5	65	150	1.800
ÚTILES DE LIMPIEZA	Varios	10	27	300	3.600
TOTAL					5.400

7.6.3.6.2 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
PAGO DE LUZ	KWH	800	0,15	120	1.440
PAGO DE TELÉFONO	Minutos	350	0,15	53	630
PAGO DE AGUA	m3	70	0,76	53	638
GAS	Cilindros	5	1,60	8	96
TOTAL					2.804

7.6.3.7 GASTOS DE VENTAS

7.6.3.7.1 UNIFORMES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
GORRAS CON LOGOTIPOS	SEMESTRAL	12	3,30	40
CAMISETAS CON LOGOTIPOS	SEMESTRAL	19	3,99	48
CHALECOS CON LOGOTIPOS	SEMESTRAL	14	17	204
DELANTALES CON LOGOTIPOS	SEMESTRAL	4	8	96
PANTALONES	SEMESTRAL	19	5	60
			TOTAL	447

7.6.3.7.2 PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
DIFUSIÓN EN PROGRAMAS TURÍSTICOS	MENSUAL	1	50	600
TRÍPTICOS	MENSUAL	250	15	180
			TOTAL	780

7.6.3.8 GASTOS FINANCIEROS

Estos son los intereses que deberán ser pagados en relación con los capitales obtenidos en el préstamo. Los gastos se han establecido en base a los recursos ajenos que se necesitan para el desarrollo del proyecto.

Mismos que ascienden a \$36.972 que equivale al 60%; mientras que la tasa de interés será del 12% anual en pagos trimestrales por un plazo de 5 años.

PERÍODOS	VALOR INICIAL	INTERÉS	CUOTA	PAGO CAPITAL	SALDO INSOLUTO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL
1	36.972	1.109	2.485	1.376	35.596		
2	35.596	1.068	2.485	1.417	34.179		
3	34.179	1.025	2.485	1.460	32.719		
4	32.719	982	2.485	1.504	31.216	4.184	5.756
5	31.216	936	2.485	1.549	29.667		
6	29.667	890	2.485	1.595	28.072		
7	28.072	842	2.485	1.643	26.429		
8	26.429	793	2.485	1.692	24.737	3.462	6.479
9	24.737	742	2.485	1.743	22.994		
10	22.994	690	2.485	1.795	21.199		
11	21.199	636	2.485	1.849	19.350		
12	19.350	580	2.485	1.905	17.445	2.648	7.292
13	17.445	523	2.485	1.962	15.483		
14	15.483	464	2.485	2.021	13.463		
15	13.463	404	2.485	2.081	11.381		
16	11.381	341	2.485	2.144	9.238	1.733	8.207
17	9.238	277	2.485	2.208	7.030		
18	7.030	211	2.485	2.274	4.756		
19	4.756	143	2.485	2.342	2.413		
20	2.413	72	2.485	2.413	1	703	9.237
TOTALES		12.730	49.702	36.972			

7.7 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia Prima	637	669	703	738	775	813	854	897	941	989
Mano de obra directa	62.640	65.772	69.061	72.514	76.139	79.946	83.944	88.141	92.548	97.175
Mano de obra indirecta	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600
Insumos	2.845	2.987	3.137	3.293	3.458	3.631	3.813	4.003	4.203	4.414
seguros	5.189	5.449	5.721	6.007	6.308	6.623	6.954	7.302	7.667	8.050
Reparación y Mantenimiento	3.460	3.229	3.229	3.229	3.229	3.229	3.229	3.229	3.229	3.229
Depreciación	13.564	13.564	13.564	13.354	13.354	7.558	7.558	7.558	7.558	7.558
Amortización	160	160	160	160	160					
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	91.095	95.650	100.432	105.454	110.727	116.263	122.076	128.180	134.589	141.318
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640	62.640
Suministros de Oficina	5.400	5.670	5.954	6.251	6.564	6.892	7.237	7.598	7.978	8.377
Servicios Básicos	2.804	2.945	3.092	3.246	3.409	3.579	3.758	3.946	4.143	4.351
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	70.844	71.255	71.685	72.138	72.612	73.111	73.635	74.184	74.762	75.368
GASTOS DE VENTAS										
Uniformes	447	447	447	447	447	447	447	447	447	447
Publicidad	780	819	860	903	948	995	1.045	1.098	1.152	1.210
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	1.227	1.266	1.307	1.350	1.395	1.442	1.492	1.545	1.599	1.657
GASTOS FINANCIEROS										
Gastos Financieros	4.184	3.462	2.648	1.733	703					
TOTAL DE GASTOS FINANCIEROS	4.184	3.462	2.648	1.733	703					
TOTAL	167.351	171.632	176.073	180.675	185.437	190.817	197.203	203.909	210.950	218.343

PROYECCIÓN DE COSTOS

Para proyectar los costos a partir del segundo año se considera el 5% para cada rubro.

Durante los diez primeros años del proyecto los costos fijos totales se mantienen tales como: Mano de obra indirecta, gastos administrativos y gastos de ventas, mientras que los gastos financieros van disminuyendo, ya que se va pagando el interés. Mismos que ascienden a \$167.351.

7.8 INGRESOS DEL PROYECTO

Estos tendrán como base el volumen de ventas proyectadas a lo largo de la vida útil del proyecto y el precio establecido para el mismo período.

PAQUETES TURÍSTICOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Paquetes de 5D 4N	220	224	229	233	238	243	248	253	258	263
Precio	300	306	312	318	325	331	338	345	351	359
Ingresos por Ventas	66.000	68.666	71.441	74.327	77.330	80.454	83.704	87.086	90.604	94.264
Paquetes de 4D 3N	210	214	218	223	227	232	236	241	246	251
Precio	250	255	260	265	271	276	282	287	293	299
Ingresos por Ventas	52.500	54.621	56.828	59.124	61.512	63.997	66.583	69.273	72.071	74.983
MEDICINAS										
Vista	25	26	26	27	27	28	28	29	29	30
Precio	1,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	25	26	27	28	29	30	32	33	34	36
Estómago	50	51	52	53	54	55	56	57	59	60
Precio	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Ingresos por Ventas	100	104	108	113	117	122	127	132	137	143
Hígado	25	26	26	27	27	28	28	29	29	30
Precio	5,00	5	5	5	5	6	6	6	6	6
Ingresos por Ventas	125	130	135	141	146	152	159	165	172	179
Huesos	50	51	52	53	54	55	56	57	59	60
Precio	10,00	10	10	11	11	11	11	11	12	12
Ingresos por Ventas	500	520	541	563	586	609	634	660	686	714
Riñones	25	26	26	27	27	28	28	29	29	30
Precio	15,00	15	16	16	16	17	17	17	18	18
Ingresos por Ventas	375	390	406	422	439	457	476	495	515	536
Gastritis	37	38	38	39	40	41	42	43	43	44
Precio	15,00	15	16	16	16	17	17	17	18	18
Ingresos por Ventas	555	577	601	625	650	677	704	732	762	793
Sangre de Drago	25	26	26	27	27	28	28	29	29	30
Precio	9,50	10	10	10	10	10	11	11	11	11
Ingresos por Ventas	238	247	257	267	278	290	301	313	326	339
Mashua	37	38	38	39	40	41	42	43	43	44
Precio	7,50	8	8	8	8	8	8	9	9	9
Ingresos por Ventas	278	289	300	313	325	338	352	366	381	396
MERMELADAS										
Mora	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	3,00	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Ingresos por Ventas	36	37	39	41	42	44	46	48	49	51
Frutilla	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	3,00	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Ingresos por Ventas	36	37	39	41	42	44	46	48	49	51
Kiwi	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14

Precio	3,00	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Ingresos por Ventas	36	37	39	41	42	44	46	48	49	51
Queso Grande	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	3,00	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Ingresos por Ventas	36	37	39	41	42	44	46	48	49	51
Queso Pequeño	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	1,50	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Ingresos por Ventas	18	19	19	20	21	22	23	24	25	26
PRODUCTOS DEL AGROTURISMO										
Frejol Funda Grande	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	3,00	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Ingresos por Ventas	36	37	39	41	42	44	46	48	49	51
Frejol Funda Pequeña	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	1,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	12	12	13	14	14	15	15	16	16	17
Chochos Funda Grande	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	3,50	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Ingresos por Ventas	42	44	45	47	49	51	53	55	58	60
Chochos Funda Pequeña	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	0,90	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	11	11	12	12	13	13	14	14	15	15
Maíz 10 unidades	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	1,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	12	12	13	14	14	15	15	16	16	17
Habas Funda Grande	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	2,50	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Ingresos por Ventas	30	31	32	34	35	37	38	40	41	43
Habas Funda Pequeña	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	0,95	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	11	12	12	13	13	14	14	15	16	16
Papas arroba	50	51	52	53	54	55	56	57	59	60
Precio	1,25	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingresos por Ventas	63	65	68	70	73	76	79	82	86	89
Cebolla 1 libra	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14
Precio	1,50	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Ingresos por Ventas	18	19	19	20	21	22	23	24	25	26
Total	121.092	125.984	131.074	136.369	141.878	147.610	153.574	159.778	166.233	172.949

7.8.1 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Para realizar la proyección de los ingresos se tomó en cuenta los paquetes y productos que se van a vender con los mismos, por esta razón se ha determinado los paquetes vendidos y los precios de venta, para lo cual se obtendrá según la proyección de los ingresos en el primer año ascenderá a \$121.092, considerando un porcentaje del 2% para la demanda insatisfecha en lugar donde se va a realizar el proyecto; mismo que para el área de implementación del proyecto es bajo pese a la superficie de la zona.

7.9 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

El objetivo de la evaluación económica financiera del proyecto es establecer si el mismo es viable para los inversionistas para que de esta manera se asignen los recursos generalmente escasos a una inversión específica.

7.9.1 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los instrumentos que permiten evaluar si el proyecto es factible o no, son los que se detallan a continuación:

7.9.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

		LA MAGDALENA	
ACTIVOS			PASIVOS
ACTIVOS CORRIENTE		83.056	PASIVOS A LARGO PLAZO
CAJA-BANCOS	83.056		PRESTAMO A CORTO
			36.972
ACTIVOS FIJOS		218.229	PATRIMONIO
TERRENOS	45.000		
EDIFICACIONES	133.280		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	250		
MUEBLES Y ENSERES	8.692		
EQUIPOS DE OFICINA	2.027		
VEHÍCULOS	28.980		
ACTIVOS DIFERIDOS		800	
TOTAL DE ACTIVOS		302.085	TOTAL DE PASIVOS
			302.085

7.9.1.2 ESTADO DE RESULTADOS

Este da a conocer la factibilidad del proyecto, el cual se obtiene restando los ingresos por las ventas de los costos y gastos incurridos en el desarrollo del proyecto. Es importante mencionar que para realizar el estado de resultados, se debe tomar en cuenta los impuestos exigidos por la ley como son:

El 15% de participación a trabajadores y el 25% de impuestos a la renta. Una vez hechos los cálculos el proyecto tiene una utilidad neta de \$12.832 en el primer año, y se puede apreciar que existe un crecimiento para los siguientes años logrando cubrir los gastos en los siguientes períodos.

DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	121.092	127.146	133.504	140.179	147.188	154.547	162.274	170.388	178.908	187.853
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	91.095	95.650	100.432	105.454	110.727	116.263	122.076	128.180	134.589	141.318
(=) UTILIDAD BRUTA	29.997	31.496	33.071	34.725	36.461	38.284	40.198	42.208	44.319	46.535
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.904	2.804	2.804	2.804	2.804	2.804	2.804	2.804	2.804	2.804
(-) GASTOS DE VENTAS	780	819	860	903	948	995	1.045	1.098	1.152	1.210
UTILIDAD OPERACIONAL	24.312	27.873	29.407	31.018	32.709	34.485	36.349	38.307	40.362	42.520
(-) COSTOS FINANCIEROS	4.184	3.462	2.648	1.733	703					
UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN	20.128	24.412	26.759	29.285	32.006	34.485	36.349	38.307	40.362	42.520
(-) 15% REPARTO UTILIDAD A TRABAJADORES	3.019	3.662	4.014	4.393	4.801	5.173	5.452	5.746	6.054	6.378
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	17.109	20.750	22.745	24.892	27.205	29.312	30.897	32.561	34.308	36.142
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	4.277	5.188	5.686	6.223	6.801	7.328	7.724	8.140	8.577	9.036
UTILIDAD NETA	12.832	15.563	17.059	18.669	20.404	21.984	23.172	24.420	25.731	27.107

7.9.1.3 FLUJO DE CAJA

La estructura de ésta se da por los ingresos y egresos del proyecto a los que se los ha dividido en operacionales y no operacionales. Los ingresos operacionales están constituidos por los ingresos por ventas, forman parte de los egresos operacionales los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas.

Para los ingresos y egresos no operacionales se toma en cuenta lo siguiente: aporte accionistas, préstamo, capital de trabajo, participación de trabajadores, gastos financieros y pargo de capital.

El flujo de caja generado es de: \$7.075 mismo que se obtuvo sumando los gastos operacionales y los no operacionales.

DETALLE		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SALDO INICIAL DE CAJA			12.832	15.563	17.059	18.669	20.404	21.984	23.172	24.420	25.731
A. FLUJO DE INGRESOS											
VENTAS		121.092	125.984	131.074	136.369	141.878	147.610	153.574	159.778	166.233	172.949
B. FLUJO DE EGRESOS		96.780	101.619	106.699	112.034	117.636	123.518	129.694	136.179	142.987	150.137
COSTOS DE PRODUCCIÓN		91.095	95.650	100.432	105.454	110.727	116.263	122.076	128.180	134.589	141.318
GASTOS ADMINISTRATIVOS		4.904	5.150	5.407	5.677	5.961	6.259	6.572	6.901	7.246	7.608
GASTOS DE VENTAS		780	819	860	903	948	995	1.045	1.098	1.152	1.210
C. (A-B) FLUJO OPERACIONAL		24.312	24.365	24.374	24.335	24.242	24.092	23.880	23.599	23.245	22.812
D. FLUJO DE INGRESOS NO OPERACIONALES	40.572										40.572
APORTES ACCIONISTAS	3.600										
PRÉSTAMO-CRÉDITO	36.972										
CAPITAL DE TRABAJO											83.056
E. FLUJO DE EGRESOS NO OPERACIONALES	219.029	17.237	18.790	19.640	20.556	21.542	12.501	13.177	13.886	14.631	15.414
ACTIVO FIJO	218.229										
ACTIVOS DIFERIDOS	800										
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		3.019	3.662	4.014	4.393	4.801	5.173	5.452	5.746	6.054	6.378
25% IMPUESTO A LA RENTA		4.277	5.188	5.686	6.223	6.801	7.328	7.724	8.140	8.577	9.036
GASTO INTERÉS		4.184	3.462	2.648	1.733	703					
PAGO CAPITAL		5.756	6.479	7.292	8.207	9.237					
F. (D-E) FLUJO OPERACIONAL		-17.237	-18.790	-19.640	-20.556	-21.542	-12.501	-13.177	-13.886	-14.631	25.158
G. (C+F) FLUJO DE CAJA GENERADO		7.075	5.576	4.734	3.779	2.700	11.592	10.703	9.713	8.614	47.970
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		7.075	5.576	4.734	3.779	2.700	11.592	10.703	9.713	8.614	47.970

7.9.1.4 INDICADORES DE EVALUACIÓN

Estos indicadores permiten al inversionista determinar si es conveniente o no realizar la inversión son los siguientes:

- VAN
- TIR
- PRI

7.9.1.4.1 COSTOS DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

El costo de capital es la tasa de descuento que debe utilizar para actualizar los flujos de caja del proyecto.

Tasa activa a octubre 2010 es 8,94%

Tasa pasiva a octubre 2010 es 4,30%

Datos obtenidos del Banco Central

$TD = (\% \text{Recursos propios} * \text{Tasa Pasiva}) + (\% \text{Préstamo} * \text{Tasa de Interés (1-p) (1-t) + Tasa de Riesgo})$

DESCRIPCIÓN	INVERSIONISTAS
TASA ACTIVA	8,94%
RECURSOS PROPIOS	40,00%
IMPUESTOS TRABAJADORES	15,00%
IMPUESTO A LA RENTA	25,00%
TASA PASIVA	4,30%
RECURSO AJENO	60,00%
PORCENTAJE DE RIESGO	5,00%
TOTAL	10,14%

7.9.1.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos que se generan durante el período de vida útil del proyecto. La diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y los flujos de gastos es mayor que

cero, hay que considerar que la inversión realizada es atractiva pues, se están generando beneficios si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría sin asumir ningún riesgo y, si es menor que cero el proyecto es viable.

Se recomienda emprender el proyecto por cuanto el valor positivo y por este motivo el proyecto puede ejecutarse, por esta razón se puede determinar que el proyecto es viable debido a que el flujo del primer año va incrementándose hasta el año diez.

Para determinar el valor de acumulación se considera las tasas del costo de oportunidad del capital que es de 10,14%, el flujo descontado se obtuvo multiplicando el flujo generado por el factor de acumulación.

AÑOS	FLUJO GENERADO	FORMULA PARA OBTENER EL FACTOR DE ACUMULACIÓN	FACTOR DE ACUMULACIÓN	FLUJO DESCONTADO O ACTUALIZADO
0	-13.318			
1	7.075	$1 / (1 + 0,1014)^1$	0,91	6.424
2	5.576	$1 / (1 + 0,1014)^2$	0,82	4.596
3	4.734	$1 / (1 + 0,1014)^3$	0,75	3.543
4	3.779	$1 / (1 + 0,1014)^4$	0,68	2.568
5	2.700	$1 / (1 + 0,1014)^5$	0,62	1.666
6	11.592	$1 / (1 + 0,1014)^6$	0,56	6.493
7	10.703	$1 / (1 + 0,1014)^7$	0,51	5.444
8	9.713	$1 / (1 + 0,1014)^8$	0,46	4.485
9	8.614	$1 / (1 + 0,1014)^9$	0,42	3.612
10	47.970	$1 / (1 + 0,1014)^{10}$	0,38	18.261
TOTAL				57.092

7.9.1.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es el porcentaje que el inversionista obtendrá por haber decidido invertir en el proyecto es de 22.48%. Para que este se pueda considerar rentable debe ser superior al costo de la oportunidad del capital.

Esta se define como el valor de la tasa de actualización en que se igual el valor actual de los ingresos con el valor negativo actual de los egresos para lo cual, es necesario calcular un flujo de caja, resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos.

Para obtener el valor del TIR se ha realizado el siguiente cuadro en el cual se obtuvo tres valores diferentes el flujo neto generado, el flujo descontado con una tasa mayor y con una tasa menor.

AÑOS	FLUJO GENERADO	FORMULA PARA OBTENER EL FACTOR DE ACUMULACIÓN	FACTOR DE ACUMULACIÓN	FLUJO DESCONTADO O ACTUALIZADO	FORMULA PARA OBTENER EL FACTOR DE ACUMULACIÓN	FACTOR DE ACUMULACIÓN	FLUJO DESCONTADO O ACTUALIZADO
0	-13.318	$1/(1+0,36)^0$	1,00	-13.318	$1/(1+0,30)^0$	1,00	-13.318
1	7.075	$1/(1+0,36)^1$	0,74	5.202	$1/(1+0,30)^1$	0,77	5.443
2	5.576	$1/(1+0,36)^2$	0,54	3.015	$1/(1+0,30)^2$	0,59	3.299
3	4.734	$1/(1+0,36)^3$	0,40	1.882	$1/(1+0,30)^3$	0,46	2.155
4	3.779	$1/(1+0,36)^4$	0,29	1.104	$1/(1+0,30)^4$	0,35	1.323
5	2.700	$1/(1+0,36)^5$	0,21	580	$1/(1+0,30)^5$	0,27	727
6	11.592	$1/(1+0,36)^6$	0,16	1.832	$1/(1+0,30)^6$	0,21	2.401
7	10.703	$1/(1+0,36)^7$	0,12	1.244	$1/(1+0,30)^7$	0,16	1.706
8	9.713	$1/(1+0,36)^8$	0,09	830	$1/(1+0,30)^8$	0,12	1.191
9	8.614	$1/(1+0,36)^9$	0,06	541	$1/(1+0,30)^9$	0,09	812
10	47.970	$1/(1+0,36)^{10}$	0,05	2.216	$1/(1+0,30)^{10}$	0,07	3.480
TOTAL				5.128			9.218

Se obtiene los datos del TIR de los tres distintos flujos aplicándola formula del Excel del TIR obteniendo los siguientes datos:

FORMULA:		AÑOS	FLUJO
$((TM - Tm) * FDA_m) / (FDA_m - FDA_M) + Tm$		0	-13.318
Tm:	30%	1	7.075
TM:	36%	2	5.576
FDA m:	5.128	3	4.734
FDA M:	9.218	4	3.779
		5	2.700
TIR CALCULADO CON FORMULA:		6	11.592
	22,48%	7	10.703
TIR CALCULADO CON FORMULA EXCEL:		8	9.713
	44,59%	9	8.614
		10	47.970
FORMULA TOMADA DE LA PAGINA WEB:			
http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm			

7.9.1.7 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Este indica el tiempo en el que va a demorarse en recuperar la inversión realizada del proyecto.

AÑOS	FLUJO GENERADO	FLUJO DESCONTADO O ACUMULADO
0	-13.318	-13.318
1	7.075	-6.243
2	5.576	-667
3	4.734	4.066
4	3.779	7.845
5	2.700	10.545
6	11.592	22.136
7	10.703	32.839
8	9.713	42.553
9	8.614	51.167
10	47.970	99.137

$$PRI = \frac{I - FDA}{SAP} + AT$$

$$PRI = \frac{13.318 - 4.066}{3.779} + 3$$

$$PRI = \frac{9.252}{3.779} + 3$$

$$PRI = 2.4353 + 3$$

$$PRI = 5.4353$$

Esto significa que la inversión se recupera en el quinto año mediante la división anteriormente señalada.

CAPÍTULO VIII

IMPACTOS AMBIENTALES

INTRODUCCIÓN

Para muchos de nosotros el turismo es la única empresa que no tiene chimenea, pero lo que en verdad no nos damos cuenta es que el turismo si tiene una chimenea y una muy grande puesto que el turismo toca hábitats tanto de flora como de fauna.

Por este motivo es muy importante tomar en cuenta dentro del estudio de un proyecto la evaluación de impactos ambientales que el mismo puede causar al ecosistema.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el área en donde se va a realizar el proyecto, para poder reducir el impacto ambiental que este va a producir.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir los principales impactos que el proyecto genere.
- Elaborar un estudio de impacto ambiental.

METODOLOGÍA DEL CAPÍTULO

En este capítulo utilizaremos la observación principalmente para verificar el estado del suelo en donde se va a realizar el proyecto para poder determinar según el estudio que vamos a elaborar si este suelo resiste la implementación del mismo.

8. MITIACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Se entiende como medida de mitigación la implementación o aplicación de cualquier política, estrategia, obra tendiente a eliminar o minimizar los impactos adversos que pueden presentarse durante las etapas de ejecución de un proyecto (construcción, operación y terminación) y mejorar la calidad ambiental aprovechando las oportunidades existentes.

En un principio se planteó que las medidas de mitigación pueden incluir una o varias de las siguientes acciones:

- Evitar el impacto total al no desarrollar todo o parte de un proyecto.
- Minimizar los impactos a través de de limitar la magnitud del proyecto.
- Rectificar el impacto a través de reparar, rehabilitar o restaurar el ambiente afectado.
- Reducir o eliminar el impacto a través del tiempo, por la implementación de operaciones de preservación y mantenimiento durante la vida útil del proyecto.

- Compensar el impacto producido por el reemplazo o sustitución de los recursos afectados.

De acuerdo con la legislación ambiental, las medidas de prevención y mitigación son el conjunto de disposiciones y acciones anticipadas que tienen por objetivo evitar o reducir los impactos ambientales que pudieran ocurrir en cualquier etapa de desarrollo de una obra o actividad.

8.1 EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Numerosos tipos de métodos han sido desarrollados y usados en el proceso de evaluación de impacto ambiental de proyectos. Sin embargo ningún tipo de método por sí solo, puede ser usado para satisfacer la variedad y tipo de actividades que intervienen en un estudio de impacto ambiental, por lo tanto, el tema clave está en seleccionar adecuadamente los métodos más apropiados para las necesidades específicas de cada estudio de impacto.

Para seleccionar una metodología, se recomienda tomar en cuenta algunas características importantes como: si da una visión global, si es selectivo, mutuamente excluyente, si considera la incertidumbre, si es objetivo e interactivo.

Pueden haber factores ambientales que sean afectados de forma crítica, pero que dentro del medio receptor, ese factor no tenga excesiva importancia o al contrario, un impacto de magnitud limitada, aunque solo sea temporalmente, sea de una gran

importancia al afectar a un factor ambiental que posea una gran calidad ambiental.

8.2 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

El plan de manejo ambiental sirve como documento guía de correcciones a los problemas encontrados durante la auditoría realizada, incluye medidas que permitan prevenir, mitigar y compensar los impactos ocasionadas por las actividades del proyecto auditadas.

OBJETIVOS DEL PLAN DE MANEJO

Los objetivos generales de este plan son:

- Analizar las posibles acciones a ejecutar para prevenir aquellos incumplimientos y observaciones halladas como resultado de la Auditoría Ambiental.
- Describir los procesos, tecnologías, diseño, operación, y otros que se consideren necesarios para corregir y controlar los incumplimientos y observaciones halladas.
- Programar la realización de las acciones correctivas mediante un cronograma que incluya los responsables de la ejecución de dichas actividades.
- Priorizar la ejecución de actividades correctivas y preventivas para producir un mínimo impacto al ambiente de acuerdo a la evaluación realizada a la situación ambiental.

RECURSOS

Los recursos precisados para la ejecución del Plan de Manejo Ambiental deberán ser provistos por la gerencia general, después de analizar las necesidades para los mismos. Los recursos pueden ser de carácter económico, técnico o humano.

Como resultado de la evaluación realizada el Plan de Manejo Ambiental incluye:

- Plan de prevención y reducción de la contaminación ambiental.
- Plan de manejo de desechos sólidos.
- Plan de comunicación capacitación y educación.

Las modalidades de turismo son diversas y de acuerdo a las tendencias de los nuevos mercados se abren nuevas posibilidades de ser creativos e incursionar en opciones diferentes alternativas y mejores experiencias, en donde hay una mayor interrelación entre anfitriones y visitantes, lo cual hace mayormente interesante y satisfactorio en sensaciones y percepciones sobre el producto que se consume.

8.3 DEGRADACIÓN DEL SUELO

8.3.1 LA PROBLEMÁTICA DE LA UTILIZACIÓN DEL SUELO

El suelo es un ente de la naturaleza, cuyas características son el resultado de una larga evolución hasta alcanzar un equilibrio con las condiciones naturales. Y hemos de tener claro que en

esas condiciones ambientales no está incluida la acción de las civilizaciones humanas.

El suelo es un componente del medio natural y como tal debe ser considerado como un suelo virgen, no explotado. Es evidente que su continua y abusiva utilización por parte del hombre ha truncado su evolución y ha condicionado negativamente sus propiedades. Como resultado el suelo se deteriora, se degrada.

Se considera como degradación del suelo a toda modificación que conduzca al deterioro del suelo.

Según la FAO-UNESCO la degradación es el proceso que rebaja la capacidad actual y potencial del suelo para producir, cuantitativa y cualitativamente, bienes y servicios.

La degradación del suelo es la consecuencia directa de la utilización del suelo por el hombre. Bien como resultado de actuaciones directas, como agrícola, forestal, ganadera, agroquímicos y riego, o por acciones indirectas, como son las actividades industriales, eliminación de residuos, transporte, etc.

Actualmente existe una fuerte tendencia que clama por una utilización racional del suelo. Sus principios se agrupan en lo que se conoce por Conservación de suelos. Las teorías conservacionistas persiguen obtener máximos rendimientos pero con mínima degradación.

El cuidado del suelo es esencial para la supervivencia de la raza humana. El suelo produce la mayor parte de los alimentos necesarios, fibras y madera. Y sin embargo, en muchas partes del mundo, el suelo ha quedado tan dañado por un manejo abusivo y erróneo que nunca más podrá producir bienes.

8.4 TIPOS DE DEGRADACIONES

Dentro del amplio concepto de degradación se distinguen una serie de degradaciones diferentes.

8.4.1 DEGRADACIÓN DE LA FERTILIDAD

Es la disminución de la capacidad del suelo para soportar vida. Se producen modificaciones en sus propiedades físicas, químicas, y biológicas que conllevan a su deterioro.

Al degradarse el suelo pierde capacidad de producción y cada vez hay que añadirle más cantidad de abonos para producir siempre cosechas muy inferiores a las que produciría el suelo si no se presentase degradado.

Puede tratarse de una degradación química, que se puede deber a varias causas: pérdida de nutrientes, acidificación, salinización, sodificación, aumento de la toxicidad por liberación o concentración de determinados elementos químicos. El deterioro del suelo a veces es consecuencia de una degradación física, por: pérdida de estructura, aumento de la densidad aparente, disminución de la permeabilidad, disminución

de la capacidad de retención de agua. En otras ocasiones se habla de degradación biológica, cuando se produce una disminución de la materia orgánica incorporada.

8.4.2 EROSIÓN

La erosión es la pérdida selectiva de materiales del suelo. Por la acción del agua o del viento los materiales de las capas superficiales van siendo arrastrados. Si el agente es el agua se habla de erosión hídrica y para el caso se denomina erosión eólica.

El concepto de erosión del suelo se refiere a la erosión antrópica, que es de desarrollo rápido. Frente a ella está la erosión natural o geológica, de evolución muy lenta.

La erosión geológica se ha desarrollado desde siempre en la Tierra, es la responsable del modelado de los continentes y sus efectos se compensan en el suelo, ya que actúan con la suficiente lentitud como para que sus consecuencias sean contrarrestadas por la velocidad de formación del suelo.

Así en los suelos de las superficies estables se reproduce el suelo, como mínimo, a la misma velocidad con que se erosiona.

Es más, es muy importante destacar que la erosión natural es un fenómeno muy beneficioso para la fertilidad de los suelos.

Efectivamente, como es sabido, todas las propiedades del suelo, y por lo tanto su profundidad, son consecuencia de una determinada combinación de los factores formadores. En una determinada región aparecerá un suelo cuya profundidad será el resultado de un clima concreto (temperatura y precipitaciones) sometido a la actividad de unos determinados organismos, en un tipo de relieve, que actúan sobre una clase de roca durante un tiempo.

Si no actuase la erosión natural esa profundidad de material se iría alterando progresivamente cada vez más conforme el suelo se volvería más antiguo y llegaría un momento que todos los minerales originales se habrían transformado totalmente, ya no aportarían ningún nutriente nuevo al suelo y este quedaría constituido por un residuo totalmente infértil. Prácticamente toda la tierra estaría recubierta de una capa inerte, sin posibilidad de soportar vida alguna.

Afortunadamente este panorama no se presenta precisamente debido a la erosión geológica. Esta lenta erosión va decapitando lentamente las capas superiores de los suelos con lo que va disminuyendo el espesor del suelo y este se va progresivamente profundizando hacia capas más internas donde se encuentra el material original sin transformar (para mantener su profundidad de equilibrio con las condiciones ambientales).

Así, de esa manera se van incorporando continuamente nuevos materiales al suelo (materiales frescos, no alterados, con

abundantes minerales que al alterarse aportan nutrientes a los suelos). El tipo de suelo será siempre el mismo (mientras no se produzca un cambio e las condiciones ambientales) pero, seguirá desplazando con el tiempo. Hacia el interior de la tierra en los relieves planos y caminando lateralmente en los relieves confinados (los valles se van ensanchando).

8.4.3 CONTAMINACIÓN

Por último, el suelo se puede degradar al acumularse en él sustancias a unos niveles tales que repercuten negativamente en el comportamiento de los suelos.

La FAO define la contaminación como una forma de degradación química que provoca la pérdida parcial o total de la productividad del suelo.

La acumulación de sustancias tóxicas para los organismos suele producirse de una manera artificial, como consecuencia de las actividades humanas, pero también puede ocurrir de manera natural.

8.5 IMPACTO SOCIAL

La conceptualización de impacto social dentro de la evaluación del impacto ambiental se basa en el análisis de la legislación y guías metodológicas y en su práctica a través de los estudios concretos realizados, todo ello en el marco más amplio teórico del significado actual del impacto ecológico y social.

La utilización del concepto de medio ambiente es relativamente reciente y, además, responde a una interpretación social del medio con el que interactuamos como especie humana. Se formula a partir de una determinada valoración y conocimiento de la realidad, que básicamente consiste en que hay que preservar el medio biofísico en el que vivimos para seguir perpetuándonos como especie dominante. Recientemente está tomando peso una línea de pensamiento sobre los «derechos» de otras especies en sí mismas a existir, con independencia de nuestro mayor o menor interés en ellas, pero el concepto de especie dominante es el preponderante.

De esa interpretación global del medio ambiente en el modelo económico dominante se desprenden dos aspectos importantes. Por una parte, se basa en la creencia de que la especie humana no está sometida a restricciones por la naturaleza y que los problemas que van apareciendo pueden irse resolviendo con los avances tecnológicos y la gestión (por ejemplo, rehabilitación a través de la tecnología; tecnología adecuada). Por otra parte, está la propia definición que se hace de los problemas medioambientales, en términos de lo que constituye un problema medioambiental o de lo que no, ligado a la estructura de poder social (diferentes definiciones según: países desarrollados-países en desarrollo, ciudades-áreas rurales, mayorías-minorías...).

El surgimiento del medio ambiente como objeto de interés no es casual. Se desarrolla y comienza a debatirse socialmente a través de los medios de comunicación en un momento en que está en crisis el modelo dominante de gestión y de utilización de los recursos naturales en general y energéticos en particular, que son escasos y agotables. Los efectos de las políticas y concepciones económicas se han vuelto como un *boomerang* sobre sí mismas en lo relativo a los problemas medioambientales, con consecuencias no previstas inicialmente.

Pero, es más, la crisis medioambiental abierta puede estar apuntando no solamente al modelo económico como tal, sino incluso al propio concepto de modernización y, por tanto, al modelo de desarrollo en el que la propia evaluación ambiental se basa.

El debate social de la crisis ambiental gira alrededor de cómo resolver el problema.

Dentro de las concepciones dominantes, lo que básicamente se pretende es integrar la variable ambiental en el proceso de gestión y utilización de los recursos naturales y, por tanto, del medio que soporta el desarrollo tecnológico y económico. Se introducen correcciones ambientales (depuración de aguas, repoblaciones forestales, control de inundaciones, reducción de las emisiones contaminantes a la atmósfera), pero no se modifica el modelo económico-social, por lo que, según algunos autores (Schnaiberg, 1980), las correcciones no pueden resolver las

contradicciones de fondo, limitándose a resolver pequeños problemas o problemas a medias. En ese sentido es cuando el impacto medioambiental, como concepto y como realidad, adquiere su mayor relevancia social, puesto que pone de manifiesto que las mejoras que el desarrollo económico proporciona a la sociedad no son tan ventajosas como se suponía.

El impacto medioambiental tiene también otra característica de unas consecuencias enormes. Cuando se habla de medio ambiente se introduce una valoración de cómo debe ser la naturaleza y la sociedad que convive-utiliza-disfruta con ella. Esa es la base fundamental del debate social. Pero lo que aquí interesa poner de manifiesto es que en esa valoración subyace el concepto de ecosistema (Margalef, 1968; Morin, 1980) como conjunto de las interacciones en el seno de una unidad geofísica determinable que contenga diversas poblaciones vivientes y que constituye una unidad compleja de carácter organizador o sistema.

De esta manera, con la asunción del concepto ecosistémico de medio ambiente, el divorcio histórico existente entre sociedad y naturaleza, como dos bloques antinómicos, ya no es posible. Los seres humanos formamos parte de la naturaleza, de la cual dependemos, al menos en términos de energía y recursos básicos, para nuestra subsistencia, y a la cual impactamos profundamente a través de nuestra cultura y organización social (López Rodríguez, 1984). En nuestras sociedades actuales, el modelo de relaciones sociedad-naturaleza es bastante complejo, pero ello

no cambia el principio básico de interrelaciones ecosistémicas. Esta definición integrada está produciendo una necesidad de re conceptualizar el impacto social.

Aparece entonces el otro elemento configurador del concepto de impacto medioambiental, el de sostenibilidad. El concepto de desarrollo sostenible ha ido evolucionando desde un enfoque exclusivamente biofísico a una definición más amplia que incluye objetivos de sostenibilidad social (Tolba, 1984). Para la mayoría de los autores, y con independencia de que se consideren además aspectos sociales o no, el término desarrollo sostenible es intercambiable con ecológicamente sostenible o desarrollo medioambientalmente sano.

Pero, a veces, el desarrollo sostenible se interpreta como «crecimiento sostenido», «cambio sostenido», o, simplemente, el término «desarrollo» se usa en vez de «éxito» (Lele, 1989).

Lo que aquí interesa destacar, en cualquier caso, es la dimensión histórica y temporal hacia el futuro que el concepto de sostenibilidad introduce en el impacto medioambiental. El derecho de las generaciones futuras a un medio ambiente adecuado está planteando un conflicto moral que no hay duda va a producir repercusiones económicas considerables (Norgaard, 1989). El concepto de impacto ambiental ha ido así cambiando a lo largo de estos años de polémica sobre el tema, que en síntesis iría desde un enfoque casi exclusivamente biofísico y reduccionista en las políticas conservacionistas de los sesenta y setenta, a una

concepción del medio ambiente más amplia e integrada, en donde lo social juega un papel fundamental en la configuración de lo que se viene a llamar «problemática medioambiental».

De esta manera, el impacto ambiental es el resultado de las interrelaciones del impacto ecológico y del impacto social. Esas relaciones son múltiples y complejas, pero, en cualquier caso, la conexión es inmediata en la medida en que la regulación del impacto ecológico deviene social en sus consecuencias y es la sociedad, en definitiva, quien interpreta ambos y les da contenido.

CONCLUSIONES

- Tras concluir la investigación del proyecto de la implementación de agroturismo en el sector de La Magdalena provincia de Bolívar, se puede determinar que es una alternativa viable de ingresos, de acuerdo a los datos establecidos anteriormente.
- Vemos que los turistas tienen interés en conocer esta parroquia, a más de comentar que hay un ligero conocimiento de este lugar por el Santuario del Huayco.
- La población de este sector muestra una colaboración total hacia este proyecto, ya que de este depende el mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- Es importante mencionar que la provincia de Bolívar posee un sin número de atractivos turísticos, mismos que no son explotados; pero que con este proyecto se lograran explotar al máximo.
- Para captar las preferencias de los turistas que visiten nuestro proyecto es muy necesario cumplir con todas las normas de servicio control y calidad de manera que nuestro proyecto compita con otros en relación de servicio y precio.
- Las condiciones de la provincia de Bolívar son bastante favorables debido a los atractivos de la parroquia y del cantón principalmente el Santuario del Huayco, aun que esta no esté en su totalidad desarrollada turísticamente hablando, aunque la mayoría de sus atractivos son muy visitados un ejemplo palpable

de esto es el Santuario del Huayco, que es considerado como una de las fuentes de mayor ingreso económico.

- En base al análisis de los resultados obtenidos tras la investigación, podemos afirmar que el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

- Es importante antes de iniciar con el proyecto, una capacitación para la gente que intervendrá en el proyecto.

- Fortalecer la infraestructura turística del sector tales como señalética, vialidad y alojamiento, tratando siempre de brindar el mejor servicio al turista.

- Genera alianzas estratégicas con las demás poblaciones aledañas al sector de la parroquia principalmente Telimbela por poseer las aguas termales.

- Flexibilizar la disponibilidad de recursos financieros por parte del gobierno como de las entidades financieras de nuestro país, dando apoyo a los proyectos bien gestionados que sirvan como motor de desarrollo y fuentes de empleo.

- Ofrecer actividades tales como: cabalgatas, caminatas tours, entre otros diferentes al turista, para de esta manera atraer una mayor cantidad de turistas al sector.

- Establecer estrategias de publicidad para promocionar el proyecto tanto en radio como en televisión y diferentes eventos de turismo como las ferias turísticas.

- De acuerdo a los indicadores de rentabilidad con los que concluye el estudio y análisis del presente proyecto, se recomienda la ejecución y puesta en marcha del mismo, mediante el apoyo fundamental de fundaciones e inversionistas, quien podría garantizar su participación.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel Ángel, ADMINISTRACIÓN DE TURISMO, CONCEPTUALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN, editorial trillas, volumen 1.
- Arturo Benítez, 1998 PASTOS Y FORRAJES Editorial UNIVERSITARIA
- Baca, G 2006 EVALUACIÓN DE PROYECTOS.
- Cucación, Roberto; PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO, editorial trillas.
- Documento sobre la evaluación de los impactos ambientales.
- Giovanni Rodríguez investigador del CEDIL, DICCIONARIO TURISTICO.
- H. Weitzenfeld edición México 1996 Medidas de mitigación.
- Informativo de agroturismo y casas rurales- asociación Nekalzaturismo.
- Ing. María Esther González 2008 INCA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario.
- Ley de Turismo.
- Luis Cañadez Cruz, 1982 MAPA BIOCLIMÁTICO Y ECOLÓGICO DEL ECUADOR Editorial MAG- PRONAPEC
- Manual de información cultural educativa industrial, comercial agrícola y ganadera de la República del Ecuador.
- Manual de servicios de conservación de suelos, departamento de los Estados Unidos, 1997 Editorial IMUSA México

- Mercedes Pardo El impacto social en las evaluaciones de impacto ambiental su conceptualización y práctica.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA, INSTITUTO NACIONAL DE CAPACITACIÓN CAMPESINA (INCC) EL CULTIVO DE LA MORA
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Municipio de Bolívar
- Plan de manejo para el desarrollo responsable del turismo comunitario. Documento.
- Robbins Stephen, 1993, COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, S/E.
- Rodríguez Saltos, Roberto S/F, LA REGIÓN INTERANDINA ECUATORIANA, S/E.

PAGINAS WEB

- www.poraqui.net (glosario de turismo, hostelería y agroturismo).
- www.dictionarist.com
- www.viajex.com
- www.ecuadoronline.com
- Wikipedia
- Página web del gobierno provincial de Bolívar
- Monografías.com
- Página web del ministerio de turismo
- Página web del ministerio de agricultura.
- Página web del INEC
- www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm

ANEXOS

Encuesta

Buenos días soy Carla Barragán estudiante de turismo, estoy realizando esta encuesta para la obtención de mi título.

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente las preguntas y marque con una X en la respuesta deseada.

NACIONALIDAD _____

EDAD _____

1. ¿Conoce usted sobre el agroturismo?

SI _____ NO _____

(SI CONTESTA NO TERMINA LA ENCUESTA)

2. Marque con una X en cuál de estos lugares considera se realiza con mayor frecuencia esta actividad.

UGSHAPAMBA NARANJITO

YUNGUILLA SANTA LUCÍA

3. ¿Conoce que es el Turismo Rural?

SI _____ NO _____

(SI CONTESTA SI PASE A LA SIGUIENTE PREGUNTA)

4. ¿En qué lugares ha oído usted que practica esta actividad?

(MARQUE CON UNA X)

UGSHAPAMBA

- SARAGUROS
- SALINAS DE GUARANDA
- YUNGUILLA
- MASCARILLA

5. ¿Conoce usted la parroquia de La Magdalena en el cantón San José de Chimbo en la provincia de Bolívar?

SI _____ NO _____

6. ¿Estaría usted dispuesto a viajar a un lugar que le ofrezca todas las comodidades a más de la tranquilidad del campo y conocer nuevas formas de cuidar al planeta?

SI _____ NO _____

7. ¿Cuándo usted viaja generalmente cuál es su lugar de preferencia para hospedaje?

- HOTEL
- HOSTERÍA
- HOSTAL
- CABAÑAS

8. ¿Qué tipo de actividades son de su preferencia cuando va al campo?

- CAMINATAS ECOLÓGICAS
- CABALGATAS ECOLÓGICAS
- AGROTURISMO
- TURISMO RURAL

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, tomando en cuenta que en este lugar usted gozará de todas las comodidades y entretenimiento muy diferente al de la ciudad?

ANALISIS DE LOS SUELOS DEL TERRENO DE LA MAGDALENA



INFORME DE ANALISIS
LABORATORIO DE SUELOS Y AGUAS
 1^{ra} Interoceánica Km 14 Granja del MAGAP Tumbaco Teléfono 2 372-844 Fax ext. 227



Agencia Ecuatoriana
de Aseguramiento
de la Calidad del Agro
AGROCALIDAD

BOLIVAR
CHIMBO
LA MAGDALENA.

Remitente: Srta. Karla Paulina Barragán.

de informe: 390.

Localización:

Fecha de ingreso al Laboratorio: Tumbaco, Agosto 09 de 2010.

Fecha de Informe: Agosto 12 de 2010.

# de Laboratorio	# de Campo	pH	M.O.	N Total	P	K	Ca	Mg	Fe	Mn	Cu	Zn	Clase Textural
			%	%	PPM	cmol/kg	cmol/kg	cmol/kg	PPM	PPM	PPM	PPM	
931	1	6.63	3.08	0.15	25	0.81	4	2.80	69	6	10	0.46	Franco Arcillo Arenoso.

El resultado corresponde únicamente a las muestras entregadas por el cliente
 Se prohíbe la reproducción parcial del informe

pH	
Acido	5.5
Ligeramente Acido	5.6-6.4
Practicamente Neutro	6.5-7.5
Ligeramente Alcalino	7.6-8.0
Alcalino	8.1

INTERPRETACION DE RANGOS DE CONTENIDO (Sierra)

M.O.	N	P	K	Ca	Mg	Fe	Mn	Cu	Zn
Mat.Org.	Nitrógeno	Fósforo	Potasio	Calcio	Magnesio	Hierro	Manganeso	Cobre	Zinc
%	%	PPM	cmol/kg	cmol/kg	cmol/kg	PPM	PPM	PPM	PPM
1	0 - 0.15	0 - 10	< 0.2	< 1	< 0.33	0 - 20	0 - 5	0 - 1	0 - 3
1 - 2	0.16 - 0.3	11 - 20	0.2 - 0.35	1.0 - 3.0	0.34 - 0.66	21 - 40	6 - 15	1.1 - 4	3.1 - 6
> 2	> 0.31	> 21	> 0.4	> 3.0	> 0.66	> 41	> 16	> 4.1	> 6.1
									Bajo Medio Alto

FOTOGRAFÍAS DEL LUGAR





MAQUETA DEL PROYECTO DE LA MAGDALENA

