

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO

Tema:

“LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE
PULINGUI SAN PABLO PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN
RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Trabajo de Investigación

**Previa a la obtención del Grado Académico de Magister en Gerencia de
Proyectos de Ecoturismo**

Autor: Ing. Walter Mantilla Fuentes

Director: Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos

Ambato - Ecuador

2012

Al Consejo de posgrado De la UTA.

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema:
“LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SU INFLUENCIA EN ELDESARROLLO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE PULINGUI SANPABLO PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, Presentado por: Ing. Walter Mantilla Fuentes y conformado por Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz, Ing. Diego Melo Fiallos y el Dr. Mg. Carlos Quinde Marceró. Miembros del Tribunal, Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos Director del Trabajo de Investigación y presidido por: Dr. José Romero Presidente del Tribunal; Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

.....
Dr. José Romero
Presidente del Tribunal de Defensa

.....
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

.....
Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos
**Director del Trabajo De
Investigación**

.....
Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz
Miembro del Tribunal

.....
Ing. Mg. Diego Melo Fiallos
Miembro del Tribunal

.....
Dr. Mg. Carlos Quinde Marceró
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE PULINGUI SAN PABLO PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO“ nos corresponde exclusivamente a Ing. Walter Mantilla Fuentes y de Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos, Director del Trabajo de Investigación: y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Walter Xavier Mantilla Fuentes
Autor

Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos
Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos de mi investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Walter Mantilla Fuentes

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a la memoria de mi madre quien fue la principal razón de mi esfuerzo. También de manera especial a mis hermanos; Carlos, Wilson, Isabel, Bolívar, Gerardo, Luis y Vicente, por su apoyo en el trayecto de mi profesionalización.

AGRADECIMIENTO

Mi más profunda gratitud sobre todo a Dios por Darme la oportunidad y el privilegio de poder cursar los estudios superiores de cuarto nivel satisfactoriamente.

El reconocimiento a la Universidad Técnica de Ambato, que con sus autoridades y maestros me instruyeron y facilitaron los recursos y técnicas necesarias en mi crecimiento intelectual.

ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES	Págs.
Portada.....	i
Al Consejo de posgrado De la UTA.....	ii
Autoría de la investigación.....	iii
Derechos de autor.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General.....	vii
Índice de Cuadros.....	x
Índice de Gráficos.....	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización del problema.....	3
1.2.2Análisis crítico	5
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4Formulación del problema	7
1.2.5 Interrogantes de la investigación.....	8
1.2.6Delimitación del problema.....	8

1.3Justificación.....	9
1.4Objetivos	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Investigaciones previas.	11
2.2 Fundamentación filosófica	13
2.3 Fundamentación legal	13
2.3.1 Fundamentación sociológica	14
2.3.2 Fundamentación axiológica	14
2.4 Categorías fundamentales	15
2.5 Hipótesis.....	30
2.6 Señalamiento de las variables de la hipótesis	30

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque	31
3.2 Modalidad básica de la investigación	31
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	32
3.4. Población y muestra	32
3.5 Operacionalización de variables	34
3.6Recoleccion de la informacion	36
3.5 Procesamiento y analisis	37

CAPÍTULO IV
MARCO ADMINISTRATIVO

4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	40
4.2 Verificación de la hipótesis.....	52

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	62

CAPÍTULO VI
LA PROPUESTA

6.1 Datos informativos.....	63
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	63
6.3 Justificación.....	64
6.4 Objetivos de la propuesta.....	65
6.5 Análisis de factibilidad.....	65
6.6 Fundamentación teórica de la propuesta.....	67
6.7 Metodología.....	142
6.8 Administración.....	143
6.9 Previsión de la evaluación.....	143

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Consideración para la formulación de preguntas.....	37
Cuadro 2	Estrategia de recolección de datos.....	37
Cuadro 3	Nivel de educación.....	40
Cuadro 4	Mejorar la participación comunitaria.....	42
Cuadro 5	Nivel de participación.....	43
Cuadro 6	Optimo rendimiento.....	44
Cuadro 7	Relaciones laborales.....	46
Cuadro 8	Mecanismos de protección ambiental.....	47
Cuadro 9	Desarrollo socio económico.....	48
Cuadro 10	Prácticas medioambientales.....	49
Cuadro 11	Ingreso económico adicional.....	50
Cuadro 12	Mayores ingresos economicos.....	51
Cuadro 13	Especificación de lo estadístico.....	53
Cuadro 14	Grados de libertad.....	53
Cuadro 15	Xi cuadrado calculado.....	54
Cuadro 16	Factibilidad Económica.....	66
Cuadro 17	Datos generales.....	81
cuadro 18	Ingreso de extranjeros por pais de procedencia.....	85
Cuadro 19	paquete tipo a.....	104
Cuadro 20	paquetes tipo b.....	106
Cuadro 21	paquetes tipo c.....	108
Cuadro 22	Determinación de los ingresos.....	119
Cuadro 23	Inversión total inicial fija y diferida.....	119

Cuadro 24	Inversión en activos fijos y diferidos	122
Cuadro 25	Depreciaciones	123
Cuadro 26	Amortización de activos diferidos.....	125
Cuadro 27	Capital de trabajo.....	125
Cuadro 28	Flujo de efectivo	126
Cuadro 29	Estado de resultados pro forma	127
Cuadro 30	Balance de situación inicial.....	128
Cuadro 31	plan de gestión del negocio.....	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Nivel de educación.....	40
Gráfico 2	Mejorar la Participación Comunitaria.....	42
Gráfico 3	Nivel de Participación.....	43
Gráfico 4	Óptimo rendimiento.....	45
Gráfico 5	Relaciones laborales.....	46
Gráfico 6	Mecanismos de protección ambiental.....	47
Gráfico 7	Desarrollo Socioeconómico	48
Gráfico 8	Prácticas Medioambientales.....	49
Gráfico 9	Ingresos Económicos adicionales.....	50
Gráfico 10	Mayores ingresos económicos.....	51

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIO DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS ECOTURISTICOS

TEMA: “LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE PULINGUI SAN PABLO PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”.

Autor: Ing. Walter Mantilla Fuentes

Director: Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos

Fecha: 03 de Septiembre del 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se basa en la posibilidad de mejorar la participación comunitaria buscando los métodos apropiados para lograr tal fin.

La técnica que se utilizó para la recolección de información fue la encuesta, realizada a los miembros de la comunidad. Y para verificar la hipótesis formulada se utilizó el método científico estadístico Chi Cuadrado. Las conclusiones y recomendaciones en la presente investigación serán socializadas con los dirigentes de la comunidad, explicándoles que el objetivo fundamental es el de fomentar la participación comunitaria mediante la creación de una Agencia de Viajes Operadora, El mismo que conlleve a mejorar las diversas relaciones y actividades que en la comunidad se vienen realizando, y que favorecería así a un desarrollo socio económico y medioambiental, anhelado en todo proyecto eco turístico Comunitario. Los costos de la presente investigación serán cubiertos por el investigador. Entregando como resultado de la investigación una propuesta para incentivar la participación comunitaria. Esta propuesta es: Creación de una Agencia de viajes Operadora con participación comunitaria para generar incidencia en el desarrollo del ecoturismo en la Comunidad de Pulinguí Parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo De igual manera la realización de este proyecto promoverá el turismo. Ya que al mejorar las diferencias entre sus miembros, incentivando adecuadamente con las acciones apropiadas y en especial desarrollando al talento humano mejorara el incremento de turistas en la zona. También será un eje fundamental para la motivación de sus integrantes a impulsar proyectos y propuestas conociendo que ellos son pilares fundamentales del éxito al que alcance su comunidad.

Descriptor: Participación, Comunidad, Desarrollo socio-económico, Creación de una Operadora de Turismo. Desarrollo del talento humano, La motivación

TECHNICAL UNIVERCIDAD AMBATO
POSTDEGREE STUDY CENTER
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION
MASTER IN MANAGEMENT OF ECOTOURISM PROJECTS

"THE COMMUNITY AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF ECOTOURISM IN THE COMMUNITY OF PULINGUISAN JUAN PROVINCE CHIMBORAZO RIOBAMBA CANTON".

Author: Ing. Walter Mantilla Fuentes

Director: Ing. Mg. Fabian Morales Fiallos

Date: 03 September 2012

SUMMARY

This research project is based on the possibility of improving community participation seeking appropriate methods to achieve this end. The technique used for data collection was a survey conducted among members of the community. And to verify the hypothesis formulated scientific method was used chi-square statistic. The conclusions and recommendations of this research will be socialized with community leaders, explaining that the primary goal is to encourage community participation through the creation of a Tour Operator, The same improve responsiveness to the various relationships and activities in the community have been conducted, and thus favor a socio-economic development and environmental longed throughout Community ecotourism project. The costs of this investigation will be covered by the researcher. Delivering as a result of the investigation a proposal to encourage community participation. This proposal is: Creating a tour operator company with community participation to generate impact on the development of ecotourism in the Community of Pulinguí Province Chimborazo Riobamba Canton. Similarly, the realization of this project will promote tourism. Since improving the differences among its members, encouraging appropriate action properly and especially developing human talent improve the increase of tourists in the area. It will also be a cornerstone for the motivation of its members to promote projects and proposals developing human talent they are pillars of success to hit your community.

Descriptors: Participation, community, socio-economic development, creation of a Tour Operator, developing human talent, the motivation of its members.

INTRODUCCIÓN

Como parte del desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador, desde el 2002 diversas comunidades campesinas e indígenas de la provincia de Chimborazo con el propósito de promover y fortalecer las actividades turísticas comunitarias en la Provincia como estrategia para diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable conforman la Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo CORDTUCH que está constituida por 12 iniciativas de turismo comunitario que están distribuidas en seis Cantones del territorio de la Provincia como son: Riobamba, Guano, Chambo, Colta, Guamote, Alausí.

La presente investigación se estructuro con base en el levantamiento de información turística y de las encuestas realizadas a los miembros de la comunidad de Pulingui. La misma que fue de valiosa ayuda para determinar las conclusiones con sus respectivas recomendaciones. Bajo este marco la investigación se encuentra dividida en capítulos, los mismos que se resumen de la siguiente manera.

Capítulo I, Se refiere al planteamiento del problema en la que se aclara la necesidad de incentivar la participación comunitaria en el Proyecto Eco turístico comunitario Casa Cóndor en la Comunidad de Pulingui, Parroquia San Juan Provincia de Chimborazo.

Capítulo II, Se considera el marco teórico y se menciona los contenidos y los temas debidamente analizados, así como los términos relevantes sobre desarrollo eco turístico y participación comunitaria.

Capítulo III, Se destacan los procedimientos metodológicos más sobresalientes. La presente investigación será, por los objetivos, Aplicada, por el alcance: Descriptiva, por el lugar: Bibliográfica y de campo por la naturaleza: de acción, puesta que está orientada a la producción de cambios.

Capítulo IV, Se destacan los resultados y los análisis de la aplicación de la encuesta a los miembros de la comunidad así como también la tabulación y la interpretación de los datos dirigidos a la comprobación de la hipótesis.

Capítulo V, Se refiere a las conclusiones y recomendaciones proporcionadas por la investigación, la misma que sirvió para determinar la propuesta requerida.

Capítulo VI, Se plantea la propuesta considerando la gran problemática identificada al iniciar la presente investigación.

La Propuesta hace referencia a la creación de una Agencia de Viajes Operadora con participación comunitaria para generar incidencia en el desarrollo del Eco turismo en la Comunidad de Pulingú San Pablo Parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE PULINGUI SAN PABLO PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO “

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización del problema

Como parte del desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador, desde el 2002 diversas comunidades campesinas e indígenas de la provincia de Chimborazo con el propósito de promover y fortalecer las actividades turísticas comunitarias en la Provincia como estrategia para diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable conforman la Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo CORDTUCH que está constituida por 12 iniciativas de turismo comunitario que están distribuidas en seis cantones del territorio de la Provincia como son: Riobamba, Guano, Chambo, Colta, Guamote, Alausí. Este ha sido el punto de partida para ingresar dentro de la actividad turística, la parroquia que se investigó, ofrece facilidades, como viabilidad, y también el apoyo máximo de organismos como: CORDTURCH, dirigentes indígenas que están dispuestos a aceptar que la parroquia se muestre al mundo con su cultura, tradición, costumbres y actividades.

Casa Cóndor está en la comunidad de Pulinguí San Pablo, parroquia San Juan, al noroeste de la ciudad Capital, en el Cantón Riobamba, parte de la Provincia de Chimborazo. Su patrimonio natural está dentro del área protegida de la Reserva de

Producción Faunística Chimborazo, a 37 km Vía a los Refugios, a una altura de 3.800 msnm. Con una temperatura promedio 10°C en el día y 3°C durante la noche.

El presente proyecto aportará mucho en el progreso y al mejoramiento de la participación en los diversos proyectos y labores que realiza esta comunidad indígena localizada en la Provincia de Chimborazo cuyos pobladores se sienten contentos por ser partícipes.

Este es un impacto positivo ya que ayudará muchísimo al progreso y desarrollo tanto de la comunidad como de sus alrededores ya que al incentivar la participación comunitaria fortalecerá las relaciones entre sus integrantes y proyectara altísimas oportunidades de desarrollo tanto económico, social, y ambiental.

1.3.-Análisis Crítico

Pobreza

EFECTOS

Poca afluencia turística

Pérdida de ingresos económicos

Pérdida de la sustentabilidad y sostenibilidad del atractivo

Peligro de que los miembros de la comunidad se aparten del proyecto

La escasa participación comunitaria influye en el desarrollo eco turístico en la comunidad de Pulingui San Pablo, parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

CAUSAS

Bajo nivel de visión de sus dirigentes

Escasas oportunidades de emprendimiento

Inexistencia de control de normas medioambientales

Desconfianza y desinterés en participar en los proyectos

Ausencia de constantes programas de capacitación

Inexistencia de créditos por parte de la banca pública.

Carente intervención de autoridades y organismos gubernamentales

Deficiente incentivos y resultados inmediatos

Dentro del análisis que se lo realizó del siguiente árbol de problemas se menciona:

El principal problema que se identificó para ser resuelto fue “la escasa participación de los miembros de la comunidad en los planes o proyectos de ecoturismo comunitario.”

Entonces surgen las siguientes causas y efectos las cuales fueron analizadas de la siguiente manera:

La débil participación de los miembros de la comunidad se debe a la falta de incentivos y resultados inmediatos, proporcionando un total desinterés en el emprendimiento personal y colectivo. Causando así una serie de desatenciones a varias actividades que son los ejes fundamentales del desarrollo turístico, económico y social del sector.

Las causas despejadas anteriormente proporcionan los siguientes efectos

La ausencia de constantes programas de capacitación, produce que haya un bajo nivel de visión en sus dirigentes causando una pobre valoración y difusión de sus atractivos, conllevando a que exista poca afluencia turística.

La inexistencia de crédito de la banca, causa que existan escasas oportunidades de emprendimiento en proyectos y mini proyectos de inversión, conllevando a obtener pérdidas económicas y a seguir en la pobreza.

La carente intervención de autoridades y organismos gubernamentales, produce la inexistencia de control y normas medioambientales, determinando la pérdida de la sustentabilidad y sostenibilidad del atractivo.

Finalmente los deficientes incentivos y resultados inmediatos, es uno de los principales aspectos por lo que los miembros de la comunidad se desalientan

hasta el punto de perder el interés en participar en los diversos proyectos que se disponen emprender, poniendo en peligro de que los miembros de la comunidad se aparten del proyecto.

Debido a los factores ya delimitados se diagnostica una evidente ausencia de afluencia de turistas al sector y por ende un índice mayor de escasos recursos económicos que conllevan a la pobreza.

1.2.3 Prognosis

Si no se toma en cuenta un factor tan indispensable para el desarrollo ecoturístico como lo es “la comunidad” se tendrá como resultado el resquebrajamiento social, ya que los miembros de la comunidad se verán forzados a terminar en la penosa necesidad de delinquir para poder cubrir las necesidades más básicas de alimentación, vestido, y vivienda.

Y del lado de la ecología, no habrá quien controle y denuncie malas prácticas y manejos medioambientales puesto que ya no habrá interés, ni incentivo, ni la responsabilidad que se transmitían de generación en generación cuando los nativos se afanaban por sus territorios, las mismas que provocarían grandes pérdidas ecológico-ambientales.

1.2.4 Formulación del problema

¿En que ha influido la participación de la comunidad en la ejecución del Proyecto de Ecoturismo en la comunidad de Pulinguí San Pablo, parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?

Interrogantes de la investigación

¿El desarrollo eco turístico es influido por la comunidad?

¿Qué tipo de organización poseen los habitantes del sector?

¿Cómo es influida la ejecución del plan eco turístico por la comunidad?

¿Cuáles son las acciones que se deben tomar para la solución del problema?

1.2.6 Delimitación del problema

Contenido

- *Campo* Sociológico, Ambiental ,Eco turístico
- *Área* Ciencias Sociales, Educación Ambiental, Turismo Comunitario
- *Aspecto* Participación comunitaria y su influencia en el desarrollo eco Turístico.

Espacial

- *Provincia* Chimborazo
- *Cantón* Riobamba
- *Parroquia* San Juan
- *Comunidad* Pulingui

Temporal

El Presente estudio se lo realizara en un periodo de tiempo de 6 meses desde Marzo a Septiembre del 2012.La misma que tomara en cuenta un factor que se ha determinado de suma importancia para poder favorecer a la ejecución de proyectos de Ecoturismo, los mismos que en la actualidad vienen siendo una alternativa innovadora y efectiva para la mitigación del desempleo, el vandalismo, y la discriminación.

1.3 Justificación

Las familias de la comunidad de Pulingui han desarrollado desde siempre actividades de orden agropecuarios como fuentes de sustento familiar prioritario y esporádicamente han realizado actividades de turismo familiar con buenos resultados.

La economía tradicional se sustenta en la cría de borregos, cuyes y ganado vacuno. En agricultura producen papas, habas y en pocas cantidades también se cultiva la cebada y otras hortalizas. Hay presencia de pajonales, pocos árboles y arbustos nativos, entre estos el Chuquirahua, que es símbolo de la vegetación de los Paramos andinos, el secular árbol de papel (o Polilepys), el Yagual, el Taya taya y otros más que aún no han sido catalogado por la ciencia oficial. Desde nuestra tierra salen los arroyos que alimentan el Río Chambo, entre los más grandes del país, que desemboca en el río Amazonas.

La presente investigación se enmarca en una problemática específica, la cual es la falta de participación comunitaria en los proyectos de ecoturismo realizados en la comunidad de Pulungui. Se pretende implementar acciones para proporcionar alternativas que estén encaminadas a potenciar e incentivar la participación comunitaria enfocando los aspectos: económico, social y ambiental en la propuesta.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

1.4.2 Evaluar la participación de la comunidad en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Pulinguí San Pablo parroquia San Juan Cantón Riobamba, de la provincia de Chimborazo

1.4.3 Objetivos Específicos

- Precisar el tipo de organización de sus habitantes
- Identificar los ámbitos en los que influye la comunidad en el desarrollo ecoturístico.
- Describir el actual nivel de desarrollo ecoturístico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Investigaciones previas.

La Unidad de Desarrollo Comunitario del G.A.D. De Chambo, ha elaborado el **Diagnóstico situacional del ámbito turístico** de su Cantón, recogiendo valiosa información que sirve de base para el diseño y la ejecución de los proyectos a realizarse. Este departamento municipal ha considerado los siguientes justificativos para dicho diagnóstico:

1. La necesidad de obtener los datos relacionados al potencial y a las limitaciones de los sistemas de desarrollo turístico.
2. Obtener información secundaria de las oportunidades que facilitan las diversas instituciones tanto públicas como privadas en la ejecución de planes y proyectos turísticos con miras a mejorar el nivel social y económico de los pueblos.
3. A que la municipalidad, posea fuentes de consulta y que sirvan para el contacto permanente con los sectores y comunidades que poseen virtudes turísticas, para posibilitar la búsqueda de posibles alternativas.
4. Y a desarrollar un instrumento útil para las instituciones tanto nacionales como extranjeras dedicadas a la actividad turística, de tal manera que les permita desarrollar y ejecutar proyectos acordes a las necesidades sentidas por la

población, e insistir a que no solo se cumplan los objetivos de las instituciones que intervienen.

Si bien, esta información permite apreciar los intereses que la municipalidad del cantón Chambo persigue, el plan de desarrollo cantonal, también clarifica los aspectos que se deberán tomar en cuenta al momento de elaborar los diferentes estudios. Para la municipalidad de Riobamba Casa Cóndor, perteneciente a la comunidad San Juan de Pulungui es uno de los atractivos a desarrollar como destino turístico. Y para la comunidad es el único recurso natural, que poseen y han heredado.

Por tal razón, tanto la municipalidad como la comunidad han mostrado interés en la participación de técnicos en ecoturismo, y han dado la apertura para trabajar en el fortalecimiento de actividades encaminadas hacia el manejo sostenible de sus recursos. También se tomó como referencia un trabajo realizado para el H, Consejo Provincial de Chimborazo. Con el tema de estudio de factibilidad de programas piloto para el desarrollo de iniciativas de turismo comunitario en las micro cuencas de los ríos: cebadas, Río Blanco, Atapo-Pomachaca, Zula Guasuntos, Río Chimborazo y Reserva de producción de fauna Chimborazo.

El proyecto, Manejo de los Recursos Naturales de Chimborazo financiado con el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF) y el Proyecto de Inversiones de Desarrollo (PIDD) se enlazan en sus objetivos de conservación y manejo sostenible de los páramos y de los ecosistemas montañosos asociados, a través del fortalecimiento de la capacidad local y de los marcos legales y de políticas. Si se considera la estrecha relación existente entre la pobreza y la degradación

ambiental en la provincia de Chimborazo, el éxito del proyecto PIDD depende en gran medida del manejo apropiado de los recursos naturales, especialmente el recurso agua, con colaboración directa de la población local. En el PIDD se realiza el análisis ambiental (AA) que comprende trabajos de rehabilitación de caminos e irrigación. *(Elaborado por: Patricio Yucta Noviembre de 2008)*

2.2 Fundamentación filosófica

La presente investigación se enmarca dentro del paradigma crítico propositivo, se sustenta como crítico, ya que durante el desarrollo de la investigación se realizan críticas a la realidad del sector sujeto a investigación, pero al ser propositivo se determina una alternativa específica que permita establecer una propuesta para mejorar la participación comunitaria.

2.3 Fundamentación Legal

El 18 de diciembre del 2007, **el Ministro de Turismo** (encargado) del Ecuador Carlos Proaño Romero, expide el reglamento para el registro de las comunidades u organizaciones comunitarias que tengan personería jurídica, ante el Ministerio de Turismo con la categoría de “Centros de Turismo Comunitario”. A continuación se describen los artículos de este reglamento:

Art. 1.- Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos,

congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 4. La política estatal con relación al sector del turismo y la vinculación con la presente investigación, dice que debe cumplir los siguientes objetivos.

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

2.3.1 Fundamentación Sociológica

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población.

Mediante la siguiente investigación, se podrá optimizar la participación comunitaria debido a que la creación de una Agencia de Viajes Operadora podrá incrementar el ingreso de recursos económicos mejorando su nivel de vida.

2.3.2 Fundamentación Axiológica

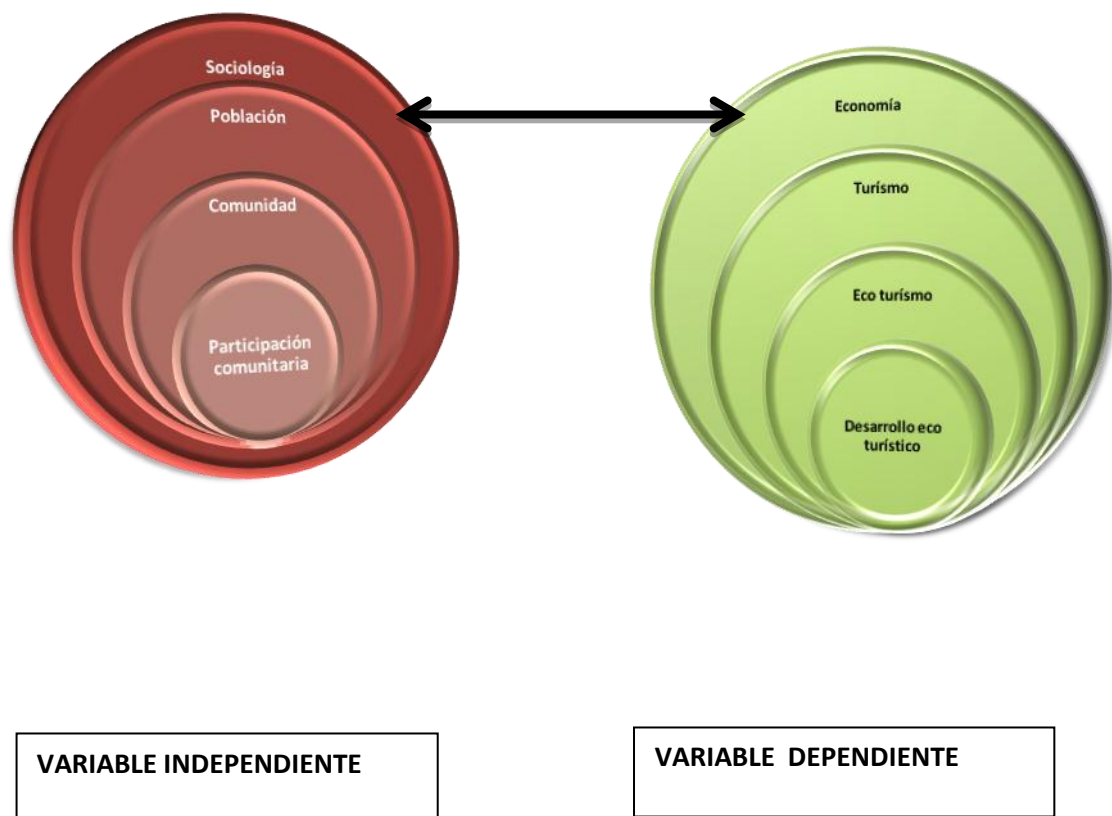
La presente investigación y definición de la propuesta se articulan en función a la importancia de que en la comunidad debe existir voluntad de servicio, Comprensión y respeto entre sus integrantes, y sobretodo conocimiento y

conciencia ecológica. De tal manera que pueda darse las condiciones favorables para un desarrollo turístico comunitario de elite en el país.

2.4 Categorías Fundamentales

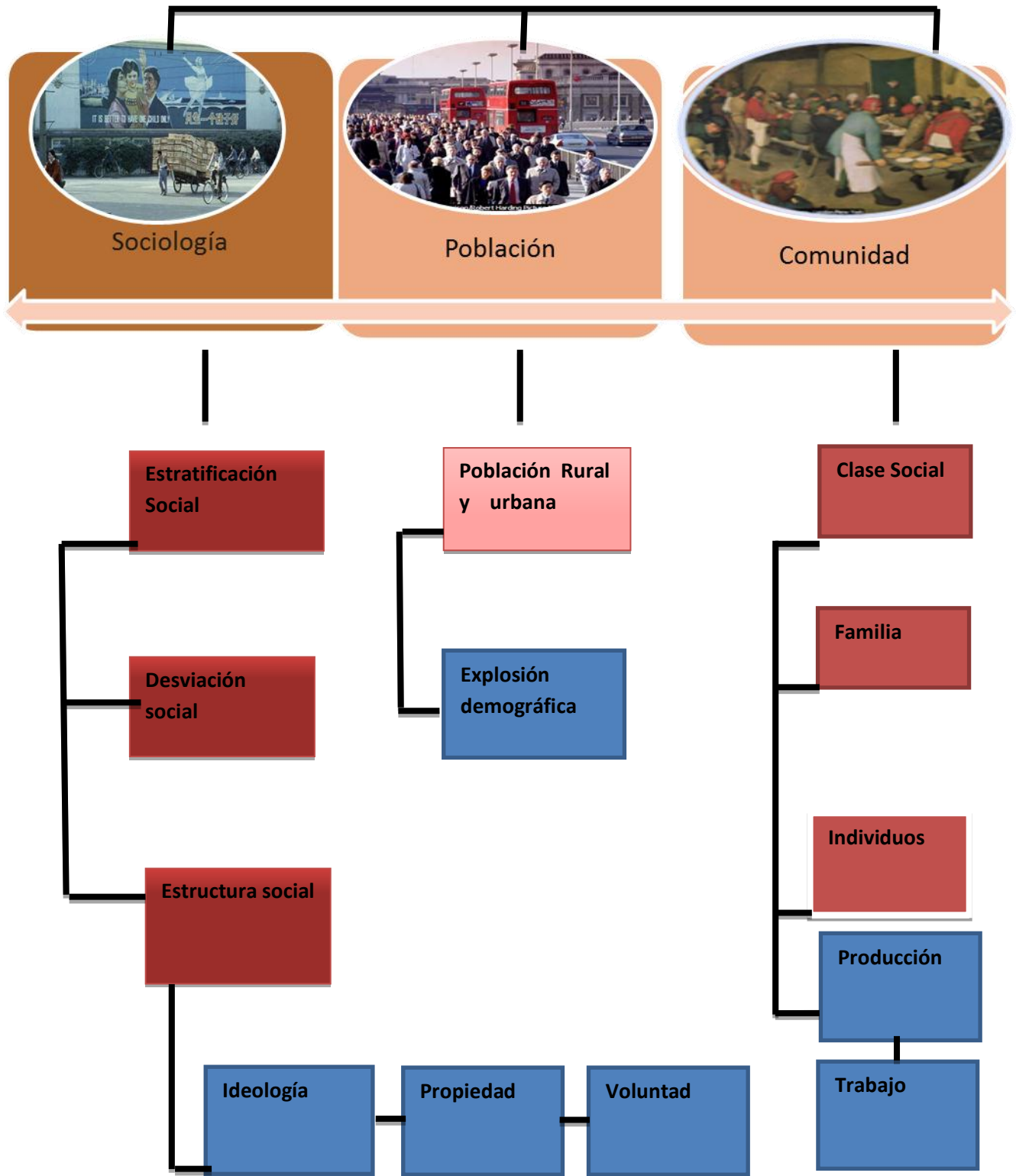
Diagrama: 2 Categorías fundamentales

Elaborado por: Walter Mantilla F



2.4.1 Organigrama 1.-Variable Independiente
 Elaborado por: Walter Mantilla F

Participación Comunitaria



Sociología.-Ciencia que estudia el desarrollo, la estructura y la función de la sociedad. Otras disciplinas de las ciencias sociales (economía, ciencias políticas, antropología y psicología) también estudian temas que pertenecen al ámbito de la sociología. Los sociólogos analizan las formas en que las estructuras sociales, las instituciones (clase, familia, comunidad y poder) y los problemas de índole social (delito) influyen en la sociedad.

Fuente :(<http://es.wikipedia.org/wiki/Sociolog%C3%ADa>)

Estratificación Social.- En sociología, concepto que hace referencia a la distribución de individuos o grupos en estratos superiores e inferiores, que forman una jerarquía de prestigio, dinero y poder.

El término, que proviene de la geología, se incorporó a la sociología en la década de 1940. La estratificación social, a diferencia de la geológica, lleva implícita la evaluación de los distintos estratos (capas sociales jerarquizadas) según una escala de valores (ingresos económicos, nivel de educación o grado de autoridad). Los estratos se definen de acuerdo con los valores de cada individuo según su posición social, esto es, las oportunidades que puede tener cada uno. Constituyen un estrato aquellos individuos que cuentan con oportunidades más o menos semejantes.

Fuente: <http://html.rincondelvago.com/estratificacion-social.html>

Desviación Social.-Cualquier tipo de comportamiento que se aleja de las normas generalmente aceptadas en una sociedad. La desviación social no constituye un delito, ya que éste se refiere a transgresiones de la ley, sino que se refiere a la no observancia de normas, ya sean legales o no. Los sociólogos han llegado a pensar que la desviación social es característica de los sistemas sociales o de situaciones

que indican una necesidad de control social o una tendencia hacia el cambio social. Tanto el control como el cambio son factores inseparables de la sociedad, especialmente en las sociedades contemporáneas.

Fuentehttp://es.wikipedia.org/wiki/Desviaci%C3%B3n_Social

Estructura Social.- Conjunto de formas en que grupos e individuos se organizan y relacionan entre sí y con los distintos ámbitos de una sociedad. En sociología, la estructura es un instrumento para analizar la realidad social.

Fuente :(<http://html.rincondelvago.com/estructura-social.html>)

Población.- Total de habitantes de un área específica (ciudad, región, país o continente) en un determinado momento. Las disciplinas que estudian la población son la demografía, que se encarga de su estudio estadístico, y la geografía humana; para ello emplean varias tasas, con las que relacionan datos diferentes referidos a un mismo territorio y momento, y cuyos resultados se suelen expresar en tantos por ciento (%), es decir, porcentajes, y tantos por mil (‰). Los geógrafos suelen representar en mapas y gráficos los datos estadísticos que obtienen los demógrafos, y, como estos, aplican índices geo estadísticos.

Fuente:(<http://www.monografias.com/trabajos/explodemo/explodemo.sh>)

Natalidad y Mortandad.-La natalidad mide el número de nacimientos que se producen en un área concreta en un tiempo determinado, normalmente un año. Para estudiarla se utiliza la tasa de natalidad, que se expresa en tantos por mil (‰). Este índice se calcula dividiendo el número de nacimientos que se han producido en un área concreta en un año entre la población total de dicha área, y

multiplicando por mil. En 2006, el promedio mundial era del 21%. Sin embargo, hay grandes diferencias: mientras en Yemen la tasa supera el 43 por mil, en Lituania es del 9 por mil. La mortalidad mide el número de defunciones que se producen en un área concreta durante un año. La tasa de mortalidad también se expresa en tantos por mil (‰) y, como la anterior, se halla dividiendo el número de fallecidos en un año entre la población total y multiplicando por mil. En 2006, el promedio mundial era del 9 por mil.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_bruta_de_mortalidad

Población Rural y Urbana.- Otra variable muy analizada para conocer la población es saber si habita en el medio rural o en la ciudad. La población urbana es la que vive en ciudades. La población rural es la que vive en el resto del territorio.

La tasa de urbanización mide el porcentaje de personas que vive en ciudades. En los países más desarrollados la tasa de urbanización suele superar el 75%, mientras que en los más pobres de Asia y África apenas alcanza el 40%. El nivel de riqueza de la sociedad no está relacionado directamente con la tasa de urbanización.

Fuente: <http://www.fao.org/docrep/003/w2612s/w2612sMap16-s.pdf>

Explosión Demográfica.- Término que denomina el rápido y dramático incremento de población que se ha producido en el mundo en los últimos años. En las últimas cuatro décadas la población mundial ha aumentado desde los 2.500 millones hasta los 6.000 millones de personas.

Actualmente la explosión demográfica tiene lugar principalmente en los países en vías de desarrollo, donde los índices de natalidad son mucho más elevados que en los países industrializados. Ante la preocupación de que se pueda llegar a un exceso de población, algunos de esos países han adoptado políticas de control de natalidad.

Fuente: (http://www.portalplanetasedna.com.ar/explosion_demo.htm)

Comunidad,- Tipo de organización social cuyos miembros se unen para participar en objetivos comunes. La comunidad la integran individuos unidos por vínculos naturales o espontáneos y por objetivos que trascienden a los particulares. El interés del individuo se identifica con los intereses del conjunto. *El filósofo alemán Karl Marx* se refirió a la comunidad primitiva como la forma más antigua de organización social.

Fuente: (<http://www.scn.org/mpfc/whats.htm>)

Clase Social,- En la actualidad se ha hecho tan evidente, que no todos somos iguales, que hasta en los medios masivos de comunicación como la radio, la televisión y los diarios, se habla permanentemente de las desigualdades sociales; sin embargo, también de manera regular escuchamos por estos medios que el gobierno, —cuando hay problemas económicos— hace llamamientos a "la buena voluntad de todos". No es extraño escuchar frases como la siguientes, en los editoriales de la gran prensa: "los colombianos por igual debemos dejar los odios y vivir en paz" y cosas por el estilo. El presidente, se refiere a todos nosotros como "compatriotas" y simultáneamente después de hablar de desigualdades

existentes, dice que lo fundamental de su política es "asegurar la igualdad de oportunidades" prometiendo a todos durante su gobierno, un "sitio igualitario".

Familia.- Grupo social básico creado por vínculos de parentesco o matrimonio presente en todas las sociedades. Idealmente, la familia proporciona a sus miembros protección, compañía, seguridad y socialización.

Fuente: (<http://es.wikipedia.org/wiki/Familia>)

Individuo,- (Del latín *in-dividuus*, 'no dividido'), cada ser concreto, indivisible en sí y separado de los demás. El individuo es el ser único en la particularidad de su existir. En sociología, es la persona considerada de forma aislada en relación con la sociedad. Los individuos constan de distintas partes, se hallan en relación con el entorno y entre sí y se distinguen de los otros por tener cada uno su propio tiempo, espacio, origen y destino. Como ser único, el individuo contrasta con la pluralidad de seres únicos.

Fuente :(<http://es.wikipedia.org/wiki/Individuo>)

Participación Comunitaria.- Es un proceso que incorpora todos los valores y costumbres de una comunidad y que promueve la formación de sujetos activos, solidarios y responsables necesarios para lograr la transformación social.

Es cooperación activa y constante de los interesados o afectados en una acción tanto para la investigación de datos y la organización de los recursos humanos, como para planificar las actividades, facilitar las acciones, poner en juego las técnicas y procedimientos o para evaluar los resultados. El dar a una comunidad la

oportunidad de tener participación en la consecución de su bienestar social la hará convertir en una comunidad consciente de su significado social.

Fuente:(<http://www.monografias.com/trabajos11/cartilla/cartilla.sht>)

Producción,- En Economía, creación y procesamiento de bienes y mercancías, incluyéndose su concepción, procesamiento en las diversas etapas y financiación ofrecida por los bancos. Se considera uno de los principales procesos económicos, medio por el cual el trabajo humano crea riqueza. Respecto a los problemas que entraña la producción, tanto los productores privados como el sector público deben tener en cuenta diversas leyes económicas, datos sobre los precios y recursos disponibles. Los materiales o recursos utilizados en el proceso de producción se denominan factores de producción. “anónimo”

Propiedad,- Cualquier objeto o derecho que pueda poseerse. La propiedad implica, ante todo, la posesión; en las sociedades más sencillas, el poseer algo ya otorga la propiedad. Más allá de la mera posesión, en las sociedades modernas la propiedad implica el derecho a utilizar el bien, impedir que otros lo utilicen y otorga el derecho a que el gobierno proteja al propietario para que pueda ejercer sus derechos de propiedad. La propiedad de un bien se consigue mediante la compra, herencia o donación. La propiedad puede ser pública o privada.

Trabajo.-El esfuerzo necesario para suministrar bienes o servicios mediante el trabajo físico, mental o emocional para beneficio propio o de otros. En el lenguaje actual tiende a diferenciarse entre trabajo remunerado y trabajo gratuito. Se suele denominar trabajo remunerado al empleo bajo contrato a cambio de un sueldo o

salario; suele ser considerado como un intercambio de esfuerzos en un lugar determinado y dentro de un horario específico.

Fuente: (<http://es.shvoong.com/humanities/140457-concepto-trab>)

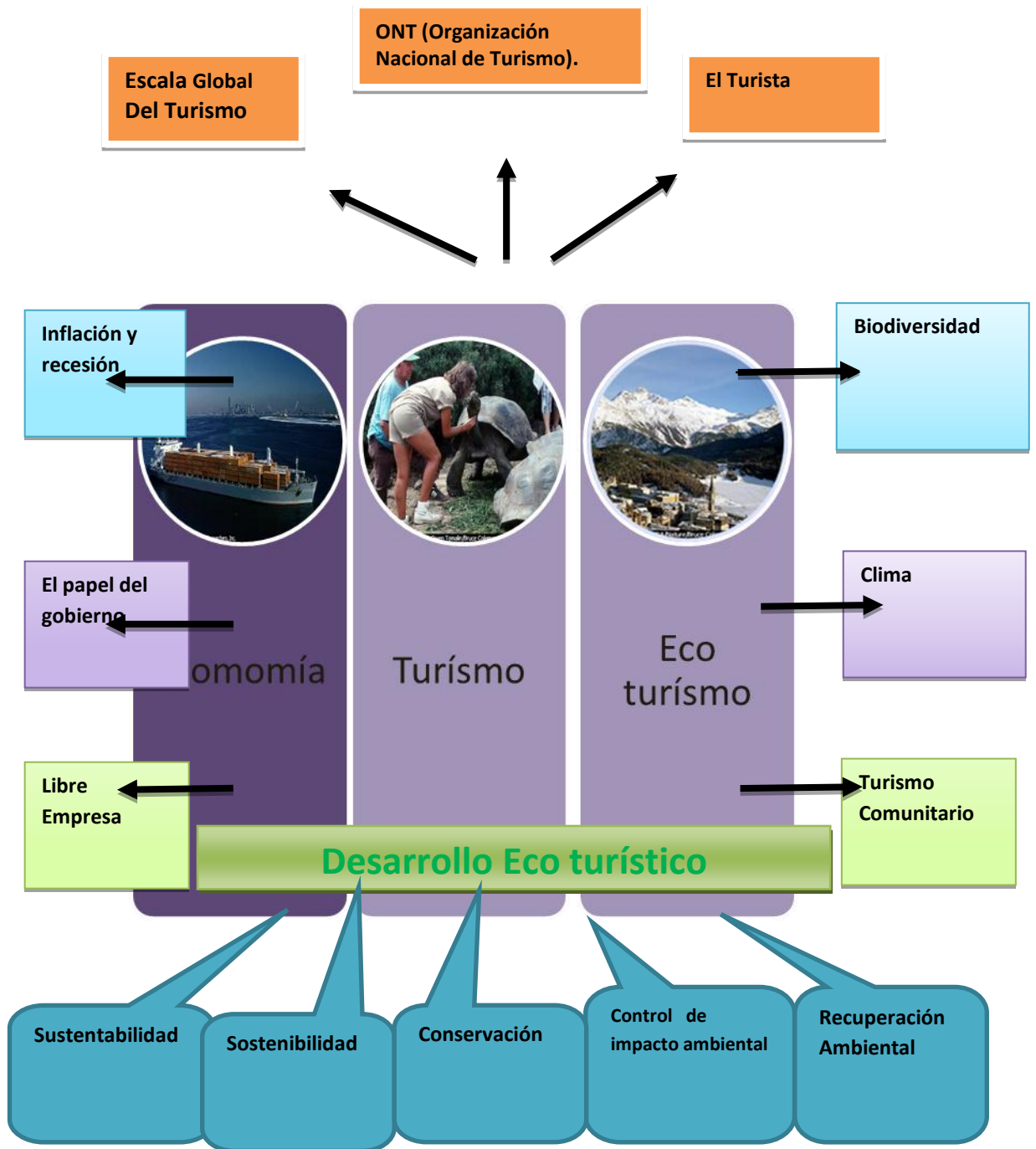
Voluntad.- Hasta el siglo XX, la mayoría de los filósofos concebían la voluntad como una facultad distinta con la que toda persona nacía. Discrepaban, sin embargo, sobre el papel de esta facultad en la composición de la personalidad. Para una escuela de filósofos, notablemente representados por el filósofo alemán Arthur Schopenhauer, una voluntad universal es la realidad esencial y la voluntad de los individuos forma parte de ella.

Fuente : (<http://es.wikipedia.org/wiki/Voluntad>)

Ideología.- Amplio sistema de conceptos y creencias, muchas veces de naturaleza política, que defiende un grupo o un individuo.

2.4.2 Organigrama 2.-Variable Dependiente

Elaborado por: Walter Mantilla F.



Economía,- Ciencia social que estudia los procesos de producción, distribución, comercialización y consumo de bienes y servicios. Los economistas estudian cómo alcanzan en este campo sus objetivos los individuos, los distintos colectivos, las empresas de negocios y los gobiernos. Otras ciencias ayudan a avanzar en este estudio; la psicología y la ética intentan explicar cómo se determinan los objetivos, la historia registra el cambio de objetivos en el tiempo y la sociología interpreta el comportamiento humano en un contexto social.

Fuente:(<http://www.misfinanzasenlinea.com/?gclid=CLmh27PwkKoCFY0H2godfl>)

Libre Empresa.- los gobiernos han tenido que recurrir a este tipo de medidas en casos de emergencia, como durante la II Guerra Mundial. Sin embargo, en las economías de libre mercado se considera que la propiedad pública de medios de producción y la intervención pública en la fijación de precios son excepciones, que se deben evitar, a las reglas de la propiedad privada y de la fijación de precios a través de mercados competitivos.

Fuente :(http://es.wikipedia.org/wiki/Libre_empresa)

Inflación y Recesión,- Algunos de los países más desarrollados, como Japón y la República Federal de Alemania, lograron superar la crisis de las décadas de 1970 y 1980 mejor que el resto de los países. Sin embargo, todos los países desarrollados han tenido que enfrentarse al problema de una alta inflación acompañada de altas tasas de desempleo y escaso crecimiento económico.

Fuente :(<http://html.rincondelvago.com/inflacion-y-recesion.html>)

El papel del Gobierno,- Estos problemas han fomentado el debate sobre el papel que deben desempeñar los gobiernos. Los partidos de izquierdas de Europa abogan por un mayor control y planificación. Durante la década de 1980, el Partido Conservador de la primera ministra británica, Margaret Thatcher, y el presidente estadounidense Ronald Reagan, ofrecieron una solución bien distinta. Redujeron los impuestos y la regulación por parte del gobierno, y permitieron que las empresas obtuvieran mayores beneficios para que pudiesen emprender nuevas inversiones que aumentaran la productividad y así reanimar la actividad económica.

Fuente :(<http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1990>)

Turismo,- Actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

Fuente :(<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>)

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

Fuente:(<http://www.elturistaenruta.com.ar/>)

ONT (Organización Nacional de Turismo).- El apoyo gubernamental a las ONT se basa en la necesidad de asegurar los beneficios económicos derivados del turismo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas. España, donde el turismo tiene una importancia económica de primera magnitud, recibió en 1995 la visita de 51 millones de turistas.

Fuente:(<http://www.slideshare.net/Sqbu1012/introduccion-marketing-turistico>)

Eco turismo,- La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable

Fuente:(http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecologico)

Biodiversidad,- Contracción de la expresión 'diversidad biológica', expresa la variedad o diversidad del mundo biológico. En su sentido más amplio, biodiversidad es casi sinónimo de 'vida sobre la Tierra'. El término se acuñó en 1985 y desde entonces se ha venido utilizando mucho, tanto en los medios de comunicación como en círculos científicos y de las administraciones públicas.

Fuente :(<http://www.fao.org/kids/es/biodiversity.html>)

Clima.-El clima describe la sucesión periódica de los distintos tipos de tiempo que se repiten en un lugar de forma característica durante un periodo amplio de tiempo. Para definir un clima se toman medidas en las estaciones meteorológicas de miles de lugares a lo largo de treinta o cuarenta años, y con esas medidas se obtienen los datos promedios y sintéticos, como por ejemplo, la temperatura media. El compendio de todos estos datos permite establecer las distintas zonas climáticas del planeta. Las medidas se toman de distintos elementos climáticos. Estos elementos varían de unas zonas a otras debido a la acción de distintos factores climáticos.

Fuente:(<http://clima.msn.com/>)

Turismo Comunitario.- El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales . El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. “anónimo”

Desarrollo Eco turístico.-Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

Fuente:<http://www.monografias.com/trabajos13/turicomo/turicomo.shtml>

Desarrollo Sostenible.- Término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Hay dos conceptos fundamentales en lo que se refiere al uso y gestión sostenibles de los recursos naturales del planeta. En primer lugar, deben satisfacerse las necesidades básicas de la humanidad, comida, ropa, lugar donde vivir y trabajo.

Fuente:(<http://ccqc.pangea.org/cast/sosteni/soscast.htm>)

Evaluación de Impacto Ambiental (EIA).-Proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo. La Evaluación de Impacto Ambiental se introdujo por primera vez en Estados Unidos en 1969 como requisito de la National Environmental Policy Act (ley nacional de políticas sobre el medio ambiente, comúnmente conocida como NEPA). Desde entonces, un creciente número de países (incluida la Unión Europea) han adoptado la EIA, aprobando leyes y creando organismos para garantizar su implantación.

Fuente:(http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_impactoambiental)

Conservación.-Acción de conservar; es decir, preservar de la alteración. La conservación de la naturaleza está ligada a comportamientos y a actitudes que propugnan el uso sostenible de los recursos naturales, como el suelo, el agua, las plantas, los animales y los minerales. Los recursos naturales de un área cualquiera son su capital básico, y el mal uso de los mismos puede ser expresado en forma de pérdida económica aunque, desde el punto de vista conservacionista, también

tienen importancia otros valores, además de los económicos, como la singularidad del paraje o de las especies presentes en él (el patrimonio o acervo genético). Desde el punto de vista estético, la conservación incluye también el mantenimiento de las reservas naturales, los lugares históricos y la fauna y flora autóctonas.

Fuente: Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation.

2.5 Hipótesis.

La participación comunitaria influye favorablemente en el desarrollo eco turístico en la comunidad de Pulinguí San Pablo parroquia San Juan Cantón Riobamba de la Provincia de Chimborazo

2.6 Señalamiento de las variables de la hipótesis

Variable Independiente

La Participación Comunitaria

Variable Dependiente

Desarrollo Eco turístico.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

La presente investigación toma un enfoque Cualitativo y Cuantitativo.

Cualitativo.- porque se realizó en el lugar de los hechos es decir se involucró con la comunidad y se logró elaborar herramientas tales como la encuesta, entrevista y observación de campo, basadas en las necesidades actuales de la presente investigación.

Cuantitativo.- ya que fue orientado a la comprobación de la hipótesis dada, realizando una medición controlada y en un enfoque universalista.

3.2 Modalidad básica de la investigación

El presente trabajo tiene tres tipos de investigación:

De intervención Social, ya que se pudo realizar varias reuniones con los integrantes de la comunidad, con ello se pudo realizar las respectivas encuestas para conocer sus expectativas relacionadas a la investigación.

Bibliográfica Documental.- mediante la información proporcionada por varios documentos asociados a los temas de investigación.

De campo.- es decir donde ocurren los hechos, en la comunidad de PulInguí con esto se conoció a fondo la problemática del sector.

3.3. Nivel o tipo de investigación

Explicativo. Se destacó la actuación de las causas en función del desarrollo de acciones comunitarias, sociales, esto permite responder las interrogantes de la misma. De esa manera se logró explicar las causas de manera satisfactoria.

Asociación de Variables. Permitirá determinar la relación entre las variables. Se dan en razón de causas y efectos.

Exploratorio. Sondeo de la realidad del problema en La comunidad Pulingui de la Parroquia San Juan de Riobamba

Descriptivo. A través de bibliografía o documentación necesaria que se la utilizó para articular todas las etapas del proyecto, pudiendo así describir las actividades a mejorar y despejar los problemas planteados

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Para poder realizar los cálculos para obtener el tamaño de la muestra, la información proporcionada por el señor Marcelo Inga fue fundamental, ya que existen un total de 220 miembros de la comunidad de Pulingui San Pablo.

De esta Población total hay 40 personas que son socios y que participan activamente en el proyecto de ecoturismo comunitario Casa Cóndor

La población total comprende un total de 220 habitantes.

3.4.2. Muestra

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5%; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral.

Datos

n	40
z	3,8416
p	0,05
q	0,95
d	0,0009

Fórmula

$$N = \frac{40 \times 1.962 \times 0.05 \times 0.95}{0.032 \times (40-1) + 1.962 \times 0.05 \times 0.95} = 33,5470824$$

3.5 Operacionalización de variables

CUADRO 1.- VARIABLE INDEPENDIENTE: (PARTICIPACIÓN COMUNITARIA)

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Ecoturismo</p> <p>Participación</p> <p>Comunitaria para la realización de actividades ecoturísticas, mediante lo cual obtienen su desarrollo económico</p>	◆ Participación comunitaria	Nivel de participación e influencia en las actividades.	¿Cuáles son las relaciones con los miembros de la comunidad en las diferentes actividades?	Observación
	◆ Actividades Eco turísticas	Número y tipo de actividades	¿Qué actividades se realizan en el campo Eco turístico?	Encuesta
	◆ Desarrollo económico	Nivel de vida de la población	¿Cómo influye en el desarrollo socio-económico?	Cuestionario

Elaborado por: Walter Mantilla F.

CUADRO 2.-VARIABLE DEPENDIENTE.- DESARROLLO ECO TURÍSTICO

CONCEPTO	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología. El turismo ecológico también busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras).</p> <p>El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desarrollo de actividades eco turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Caminatas ◆ Observación de especies de flora y fauna 	<p>¿Qué actividades se puede realizar en la zona?</p>	<p>Encuesta</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Demanda turística 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Alpinismo 	<p>¿Qué cantidad de turistas acceden al atractivo?</p>	<p>Encuesta</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ingresos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Turista nacional ◆ Turista internacional 	<p>¿Qué actividades complementarias generan ingresos económicos a sus habitantes?</p>	<p>Encuesta</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Explotación Racional de flora y fauna 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Agricultura ◆ Artesanía ◆ Turismo 	<p>¿Existe mecanismos de control para la Explotación racional de flora y fauna?</p>	<p>Encuesta</p>

		◆ Buenas practicas medioambientales		
--	--	--	--	--

Elaborado por: Walter Mantilla F.

3.6 Recolección de la Información

La información levantada permitió elaborar estrategias y metodologías para alcanzar los objetivos e hipótesis planteadas en la investigación. De tal manera que fue necesario utilizar lo siguiente.

Delimitar la muestra en estudio.

Las técnicas utilizadas fueron:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación en sitio

Los instrumentos utilizados fueron:

- Encuestas
- Entrevistas

También se consideró el apoyo de los técnicos de la CORDTURCH (La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo) quienes han brindaron la ayuda oportuna y necesaria.

La información fue obtenida a través de encuestas pre elaboradas, dirigidas a los miembros de la comunidad y a los turistas.

CUADRO NO 1. CONSIDERACIÓN PARA LA FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué persona u objetos	Miembros de la comunidad Turistas que llegan al sector
3. ¿Sobre qué aspectos?	Participación Comunitaria - Desarrollo eco turístico
4. ¿Quién?	Investigados
5. ¿Cuándo?	2012
7. ¿Dónde?	Comunidad Pulingui - San Juan - Riobamba-Chimborazo
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
9. ¿Con qué?	Cuestionario estructurado
10. ¿En qué situación	in situ

Elaborado por Walter Mantilla F.

3.7 Procesamiento y Análisis

Aquí se muestra la estrategia utilizada para la recolección de datos.

CUADRO NO 2. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ETAPAS	PASOS
Definición preliminar del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisión y análisis el problema de investigación ❖ Definición del propósito del instrumento ❖ Revisión bibliográfica
Diseño del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realización de los ítems

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estructuración del instrumento ❖ Redacción del instrumento
Ensayo del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisión del instrumento por profesionales ❖ Revisión de instrumentos y revisión conforme a recomendaciones ❖ Aplicación del instrumento a las muestras seleccionadas ❖ Análisis de resultados
Elaboración definitiva del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Redacción definitiva ❖ Aplicación ❖ Resultados

Elaborado por Walter Mantilla F.

3.7.1 Procesamiento

Para la realización del análisis y procesamiento de datos se utiliza las siguientes Técnicas: Revisión de la información recogida, limpieza de información defectuosa, contradictoria, no pertinente, incompleta, etc.

Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos

3.7.2. Análisis e Interpretación de Resultados

Verificación de hipótesis de acuerdo a los resultados estadísticos

Presentación de datos e interpretación de resultados,

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

Determinación de la influencia de los miembros de la comunidad en el desarrollo eco turístico

La influencia de la comunidad con el desarrollo eco turístico se lo analizó mediante lo siguiente:

Mediante un consenso realizado con los miembros de la comunidad, dirigentes del proyecto Casa Cóndor, y técnicos de la CORDTURCH. Quienes emitían sus criterios de como interactuaban sus miembros ante los diferentes ámbitos de acción organizados por toda la comunidad.

Aplicando la prueba del chi cuadrado para reafirmar la hipótesis planteada.

CAPÍTULO IV

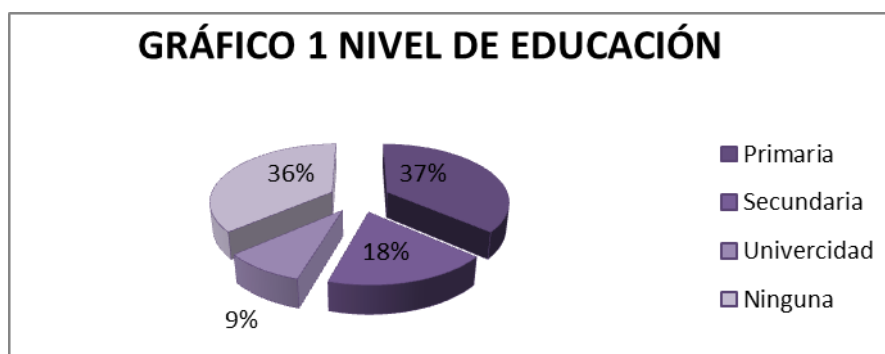
4.1 Análisis e interpretación de resultados

PREGUNTA 1 - ¿QUÉ TIPO DE INSTRUCCIÓN TIENE USTED?

Primaria Secundaria Universitaria Ninguna

CUADRO NO 3. NIVEL DE EDUCACIÓN

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Primaria	12	36,36%
Secundaria	6	18,18%
Universidad	3	9,09%
Ninguna	12	36,36%
TOTAL	33	100,00%



Elaborado por: Walter Mantilla F

ANÁLISIS. Observando las respuestas a las preguntas se puede determinar que el nivel de educación es extremadamente insuficiente ya que un 36% no posee ningún tipo de educación solo el 18 % poseen educación secundaria, el 9% educación universitaria y solo el 36% tiene un nivel de educación primaria.

INTERPRETACIÓN: Esto va a repercutir mucho en el éxito del proyecto ya que dependerán de personas con suficientes conocimientos, debiendo entonces confiar en ellos y no podrán tomar decisiones por sí mismos.

PREGUNTA N0 2.- ¿CUÁLES DE ESTAS OPCIONES SELECCIONARÍA USTED PARA MEJORAR SU PARTICIPACIÓN COMUNITARIA?

A.- Mejor y atractivo sistema de incentivos (económicos, sociales, medioambientales)

B.- Seguimiento y evolución constante de mini proyectos de emprendimiento

C.- Facilidad de acceso a créditos bancarios, para crecimiento y desarrollo personal.

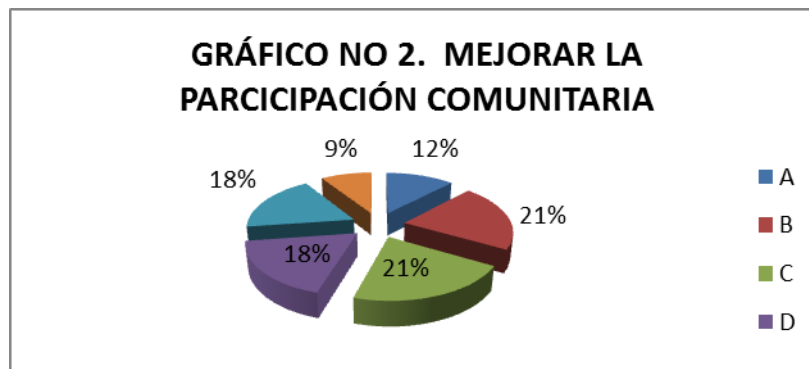
D.- Interrelación de conocimientos y experiencias con otro tipo de proyectos a nivel nacional.

E.- Intervención constante de las principales autoridades y organismos del sector por medio de políticas que beneficien al desarrollo comunitario.

F.- Mejores y constantes programas de capacitación.

CUADRONO4. MEJORAR LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
A	4	12
B	7	21
C	7	21
D	6	18
E	6	18
F	3	9
TOTAL	33	100



Elaborado por Walter Mantilla F.

ANÁLISIS.- En esta oportunidad se puede determinar que la respuesta con mayor aceptación fueron los literales B y C con un 21% cada uno , luego vienen el literal D y E con un 18 %cada uno, luego le sigue el literal A con un 12%. Finalmente el literal F fue quien tuvo la menor aceptación, con un 9%.

INTERPRETACIÓN.- De acuerdo a estos resultados se determina que los miembros de la comunidad necesitan un mayor apoyo de instituciones públicas o privadas que les ayuden aportando con créditos, para que puedan realizar mini proyectos de emprendimiento y que también esos mini proyectos sean seguidos con un buen asesoramiento.

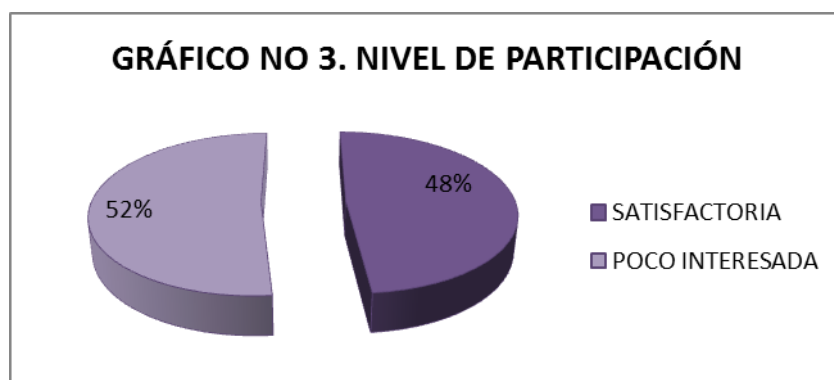
PREGUNTA No 3.- ¿LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD ES SATISFACTORIA O POCO INTERESADA?

Satisfactoria ()

Poco interesada ()

CUADRO NO 5.- NIVEL DE PARTICIPACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SATISFACTORIA	16	48%
POCO INTERESADA	17	52%
TOTAL	33	100%



Elaborado por Walter Mantilla F.

ANÁLISIS.-Al consultar sobre la participación de los miembros de la comunidad, los encuestados manifestaron que un 52 % piensan que es poco interesada, y el 48 % creen que es satisfactoria.

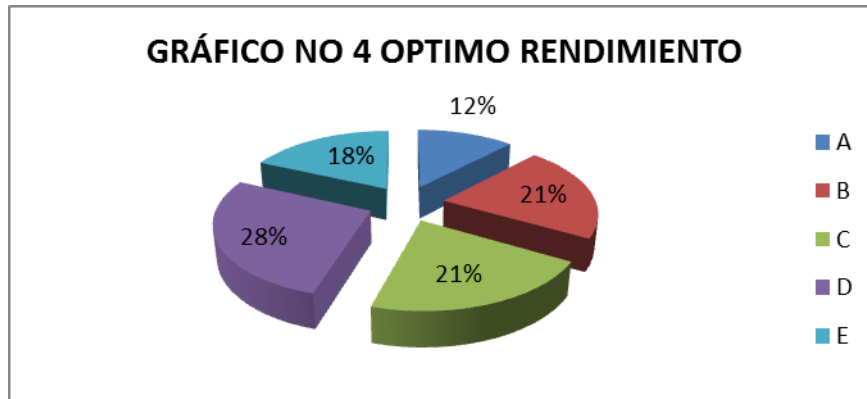
INTERPRETACIÓN.- De acuerdo a los resultados se puede determinar que no existe una estrategia bien definida para incentivar a que sus miembros participen apropiadamente.

PREGUNTA 4.- ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES ASPECTOS QUE INFLUYEN PARA QUE LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD NO ALCANCE SU ÓPTIMO RENDIMIENTO?

- a.- Falta de comunicación
- b.- Desinterés y quemimportismo por parte de las autoridades locales.
- c.- Ausencia de buenos incentivos a la realización de proyectos
- d.- Escasa capacitación a líderes y público en general
- e.- Ausencia de Ética profesional por parte de los organizadores o directores del proyecto.

CUADRO NO 6. OPTIMO RENDIMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
A	4	12
B	7	21
C	7	21
D	9	28
E	6	18
TOTAL	33	100



Elaborado por Walter Mantilla F.

ANÁLISIS. El ultimo grafico nos instruye que existe un 28% que están de acuerdo con la opción D, quedando un 21% la opción B y C , la opción E 18%, y con un 12 % que representan ala opción A

INTERPRETACIÓN. Del presente grafico se determina que existen varias alternativas que influyen y que hacen que la participación de la comunidad se vea afectada.

De tal manera que se debe trabajar arduamente en bajar el grado de desconfianza e inconformidad dentro de la comunidad, y trabajar arduamente en capacitación.

PREGUNTA 5: ¿CREE USTED QUE LA RELACIÓN EN EL ASPECTO LABORAL QUE TIENE CON LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD ES BUENA?

Sí _____ , No _____

CUADRO: 7 RELACIONES LABORALES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	25	76%
NO	8	24%
TOTAL	33	100%



Elaborado por: Walter Mantilla F.

ANÁLISIS: En esta pregunta se puede observar que de un total de 33 respuestas, 24 que pertenecen a un 76%, demuestran que las relaciones laborales entre los miembros son muy buenas. Y un 24, % que corresponden a 8 respuestas manifestaron que no lo son.

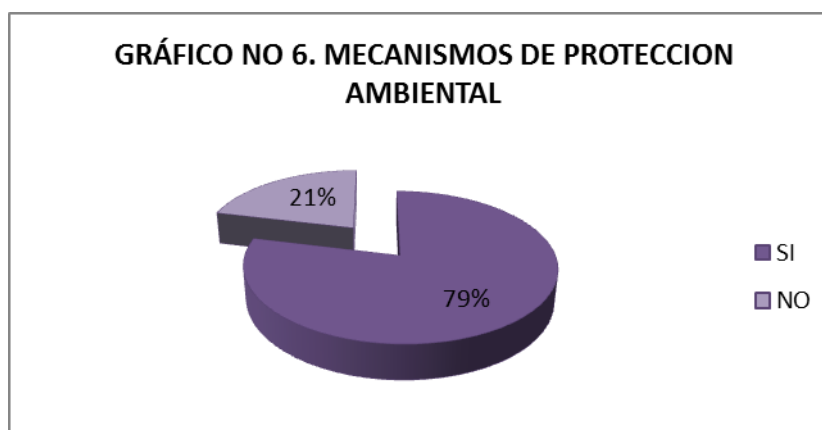
INTERPRETACIÓN: Por lo tanto se puede deducir que el proyecto va bien encaminado hacia la colaboración de todos sus miembros, factor muy importante para lograr el desarrollo integral del proyecto.

PREGUNTA 6 ¿EXISTEN MECANISMOS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL?

Sí _____ , No _____

CUADRO: NO 8. MECANISMOS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	26	79%
NO	7	21%
TOTAL	33	100%



Elaborado por Walter Mantilla F.

ANÁLISIS. Se determinó que hay un 78.8% a favor de la opción SI que corresponden a 26 respuestas de un total de 33, y para la opción NO se determinó un 21.2% que corresponde a 7 respuestas.

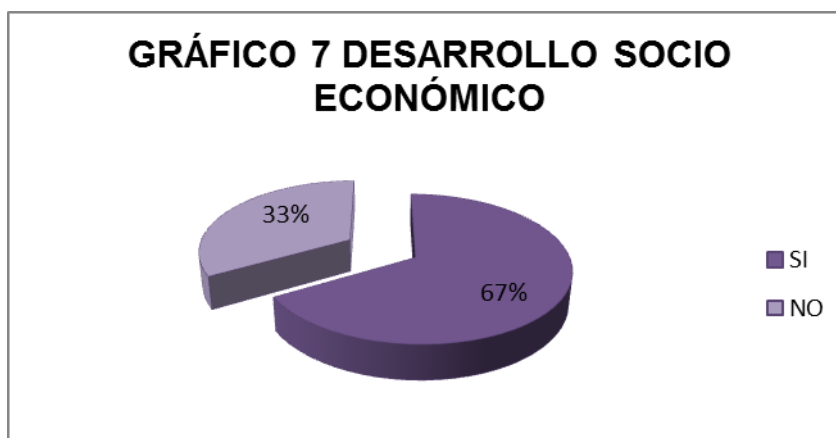
INTERPRETACIÓN. En definitiva se observa que en este ítem existe una total aceptación con el desempeño del proyecto en la parte medioambiental ya que afirman casi de manera unánime, de que si existe el debido estudio y manejo de programas medioambientales en el sector.

PREGUNTA 7 ¿CONSIDERA UD. QUE SU PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD HA SIDO ÚTIL PARA MEJORAR EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DEL SECTOR?

Sí _____ , No _____

CUADRO: 9 DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	22	67%
NO	11	33%
TOTAL	33	100%



Elaborado por: Walter Mantilla F.

ANÁLISIS. La pregunta 4 nos muestra claramente un dominio de la opción SI con un total de 22 respuestas a su favor, que corresponden al 66,7%. Y un total de 11 respuestas por el NO correspondientes al 33.3%

INTERPRETACIÓN Al analizar este gráfico se comprueba que existe conformidad y avances significativos en la consecución de sus objetivos socio económicos. Pero que se debe tener en cuenta que aún hay un porcentaje importante que no está satisfecho por lo realizado hasta el momento

PREGUNTA 8 ¿SE HAN INCORPORADO BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN EL PROYECTO?

Sí _____ , No _____

CUADRO 10 PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

Categorías	Cantidad	Porcentaje
SI	30	91
NO	3	9,
TOTAL	33	100%



Elaborado por: Walter Mantilla F.

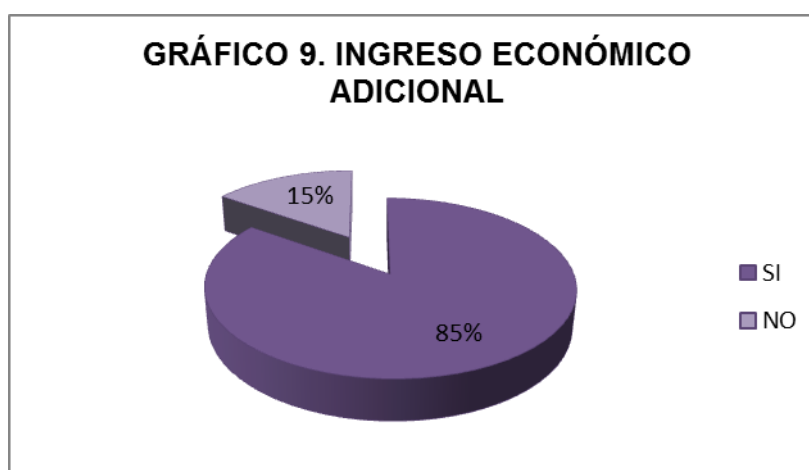
ANÁLISIS. En la siguiente pregunta se cuantifico un porcentaje del 90,9% que corresponden a 30 respuestas positivas, y un 9,1% que dijeron lo contrario.

INTERPRETACIÓN. Claramente existe una tendencia conservacionista y planificada con respecto a la utilización de buenas prácticas medioambientales, lo cual asegura y encamina de manera segura al éxito del proyecto.

PREGUNTA 9. DESEARÍAN TENER OTRA FUENTE DE INGRESO ECONÓMICO ADICIONAL?

CUADRO: 11INGRESO ECONÓMICO ADICIONAL

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	28	85%
NO	5	15%
TOTAL	33	100%



Elaborado por: Walter Mantilla F.

ANÁLISIS. En el presente gráfico nos indica que de un total de 33 respuestas, 28 que corresponden al 84.8% se inclinan por la opción SI, y 5 respuestas que significan un 15,5% van por la opción NO

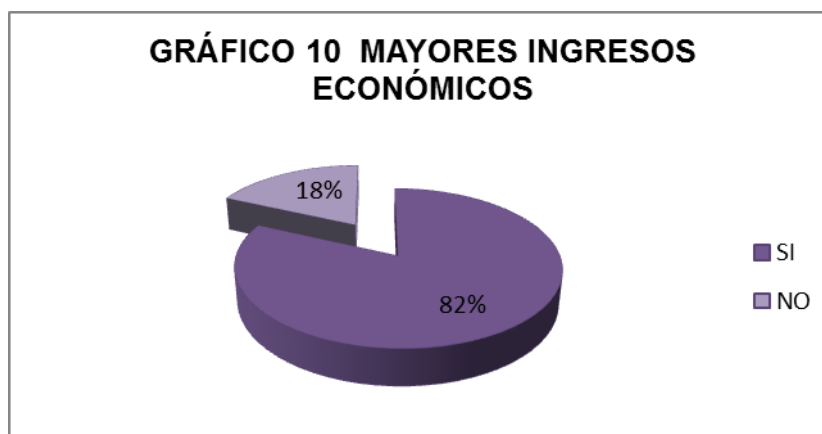
INTERPRETACIÓN Al observar el siguiente gráfico se devela que la comunidad está de acuerdo en tener otros ingresos económicos adicionales a los que ya poseen por lo tanto se debe analizar la creación de proyectos que impulsen la generación de bienes y servicios para la captación de dinero.

PREGUNTA 10 ¿CON SU PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO CASA CÓNDROR, EXISTE MAYORES INGRESOS O RÉDITOS ECONÓMICOS PARA SU HOGAR?

Sí _____ , No _____

CUADRO: 12 MAYORES INGRESOS ECONOMICOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	27	82%
NO	6	18%
TOTAL	33	100%



Elaborado por Walter Mantilla F

ANÁLISIS.- Según las respuestas obtenidas en la encuesta realizada se define que existe un 82 % que creen que si ha habido un incremento en los réditos económicos y un 18% que piensan que no.

INTERPRETACIÓN.- Con estos resultados se entiende que el proyecto comunitario va bien encamado en lo referente al aspecto económico, esto es muy positivo para lograr afianzar el proyecto en lo posterior.

4.2 Verificación de la hipótesis

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0. La participación comunitaria **N0** influye en el desarrollo eco turístico en la comunidad de Pulinguí San Pablo, Parroquia San Juan, en el Cantón Riobamba, de la Provincia de Chimborazo

H1. La participación comunitaria **SI** influye en el desarrollo eco turístico en la comunidad de Pulinguí San Pablo, Parroquia San Juan Cantón Riobamba, de la Provincia de Chimborazo

4.2.2. Selección del nivel de significación.

Para la verificación de la hipótesis se utilizó el nivel de ($\alpha = 0.5$)

4.2.3. Especificación de lo estadístico

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se seleccionaron las preguntas cerradas de las encuestad realizadas a los miembros de la comunidad de Pulinguí San Pablo. Se realizó un cuadro de 6 filas por 3 columnas con el cual se determinó las frecuencias esperadas.

CUADRO 13 ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO

ALTERNATIVAS	CATEGORIAS			FRECUENCIAS
	SI	NO	SUB TOTAL	ESPERADAS
				$(158*33)/198=26,3$
1	25	8	33	$(40*33)/198= 10.6$
2	26	7	33	
3	22	11	33	
4	30	3	33	
5	28	5	33	
6	27	6	33	
TOTAL	158	40	198	

Elaborado por: Walter Mantilla F.

4.2.4. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

CUADRO 14. GRADOS DE LIBERTAD

GRADOS DE LIBERTAD	
FILAS	COLUMNAS
$gl = (6-1) - (2-1)$	
$gl = (5) - 1$	
$gl = (5*1)$	
$gl = (5)$	
$X^2_T = 4.35$	

Elaborado por: Walter Mantilla F.

Por lo tanto con 5 grados de libertad y a nivel de 0.5 De significación la tabla de $\chi^2_T = 4.35$

Por lo que si $\chi^2_C \leq \chi^2_T$ se aceptara la H_0 , caso contrario se la rechazará y se aceptara la hipótesis alternativa.

4.2.5 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico.

Para esto se utilizó la siguiente fórmula $\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$

\sum

CUADRO 15 XI CUADRADO CALCULADO

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
25	26,3	-1,3	1,69	0,1
8	10,6	-2,6	6,76	0,6
26	26,3	-0,3	0,09	0,0
7	10,6	-3,6	12,96	1,2
22	26,3	-4,3	18,49	0,7
11	10,6	0,4	0,16	0,0
30	26,3	3,7	13,69	0,5
3	10,3	-7,3	53,29	5,2
28	26,3	1,7	2,89	0,1
5	10,6	-5,6	31,36	3,0
27	26,3	0,7	0,49	0,0
6	10,6	-4,6	21,16	2,0
TOTALES				13,4
				$\chi^2_C = 13,4$

Elaborado por: Walter Mantilla F

Como se pudo observar χ^2 Cuadrado Calculado es mayor que χ^2 Cuadrado tabular, por tanto se acepta la hipótesis alternativa H1: La participación comunitaria SI incide en el desarrollo eco turístico de la comunidad de Pulungú Perteneciente a la provincia de Chimborazo del Cantón Riobamba. Y con esto se ha verificado la hipótesis.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para obtener las conclusiones que posteriormente emitirán las recomendaciones y desarrollaran el objetivo general de la presente investigación que es, Evaluar la participación de la comunidad en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Pulinguí Parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo en el año 2012. Se debe primero interpretar los objetivos específicos de lo cual tenemos:

- **Precisar el tipo de organización de sus habitantes**
- **Identificar los ámbitos en los que influye la comunidad en el desarrollo Eco turístico.**
- **Describir el actual nivel de desarrollo eco turístico**

En el primer objetivo específico se pudo concluir lo siguiente:

El tipo de organización de sus habitantes se rige a partir de un líder de una manera genérica, podemos afirmar que los líderes comunitarios son aquellas personas que pertenecen a una comunidad que saben compartir lo que tienen y están dispuestos a colaborar con los demás. Estas características producen en el resto de componentes de su comunidad confianza y seguimiento de sus indicaciones.

La influencia que un líder puede tener en el resto de su comunidad le dota para jugar un papel fundamental en la participación, de una manera activa, en el desarrollo de su propia comunidad. Esta participación canalizada a través de una acción de índole comunitaria debe conducir a la auto-responsabilidad para resolver los problemas ya sean individuales, grupales o comunales.

No debemos pensar sólo en líderes políticos (alcalde, vicealcalde o teniente de alcalde etc...) Para el proyecto que nos ocupa se requiere el concurso de otro tipo de líderes comunitarios. Conseguir una participación racional de los líderes comunitarios es el punto clave en la movilización de la comunidad, es decir se convierte así el líder, en el centro y motor para desatar el proceso participativo de la comunidad. Por ello a los líderes hay que ofrecerles los medios y herramientas necesarios para que intervengan de una manera efectiva en la consolidación de cualquier proyecto de apoyo comunitario.

El segundo objetivo específico mediante la ayuda de las encuestas, entrevistas y observación directa. Se pudo determinar lo siguiente:

Los miembros de la comunidad participan activamente en todos y cada uno de las actividades ya sean estos sociales, culturales, ambientales, economicos, etc.

En lo correspondiente al desarrollo ecoturístico del sector, ellos realizan artesanías, participan activamente en mingas de mejoramiento ambiental,

La comunidad de Pulinguí San Pablo posee también su Operación de Turismo Comunitario “CASA CÓNDROR”, se ubica al noroeste de la ciudad Capital, parroquia San Juan, Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, su patrimonio

natural está dentro del área protegida de la Reserva de producción faunística Chimborazo, a 37 km. vía a los refugios, a una altura de 3800 msnm. Con una temperatura promedio 10°C en el día y 3°C durante la noche.

Casa Cóndor que es un portal de entrada a la montaña más alta del país, sin duda es uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros, cuentan con senderos señalizados a los sitios naturales y culturales dentro de su territorio patrimonial, en sus recorridos disfrutará de miradores naturales con vista espectacular a los nevados y volcanes de la provincia.

La Operación de Turismo Comunitario “**CASA CÓNDR**” es una Operación de gestión comunitaria, esta manejado por hombres y mujeres de la comunidad, 40 moradores tiene beneficios directos como indirectos de la actividad como: guías, cocineros/as, Artesanos/as, chofer, cultores/as del agro, entre otros. La rotación del personal es permanente con lo que disminuimos el impacto de la forma de vida de los habitantes.

Los egresos para la Operación turística son ingresos para la comunidad y los beneficios generados se incorporan a un fondo común, que financia: mantenimiento de la infraestructura, promoción, salud, becas universitarias, programas de forestación, reciclaje de residuos y créditos a los moradores de la comunidad. Existe grupo de mujeres que promueve la manufactura local, confeccionando artesanías; (sacos, shigras, bufandas, guantes, medias, gorros).

Tipo de actividades en las que participan activamente

- Actividades espirituales, religiosas, cosmovisión.

- Aventura, deportes
- Cabalgatas
- Ciclismo
- Ecología, naturaleza, vida silvestre
- Educación, investigación, voluntariado
- Giras, tours
- Montañismo
- Observación de aves
- Paseos, caminatas
- Visitas a proyectos de conservación

En el tercer objetivo específico se determina lo siguiente:

El Nivel actual de desarrollo eco turístico en la que se encuentra el proyecto Casa Cóndor se lo puede determinar por los siguientes aspectos.

El proyecto se desarrolla en diferentes áreas:

Educación: gracias al apoyo de Kinder Not Hilfe de Alemania, que financió la fundación del Centro Educativo Comunitario Pulingú San Pablo (educación básica intercultural bilingüe), esta escuela atiende hoy gratuitamente más de 60 niños entre los más pobres de toda la zona, con educación alternativa, cursos de música y canto y alimentación. Desarrollo Comunitario: con el apoyo de ACDI-CIDA de Canadá se construyó el edificio llamado “Casa Cóndor” donde están ubicados un taller de artesanías (telares), hospedaje para turistas, un centro de información y capacitación por 20 jóvenes de sus comunidades, que se han

diplomado en turismo como las primeras guías nativas de Ecuador, un pequeño puesto médico, herramientas para agricultura, etc.

Además se han emprendido proyectos de salvaguardia del medioambiente, con programas de reforestación con arbustos nativos, rompe vientos para parar la erosión, y sustitución de los borregos por las Alpacas, animal nativo y no destructivo del ecosistema.

Actualidad.- Las dos organizaciones han terminado su apoyo, así que ahora toca a ellos seguir trabajando para el desarrollo de sus comunidades. Hay todavía muchos retos que enfrentar, en la producción, en la salud, en la comunicación y en la educación. La comunidad consiente de la importancia del cuidado ambiental, acuerdan disminuir rebaño de borregos y sustituir por alpacas, porque los camélidos hacen menos daño al paramo y de esa forma proteger la vertientes de agua que nacen de sus territorios y poseen un programa de forestación permanente con planta nativas.

Directiva:

Comunidad de Pulinguí San Pablo

Pres. Miguel Miñarcaja

Comunidad de Chorrera Mirador

Pres. Juan Cayambe

Centro Educativo Comunitario Pulinguí San Pablo

(escuela de educación básica)

Resp. Prof. Antonio Inga

Fuente: www.redindigena.net/cci/wamanway

CONCLUSIONES

Luego del análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la presente investigación habiendo alcanzado con los objetivos propuesto se concluye que:

1.- la participación de los miembros de la comunidad si bien es indispensable, pero al mismo tiempo no es incentivada apropiadamente, no existen lineamientos claros sobre el cual regirse en cuanto a derechos y obligaciones que los miembros de la comunidad deben seguir para alcanzar un óptimo desarrollo.

2.- En el aspecto medioambiental se han propuesto proyectos, pero no son ejecutados ya que no cumplen los lineamientos técnicos ni proponen soluciones de acuerdo a la verdadera problemática ambiental del sector.

3.- Existe gran potencial turístico y cultural para ser explotado y difundido dentro y fuera del país, pero tienen que esperar que las operadoras turísticas con las que tienen convenios tengan una temporada alta para tener buenos réditos económicos.

4.- La inexistencia de apoyo institucional por parte de las autoridades gubernamentales provoca una falta de seriedad e inseguridad para participar e invertir en los diversos proyectos que proponen sus dirigentes.

RECOMENDACIONES

Para poder incentivar la participación de los miembros de la comunidad en el proyecto eco turístico Casa Cóndor, de La comunidad de Pulingui de San Juan Provincia de Chimborazo. Se recomienda lo siguiente:

- 1.- Elaborar un reglamento interno de trabajo comunitario mejorado incluyendo a los miembros de la comunidad y no solo a los mandos diligenciales.
- 2.- Proponer La creación de una operadora de turismo para no depender de los convenios creados con otras mayoristas y obtener otro ingreso económico.
- 3.-Realizar un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) para proponer acciones puntuales en el ámbito medioambiental.
- 4.- Concretar nuevos convenios con organismos gubernamentales, locales, provinciales, nacionales y ONGs para fortalecer la imagen institucional, y generar confianza y optimismo en la participación comunitaria.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1 Datos informativos

Título:

AGENCIA DE VIAJES OPERADORA CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA PARA GENERAR INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA COMUNIDAD DE PULINGUI PARROQUIA SAN JUAN CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

NOMBRE DEL LUGAR COMUNIDAD DE PULINGÚ SAN PABLO

SECTOR : SAN JUAN

CIUDAD : RIOBAMBA

PROVINCIA : CHIMBORAZO

6.2 Antecedentes de la propuesta

El propósito general de la presente investigación es la de implementar una operadora de turismo en la Comunidad de Pulingui , con el objetivo de colaborar con el desarrollo turístico del sector y sus alrededores , en lo referente al mejoramiento de servicios turísticos , creando nuevas plazas de trabajo, mejorando las relaciones socio culturales con los turistas extranjeros, difundiendo de forma satisfactoria y responsable las riquezas turísticas del lugar e interpretando los valores culturales y religiosos de manera ética y profesional.

Para lo cual se basó en la investigación aplicada, ya que se necesitó resolver los problemas con un carácter utilitario y un propósito inmediato.

La parte central del Ecuador posee una gran riqueza cultural, este factor es importante para desarrollar el Turismo Comunitario. La provincia de Chimborazo es una zona donde sus atractivos, especialmente, sus altas montañas son un enganche clave para que turistas nacionales y extranjeros conozcan la cultura indígena, experimenten sus costumbres, forma de vida, idioma, etc.

La propuesta turística está encaminada a mejorar el desarrollo del Turismo Comunitario, a través de una Agencia de Viajes Operadora, para dar a conocer la riqueza de un pueblo indígena su progreso, explotando de manera sustentable y sostenible los atractivos naturales y culturales de la Parroquia.

6.3 Justificación

Este proyecto se realiza para desarrollar el turismo en la comunidad indígena de Pulungui, dando a conocer tanto sus atractivos naturales como culturales, generando trabajo a sus habitantes, y de esta forma la comunidad puede ingresar a la actividad turística, la misma que generaría un ingreso para su economía, incentivando así la participación de la comunidad.

La creación de una Agencia de Viajes Operadora es positiva para la Comunidad que participaría en una nueva actividad nunca antes imaginada, como es, la relación con turistas de otros países y el intercambio de culturas. A través de la Operadora, la comunidad se involucraría dentro del turismo, participando con personas capacitadas para el manejo de la actividad turística, así como recibiría

capacitación permanente para trabajar conjuntamente y desarrollar el turismo comunitario.

El Turismo Comunitario es efectuado por los mismos indígenas ofreciendo un servicio de calidad alcanzando resultados eficaces.

6.4. Objetivos de la propuesta

6.4.1. Objetivo general

Crear una Agencia de Viajes Operadora con participación comunitaria en la Comunidad de Pulinguí Parroquia San Juan Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

6.4.2. Objetivos específicos

- Constituir la Agencia de Viajes Operadora
- Elaborar el plan de negocios para la Agencia de Viajes Operadora

6.5. Análisis de factibilidad

La creación de la Agencia de Viajes Operadora para optimizar la participación comunitaria, utilizará técnicas utilizadas para la realización de un plan de negocios de manera que abarque los lineamientos necesarios para la realización del proyecto. Además, la siguiente propuesta será explicada paso a paso al Director del Proyecto Comunitario “Casa Cóndor”. Para que haya un fortalecimiento relacional con los miembros de la comunidad, y sobretodo un incremento de recursos económicos. Por lo tanto se considera que la realización de este proyecto para optimizar la participación comunitaria es operativamente factible.

6.5.1 Factibilidad económica

Es el análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad de que el proyecto sea ejecutable en función de la disponibilidad de recursos.

El siguiente cuadro nos muestra una escala del 1 al 4 en donde:

1. = nada factible
2. = poco factible
3. = factible
4. = muy factible

CUADRO 16 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

INDICADOR	Escala				
	1	2	3	4	
1. Aporte de organismos seccionales			X		
2. Aporte de (ONG`s)			X	x	
3. Suficiencia de recursos (Comunidad)			X		
4. Sustentabilidad durante la etapa de operación		X			
5. Aporte del estado (Créditos)				X	

Elaborado por: Walter Mantilla F.

Resultado

La presente propuesta tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes, debido al gran apoyo que existe en la actualidad a la ejecución de proyectos ecos turísticos comunitarios

6.6 Fundamentación teórica de la propuesta

A. CONSTITUCIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

El marco jurídico es una condición indispensable para el desarrollo de cualquier actividad económica del país.

La constitución de una Compañía de responsabilidad Limitada requiere necesariamente de:

- Escritura Pública (Superintendencia de Compañías)
- Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil
- Registro único de Contribuyentes
- Patente Municipal
- Registro y Permiso del Ministerio de Turismo y CETUR.

En la escritura pública debe constar:

- Razón Social o Denominación
- Objeto Social
- Domicilio
- Reforma de Estatutos.

Requisitos para obtener la patente municipal

Marco legal

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la Patente y, por ende, el pago de impuesto, (Art. 381), para todos los comerciantes e Industriales que realizan actividades económicas dentro de los límites del Ilustre Municipio de Riobamba, así como ejerzan cualquier actividad económica.

Donde y como tramitar

Para obtener la Patente de una persona natural deberá inscribirse en el Registro de Comerciantes, ubicado en el Cantón Riobamba.

1. Formulario de Declaración del RUC
2. Copia de la Cedula de Identidad del propietario.
3. Copia de Papeleta de votación

Personas jurídicas

1. Escritura de Constitución de la Empresa.
2. Resolución de la Superintendencia de Compañías de aprobación de constitución.
3. Copia de la cédula de identidad del representante.
4. Papeleta de Votación, copia.

OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA

Adicionalmente a la inscripción en el Registro Mercantil, será necesaria la afiliación de la Compañía a una de las Cámaras de la Producción del país, según sea la Naturaleza de las actividades que realice.

CÁMARA DE TURISMO DE CHIMBORAZO

Para la afiliación de la empresa a la Cámara de Turismo de Chimborazo, se deben presentar los siguientes documentos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía o aumento de capital o Reforma de estatutos si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en las oficinas del Registro Mercantil.
3. Certificado de la Dirección de Propiedad Intelectual.
4. Registro único de Contribuyentes.
5. Copias de Cédulas de Ciudadanía de los socios.
6. Inventario Valorado (firmado por el interesado)
7. Lista de Precios (firmado por el interesado) S. Número de Patente.

MINISTERIO DE TURISMO

Para obtener la licencia de funcionamiento como operadora de turismo, se deben presentar en el Ministerio de Turismo los siguientes documentos:

- Copia Certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía.

- Nombramiento del Representante Legal (Hoja de Vida)
- Capital Social (suscrito y pagado)
- Certificado de Dirección de Propiedad Intelectual
- Lista de Precios (firmadas por el interesado)
- Nombramientos del personal (Requerimientos, Características y funciones)

B.- PLAN DE NEGOCIOS

La metodología que se eligió para la realización de este proyecto fue la de un Plan de Negocios, poniendo en claro que se tomaron en cuenta los aspectos más relevantes para este estudio y omitiendo otros que no fueron considerados relevantes.

Estructura de un Plan de Negocios

Carta Introductoria.

La carta introductoria explica brevemente la razón por la cual se está haciendo el plan de negocios y subraya los puntos que crees son importantes para el lector.

Esta carta debe ser de menos de una página.

Portada

Debe incluir el nombre de la empresa y logotipo, dirección, número de teléfono, número de fax, dirección de correo electrónico, dirección de página de internet (si es que se tiene una), el nombre y título del director general y, cuando sea apropiado, una foto del producto o servicio.

Cada plan de negocios debe ser numerado para tener un registro de cada copia que se ha enviado e incluir la fecha para diferenciar cada plan de versiones futuras.

Índice

Debe facilitar a los lectores el estudio del plan de negocios. No te olvides de numerar todas las páginas e incluir los números de página en el índice para permitir que el lector regrese fácilmente a las partes de su interés.

Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es importante ya que es lo primero que verán los lectores, por lo general. Dicho resumen debe captar la atención de los lectores al resaltar lo más importante del documento.

Típicamente, el resumen ejecutivo tiene una longitud de entre una y dos páginas y responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué producto o servicio va a ofrecer la empresa?
- ¿Qué necesidades se están cubriendo o qué problema se está solucionando?
- ¿Cuál es el modelo de negocio (fuente de ingresos principal)?
- ¿Quiénes son sus competidores (y cuál es tu ventaja competitiva sustentable)?
- ¿Quiénes son sus clientes y cuál es su mercado objetivo (y tamaño de mercado)?
- ¿Quién(es) está(n) en el equipo gerencial?
- ¿Cuál es el estado actual del desarrollo del producto, idea, etc.?
- ¿Cuánto dinero está buscando obtener para el negocio?
- ¿Cuál es la valuación de la empresa que está buscando?
- ¿Cuál es la estructura actual de propiedad de la empresa?

2. Descripción del Negocio

Información sobre la empresa

Esta sección debe comenzar con la misión de la empresa, una descripción en uno o dos enunciados del objetivo del negocio y el (los) mercado(s) objetivo.

Otros puntos a cubrir son los siguientes:

Breve historia de la compañía

¿Qué tipo de negocio es?. ¿Mayoreo o menudeo? ¿Manufactura o servicios?

¿Cuándo se fundó la empresa?.

¿Cuál es la estructura legal de la empresa (Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, etc.)?

¿Quiénes son los propietarios de la empresa y qué experiencia tienen?.

¿Qué necesidades del mercado se van a cubrir?.

¿Cómo está(n) posicionado(s) el (los) producto(s) ó servicio(s) y cuáles son los beneficios para los clientes?.

Describir si es un proveedor de bajo costo, un proveedor de calidad superior, si tu producto crea mayores eficiencias, productividad, conveniencia o si resuelve un problema.

3.- El Mercado

Describe tu nicho de mercado, el cliente, la competencia y ventas presentes y futuras.

Define el tamaño total del mercado así como el segmento de mercado al cual se va enfocar la empresa. Utiliza números de fuentes independientes para comprobar que hay un mercado viable y su potencial de crecimiento.

Trata de utilizar grupos de enfoque y/o hacer investigación con miembros del mercado objetivo. Crea una descripción del mercado objetivo (sean los clientes personas físicas o empresas) utilizando: geografía, estilo de vida, género, edad, ocupación, tamaño de las empresas y demás características.

Debes incluir algunos hechos y discusión sobre tendencias en la industria, nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio, necesidades de los clientes nuevas o cambiantes y cómo están afectando el crecimiento del mercado.

Clientes

Es importante ser específico y detallado al describir el cliente objetivo para tu producto o servicio, por ejemplo: si son conscientes del costo o de la calidad, qué tan importante es para ellos la marca, bajo qué circunstancias compran, cómo afecta la estacionalidad, si tienen alguna preferencia geográfica,

Cuando sea posible, nombra clientes clave que hayan comprado ya o indicado un interés en el producto.

Competencia

Esta sección debe revelar cómo los productos y servicios de la empresa encajan con el ambiente competitivo. Demuestra como tu plan lidia con las barreras de entrada de la industria. En la medida de lo posible, presenta una corta lista de tus competidores principales con sus ventas anuales y porcentaje de mercado. Haz un análisis realista de las fortalezas y debilidades de productos y servicios de la competencia. La evaluación deberá incluir alguna explicación de cómo planea posicionar su empresa frente a la competencia. Si el producto / servicio tiene atributos especiales, como una patente, secretos industriales o propiedad intelectual, menciónelo también.

Ventas Estimadas

Las ventas estimadas están basadas en el análisis de las ventajas del producto o servicio, los clientes, el tamaño de mercado, la competencia y la penetración del mercado. Esto debe incluir ventas en unidades y en dinero para los próximos cinco años, con el primer año dividido mensualmente si es apropiado para la industria en cuestión. Estos números serán muy importantes y deberán ser la base para los demás documentos financieros presentados en el plan de negocios.

4.- Desarrollo y Producción

Producto o Servicio: descripción, producción e instalaciones.

Describe el estado actual de tu producto y servicio y qué queda por hacer para que esté listo para ser vendido. Lleva al lector a través de las etapas de la fabricación del producto desde la idea a cuando puede ser vendido. Identifica los problemas de diseño y desarrollo previstos y los acercamientos para sus soluciones. Si es una empresa de servicio, describe el proceso de entrega del servicio.

En la medida de lo posible, debes describir que tipo de instalaciones, espacio de oficina, maquinaria y fuerza de trabajo se necesitan. Da una justificación para la 'estrategia de compra, construcción o asociación'. Dicha decisión estratégica se refiere a si es mejor crear todos los componentes necesarios para la fabricación del producto o servicio, comprar las empresas que tienen dichos componentes o si es mejor asociarse con otros que provean algunos o todos los componentes del producto o servicio.

5. Ventas y Mercadotecnia

¿Cuál será tu estrategia de ventas y mercadotecnia?

Explica si utilizarás fuerza de ventas de la empresa, representantes independientes de ventas, mercadotecnia directa y / o telemarketing para promover el producto o servicio. Detalle los descuentos a dar a los mayoristas, distribuidores, minoristas y las comisiones a ser pagadas. Además, describe los derechos de distribución exclusivos y otras políticas especiales.

¿Qué características del producto y servicio vas a enfatizar para hacer que los clientes pongan atención a la empresa?

Como parte de la estrategia de mercadotecnia debes hablar de las políticas de precios. Es una de las decisiones más importantes porque el precio debe ser el correcto para penetrar el mercado, obtener 'market share' y conservarlo y producir las utilidades esperadas. Es importante no subestimar los costos ya que es un error bastante común.

Si estás planeando hacer una campaña publicitaria, debes incluir una descripción de todos los medios que planea utilizar (e.g. televisión, radio, revistas, internet, etc.)

6. Dirección

¿Quiénes dirigen y forman la empresa?

Describe a los directores de la empresa, incluyendo las responsabilidades y experiencia de cada persona. Para puestos que todavía están vacantes, describe a la persona que se necesita contratar para lograr los objetivos. Cada perfil debe ser limitado a un párrafo o dos. Los currículums de cada director clave deben ser

incluidos en el apéndice. Incluye un diagrama de la organización cuando sea útil hacerlo.

Una corta sección sobre la estructura accionaria de la empresa puede ayudar a los lectores a comprender quiénes tomarán las decisiones. Los inversionistas potenciales deben saber qué porcentaje de la empresa está en oferta.

Un consejo fuerte o unos buenos mentores pueden ser positivos. Pueden agregar credibilidad al equipo directivo e incrementar las probabilidades de éxito. Detalla quién está en el consejo, incluyendo nombres, empleo, capacitación, educación y experiencia. Haz un análisis de las experiencias de cada consejero y la razón por la cual ellos pueden ayudar a su negocio a ser exitoso.

Se deben mencionar otras figuras de soporte como son Consejo Asesor, abogados, contadores, agencias de publicidad, bancos y otras organizaciones de apoyo que puedan indicar que otros tienen fe en la empresa así como la habilidad de atraer talento.

7. Finanzas

Flujo de efectivo, Estado de Resultados, Balance

El flujo de efectivo muestra cuánto dinero necesita, cuándo se necesita y de dónde se obtendrán los fondos. En términos generales, el flujo de efectivo detalla las fuentes de ingreso menos los gastos y requerimientos de capital para obtener un dato de flujo neto. Es común mostrar tres años de proyecciones de flujo de efectivo.

El estado de resultados es donde se demuestra que la empresa tiene potencial de generar dinero. Este documento es donde se registran los ingresos, costos y

gastos. El resultado de combinar dichos elementos demuestra cuánto dinero va a ganar o perder la empresa durante cada año.

El estado de resultados de un plan de negocios suele expresarse en forma mensual para el primer año y a partir de eso en forma anual. Analice brevemente el estado de resultados y presente lo que encontró en el plan de negocios. Una de las cosas que analizan los inversionistas son los costos fijos contra los variables, ya que es importante al analizar la rentabilidad y el potencial de escalar el negocio. Si la empresa ya está en operación, incluya estados de resultados para periodos anteriores.

A diferencia de los demás estados financieros, el balance es una fotografía de la empresa tomada en un cierto punto en el tiempo, típicamente cada año, para calcular el valor neto de la empresa. Si la empresa ya está en operación, incluya el último balance.

8. Necesidad de Financiamiento

Debe haber una sección dirigida a los posibles inversionistas

Aportaciones de capital necesarias para el funcionamiento o desarrollo de la empresa

VARIABLES E INDICADORES

1. Agencia de Viajes Operadora

- Ubicación Geográfica

- Selección del Nombre

2. Estudio de Mercado

- Oferta
- Demanda

3. Plan de Marketing

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

4. Administración Turística

- Directorio de la Operadora
- Guías Nativos

5. Ingeniería del Proyecto

- Ingreso de Turistas
- Consumo de Servicios Comunitarios
- Venta de Paquetes Turísticos

6. Estudio Financiero

- Presupuesto de inversión
- Ingresos del Proyecto
- Presupuesto de ingresos, costos y gastos

- Depreciación y Amortización
- Estado de Resultados
- Flujo de caja
- VAN – TIR

7. Estudio del Impacto Ambiental

- Problemas de impactos Ambientales y posibles medidas de mitigación

1.- AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

1.1. Concepto

Una agencia de Viajes es aquella empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro viajes, tales como aerolíneas, hoteles, cruceros, entre otros, ofreciéndoles a los primeros las mejores condiciones de contratación en los viajes que desean emprender. Es decir, la agencia de viajes le vende a su cliente productos y servicios relacionados al viaje que realizará a un precio más bajo y en el marco de unas condiciones realmente tentadoras y atractivas respecto a lo que podrían conseguir si se dirigiesen a comprarlo directamente en los proveedores mencionados.

Este tipo de empresa expresa mejor su utilidad a la hora de tener que contratar viajes extensos en el exterior, ya que se ocupan de simplificarle al cliente trámites con las compañías extranjeras que correspondan, además de solucionarles temas como el del alojamiento y de guía turística en las ciudades que visiten.

Es decir, la agencia de viajes no solamente venderá el ticket de avión correspondiente sino que ofrecen un servicio mucho más completo e integral que incluye hotelería, tickets de medios de transporte urbano, rentado de automóviles, entre otras alternativas.

El mercado de agencias de viajes es variado y por tanto nos podremos encontrar con tres tipos de agencias de viajes: **Operadoras** (organizan los viajes contratando directamente con los operadores de los servicios),

Mayoristas (ofrecen y distribuyen productos turísticos por intermedio de agencias minoristas, generalmente no son contratadas por el consumidor final y suelen hacer reservas para cubrir las demandas de los minoristas) y **Minoristas** (las que directamente venden sus servicios al consumidor final).

Si bien el crecimiento de internet redujo de manera considerable su trabajo dado que muchas aerolíneas comenzaron a vender directamente los pasajes a los clientes y por tanto ya no era necesario el pago de comisiones a las agencias por llevar a cabo este trabajo, reduciendo de manera considerable sus ingresos, las agencias de viajes, de todas maneras, se las ingenieron para sobrevivir al fenómeno de internet sumándose de lleno a él y publicando allí informaciones detalladas de los viajes que venden.

Consulta: Definición de Agencia de viajes » Concepto en Definición ABC

1.2 Ubicación Geográfica

CUADRO 17 DATOS GENERALES

AMBITOS	DESCRIPCIÓN
Físicoespacial	<p>ubicación geográfica:</p> <p>Cantón: Riobamba</p> <p>Localidad: San Juan.</p> <p>Sitio turístico cercano al atractivo: cría camélidos (15km) altitud: 6310 (m.s.n.m).</p> <p>Temperatura aprox: 4 grados centígrados.</p> <p>Relieve: abrupto. Las comunidades se encuentran a 36 Km al Noroeste de la ciudad de Riobamba, en la vía al refugio del volcán Chimborazo.</p> <p>Vialidad: 1er Orden, 2do Orden.</p>
Socio cultural	La comunidad: Cuenta con una población de 220 habitantes

descendientes de la Nación Puruhá, el idioma es el Quichua (Quechua), viven en chozas con techo de paja y paredes de tierra, calentadas por un fogón, el mismo que sirve por cocinar .Son católicos y evangélico, pero esto no los divide, cada quien es libre de practicar su religión.

Guardan sus tradiciones y fiesta pre-incásicas como el “Tarpuy”, ritual de la siembra y el “Murutanday”, ritual de la cosecha en donde se prepara platos de papas con cuyes y se toma “chicha”, una bebida preparada a base de maíz fermentado.

Energía eléctrica: no.

Agua potable: no.

Alcantarillado: no.

Transporte terrestre: regular: no

Eventual: no.

	<p>Especial: si.</p> <p>Urbanizaciones: población dispersa.</p> <p>Aguas superficiales: deshielos</p>
<p>Ecológico territorial</p>	<p>El ecosistema en que viven es llamado “Páramo”, formados por tierra y arena lanzada por la erupción volcánica hace 10 mil años, el clima frío y el viento caracterizan estas tierras. Desde la erupción, poca vegetación ha sobrevivido. Hay presencia de pajonales, pocos árboles y arbustos nativos, entre estos el Chuquirahua, que es símbolo de la vegetación de los páramos andinos, el secular árbol de papel (o Polilepys), el Yahual, el Tayataya y otros más que aún no han sido catalogado por la ciencia oficial. Desde nuestra tierra salen los arroyos</p>

Mapa de Ubicación geográfica de la Agencia de Viajes Operadora Cóndor Adventure



1.3.- Selección del Nombre

Para la selección del nombre se cotejaron las siguientes propuestas:

Mincachiway = (ayúdanos) Quechua

Cóndor Adventure = (aventura del cóndor) Ingles

Paraíso Ecológico

Jatarishun = (animo) Quechua

Tres jeouly = (muyhermoso) Francés

Quedando como la opción preferida la de Cóndor Adventure.

2.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1.- Estadísticas referentes al turismo.

La Cámara de Turismo de Pichincha con el afán de aportar al mejoramiento y desarrollo de nuestra actividad realiza el boletín estadístico con datos de interés general para el sector, por esto pone a consideración la siguiente información que les será de gran utilidad.

INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.-Durante el mes de AGOSTO del 2012 ingresaron al país un total de 106.368 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de un 7,46 % ya que en agosto de 2011 ingresaron un total de 98.987 visitantes.

INGRESO DE EXTRANJEROS POR PAIS DE PROCEDENCIA.- Los visitantes que han ingresado al país, en Agosto de 2012, provienen en su mayoría de los siguientes países:

CUADRO 18INGRESO DE EXTRANJEROS POR PAIS DE PROCEDENCIA

Argentina	3,98 %
Brasil	1,39%
Canadá	2,13%
Colombia	27,59%
Cuba	1,66%
Chile	3,35%

España	5,13%
Estados Unidos	20,58%
Gran Bretaña	1,68%
México	1,45%
Perú	10,48%
Venezuela	2,82%
Otros (incluye a 213 países)	17,76%

Los datos provisionales actualizados al mes Septiembre de 2012, son enviados por el Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Migración y Banco Central del Ecuador.

2.2. Definición de Mercado

Mercado es el área donde un grupo de compradores y vendedores realizan transacciones de un determinado bien o servicio. Donde se interaccionan entre si una serie de claves para el desarrollo de esta actividad.

VARIABLES INDEPENDIENTES

Variables controlables

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Variables no controlables

- Demanda
- Competencia
- Tecnología
- Ambiente

VARIABLES DEPENDIENTES

Respuesta del Mercado	Impacto en la Empresa
- Conocimiento	- Ventas
- Opinión	- Participación
- Motivación	- Imagen
- Acción	- Beneficio

CERÓN, E.- Apuntes de Investigación de Mercados. Pág. 13

2.3.- Análisis de Estrategias

Para una mejor comprensión de las tarifas publicadas por los operadores, es importante conocer las estrategias para la determinación de precios. Estas pueden variar en relación con tamaño, experiencia en el manejo de la cadena de comercialización y ventas, capacidad de producción de volumen, herramientas técnicas financieras y administrativas a su disposición y, finalmente, por la capacidad de negociación con los prestadores de servicios, parte de la cadena de valor del producto.

Los precios al público de los paquetes, ya sea en el caso de los grandes operadores como de los medianos y pequeños, parten del mismo criterio: Cálculo de costos de operación, gastos financieros, gastos de ventas, márgenes de utilidad y niveles de comisión. La diferencia de precios entre unos y otros radica en los costos de operación. En el caso de pequeñas o medianas empresas, la capacidad de negociación con proveedores, sobre la base de un bajo volumen, resulta en costos más altos. En este sentido los grandes operadores suelen

obtener precios más ventajosos, garantizando para productos y servicios de gran demanda un volumen que permite al proveedor entregar tarifas mucho más bajas que las publicadas. En el caso de ciudades como Quito, Cuenca y Guayaquil la rebaja en tarifas hoteleras puede llegar hasta un 55% promedio y en otras ciudades hasta el 60%. Las tarifas para negociación con los agentes mayoristas se pueden dar en dos niveles: precio neto o precio bruto. Generalmente, cuando el producto va a ser incluido dentro de un itinerario más amplio diseñado por el agente mayorista, se suele utilizar tarifas netas, aunque también, con el fin de proteger la distorsión en precios, los operadores publican en sus manuales las tarifas *gross* o brutas en las que se incluye un tope máximo de comisión. Este margen de negociación es determinado por cada operador, según sus particulares estrategias de comercialización y varía de acuerdo a parámetros de competencia con otros operadores o al interés por conseguir relaciones comerciales duraderas.

2.4. Análisis de la Oferta

2.4.1. Oferta competitiva – Planta turística implantada

En cuanto a la oferta competitiva existente en nuestro sitio de estudio se ha analizado las operadoras turísticas existentes en la ciudad de Riobamba, las mismas que son consideradas como nuestra competencia, pero un mínimo porcentaje realizan turismo comunitario, por lo que consideramos que nuestra Agencia de Viajes Operadora tendrá gran oportunidad de prevalecer con éxito brindando servicios de turismo comunitario.

Las mismas que se dan a conocer a continuación, siendo las más consideradas las siguientes:

ALTA MONTAÑA

BALBANERA TOURS

CARLOS COLCHA

CICLO TOUR

DIAMANTE TOURS

EXPEDICIONES ANDINAS

ITALTRAVEL

JULIO VERNE

KONNITOUR

MENA TRAVEL

MULTISERVICIO ORDÓÑEZ

PYSKYSLL TRAVEL

SOLAND TOURS

VELOZ CORONADO EXPEDICIONES

INFRAESTRUCTURA HOTELERA

SAMARYNA WASY

Se concluye que todas las operadoras turística en Chimborazo manejan actividades de aventura tanto en la provincia de Chimborazo por la presencia de majestuosas montañas como en Baños entrada principal hacia la amazonia y un porcentaje mínimo dedicado a la actividad de turismo comunitario.

2.5. Balance oferta demanda

La oferta turística de la zona en relación con las operadoras turísticas existentes en el sitio de estudio es nula, ya que no existen este tipo de empresa en la Comunidad de Pulingui, si nomas bien estas están localizadas en la ciudad de Riobamba, pero estas operadoras no manejan actividades en comunidades indígenas y mucho menos estas están localizadas dentro de ella, y tampoco está administrada por indígenas.

Por lo que la ejecución de este proyecto traería reales beneficios tanto a la zona de estudio como a la comunidad, por ser un producto diferente en nuestra zona de estudio.

El proyecto está considerado como un producto competitivo, debido a que los últimos tres años Pulingui ha recibido un porcentaje considerable de turistas los mismos que han incrementado, e incrementaran gracias al desarrollo de turismo alternativo o comunitario que es una actividad que hoy en la actualidad es considerada nueva alternativa con futuros resultados positivos para el turismo nacional como local.

3.- Plan de marketing

El plan de marketing del producto, logrará que se posea, acaparando el número esperado de turistas, el mismo que ayudará al desenvolvimiento del estudio Financiero, este rubro está considerado como gasto funcional.

3.1. Estrategias

Fomentar el mercado turístico del Ecuador.

Se logrará a través de la gran motivación que se les dé a los clientes o turistas nacionales del norte, centro y sur como también de la costa, para realizar actividades de turismo comunitario en Pulingui, para acrecentar el orgullo de ser ecuatorianos y que ellos sean los portavoces para incrementar el turismo en Ecuador.

Ofertar un servicio de calidad a través de una atención de primera en una operadora turística comunitaria dentro del proyecto eco-turístico Casa Cóndor. Lo más valioso e importante es que los servicios se desarrollarán en una comunidad indígena por los mismos pobladores, capacitados permanentemente en cada una de sus actividades para una atención con altos estándares de excelencia.

Establecer excelentes estrategias de marketing ser especialistas para conquistar el mercado deseado y ser líderes en el mismo.

Dentro de este análisis de Comercialización del producto “Cóndor Adventure” está dada a través de los siguientes pasos.

3.2. Plaza

En el cual la comercialización del servicio será dado por un canal de distribución de forma directa en:

Consulados y Embajadas de diferentes países del Ecuador en otros países.

ONGs que trabajen con turismo comunitario

Ferias y exposiciones nacionales e internacionales.

Comercialización Directa: Donde el productor del servicio tendrá relación directa con el consumidor, ya que de esta manera se llega de manera rápida, directa, corta simple, hacia el consumidor quienes acudirán directamente a la parroquia indígena de Pulingui para adquirir los servicios y la variedad de actividades que esta ofrece.

3.3. Precio

Este se define como la cantidad monetaria que los turistas o consumidores estarán dispuestos a pagar por los servicios que adquieran en la parroquia a la vez la empresa recibirá lo mismo. Fijar precios dentro de la empresa es clave con respecto a los servicios que se vayan a ofertar. La empresa puede fijar los precios para el mercado y manejar sus propias políticas de esta manera estar en ventaja con los competidores y entrar al mercado. Los precios se pueden fijar precios bajos para igualarlos a los de la competencia o para conseguir a un cliente nuevo o ganar experiencia de diseño de nuevos servicios.

La Operadora fijará sus precios de manera explícita, para que esta fijación no corra el riesgo de convertirse en alza, a los cambios de precio de la competencia.

Dentro de este proceso de fijación de precios la empresa deberá regirse a objetivos a obtener.

- Determinar el valor del mercado de un servicio, en comparación con los precios de los servicios en competencia.
- Sondar si ha existido cambios en la oferta y en la demanda, y si existieren deberá ajustarse a los nuevos cambios o a la nueva situación.
- Ajustar los precios según la variación de los costos de la elaboración de un servicio a ofertarse.

También se recomienda realizar un análisis mercadológico. La variable mercadológica PROMOCION se relaciona con la fijación de precios donde a través de las estrategias planteadas definirá como la empresa dará a conocer al consumidor sus precios para motivar la decisión de compra.

Los factores que se relacionan con el precio son.

- Definición del Producto
- Gestión estratégica de la empresa como marco referencial.

Factores externos en fijación de precios.

- Demanda reacciona directamente a través de la elasticidad precio demanda.
- La segmentación de mercados permite establecer la diferenciación de precios
- La competencia de cuyo análisis se extraen los precios de la competencia.
- La legislación e Impuestos que pueden distorsionar la apreciación del costo.

3.4.- Estrategia de Servicio

Los servicios serán brindados por profesionales, quienes serán preparados para brindar a los clientes de manera óptima y satisfactoria satisfaciendo todas sus necesidades, es decir la estrategia del servicio es el cliente es primero.

3.5.- Estrategia de Promoción

La promoción que se llevará a cabo es de rebajar el precio del tour un 15% del precio final por el lapso de tiempo de dos meses a más de obsequiar recuerdos como: gorras, llaveros, camisetas, etc. con el logotipo de la operadora turística

Con el tiempo se pondrán en marcha nuevas estrategias de promoción, de acuerdo a la exigencia de la demanda

Objetivo principal es captar el mercado internacional sobre todo europeo, y nacional en el Ecuador, tanto para estudiantes como para familias de acuerdo a los siguientes elementos:

La empresa tiene un canal de distribución directo para ello es indispensable la publicidad. Se trata de un servicio en etapa introductoria, por tanto se busca educar e informar a los consumidores, darles a conocer el nuevo servicio, la gran alternativa que ofrece Pulungui como comunidad por medio de los servicios de distracción y aprendizaje como el Turismo Comunitario.

3.6. Slogan

OPERADORA TURISTICA COMUNITARIA “CÓNDOR ADVENTURE”

SIENTE, DISFRUTA Y CONVIVE “CÓNDOR ADVENTURE” TURISMO
COMUNITARIO

Este slogan se utilizara en diferentes medios:

PUBLICIDAD

- Afiches
- Revistas
- Periódicos
- Trípticos

Folletería: los diferentes folletos de circulación tendrán siempre en alto el slogan, como información de servicios que prestara la Operadora y la comunidad con fotografías de sus comunidades, su vida cotidiana, y de las actividades a realizarse.

3.7. Producto

La Empresa debe definir las características del producto o servicio a ofertarse a los consumidores o turistas y los beneficios adicionales que un comprador recibirá al adquirir dicho bien.

LINEA DE SERVICIO DEL PRODUCTO “CÓNDOR ADVENTURE”

LOS SERVICIOS QUE OFRECERÁ SON:

- Tours o circuitos turísticos hacia comunidades indígenas en la Parroquia
- Camping
- Paseos a caballo

- Paseos en bicicleta
- Servicios de alojamiento en cabañas o albergues
- Convivencia con familias indígenas
- Artesanías

4.- ESTUDIO TÉCNICO

4.1.- Justificación

La importancia de crear una Agencia de Viajes Operadora de Turismo Comunitaria en la Provincia de Chimborazo, localizada en Pulingui San Pablo Parroquia San Juan en Riobamba. Beneficiará de manera positiva a sobresaltar de forma impresionante las costumbres y tradiciones, como su forma de vida, su idioma, vestimenta y la convivencia en una comunidad indígena, y de esta manera explotar sustentablemente la riqueza cultural.

EL proyecto tiene el objetivo principal de dar a conocer la riqueza cultural que tiene la provincia de Chimborazo ya que el 45% de la población de esta provincia es netamente indígena, así como también de difundir la riqueza natural, arqueológica que tiene alrededor la zona de estudio. Mejorar la calidad de vida de los pobladores, a través de la generación de empleo y capacitación dando la oportunidad de realzar más sus conocimientos ancestrales con oficios tradicionales y evitar la migración de más de un poblador a las grandes ciudades del Ecuador.

4.2. Macro Localización

La Agencia de Viajes Comunitaria se encontrará ubicada en el Cantón Riobamba parroquia San Juan, en la provincia de Chimborazo en la zona central de la serranía ecuatoriana

4.3. Micro Localización

La Operadora Turística Comunitaria “CÓNDOR ADVENTURE” ,está ubicada en la Comunidad de Pulingui cuyas oficinas forman parte del complejo Turístico comunitario Casa Cóndor.

4.4. Tamaño del Proyecto

En sentido general, el tamaño del proyecto se define por la capacidad física o real de producción de bienes y servicios, durante un periodo de operación que se considera para el tipo de proyecto que se refiere.

Determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada para las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño de la demanda y la disponibilidad de las materias primas. Las alternativas entre las que se puede escoger se reducen de acuerdo a los factores condicionantes.

4.5. Ingeniería del Proyecto

Es una solución a los posibles problemas individuales o colectivos, privados o sociales. Estos problemas se pueden resolver mediante los factores tecnológicos de la cultura. Se pueden planear de lo general a lo particular, buscando el único objetivo que el bien o servicio sea de plena utilidad para el consumidor, y de la misma manera le genere utilidad a la empresa. La ingeniera del proyecto se

realiza con el único objetivo de comprobar la viabilidad técnica del proyecto, generando información que ayude a la evaluación técnica y económica, otorgando los fundamentos técnicos sobre los que se diseñara y ejecutará el proyecto. De acuerdo a lo mencionado anteriormente se procederá a localizar información sobre las tecnologías disponibles en el mercado las cuales puedan utilizarse en el proceso de producción del servicio objeto de estudio

4.6. Descripción del Servicio

La operadora de Turismo Comunitario Cóndor adventure, establece una nueva alternativa turística encaminada hacia el turismo comunitario, para lo cual se han elaborado los siguientes paquetes turísticos, que darán a conocer la riqueza cultural, natural de una parroquia indígena, como es San Pablo de Pulingui..Estos paquetes turísticos darán a conocer algo diferente y alternativo único de una parroquia indígena con servicios diferentes y desconocidos tanto para el turista nacional e internacional.

Turismo Comunitario VIDA COTIDIANA: es una estadía en una comunidad indígena, en casas rústicas de paja y de bareque, compartir con los pobladores de la misma comunidad quienes tienen una identidad, desarrollando actividades cotidianas de la vida de un indígena de los andes, esto será especialmente en alojamiento, alimentación, paseos, trabajos agrícolas, artesanías, música, danza, etc.

HORSE RIDDING: Son actividades de cabalgatas guiadas de una comunidad a otra atravesando por hermosos parajes y disfrutando de la naturaleza, mismo que

se desarrolla en diversos sectores como rodear algunas comunidades hasta llegar a la tan hermosa laguna de Colta y sus comunidades.

CAMPING: se realizara mediante la existencia de un lugar abierto y único, con una belleza escénica y natural ya que Pulungui cuenta con algunos lugres amplios, verdes y naturales para este tipo de actividades

MOUNTAIN BIKE: Esta actividad es el clásico ciclismo de montaña, con la compañía de un guía, atravesando chaquiñanes de los antiguos chasquis puruhas, combinando en el recorrido con otra actividad de aventura para que la experiencia sea más interesante.

PAQUETES OFERTADOS

PAQUETE #1. TIPO A

ITINERARIO

Día 1 Guarguallá Chico Plazapamba

Salida de la ciudad de Riobamba hacia la comunidad de Guarguallá Chico donde se desayunará antes de iniciar el recorrido por el páramo, al medio día se tomará un box lunch, en el sector de Plazapamba, se levantará el campamento donde se cenará y descansará

Día 2 Plazapamba – Playas

Después del desayuno, se iniciará la caminata hasta llegar al sector de Camiserías donde se servirá el refrigerio. El recorrido nos lleva hasta el Rincón Escaleras para

descansar y continuar hacia el sector Playas, lugar donde se instalará el campamento para cenar y descansar

Día 3 Cumbre

Desayuno, e inicio del recorrido hacia la cumbre del Sangay en la provincia de Morona Santiago, una vez en la cumbre se realizará un descanso antes de iniciar el descenso hasta el campamento en Playas, sitio donde se almorzará, para posteriormente cenar y descansar

Día 4 Playas – Plazapamba

A continuación del desayuno nos trasladaremos hacia Plazapamba, en el transcurso del recorrido llegaremos al sector Yanayacu donde tomaremos el refrigerio, para continuar con la caminata hasta Plazapamba, en donde luego de almorzar se levantará el campamento para cenar por la noche y descansar

Día 5 Plazapamba – Guarguallá Chico

Desayuno y partida hacia Tambillo, sitio donde nos serviremos el refrigerio. Después se continuará la caminata hasta llegar a la comunidad de Guarguallá Chico, desde el cual retornaremos hacia la Ciudad de Riobamba

Duración 4- 5 días

Precio por persona

4 – 9 personas 200,00 \$

Más de 10 personas 150,00 \$

PAQUETE # 2. TIPO B

ITINERARIO

**Riobamba – Sumak Kawsay – Razu Ñan – UCASAJ - Casa Cóndor –
Riobamba**

Día 1:•Riobamba – Sumak Kawsay – Razu Ñan

Visita al Centro de Interpretación Cultural y Ambiental “Ñukanchik Kawsay”, donde aprenderemos sobre los elementos culturales del pueblo Kichwa – Puruha de Chimborazo

Traslado a la Operación de Turismo Comunitario Sumak Kawsay y visita al “Museo Cultural de la Llama”, desarrollo del “llama trekking” a través de un sendero interpretativo y almuerzo degustando la deliciosa carne de llama

Traslado a la Operación de Turismo Comunitario Razu Ñan, allí tendremos un box lunchy conoceremos el proceso artesanal de la lana de oveja desde el trasquile hasta la elaboración de la artesanía.

Cena, noche cultural y descanso

Día 2:•UCASAJ - Casa Cóndor

Después del desayuno saldremos hacia la Operación de Turismo Comunitario UCASAJ, y emprenderemos la caminata hacia el cerro Shobol Urcu el apu protector de las comunidades de San Juan o demostración de actividades agroecológicas en la comunidad de Shobol Pamba

Salida a la Operación de Turismo Comunitario de Casa Cóndor, recorrido conociendo la comunidad y almuerzo con productos locales

Visita al Bosque de Polilepys, donde se tendrá un ritual de ingreso, en su recorrido se observará un hermoso paisaje del páramo andino y si el clima es bueno se contemplará al Coloso Chimborazo y tomaremos un box lunch.

Retorno a la comunidad y despedida

Precios por persona

4 – 9 personas \$ 80,00

Más de 10 personas \$ 70,00

PAQUETE # 3 TIPO C

Primer Refugio del Chimborazo – Casa Cóndor – Via Talagua – Comunidad Cuatro Esquinas – Razu Ñan

ITINERARIO

Salida desde el Primer Refugio de Chimborazo hasta donde se accederá con un vehículo que cargue las bicicletas y todo el equipo necesario. Desde aquí se descenderá hasta Casa Cóndor donde se podrá hacer un descanso y tomar un refrigerio

De aquí, se seguirá descendiendo hasta tomar el desvío hacia la Vía Talagua, un recorrido desde donde el turista podrá contemplar varios atractivos como por ejemplo la “Loma de Culitries”, desde donde se pueden ver todos los nevados,

Yana Rumi y hasta Riobamba, así como diversa flora y fauna de la zona. Siguiendo por la Vía Talagua se llegará a la comunidad de Cuatro Esquinas (zona estratégica donde el turista podrá observar un desvío en forma de cruz que antiguamente podía llevar hacia Guaranda, Riobamba, Cuenca o Quito). Desde este desvío se tomará la antigua carretera “García Moreno” hasta llegar a Razu Ñan

Duración 1 Día

Precios por persona

4 - 9 Personas 40,00 \$

Más de 10 Personas 30,00 \$

PRECIOS

Los precios se han calculado en base a los siguientes factores:

Los costos internos de la empresa (a los que se agrega la ganancia esperada)

La satisfacción que busca el cliente y el precio máximo que está dispuesto a pagar por ella

El precio de los competidores

Los precios están calculados en base a 8Pax.

Se establece el 10% de imprevistos debido a que estos se pueden necesitar en casos fortuitos, o por motivos de inflación inesperada.

CUADRO 19 PAQUETE TIPO A

SIENTE, DISFRUTA Y CONVIVE EL TURISMO COMUNITARIO PAQUETE 1 GUAGUALLA CHICO PLAZAPAMBA	
8 PAX	
Día 1 Salida Guagualla Chico Plazapamba	
desayuno	20,00
Transporte	30,00
Almuerzo	40,00
Box Lunch	20,00
Guía	30,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
TOTAL	200,00
Día 2 Plazapamba – Playas	
Desayuno	20,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box Lunch	20,00
Cena	40,00
TOTAL:	150,00
Día 3 Cumbre Sangay	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00

Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box Lunch	20,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
TOTAL:	200,00
Día 4 Playas – Plazapamba	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box lunch	20,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
Total	200,00
Día 5 Plazapamba – Guarguallá Chico	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box lunch	20,00

Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
Total	200,00
total 1 a 5 días de operación	950,00
10% Imprevisto	95,00
Servicios Prestados	570,00
Total O + I + SP	1615,00
PVP	1615,00

Elaborado por: Walter Mantilla F

CUADRO 20 PAQUETE TIPO B

SIENTE, DISFRUTA Y CONVIVE EL TURISMO COMUNITARIO	
PAQUETE 2 RIOBAMBA – SUMAK KAWSAY – RAZU ÑAN –	
UCASAJ - CASA CÓNDOR –RIOBAMBA	
Día 1 Riobamba – SumakKawsay – RazuÑan	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box lunch	20,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
Total	200,00

Día 2: UCASAJ - Casa Cóndor	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box lunch	20,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
Total	200,00
total 1 a 2 días de operación	400,00
10% Imprevisto	40,00
Servicios Prestados	200,00
Total O + I + SP	640,00
PVP	640,00

Elaborado por: Walter Mantilla F

CUADRO 21 PAQUETE TIPO C

SIENTE, DISFRUTA Y CONVIVE EL TURISMO COMUNITARIO	
PAQUETE 3 PRIMER REFUGIO DEL CHIMBORAZO	
8 Pax	
Desayuno	20,00
Transporte	30,00
Guía	30,00
Almuerzo	40,00
Box lunch	20,00
Cena	40,00
Alimentación Chofer	20,00
Total	200,00
total 1 día de operación	200,00
10% Imprevisto	20,00
Servicios Prestados	100,00
Total O + I + SP	320,00
PVP	320,00

Elaborado por: Walter Mantilla F

Vida útil del Proyecto

La vida útil de este proyecto se estima en 10 años, considerado que los materiales de construcción de la operadora es una cabaña propio del sector (adobe, ladrillos y madera, paja) estos materiales son durables, y es importante en un periodo determinado dar constante tratamiento para evitar el deterioro de la estructura externa, en cuanto a la estructura interna especialmente a lo que se refiere a equipos de oficina y muebles de oficina, un mantenimiento Periódico.

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

Se entiende por requerimientos a los elementos técnicos y materiales que serán necesarios para la elaboración del Proyecto Cóndor Adventure.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Los equipos e implementos de uso técnicos corresponden a implementos especiales de campamento, ciclismo, cabalgata y seguridad. Estos equipos son los siguientes:

- carpa

- aislantes

- bicicletas

- cascos

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

Corresponde a los mobiliarios que se requieren para acondicionar el espacio físico de la operadora como son los siguientes:

- escritorios
- armarios
- sillas
- mesas, etc.

REQUERIMIENTOS DE EQUIPO DE OFICINA

Los equipos de oficina serán necesarios para el proceso interno como para el funcionamiento de las actividades normales de una operadora, estos son:

- computadoras
- teléfonos
- calculadoras
- impresoras, etc.

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD

Comprende los elementos necesarios para mantener la seguridad y poder hacer frente a emergencias por lo cual se a estipulado como necesarios la adquisición de los siguientes equipos:

- Extinguidores, botiquín de primeros auxilios, etc.

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5,1 Introducción

“CÓNDOR ADVENTURE” CIA. LTDA. Es una empresa que prestara sus servicios gracias a la calidad de profesionalismo de sus socios y de quienes la integran, para administrar los recursos disponibles en la Parroquia. Como materiales humanos, tecnológicos, donde se minimizara el tiempo y se optimizara los recursos que serán manejados de manera ética y profesional, de esta manera posesionar a la Agencia de Viajes Operadora de Turismo Comunitaria en el mercado nacional e internacional.

La Operadora tienes tres Áreas, con la finalidad de cubrir la demanda a través de un manejo adecuado de gestión.

Los servicios que prestara la Agencia de Viajes Comunitaria se describen a continuación, paseos en caballos dentro de la parroquia, paseos en bicicleta, camping, vida cotidiana, tours de una comunidad a otra, visitas a otras comunidades en Riobamba, artesanías, .De acuerdo a la demanda que tengan estos servicios creados por la Agencia y administrados por los dueños del proyecto, (la Comunidad) se hará un seguimiento de la demanda para que de acuerdo a las necesidades del turista se implementen nuevos servicios.

5.2. Objetivo del Estudio Administrativo

Establecer el esquema organizacional, administrativo, así como los aspectos legales y el recurso humano necesarios para la operación de la Agencia de Viajes.

5.3. Razón Social de la Empresa

El nombre Comercial de la Empresa es “CÓNDOR ADVENTURE” CIA. LTDA, esta Agencia de Viajes Comunitaria tiene como objetivo llevar al progreso a los habitantes de la misma, destacando la riqueza cultural, ancestral, andina de esta histórica parroquia indígena, vinculando el progreso dando a conocer al mundo entero, que la mejor manera de hacer Turismo Comunitario es explotando la riqueza natural y cultural de manera sustentable y sostenible.

5.4. Recursos Humanos en la Agencia de Viajes Operadora Comunitaria

Realizar turismo comunitario en una comunidad indígena no requiere de gran inversión e infraestructura o estructura de servicios, puesto que todo esto es parte de la comunidad. Pero esta actividad requiere de una gran exigencia; Protección a los recursos naturales y culturales del sitio de estudio y contar con un gran equipo de Recursos Humanos, los mismos que son de gran capacidad y preparación para atender a los nuevos visitantes y prestadores de nuestros servicios.

5.5. Proceso administrativo para la Agencia de Viajes Operadora de Turismo

En la administración de la Operadora y de los servicios que prestara se aplicará un proceso administrativo el mismo que consta de lo siguiente:

- 1.- Planificación
- 2.- Organización
- 3.- Dirección
- 4.- Control

5.5.1. Planificación

MISIÓN.- Poner a disposición del mercado nacional e internacional, servicios turísticos de calidad para dar a conocer la riqueza cultura, natural, forma de vida, armonía y pureza espiritual de la comunidad permitiendo al visitante nacional y extranjero vivir una experiencia fascinante y única.

VISIÓN.- Conquistar el mercado Nacional e internacional durante los próximos 3 años, constituyendo a nuestra empresa como el rostro de presentación de la comunidad de Pulingui, y de un turismo sustentable y sostenido.

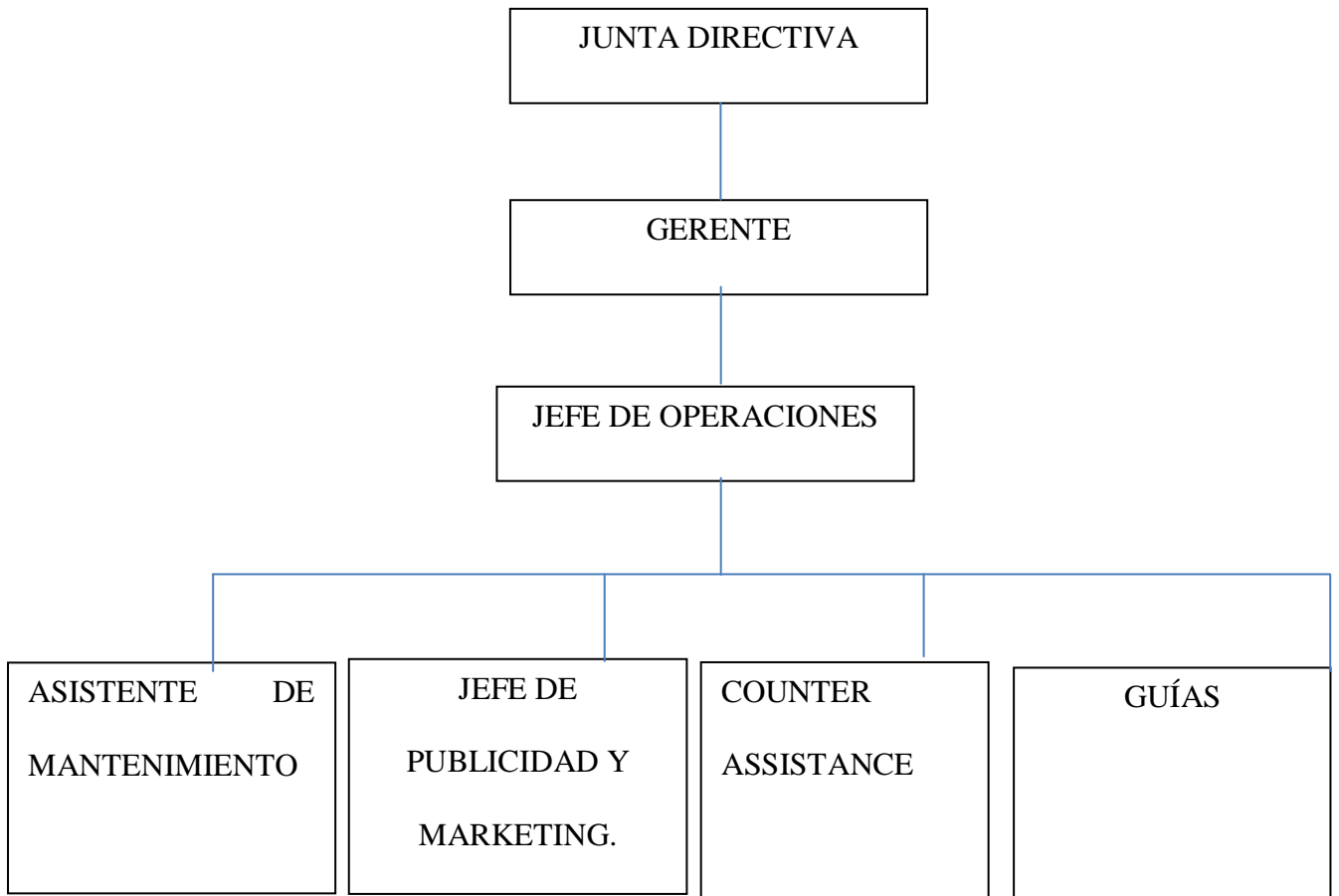
POLÍTICAS

- 1.- Todas las áreas dentro de la operadora tendrán personal altamente calificados con al menos un idioma adicional el Ingles.
- 2.- La puntualidad y el respeto son el pan de cada día
- 3.- Domingos y feriados atención permanente
- 4.- Todo el personal usara una vestimenta típica del lugar para una mejor atención del turista y una excelente presentación.

5.5.2. Descripción del recurso humano del proyecto

GERENTE GENERAL – ADMINISTRATIVO	1
JEFE DE OPERACIONES	1
JEFE DE PUBLICIDAD Y MARKETING	1
ASISTENTE DE MANTENIMIENTO1	
COUNTER ASSISTANCE	1
GUÍAS	12

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Dentro de este proceso se detallaran las funciones de cada área y las tareas encomendadas.

GERENTE.- Tomara dediciones dentro de las actividades de la operadora y de los servicios que prestara la misma.

Dirigirá actividades y tareas con las distintas áreas.

Coordinara tareas con las distintas áreas.

Controlará funciones de cada área.

Mantendrá reuniones semanales con los representantes de cada área.

Vigilara el cumplimiento de los servicios bajo los principios de calidad y buen trato

Hará selección de personal calificado para cada área.

Mantendrá una comunicación constante con cada área

Buscará nuevas estrategias me mercado y negociaciones para la Agencia y así mantener un nicho de mercado y conquistar nuevos.

AREA DE OPERACIONES

Diseñar paquetes turísticos dentro y fuera de la parroquia.

Planificar servicios para las demandas de temporada alta y baja de la parroquia.

Organizar salidas dentro de la provincia conectando a Pulingui con otras comunidades indígenas de Chimborazo.

Mantener constantes comunicaciones con otras comunidades indígenas en Chimborazo para ofertar nuevos destinos y servicios.

Tener constante comunicación con el Gerente y dar a conocer el desenvolvimiento de sus actividades.

Crear paquetes turísticos dentro y fuera de la provincia.

AREA DE PUBLICIDAD Y MARKETING

Promocionar los servicios de la Agencia y de la Comunidad.

Hacer un estudio de Marketing

Establecer canales de distribución

Buscar nuevas conexiones y nuevas innovaciones para la publicidad del producto

Informar de todas las actividades al gerente

Dar a conocer por medio de un escrito el funcionamiento del área.

Generar innovaciones para la publicidad así como estrategias de Marketing

Estar al día con las nuevas innovaciones de mercadeo.

Realizar buenas negociaciones para el producto.

Siempre estar en constante comunicación con el cliente.

Establecer y mantener una buena relación de comunicación con el gerente y las demás áreas.

Trabajar de manera eficiente y precisa para registrar y documentar el pedido.

Conservar los datos sobre las reservaciones de los clientes en el cual influyen los detalles pertinentes acerca de la estancia, forma de pago, nombre del cliente y los servicios opcionales.

ASISTENTE DE MANTENIMIENTO

Se encargará del mantenimiento o limpieza de la Agencia de Viajes.

Será responsable de una imagen pulcra, acogedora ante los ojos del turista.

COUNTER ASSISTANCE

Tener relación directa con el cliente

Atender al público

Dar información

Hacer reservaciones

Conocer el producto que está vendiendo.

GUÍAS

Guiar de manera eficaz al turista

Dar la información correcta

Solucionar problemas

Asistir al turista

Sugerir la visita de otros lugares

Satisfacer las necesidades del cliente

Vigilar por la seguridad del cliente

5.5.4. Control

El gerente deberá tener mecanismos y técnicas para controlar el desenvolvimiento de cada área y de cada representante. Se aplicará como forma de evaluación de actividades y tareas encomendadas de cada una de los encargados, a través de la comunicación verbal y escrita.

6. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio tiene como principal objetivo: Determinar los costos reales necesarios para realizar el presupuesto al que ascenderá el proyecto.

6.1.- Determinación de los Ingresos

Los ingresos de un proyecto, dependerán de la estructura de producción, por supuesto que los ingresos más importantes serán los de la venta del bien o del servicio que genera el proyecto” CALDAS M, Marco (2000) Preparación y evaluación de proyectos. Tercera Edición. Pág. 155.

Para determinar los ingresos se proyectó las ventas de los tres paquetes turísticos ofertados (A, B y C) Calculando los costos de operación con un margen del 35%, del total de ventas en un año.

CUADRO 22 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

INGRESOS	CLIENTES	USD	PAX	VALOR	# VENTAS MENSUAL	TOTAL USD MENS	INGRESOS ANUALES	GANANCIA POR SERVICIOS 35%
Paquete turístico A	4 a 9 pax	200	8	1600	1	1600	19200	6720
1 a 5 días	10 o más pax	150	20	3000	1	3000	36000	12600
Paquete turístico B	4 a 9 pax	100	8	800	2	1600	19200	6720
1 a 2 días	10 o más pax	60	8	480	3	1440	17280	6048
Paquete turístico C	4 a 9 pax	45	8	360	4	1440	17280	6048
1 día	10 o más pax	20	13	260	5	1300	15600	5460
TOTAL						10380	124560	43596

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.4.- Inversión Total Inicial Fija y Diferida

La inversión inicial comprende a la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. CALDAS M, Marco (2000) Preparación y evaluación de proyectos. Tercera Edición. Pag. 178.

El siguiente cuadro muestra las herramientas y sus costos respectivos que se utilizara para que empiece a funcionar el proyecto.

CUADRO 23 INVERSIÓN TOTAL INICIAL FIJA Y DIFERIDO

INVERSIÓN TOLTAL INICIAL FIJA Y DIFERIDA			
HERRAMIENTAS			
CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Carpas	12	60	720
Botas de alpinismo	12	200	2400
Arneses	12	250	3000

Grapones	12	50	600
Lámparas frontales	12	45	540
Tomillos de titanio	12	178	2136
Cordinos	6	25	150
Cuerda 9 mmtrs	6	120	720
Mosquetones	12	22	264
Yumar	12	12	144
Pasa montañas	12	10	120
Gafas	12	30	360
Piquetas	12	30	360
Cintas	12	12	144
Cascos	12	250	3000
Ropa térmica	12	150	1800
Cintas exprés	12	150	1800
Cuerda estática	3	90	270
Seguros	12	12	144
Colchoneta	12	15	180
Bicicletas	12	120	1440
Sacos de dormir	12	40	480
Mochilas	12	220	2640
TOTAL			23412
EQUIPO DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Computadora	1	1000	1000
Impresora	1	150	150
Sumadora	1	100	100
Perforadora	1	10	10
Selladora	2	10	20
Engrampadora	2	5	10
hojas	190	0,2	38
Carpetas	15	0,25	3,75
Esferográficos	20	0,4	8
TOTAL			1340
TOTAL HERRAMIENTAS Y EQUIPOS			24752

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	350	700
Sillones	3	100	300
Mesa de espera	2	120	240
Basureros	2	25	50
Floreros	3	5	15
Ceniceros	2	10	20
Archivador	1	250	250
TOTAL			1575
SUMINISTROS			
CONCEPTO	MESES	P Mensual	TOTAL P ANUAL
INVERSIÓN TOLTAL INICIAL FIJA Y DIFERIDA			
Agua	12	20	240
Luz	12	30	360
Teléfono	12	10	120
TOTAL			720
GASTOS DE VENTAS			
CONCEPTO	Meses	P Mensual	TOTAL
Publicidad	12	100	1200
TOTAL			1200
VEHICULO			
CONCEPTO	CANTIDAD	TOTAL	
Vehículo	1	28000	
TOTAL		28000	

Elaborado por Walter Mantilla F.

CUADRO 24 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR
Vehículo	28000
Muebles y enseres	1575
Herramientas y equipo	24752
Imprevistos	500
TOTAL ACTIVOS FIJOS	54827
INVERSIÓN CARGOS DIFERIDOS	
Costos de organización	3000
Costos de instalación	2500
Costos de estudios de factibilidad	2000
Imprevistos	1875
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	9375
CAPITAL DE TRABAJO	
Materiales para existencia	3000
Sueldos y salarios	2000
Caja bancos	5000
Contingencias	2500
TOTAL CAPITAL TRABAJO	12500
TOTAL DE INVERSIÓN	76702
FINANCIAMIENTO	
Préstamo 50%	38351
Inversión propia	38351
TOTAL	76702

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.4.- Depreciaciones

La pérdida del valor de un activo físico como consecuencia del uso o desgaste a través del tiempo, es el concepto más común de depreciación. Para prevenir la necesidad de remplazo de un determinado activo al final de su vida útil. La depreciación no representa un desembolso de dinero.

Este cuadro muestra las depreciaciones a 10 años efectuadas a las diferentes herramientas y materiales que utilizaremos en la realización del proyecto.

CUADRO 25 DEPRECIACIONES

MUEBLES Y ENSERES			
PERIODO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR LIBRO
0	0	0	1575
1	141,75	141,75	1433,25
2	141,75	258,84	1291,5
3	141,75	375,93	1149,75
4	141,75	493,02	1008
5	141,75	610,11	866,25
6	141,75	727,2	724,5
7	141,75	844,29	582,75
8	141,75	961,38	441
9	141,75	1078,47	299,25
10	141,75	1195,56	157,5
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS			
PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR LIBRO
DEPRECIACIONES HERRAMIENTAS Y EQUIPOS			
0	0	0	24751,75
1	2227,66	2227,66	22524,09
2	2227,66	4455,32	20296,44
3	2227,66	6682,97	18068,78
4	2227,66	8910,63	15841,12
5	2227,66	11138,29	13613,46
6	2227,66	13365,95	11385,81

7	2227,66	15593,60	9158,15
8	2227,66	17821,26	6930,49
9	2227,66	20048,92	4702,83
10	2227,66	22276,58	2475,17
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO			
PERIODO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR LIBRO
0	0	0	28000
1	2240	2240	25760
2	2240	4480	23520
3	2240	6720	21280
4	2240	8960	19040
5	2240	11200	16800
6	2240	13440	14560
7	2240	15680	12320
8	2240	17920	10080
9	2240	20160	7840
10	2240	22400	5600

Elaborado por Walter Mantilla F.

6.5.- Amortizaciones

Operación mediante la cual se distribuye el costo del capital fijo entre cada uno de los periodos que componen su vida económica

Mediante esta tabla establecemos las depreciaciones a 10 años.

CUADRO 26 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS											
	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CONCEPTO											
Costos de organización	3000	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Costos de instalación	2500	250	250	250	250	250	250	250	50	250	250
Costos de estudio de factibilidad	2000	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Imprevistos	1875	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5
TOTAL	9375	937,5	937,5	937,5	937,5	937,5	937,5	937,5	737,5	937,5	937,5

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.6.- Capital de trabajo

Las inversiones en capital de trabajo son los recursos necesarios que deben estar disponibles en una empresa, para la operación normal del proyecto mediante el inicio de su funcionamiento. CALDAS M, Marco (2000) Preparación y evaluación de proyectos. Tercera Edición. Pag. 188.

El siguiente cuadro representa el capital de trabajo necesario para operar nuestra empresa en un periodo de dos meses.

CUADRO 27 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Materiales para existencia	3000
Sueldos y salarios	2000
Caja bancos	5000
Contingencias	2500
TOTAL	12500

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.7.- Flujo de Efectivo del Proyecto.

Es el balance que tiene el inversionista en cada uno de los periodos de análisis del proyecto normalmente anuales “ANDRADE E., Simón. Evaluación de Proyectos. Editorial Lucero. Lima Perú. Enero 1989.”

CUADRO 28 FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS		43596	47956	52751	58026	63829	70212	77233	84956	93452	102797
VALOR DE SALVAMIENTO			0	0	0	0	0	0	0	0	8233
COSTOS DE PRODUCCION		4840	5324	5856	6442	7086	7794	8574	9431	10374	11412
COSTOS DE ADMINISTRACION		9189	10108	11119	12231	13454	14800	16280	17908	19698	21668
COSTOS DE VENTAS		6900	7590	8349	9184	10102	11113	12224	13446	14791	16270
COSTOS FINANCIEROS		5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920
UT. ANTES REP.UT.e IMPUESTOS		16747	18422	20264	22291	24520	26972	29669	32636	35899	39489
REPARTO DE UTILIDADES		2512	2763	3040	3344	3678	4046	4450	4895	5385	5923
UTILIDAD ANTES DE IMPUESROS		14235	15659	17225	18947	20842	22926	25218	27740	30514	33566
IMPUESTOS 25%		3559	3915	4306	4737	5210	5731	6305	6935	7629	8391
UTILIDAD NETA		10676	11744	12918	14210	15631	17194	18914	20805	22886	25174
DEPRECIACIONES		4609	4609	4609	4609	4609	4609	4609	4609	4609	4609
AMORTIZACION ACT. NOMINAL		938	938	938	938	938	938	938	938	938	938
INVER. EN MUEBLES Y ENSERES	1575										
INPREVISTOS	500										
INVER HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	24752										
INVERSION ACTIVO NOMINAL	2000										
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	12500										
VEHICULO	28000										
FLUJO DE CAJA	-69327	16223	17291	18465	19757	21178	22741	24461	26352	28433	30721

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.8.- Estado de Resultados Proforma

Este análisis permite calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación de la planta, obteniendo en el proyecto una utilidad neta para el primer año.

Esta tabla representa la cantidad de dinero que se obtendrá al finalizar cada periodo con una proyección a 10 años con un aumento del 10% anual.

CUADRO 29 ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS NETAS	43596	47956	52751	58026	63829	70212	77233	84956	93452	102797
COSTO DE PRODUCCION	4840	5324	5856	6442	7086	7794	8574	9431	10374	11412
UTILIDADBRUTA	38756	42632	46895	51585	56743	62417	68659	75525	83077	91385
COSTO DE ADMINISTRACION	9189	10108	11119	12231	13454	14800	16280	17908	19698	21668
COSTO DE VENTAS	6900	7590	8349	9184	10102	11113	12224	13446	14791	16270
UTILIDAD OPERATIVA	22667	24934	27427	30170	33187	36505	40156	44171	48588	53447
COSTO FINANCIERO	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920	5920
UT, NETA ANTES DE REP,UT	16747	18422	20264	22291	24520	26972	29669	32636	35899	39489
REPARTO .UT (15%)	2512	2763	3040	3344	3678	4046	4450	4895	5385	5923
UTI, NETA ANTES DE IMPUESTOS	14235	15659	17225	18947	20842	22926	25218	27740	30514	33566
IMPUESTOS 25%	3559	3915	4306	4737	5210	5731	6305	6935	7629	8391
UTILIDAD NETA	10676	11744	12918	14210	15631	17194	18914	20805	22886	25174

Elaborado por: Walter Mantilla F.

6.9.- Balance de Situación Inicial.

Este balance permite determinar la cantidad de efectivo que necesitaremos invertir para poner en marcha el proyecto. "ANDRADE E., Simón. Evaluación de Proyectos. Editorial Lucero. Lima Perú. Enero 1989."

CUADRO 30 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

BALANCE SITUACIÓN INICIAL	AÑO 0	
CONCEPTO		
ACTIVO CORRIENTE	12500	Capital de trabajo
ACTIVO DIFERIDO	9375	Cuadro de inversiones fijas
ACTIVO FIJO	54827	
TOTAL ACTIVOS	76702	total de activos
PASIVO CORRIENTE	5920	% bancario
PASIVO LARGO PLAZO	38351	Préstamo
PATRIMONIO	32431	Diferencia
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	76702	

Elaborado por: Walter Mantilla F

VAN Y TIR

Dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto son el **VAN** (Valor Actual Neto) y el **TIR** (Tasa Interna de Retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando, ingresos menos gastos netos).

Si por ejemplo hacemos una estimación de los ingresos de nuestra empresa durante cinco años, para que el proyecto sea rentable el VAN tendrá que ser superior a cero, lo que significará que recuperaremos la inversión inicial y tendremos más capital que si lo hubiéramos puesto a renta fija.

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente, donde I es la inversión, Q_n es el flujo de caja del año n, r la tasa de interés con la que estamos comparando y N el número de años de la inversión:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

El VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero.(Alejandro Nieto González Conceptos de Economía. 11 de febrero de 2009 | 08:57)

Luego de los cálculos realizados en Excel se obtuvo los siguientes resultados;

VAN = 19.422

TIR = 26%

CUADRO 31 PLAN DE GESTIÓN DEL NEGOCIO

PLAN DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, FUNCIONES Y PERIODICIDAD					
	FUNCIONES	PERIODICIDAD			
		Diaria	Semanal	Mensual	Anual
1	Control de calidad	X			
2	Gestión del personal		X		
3	Promoción y mercadeo			X	
4	Compras y relaciones con proveedores			X	
5	Registros varios		X		
6	Control de inventarios			X	X
7	Obligaciones laborales		X		
8	Obligaciones fiscales			X	
9	Otras obligaciones (seguros, licencias)			X	
10	Organización de la oficina	X			
11	Relaciones Publicas			X	
12	Informes			X	X

Elaborado por Walter Mantilla F

Control de calidad

Verificar mensualmente que los prestadores de servicios cumplan con estándares de calidad altos.

Mantener a los clientes satisfechos, a través de un seguimiento.

Coordinar con tiempo todos los servicios que va a necesitar el cliente

Atender a las necesidades de los clientes

Realizar un control sobre el grado de satisfacción de los clientes

Gestión del personal

Realizar supervisiones semanales y mensuales de cada área de trabajo

Poner metas mensuales a cada área de trabajo y se hará una evaluación de los resultados

Valorar el trabajo efectivo, a través de compensaciones salariales.

Supervisión mensual del desempeño de los empleados

Promoción y mercadeo

Mantenernos actualizados sobre las nuevas tendencias tecnológicas para la promoción

Mantener una buena imagen de la empresa

Controlar la calidad de los canales de distribución

Crear de nuevos productos

Compras y relaciones con proveedores

Mantener buenas relaciones con los proveedores a través del cumplimiento de los acuerdos pre establecido.

Elaborar un plan de compras

Pagar puntualmente a los proveedores

Generar nuevas relaciones con proveedores, solicitando cotizaciones por los servicios que va a requerir la empresa

Con el propósito de cumplir con la empresa, la gerencia debe vigilar continuamente que se lleve a cabo, las tareas que se han establecido

7. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

7.1 Definición.

Son estudios que se realizan para predecir e identificar los impactos ambientales que podrían causar este proyecto. El mismo que consiste en técnicas que permiten recolectar, evaluar, y presentar información relevante sobre el ambiente en el área de influencia del proyecto. Después de esto describen las medidas para prevenir, controlar, mitigar y compensar las alteraciones ambientales.

Dentro del estudio de impacto ambiental en el proyecto se han tomado en cuenta parámetros importantes como la identificación y valoración de impactos los mismos que permitirán la identificación y valoración de impactos, los cuales nos permitirán establecer medidas para contrarrestar de una manera significativa el impacto ambiental que el proyecto pueda generar.

7.2. Objetivo del Estudio Ambiental.

Evaluar el nivel de impacto que tendría la implantación del Proyecto de turismo comunitario, a través de la creación de una Agencia de Viajes Operadora de Turismo en la Provincia de Chimborazo Comunidad de Pulingui.

7.2.1. Pérdida y degradación de Recursos Naturales

La pérdida de recursos forestales, lacustres y la alteración del medio ambiente se debe a:

- Abandono de tierras, erosión.
- Forestación con árboles ajenos al hábitat del lugar
- No existe manejo de desechos sólidos
- Deforestación
- Ausencia de políticas medioambientales, educativas, ausencia de parámetros y normas.
- Escasez de agua para regadío.
- Existencia de polvo en el medio ambiente
- Inadecuado control y manejo de emanación de humo por las camionetas.
- Contaminación acústica (ruido)
- Falta de conciencia ambientalista por parte de los pobladores esto hace que impacte directamente en la naturaleza.

7.2.2. Descripción de Impactos Ambientales Positivos

Incremento del uso de la mano de obra de la comunidad. El mejoramiento de la infraestructura de la zona del proyecto, la construcción de senderos turísticos hacia los diferentes atractivos turísticos y la participación de la comunidad en la actividad turística a través de la convivencia con los turistas, generaran impactos

positivos de gran magnitud e intensidad sobre el factor socio económico y cultural.

Elevación de la Calidad de Vida de la Población

Los ingresos que percibirán las familias por sus servicios prestados en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad elevara las condiciones de la calidad de vida de la población, además los ingresos recibidos por parte de los turistas incrementaran los servicios actuales de salud, educación y vivienda. Todo esto significa un impacto positivo de magnitud e intensidad considerable en la economía de la comunidad.

Conservación de la flora y fauna

El uso racional de los recursos naturales, mantendrán el grado adecuado de protección y desarrollo de la conservación de la flora y fauna de la zona.

Mejoramiento del microclima

El cambio del microclima en la zona del proyecto se logrará como resultado de las actividades de reforestación con plantas endémicas o nativas de la Parroquia, lo cual ayudara a la conservación de la biodiversidad y tendrá una incidencia en el microclima de la zona, lo que resaltara la belleza escénica del paisaje. Emisiones de gases. Tráfico de vehículos por transporte de turistas de manera continua a la parroquia. Emisión de biogás en operación sanitario o tratamiento de basura.

DESCRIPCIÓN.- Este impacto se produce en la operación, se debe especialmente por el tráfico de turistas, vehículos que entran y salen con personas de la población y visitantes. La acción que provoca tanto al aire como a la

atmósfera y de la misma manera a la salud tanto de pobladores como de animales domésticos de la zona.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Tiene que ver con el tráfico vehicular, producido por los distintos medios de transporte que utilizan los turistas al visitar el sector. El biogás en los basurales por efecto de la descomposición anaeróbica, y los pozos sépticos. Por las características del proyecto el impacto se evalúa como NEGATIVO, de BAJA MAGNITUD Y CONTROLABLE

IMPACTO: CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

Tráfico vehicular por transporte de pobladores, turistas, visitantes.

DESCRIPCIÓN.- Producida por la intensidad de ruido provocada por la operación diaria de las camionetas que sirven como transporte a pobladores de la parroquia, como transporte de turistas, y visitantes. Ruido con intensidad muy alta afectan a las personas, más aun asustan a los animales, en especial los motores de camionetas a EXTRA como automóviles.

7.2.3 Recurso agua.

IMPACTO: contaminación de aguas superficiales. Residuos orgánicos e inorgánicos causado por la presencia de turistas y visitantes. Acción de pobladores y pastoreo de animales. Residuos químicos. Lavado de ropa con detergente y jabón. Residuos sólidos domésticos. Basura orgánica e inorgánica. Falta de dispensadores para basura. Acción de pobladores. Acción de visitantes nacionales. Movimiento de tierras causado por el mantenimiento de senderos o adecuaciones.

Por las características del impacto se evalúa como NEGATIVO de BAJA MAGNITUD Y BAJA IMPORTANCIA.

7.2.4. Recurso suelo

IMPACTO: Contaminación de suelos

FUENTE

Residuos sólidos domésticos en quebradas. Residuos líquidos. Utilización de fungicidas en suelos agrícolas. Abandono de tierras

DESCRIPCIÓN.- El impacto está relacionado especialmente con la acción de los pobladores, en cuanto a ignorancia sobre manejo de desechos sólidos como basura inorgánica, orgánica y abandono de tierras por efecto de la migración.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

NEGATIVO DE MEDIA MAGNITUD Y MUCHA IMPORTANCIA

SITIOS CRÍTICOS

Todos los suelos agrícolas, y de hábitat

7.2.5. Impacto: sobre el medio biótico

Impacto: afectación de la fauna acuática

FUENTE

Todas las actividades que generen residuos los mismos que alteran la calidad de las aguas superficiales como en lagunas.

RESIDUOS INORGÁNICOS Y ORGÁNICOS

Se produce en las siguientes actividades detalladas a continuación. Acción del hombre por arrojar desechos a la laguna. Presencia de animales como vacas y borregos a las orillas cuyos excrementos causan contaminación. Presencia de polvo en el aire

DESCRIPCIÓN.- Como se ha mencionado anteriormente es la acción de los pobladores como de turistas que causan contaminación a lagunas desechando materiales orgánicos e inorgánicos alterando la vida acuática a como de pequeños pescados que habitan en las lagunas (plástico, papel, envases, lodos).

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

NEGATIVO DE BAJA MAGNITUD E IMPORTANCIA

7.2.6. Impacto: impacto sobre el medio social

POBLACIÓN

IMPACTO: Accidentabilidad

Riesgo de accidentes de turistas y visitantes durante la estadía en Pulungui.

DESCRIPCIÓN.- Posibilidad de accidentes de turistas tanto nacionales y extranjeros, dentro de las actividades a realizarse como paseos a caballo, Camping, horseriding, trekking.

TRAFICO VEHICULAR

Incremento de frecuentes entrada y salidas de vehículos durante la operación del producto, aumenta el riesgo de atropellamientos, volcamientos, etc.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

NEGATIVO DE BAJA MAGNITUD E IMPORTANCIA

7.2.7. Impacto: Afectaciones a la Salud de la Población

RESIDUOS SÓLIDOS

Emanación de humo de vehículos

DESCRIPCIÓN.- La emanación de olor por la descomposición de residuos orgánicos e inorgánicos puede causar malestar y afecciones a los pobladores como la emanación constante de humo de vehículos.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

NEGATIVO DE BAJA MAGNITUD E IMPORTANCIA

7.2.8. Impacto: Afectaciones a la salud de la población

Actividades como operación de servicios, mantenimiento de la empresa, y demás alternativas que prestara la comunidad.

DESCRIPCIÓN.- Demanda de mano de obra tanto para los servicios y operación de las actividades que se realizaran en la parroquia. Es un proyecto que generara incremento de mano de obra y mejor calidad de vida, misma que generara la creación, existencia de pequeñas microempresas para el desarrollo del turismo comunitario.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

ES UN IMPACTO POSITIVO E IMPORTANTE

Genera trabajo a los pobladores de las comunidades, dejara utilidades como mejorar su calidad de vida y progreso de la misma parroquia

7.3. Acciones Preventivas y posibles medidas de Mitigación

De acuerdo al estudio de impacto Ambiental como lo demuestra el objetivo de este proyecto, que las actividades que se realizaran en el Proyecto de Turismo Comunitario a través de la Creación de una Agencia de Viajes Operadora de Turismo Comunitaria tiene factores negativos pero que no son de tan alta magnitud e importancia, ya que influyen negativamente en un mínimo porcentaje por lo que las acciones preventivas son fáciles de realizar y controlar y capaces de influenciar dentro del aspecto cultural, natural, de la comunidad.

Capacitar a la población en una conciencia medio ambientalista.

Concientizar a turistas nacionales y extranjeros sobre la preservación y conservación del paisaje y el entorno a visitar.

Evitar la contaminación con desechos sólidos y líquidos con adecuado manejo de desechos.

Evitar la contaminación del aire, suelo, agua por uso indebido de los mismos.

Aplicar técnicas de cultivo orgánico en algunas de las chacras de comunidades de la parroquia, para la adecuada fertilización de la tierra y evitar erosión como contaminación por los olores emanados.

Reforestar con plantas endémicas o nativas de la parroquia a través de un adecuado estudio.

Adecuado manejo de vertientes naturales para evitar contaminación.

Incentivar al poblador a no abandonar sus tierras y trabajar en ellas para no erosionarlas.

Efectuar mantenimiento de vías, senderos, chaquiñanes, con los pobladores.

Evitar ruidos extraños y ajenos al entorno, ya sea con equipos de sonido MP3 y melodías ajenas a la cultura. Que causen contaminación acústica.

Motivar y promover la participación sobre todo de los comuneros en actividades de mejoramiento de medio ambiente, realizando campañas de educación y concientización de protección, conservación y preservación de los valores culturales, naturales, arquitectónicos, de la parroquia.

IMPACTO SOCIAL

El impacto Social del presente proyecto influenciara directamente en los pobladores de las diferentes comunidades inmiscuidas dentro del presente trabajo de investigación.

Tomando en cuenta que la población será la que se beneficie tanto de los aspectos económicos y sociales, a través del presente trabajo de investigación.

7.4. Objetivo del Estudio de Impacto Social Analizar cuáles serán los posibles impactos sociales que causaren el presente proyecto desarrollado en la Parroquia Indígena de San Juan. Comunidad de Pulingui.

7.5. Situación Actual y Factores Sociales

Pulingui una comunidad indígena que en la actualidad está preparada para realizar actividades turísticas comunitarias dentro de sus comunidades y especialmente con la participación de los pobladores, inmiscuyéndose así en una nueva actividad la misma que será de mucho beneficio para mejorar su calidad de vida.

Cuenta con infraestructura indispensable propia de una comunidad para realizar turismo y de igual manera la preparación y capacitación de sus pobladores con respecto al turismo.

7.6. Impactos sobre el Medio Social Impactos Positivos

- 1.- Participación directa de los pobladores en las actividades turísticas a desarrollarse en las comunidades.
- 2.- Incremento de la mano de obra y crecimiento económico de la población.
- 3.- Creación de fuentes de trabajo con la participación de los pobladores indígenas de la zona
- 4.- Mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de las comunidades participes del proyecto turístico.
- 5.- Valoración y respeto de las costumbres, idioma, vestimenta y forma de vida de los pobladores
- 6.- Concientización por parte de los pobladores en amar su cultura y darla a conocer al mundo exterior siempre y cuando prevaleciendo los valores andinos y principios filosóficos indígenas.

ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL

El presente proyecto aportará mucho en el progreso de esta comunidad indígena localizada en la Prov. de Chimborazo cuyos pobladores se sienten contentos por ser partícipes de este proyecto nuevo e innovador. Este es un impacto positivo ya que ayudará muchísimo al progreso y desarrollo tanto de la comunidad como de sus pobladores.

CONCLUSIONES

1.- La Provincia de Chimborazo es un potencial turístico por estar ubicado en la parte central del Ecuador en especial de la serranía en donde existe la mayor parte de comunidades indígenas, además es una vía de acceso a la Costa Ecuatoriana, y la Amazonia para turistas nacionales y extranjeros.

3.- De acuerdo al análisis financiero, se determina que el proyecto es rentable ya que aporta utilidades desde el inicio de las operaciones, debido a que la inversión para este proyecto es baja, con un valor inicial de USD76702 lo que garantiza un Valor Actual (VAN) USD, 19.422 este es un indicador eficiente para la aceptación del proyecto y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 26%, la cual es aceptable.

4.- El periodo de recuperación del proyecto es de 6 años, 2 meses, esto variará según las estrategias de ventas la cantidad de paquetes vendidos y el flujo de efectivo que se pueda incrementar a lo largo del periodo de operaciones.

5.- Debido a que el Turismo Comunitario no está siendo tan explotado, la ejecución de este proyecto pretende contribuir a la promoción y desarrollo turístico tanto del país como de comunidades indígenas

RECOMENDACIONES

1.- Utilizar el Turismo Comunitario conjuntamente con la promoción de atractivos turísticos de esta provincia, debido a que de esta forma se demostrará la participación de la comunidad donde se verá el progreso económico y cultural al diversificar sus fuentes de ingreso e intercambio personal con otras culturas.

2.- Es importante explotar toda la riqueza natural y cultural que posea esta comunidad bajo parámetros de sostenibilidad

3.- Las actividades que permitan desarrollar Turismo Comunitario generarán en dicha zona un bajo impacto ambiental.

4.- Se debe generar una cultura de servicios entre quienes estén involucrados en este Proyecto de esta manera se brindara un producto de calidad tanto para turistas nacionales como extranjeros.

5.- Se recomienda el uso y la ejecución de este Proyecto dentro de la Parroquia indígena la utilización de la respectiva investigación para acciones futuras dentro de la comunidad de Pulingui.

6.7 Metodología

El método aplicado para desarrollar el Proyecto, fue el siguiente:

METODO ANALÍTICO: Se utilizó para analizar todo el proceso de investigación del Proyecto. Incorporando un modelo del Plan de negocios.

TÉCNICAS.- Para el desarrollo de este proyecto se utilizaron como técnicas las siguientes detalladas a continuación.

1.- El estudio de campo fue importante para determinar las condiciones en las que se desarrolló el proyecto, y las entrevistas permitieron determinar el tipo de turistas y las necesidades existentes del turismo dentro de la zona.

2.- La encuesta se utilizó para conocer la información necesaria para la ejecución de este proyecto, las que fueron aplicadas a turistas nacionales y extranjeros como pobladores de la zona.

3.- La observación ayudó a complementar la información obtenida con las anteriores técnicas

6.8 Administración

La propuesta del siguiente trabajo de investigación, Creación de una Agencia de Viajes Operadora de Turismo Comunitario, para favorecer al desarrollo ecoturístico en la comunidad de Pulingú San Pablo, parroquia San Juan, en el Cantón Riobamba, de la provincia de Chimborazo, será presentada a la dirigencia del Proyecto CASA CÓNDOR, quien tendrá la oportunidad de ejecutar y administrar la misma con asesoramiento del investigador.

6.9 Previsión de la evaluación

Es importante el dar a conocer a los representantes del proyecto Casa Cóndor cada uno de los pasos a realizarse en la Creación de la Agencia de Viajes Operadora,

ya que si existiese el compromiso entre las dos partes se deberá unir talentos y esfuerzos, para que la operatividad de la misma sea un éxito que beneficie a la comunidad, al turista, y al país en general.

BIBLIOGRAFÍA.

- © EMUI Euro-Mediterranean University Institute | Universidad Complutense de Madrid | ISSN 1578-6730
- ASTORGA, A. 1994 Manual de Diagnóstico Participativo. Tercera Edición. Centro de Educación Popular. CEDEP – Quito – Ecuador
- BARRERA, E, 2004, 2006. Guía para la elaboración del plan de desarrollo Turístico de un territorio
- DELGADO, Castillo Héctor. Administración estratégica. México, Pac, 2002.
- HILL, Charles y Gareth R. Jones. Administración estratégica: un enfoque integrado. 3ª ed. México, McGraw –Hill, 2001.
- J. J. IBÁÑEZ MARTÍ y A. GARCÍA-ÁLVAREZ Centro de Ciencias Medioambientales, CSIC, Madrid. EDAFOLOGIA, Vol. 9 (3), pp. 329-385, 2002
- MATUS, C. Estrategia y Plan, Siglo XXI, México, 1981. Planificación de Situaciones. FCE, México. 225 p.
- MOLINARI, R. 2001. Evaluación de atractivos culturales para el Desarrollo Turístico de la Comarca Noroeste de la Provincia de

Santa Cruz. Plan de Desarrollo Turístico Regional, Gobierno de la
Provincia de Santa Cruz. (MS) Consultores Asociados

- MOLINARI, R. 2002. Evaluación del Componente Cultural Cumbrecita
(Prov. De Córdoba)
- PARADA, A. 2007. Importancia de la Misión Árbol en la conservación
del ambiente del río Catatumbo del estado Zulia. Folleto 4. 34 p.
- PLANETA.COM www.planeta.com Conferencia electrónica sobre
Ecoturismo 2002
- RATTO, N 2001 “Proyecto de Turismo Cultural para la Provincia de
Catamarca – Depto. Andalgalá - Argentina” Foro Virtual de

Antropología

- <http://www.turismo.gov.ec> Publicado por Alejandro el viernes, 29 de enero
de 2010 en 11:03 1 comentario: Etiquetas: Principal
- http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_Ecuador
- www.tu.tv/videos/folklor-ecuatoriano Cuenca, Ecuador: Casa de la Cultura
Ecuatoriana "Benjamín Carrión", Núcleo de Azuay, 2002.

ANEXOS

Logotipo

“CÓNDOR ADVENTURE” SIENTE, DISFRUTA Y CONVIVE EL TURISMO

COMUNITARIO



Elaborado por Walter Mantilla

ANEXOS

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTAS

1.- ¿La relación en el aspecto laboral que tiene Usted con los miembros de la comunidad es buena.

Si ()

No ()

2 ¿Se han incorporado Buenas Prácticas Medioambientales en el proyecto?

Si () No ()

3.- ¿Existe mayores ingresos o réditos económicos para el hogar?

Si () no ()

4.- ¿Existe mayores ingresos o réditos económicos para el mejoramiento físico De la zona?

Si () no ()

5.- ¿El nivel de educación ha mejorado?

Si () no ()

6.- ¿Existen mecanismos de salvaguardia del medio ambiente?

Si ()

No ()

1.- ¿La relación en el aspecto laboral que tiene Usted con los miembros de la comunidad es buena.

Si ()

No ()

2 ¿Se han incorporado Buenas Prácticas Medioambientales en el proyecto?

Si () No ()

3.- ¿Existe mayores ingresos o réditos económicos para el hogar?

Si () no ()

4.- ¿Existe mayores ingresos o réditos económicos para el mejoramiento físico De la zona?

Si () no ()

5.- ¿El nivel de educación ha mejorado?

Si () no ()

6.- ¿Existen mecanismos de salvaguardia del medio ambiente?

Si ()

No ()

ANEXOS

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA

1.- El entorno natural ha:

Mejorado ()

Empeorado ()

Igual ()

2.- ¿Qué tipo de instrucción posee Usted?

Primaria () Secundaria () Universitaria () Ninguna ()

3.- la atención hacia Ustedes de parte de los miembros de la comunidad es:

Buena ().....Mala ().....Pésima ()

4.- ¿La participación de la comunidad es satisfactoria o poco interesada?

Satisfactoria ()

Poco interesada ()

5.- ¿Cuáles son los principales aspectos que influyen para que la participación de la comunidad no alcance su óptimo rendimiento?

a.- Falta de comunicación

b.- Desinterés y quemimportismo por parte de las autoridades locales.

c.- Ausencia de buenos incentivos a la realización de proyectos

D.- Escasa capacitación a líderes y público en general

E.- Ausencia de Ética profesional por parte de los organizadores o directores del proyecto.

5.- ¿Cuáles de estas opciones seleccionaría Usted para mejorar su participación Comunitaria?

A.- Mejor y atractivo sistema de incentivos (económicos, sociales, medioambientales)

B.- Seguimiento y evolución constante de mini proyectos de emprendimiento

C.- Facilidad de acceso a créditos bancarios, para crecimiento y desarrollo personal.

D.- Interrelación de conocimientos y experiencias con otro tipo de proyectos a nivel nacional.

E.- Intervención constante de las principales autoridades y organismos del sector por medio de políticas que beneficien al desarrollo comunitario.

F.- Mejores y constantes programas de capacitación

ANEXOS

MACRO LOCALIZACIÓN



ANEXOS

MICRO LOCALIZACIÓN



ANEXOS



INVESTIGACIÓN DE CAMPO



ANEXOS



VIVEROS DE PLANTAS QUISHUAR Y POLILEPIS



ANEXOS



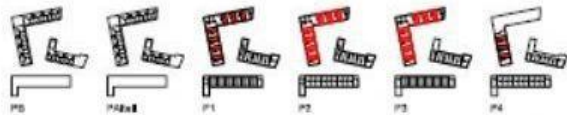
TURISTAS ARRIBANDO A CASA CÓNDROR



TRABAJO COMUNITARIO

ANEXOS

PLANO DE LA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA.



LES SUPORTS DE MESSURES D'INDICACIONS SÓN LES PREVISTOS I ESTAN SUBJECTES A POSSIBLES MODIFICACIONS PER RAONS DE TÈCNIQUES, ARIETJES O COMERCIALS, EL CAS DE LES PORTES D'INDICACIONS DELS APARELLS SANITARIS NO SÓN VINCULANTS. LA POSICIO D'EL LES D'INDICACIONS EN FACIENA ES VAN VARIAR I SÓN MODIFICACIONS A NIVELL INFORMATIU.
 ESCALA 1:50

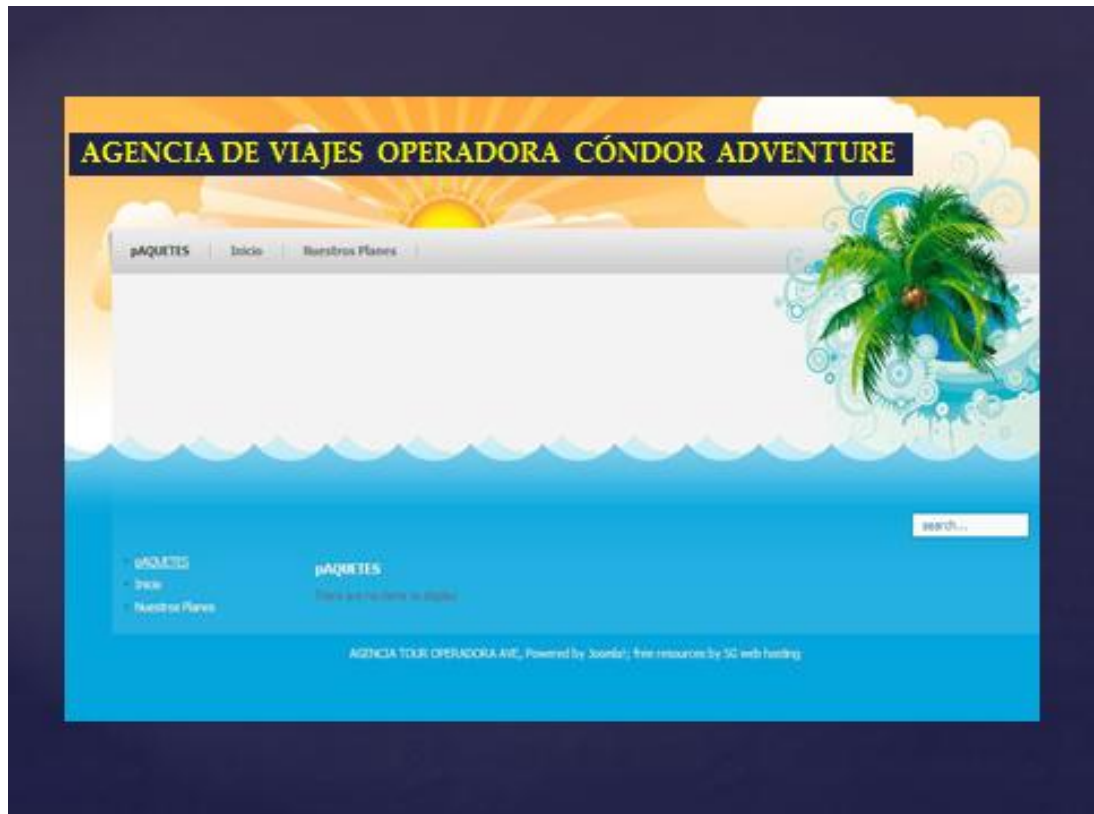
BLOC	ESCALA	PLANTA	PORTA
A11	A	1,2,3,4	2
	B,C	1,2,3,4	2
	D,C,P1	1,2,3	2
	F	1,2,3	2

SUPERFICIE ÚTIL INTERIOR	63,76 m²
SUPERFICIE ÚTIL AMB TERRASSA	73,76 m²
SUPERFICIE CONCRETA DE PITEJER	72,60 m²
PP ESPAI CONCRETE	12,78 m²
SUPERFICIE CONCRETA TOTAL	85,38 m²

EL DISENY I LES ANOTACIONS SÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA.
 DIBUJANT: [Nom] / [Data]
 ESCALA 1:50

ANEXOS

Modelo de página web



ANEXOS

Modelo de Tríptico

TOUR 1 **TOUR 2**

MISSION
We are a travel agency committed to our customers, offering the best quality service at the lowest possible cost, adhering to an efficient and effective service.

VISION
Position in five years as a leading company specializing in the sale of package tours for students of Spanish Language, keeping the customer satisfaction as advertising.

VALUES
Integrity
"Demonstrate transparency in our daily activities"
Loyalty
"Commitment to the growth of the company"
Flexibility
"Respect the ideas of each member of the team"
Responsibility
"Do our job efficiently and effectively"

PAQUETE # 3 TIPO C
Primer Refugio del Chimborazo - Casa Cóndor - Via Talagus - Comunidad Cuatro Esquinas - Razu Nan

ITINERARIO
Salida desde el Primer Refugio de Chimborazo hasta donde se accederá con un vehículo que cargue las bicicletas y todo el equipo necesario. Desde aquí se descenderá hasta Casa Cóndor donde se podrá hacer un desayuno y tomar un refrigerio.
De aquí se seguirá descendiendo hasta tomar el desvío hacia la Via Talagus, un recorrido desde donde el turista podrá contemplar varios atractivos como por ejemplo la "Loma de Cultirica", desde donde se pueden ver todos los nevados, Yana Rumi y hasta Riobamba, así como diversas flora y fauna de la zona. Siguiendo por la Via Talagus se llegará a la comunidad de Cuatro Esquinas (zona estratégica donde el turista podrá observar un desvío en forma de cruz que antiguamente podía llevar hacia Guaranda, Riobamba, Cuenca o Quito). Desde este desvío se tomará la antigua carretera "García Moreno" hasta llegar a Razu Nan.
Duración: 3 Días
Precio por persona:
4 - 9 Personas: 40,00 \$
Mas de 10 Personas: 30,00 \$

Día 1 Guagualla Chico Plazapamba
Salida de la ciudad de Riobamba hacia la comunidad de Guagualla Chico donde se desayunará antes de iniciar el recorrido por el páramo, al medio día se tomará un boxlunch, en el sector de Plazapamba, se levantará el campamento donde se cenará y descansará.

Día 2 Plazapamba - Playas
Después del desayuno, se iniciará la caminata hasta llegar al sector de Camiserías donde se servirá el refrigerio. El recorrido nos lleva hasta el Rincón Escaleras para

ANEXOS

Artículos publicitarios

