



**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROECOTURISTICO EN LA  
QUINTA “EL MIRADOR DE LOS NEVADOS”, PARROQUIA  
QUIMIAG, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

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

**PIEDAD ROSARIO GUIJARRO PAGUAY**

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

**RIOBAMBA – ECUADOR  
2015**

## INDICE

### **DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROECOTURISTICO EN LA QUINTA “EL MIRADOR DE LOS NEVADOS”, PARROQUIA QUIMIAG, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

<b>II. INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>A. JUSTIFICACIÓN.</b>	<b>11</b>
<b>B. OBJETIVOS</b>	<b>12</b>
1. Objetivo General	12
2. Objetivos Específicos	12
<b>C. HIPÓTESIS</b>	<b>13</b>
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>14</b>
<b>A. GENERALIDADES</b>	<b>14</b>
1. Turismo	14
2. El Turismo Sostenible.	15
3. Agroecología	15
<b>B. AGROECOTURISMO</b>	<b>16</b>
<b>C. PRODUCTO TURÍSTICO</b>	<b>17</b>
1. Concepto	17
2. Diseño del producto	18
3. El Paquete Turístico	20
<b>D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO</b>	<b>21</b>
1. Generalidades de la evaluación del potencial turístico	21
2. Inventario de atractivos turísticos	23
3. Atractivos turísticos	24
4. Pasos para realizar un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales.	25
<b>E. ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>28</b>
<b>F. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>29</b>
1. Definición.	29
2. Características.	29
3. Estrategias para el desarrollo y posicionamiento del producto turístico.	30
4. Canales de distribución.	32
<b>IV. MATERIALES Y METODOS</b>	<b>34</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR</b>	<b>34</b>
1. Localización	34
2. Ubicación Geográfica	34
3. Características climáticas	34
4. Clasificación ecológica	35
<b>B. MATERIALES</b>	<b>37</b>
1. Materiales	37
2. Equipos	37
<b>C. METODOLOGÍA</b>	<b>37</b>
1. Evaluar el potencial turístico de la parroquia Quimiag.	38
2. Diseño del producto turístico	43
3. Definición de estrategias de difusión y publicidad.	43
<b>V. RESULTADOS</b>	<b>45</b>
<b>A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO</b>	<b>45</b>
1. Diagnóstico situacional	45

2. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales	77
3. Estudio de Mercado	121
4. Resultado del análisis de la demanda actual	122
5. Proyección de la Demanda	156
6. Análisis de la Oferta	157
7. Proyección de la oferta	158
8. Confrontación Oferta vs. Demanda	159
<b>B. DISEÑO DEL PRODUCTO AGROECOTURICO</b>	<b>160</b>
1. Descripción de la Quinta “Mirador de los Nevados”	160
2. Requerimientos de creación	170
3. Estudio de factibilidad	177
4. Diseño de paquetes Turísticos	222
7. Diseño técnico del producto	235
<b>C. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD.</b>	<b>288</b>
1. Canales de distribución	288
2. Imagen corporativa	289
3. Estrategias de promoción y publicidad	290
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>303</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>305</b>
<b>VIII. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>306</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>309</b>

## DEDICATORIA

*A dios, mi padre celestial, por acompañarme y guiar mis pasos cada día, por brindarme el amor más grande, mi hija Kailey y su padre, por brindarme un hogar, por darme a mi familia y amigos.*

*A mis padres Jorge y María, por darme la vida y por enseñarme a vivirla de la mano de dios.*

*A mis hermanos que han sabido quererme y apoyarme, por ser mi ejemplo a seguir, porque son el mejor regalo que mis padres y la vida me dieron.*

*A mis amigos porque son el más grande tesoro que conservo en la vida, por brindarme sus apoyo, amor incondicional y consejos.*

*A mis profesores por transmitirme su conocimiento con paciencia y calidez, dios los bendiga.*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por cuidar a mi madre en el cielo y por permitir que ella siempre nos proteja con su infinito amor.*

*A mi padre por brindarme su amor, su confianza, su ejemplo y perseverancia.*

*A mi familia por apoyarme y acompañarme en cada momento de mi vida.*

*A mi hija, a mi esposo y a su familia por brindarme un cariño sincero.*

*A mis hermanas de corazón Paola y Gabriela Delgado por enseñarme y demostrarme que la amistad verdadera, pura e incondicional existe.*

*A mis amigos Jessy, Tefa, Santy, Erica, Taty, Adry, Mayra, María José, Celeste, Mony por ser parte fundamental en mi vida y por ayudarme a crecer como persona.*

*A mis profesores Catalina Verdugo y Carlos Ricaurte por formar parte de este logro importante con sus conocimientos, además brindarme su amistad.*

*A la vida, por todas las oportunidades y lecciones aprendidas y por las que aún faltan.*

Dios los bendiga siempre.

### Lista de cuadros

<b>Descripción</b>	<b>No. pag.</b>	
Cuadro No.1.	Diagnóstico estrella	40
Cuadro No.2.	Vías de acceso	48
Cuadro No.3.	Condiciones ambientales de la zona	48
Cuadro No.4.	Uso actual del suelo por hectáreas en la parroquia Quimiag.	51
Cuadro No.5.	Uso actual del suelo por hectáreas en la Quinta “Mirador de los Nevados”.	51
Cuadro No.6.	Especies de flora	52
Cuadro No.7.	Especies de fauna de la parroquia Quimiag	53
Cuadro No.8.	Especies de aves en la Quinta “Mirador de los Nevados”	54
Cuadro No.9.	Especies de fauna en la Quinta “Mirador de los Nevados” (pecuario)	55
Cuadro No.10	Etnicidad	56
Cuadro No.11.	Composición étnica por asentamiento humano en la parroquia	57
Cuadro No.12.	Población total en la parroquia.	59
Cuadro No.13.	Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia Quimiag.	61
Cuadro No.14.	Disponibilidad de servicios básicos en la Quinta “Mirador de los Nevados”	63
Cuadro No.15.	Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia.	64
Cuadro No.16.	Disponibilidad de instituciones de educación en las comunidades de la parroquia.	66
Cuadro No.17.	Población económicamente activa por segmento de ocupación.	68
Cuadro No.18.	Cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia	69
Cuadro No.19.	Cultivos permanentes que se desarrollan en la parroquia	69
Cuadro No.20.	Hosterías de la zona	72
Cuadro No.21.	Autoridades electas en el GAD parroquial para el periodo 2013 – 2017	73
Cuadro No.22.	Instituciones presentes y sus acciones ejecutadas en la parroquia.	74
Cuadro No.23.	Atractivo Iglesia Santiago Quimiag	77
Cuadro No.24.	Nevado Altar	90
Cuadro No.25.	Atractivo Laguna Amarilla	93
Cuadro No.26.	Atractivo Cascada de Puelazo	96
Cuadro No.27.	Atractivo Cascada de Las Tres Marías	99
Cuadro No.28.	Bosque Primario “Quimiag”	102
Cuadro No. 29.	Río Collanes	105
Cuadro No. 30.	Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”.	108
Cuadro No. 31.	Producción Agrícola de la Quinta “Mirador de los Nevados”.	111
Cuadro No. 32.	Resumen de los atractivos turísticos de la Parroquia Quimiag y la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”	114
Cuadro No. 33.	Resumen del Inventario de atractivos turísticos	115
Cuadro No. 34.	Matriz FODA de la quinta agroecoturista	118
Cuadro No.35.	Estación del tren Chimborazo	121

Cuadro No. 36.	Rangos de edad de los visitantes	123
Cuadro No. 37.	Género del turista extranjero	123
Cuadro No.38.	País de procedencia	124
Cuadro No.39.	Estado civil del turista extranjero	125
Cuadro No.40.	Nivel de instrucción de los turistas extranjero	126
Cuadro No.41.	Estado laboral de los turistas extranjeros	127
Cuadro No.42.	Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros	128
Cuadro No.43.	Motivo del Viaje	129
Cuadro No.44.	Organización del Viaje	130
Cuadro No.45.	Medios de Información Turística	131
Cuadro No.46.	Disposición por Realizar Agroecoturismo	132
Cuadro No.47.	Infraestructura de Entretenimiento	133
Cuadro No.48.	Servicios	134
Cuadro No.49.	Actividades Complementarias	135
Cuadro No.50.	Medios de información turística	136
Cuadro No.51.	Precio del Producto	137
Cuadro No.52.	Rangos de edad de los visitantes	140
Cuadro No.53.	Genero del turista nacional	140
Cuadro No.54.	Ciudad de Procedencia Ciudad de Procedencia	141
Cuadro No.55.	Estado Civil del turista extranjero	142
Cuadro No.56.	Nivel de instrucción de los turistas nacionales	143
Cuadro No.57.	Estado Laboral de los turistas extranjeros	144
Cuadro No.58.	Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros	145
Cuadro No.59.	Motivo del Viaje	146
Cuadro No.60.	Organización del Viaje	147
Cuadro No.61.	Medios de Información Turística	148
Cuadro No.62.	Disposición por Realizar Agroecoturismo	149
Cuadro No.63.	Infraestructura de Entretenimiento	150
Cuadro No.64.	Servicios	151
Cuadro No.65.	Actividades Complementarias	152
Cuadro No.66.	Actividades recreativas	153
Cuadro No.67.	Precio del Producto	154
Cuadro No.68.	Proyección de la demanda	156
Cuadro No.69.	Proyección de la demanda	157
Cuadro No.70.	Establecimientos	158
Cuadro No.71.	Competencia	159
Cuadro No.72.	Registro de llegadas	159
Cuadro No.73.	Proyección de la competencia	159
Cuadro No.74.	Demanda insatisfecha	160
Cuadro No.75.	Proyección de la demanda insatisfecha	160
Cuadro No.76.	Demanda insatisfecha	160
Cuadro No.77.	Hortalizas y legumbres que se producen en la Quinta “Mirador de los Nevados”	162
Cuadro No.78.	Equipamiento con el que cuenta el área de producción	163
Cuadro No.79.	Frutas que se producen en “La Quinta Mirador de los Nevados”	163
Cuadro No.80.	Crianza y reproducción de animales en “La Quinta Mirador de los Nevados”	164
Cuadro No.81.	Menaje Ofrecido en el servicio de hospedaje	165
Cuadro No.82.	Menaje ofrecido en el servicio de alimentación (comedor)	166

Cuadro No.83.	Menaje ofrecido en el servicio de alimentación (cocina)	167
Cuadro No.84.	Registro de organizaciones presentes por comunidad en la parroquia.	168
Cuadro No.85.	Menaje ofrecido en la Sala de eventos	168
Cuadro No.86.	Menaje ofrecido en la Sala de recepción	169
Cuadro No.87.	Menaje ofrecido en la Sala de juegos	169
Cuadro No.88.	Talento humano	170
Cuadro No.89.	Inversiones de activos fijos	170
Cuadro No.90.	Materiales e insumos	170
Cuadro No.91.	Inversiones en activos diferidos	171
Cuadro No.92.	Gastos de promoción y publicidad (durante)	173
Cuadro No.93.	Inversiones de activos fijos	174
Cuadro No.94.	Materia prima, insumos y materiales	174
Cuadro No.95.	Talento humano	174
Cuadro No.96.	Inversiones en activos fijos	175
Cuadro No.97.	Talento humano	175
Cuadro No.98.	Materiales e insumos	176
Cuadro No.99.	Inversión activos diferidos	176
Cuadro No. 100.	Gastos de permisos de funcionamiento	176
Cuadro No.101.	Servicios básicos	177
Cuadro No.102.	Evaluación de impactos ambientales de Lázaro Lagos	204
Cuadro No.103.	Matriz de Cuantificación del producto Agroecológico en “La Quinta Mirador de los Nevados”	206
Cuadro No.104.	Evaluación de impactos culturales	209
Cuadro No.105.	Inversión	212
Cuadro No.106.	Fuentes	213
Cuadro No.107.	Pago de la deuda	214
Cuadro No.108.	Depreciaciones de activos fijos	215
Cuadro No.109.	Amortización de activos diferidos	216
Cuadro No.110.	Costos y gastos	216
Cuadro No.111.	Presupuesto de ingresos	217
Cuadro No.112.	Estado de resultados	218
Cuadro No.113.	Resultados	219
Cuadro No.114.	Estado de resultados	220
Cuadro No.115.	Flujo de caja	221
Cuadro No.116.	Evaluación económica	221
Cuadro No.117.	Paquete modelo para el turista extranjero	222
Cuadro No.118.	Paquete modelo para el turista nacional	224
Cuadro No.119.	Paquete modelo para el grupo familia	226
Cuadro No.120.	Paquete modelo para el contacto con Granjeros campesino Agroecológicos	228
Cuadro No.121.	Paquete modelo para el contacto con Granjeros campesino Agroecológicos	230
Cuadro No.122.	Costo del Paquete para turistas extranjeros (3 días, 2noches)	232
Cuadro No.123.	Costo del Paquete para turistas nacionales (3 días dos noches)	233
Cuadro No.124.	Medio interpretativo 1	235
Cuadro No.125.	Medio interpretativo 2	238
Cuadro No.126.	Medio interpretativo 3	241
Cuadro No.127.	Medio interpretativo 4	244



Cuadro No.128.	Medio interpretativo 5	247
Cuadro No.129.	Medio interpretativo 6	250
Cuadro No.130.	Medio interpretativo 7	257
Cuadro No.131.	Medio interpretativo 8	258
Cuadro No.132.	Medio interpretativo 9	259
Cuadro No.133.	Medio interpretativo 10	262
Cuadro No.134.	Medio interpretativo 11	264
Cuadro No.135.	Medio interpretativo 12	267
Cuadro No.136.	Medio interpretativo 13	270
Cuadro No.137.	Medio interpretativo 14	273
Cuadro No.138.	Medio interpretativo 15	276
Cuadro No.139.	Resumen requerimientos de implementación de los medios Interpretativos	279
Cuadro No.140.	Requerimiento de Cancha de football	280
Cuadro No.141.	Requerimiento de Cancha de basketball	281
Cuadro No.142.	Requerimiento para la implementación del centro de la piscina temperada	282
Cuadro No.143.	Requerimientos para la implementación del centro de interpretación	283
Cuadro No.144.	Requerimiento de máquinas de juegos infantiles	285
Cuadro No.145.	Requerimiento de Juegos infantiles	287
Cuadro No.146.	Resumen requerimientos de implementación	287
Cuadro No.147.	Medios publicitarios para el proyecto	291
Cuadro No.148.	Costos de la publicidad internet	302
Cuadro No.149.	Costos de la publicidad impresa	302
Cuadro No.150.	Resumen Publicidad	302

## Lista de gráficos

<b>Descripción</b>	<b>No. pag.</b>
Gráfico No.1. Parroquia Quimiag, Guabulag, La Joya.	34
Gráfico No.2. Ubicación de la parroquia Quimiag	46
Gráfico No.3. Edad de los turistas extranjeros	122
Gráfico No.4. Genero del turista extranjero	123
Gráfico No.5. País de Procedencia	124
Gráfico No.6. Estado Civil del turista extranjero	125
Gráfico No.7. Nivel de instrucción de los turistas extranjeros	126
Gráfico No.8. Estado Laboral de los turistas extranjeros	127
Gráfico No.9. Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros	128
Gráfico No.10. Motivo del viaje	129
Gráfico No.11. Organización del Viaje	130
Gráfico No.12. Medios de Información Turística	131
Gráfico No.13. Disposición por Realizar Agroecoturismo	132
Gráfico No.14. Infraestructura de Entretenimiento	133
Gráfico No.15. Servicios	134
Gráfico No.16. Actividades Complementarias	135
Gráfico No.17. Actividades Complementarias	136
Gráfico No.18. Precio del Producto	137
Gráfico No.19. Edad de los turistas nacionales	139
Gráfico No.20. Genero del turista nacional	140
Gráfico No.21. Ciudad de Procedencia	141
Gráfico No.22. Estado Civil del turista nacional	142
Gráfico No.23. Nivel de instrucción de los turistas nacionales	143
Gráfico No.24. Estado Laboral de los turistas extranjeros	144
Gráfico No.25. Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros	145
Gráfico No.26. Motivo del viaje	146
Gráfico No.27. Organización del Viaje	147
Gráfico No.28. Medios de Información Turística	148
Gráfico No.29. Disposición por Realizar Agroecoturismo	149
Gráfico No.30. Infraestructura de Entretenimiento	150
Gráfico No.31. Servicios	151
Gráfico No.32. Actividades Complementarias	152
Gráfico No.33. Actividades Complementarias	153
Gráfico No.34. Precio del Producto	154
Gráfico No.35. Medidas Medio interpretativo 1	236

Gráfico No.36.	Diseño del Medio interpretativo 1	237
Gráfico No.37.	Medidas Medio interpretativo 2	239
Gráfico No.38.	Diseño Medio interpretativo 2	241
Gráfico No.39.	Medidas Medio interpretativo 3	241
Gráfico No.40.	Diseño Medio interpretativo 3	243
Gráfico No.41.	Medidas Medio interpretativo 4	243
Gráfico No.42.	Diseño Medio interpretativo 4	245
Gráfico No.43.	Medidas Medio interpretativo 5	245
Gráfico No.44.	Diseño Medio interpretativo 5	247
Gráfico No.45.	Medidas Medio interpretativo 6	251
Gráfico No.46.	Diseño Medio interpretativo 6	251
Gráfico No.47.	Medidas Medio interpretativo 7	252
Gráfico No.48.	Diseño Medio interpretativo 7	253
Gráfico No.49.	Medidas Medio interpretativo 8	256
Gráfico No.50.	Diseño Medio interpretativo 8	257
Gráfico No.51.	Medidas Medio interpretativo 9	259
Gráfico No.52.	Diseño Medio interpretativo 9	260
Gráfico No.53.	Medidas Medio interpretativo 10	262
Gráfico No.54.	Diseño Medio interpretativo 10	263
Gráfico No.55.	Medidas Medio interpretativo 11	265
Gráfico No.56.	Diseño Medio interpretativo 11	265
Gráfico No.57.	Medidas Medio interpretativo 12	267
Gráfico No.58.	Diseño del Medio interpretativo 12	268
Gráfico No.59.	Medidas Medio interpretativo 13	271
Gráfico No.60.	Diseño Medio interpretativo 13	271
Gráfico No.61.	Medidas Medio interpretativo 14	274
Gráfico No.62.	Diseño Medio interpretativo 14	274
Gráfico No.63.	Medidas Medio interpretativo 15	276
Gráfico No.64.	Diseño Medio interpretativo 15	277
Gráfico No.65.	Diseño de la cancha de footboall	280
Gráfico No.66.	Diseño de la cancha de Basketball	281
Gráfico No.67.	Diseño Arquitectónico de la Piscina	282
Gráfico No.68.	Corte lateral de la Piscina	282
Gráfico No.69.	Diseño Arquitectónico del centro de Interpretación	283
Gráfico No.70.	Resbaladera (casa)	285
Gráfico No.71.	Columpio 1	285
Gráfico No.72.	Columpio 2	286
Gráfico No.73.	Columpio	286
Gráfico No.74.	Logotipo de “El Mirador de los Nevados”	289
Gráfico No.75.	Blog de “El Mirador de los Nevados”	292
Gráfico No.76.	Cuenta en Youtube de ““El Mirador de los Nevados”	293
Gráfico No.77.	Cuenta en facebook de “El Mirador de los volcanes”	294

## Lista de fotografías

<b>Descripción</b>	<b>No. pag.</b>
Foto No.1. Parroquia de Quimiag	74
Foto No.2. Medicina Ancestral	76
Foto No.3. PAPAS CON CUY, INFOCENTRO QUIMIAG, 2012	79
Foto No.4. IGLESIA	80
Foto No.5. Iglesia de Quimiag	82
Foto No.6. Nevado Altar	84
Foto No.7. Laguna Amarilla	87
Foto No.8. Cascada de Puelazo	90
Foto No.9. Cascada las Tres Marías	92
Foto No.10. Quimiag	95
Foto No.11. Río Collanes	
Foto No.12. Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”	97
Foto No.13. Producción Agroecoturista en La Quinta “Mirador de los Nevados”,	100

# **DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROECOTURÍSTICO EN LA QUINTA “EL MIRADOR DE LOS NEVADOS”, PARROQUIA QUIMIAG, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

## **II. INTRODUCCIÓN**

Ecuador posee una gran biodiversidad natural y cultural lo cual permite realizar varios tipos de turismo debido a la variedad de sus paisajes y sus vastos atractivos.

En el año 2005 el turismo constituyó la tercera fuente generadora de divisas para el país, el potencial de la actividad es enorme, el Ecuador cuenta con una gran cantidad de recursos turísticos que deben ser transformados en productos. (RICAURTE, C. 2007, p.19).

Además el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 refleja un interés en la inclusión, en la participación ciudadana, en la inversión social, en el fomento a la igualdad de género, en la protección de la pluriculturalidad, es decir se busca la integración de todos los elementos que confluyen en la actividad turística. (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. 2013, p.1)

Debido a lo mencionado, es necesario señalar que hace más de una década en el país, se desarrolla una nueva línea de producto turístico, denominado Turismo Rural (BERDEGUÉ, J. *et al.* 2008, p.40), llevado a cabo para el beneficio de actores directos e indirectos de la actividad agroecoturística en comunidades.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) 2009, turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. 2009, p.1)

La parroquia Quimiag ubicada en la provincia de Chimborazo es considerada como una zona rural que posee gran riqueza de recursos naturales y culturales, es evidente que el patrimonio de manifestaciones culturales de larga data. Sus principales actividades económicas son la agricultura y ganadería, por lo cual se desea crear un producto agroecoturístico que se destaque en la zona y que promueva la economía en el sector.

En base a este criterio el agroecoturismo puede ser definido como una nueva tendencia que de específicamente en zonas rurales de nuestro país, la cual consiste en fusionar tres actividades: AGRO –son las diferentes labores y procesos amigables con el ambiente y la elaboración del producto-, ECO –desarrolla la parte sostenible del trabajo, en un sector destinado a la conservación- y TURÍSTICA - la visita de turistas al lugar, así como la promoción de el mismo como atractivo -.

La quinta “Mirador de los nevados” ubicada en la parroquia Quimiag, posee recursos singulares, éstos manejados de una manera integral y responsable pueden convertirse en una oferta diferencial de agroecoturismo sostenible, pues este proyecto integra tres dimensiones: la social, la ecológica y la cultural, respetando también, el interés de las poblaciones rurales que, en la mayoría de los casos, aún no tiene claro el valor e importancia del manejo racional de estos.

#### **A. JUSTIFICACIÓN.**

El agroecoturismo ha tenido gran crecimiento en los últimos años siendo acogido por muchos sectores del país como un recurso de sostenibilidad económica, pues se integran distintas actividades y servicios como: guianza de tours, gastronomía, actividades culturales, alojamiento, venta de artesanías, actividades recreativas vivenciales, etc., generando una fuente de trabajo para la comunidad y preservando sus recursos naturales y culturales sin dejar de lado la principal actividad económica del sector que corresponde a la agropecuaria que según el censo del año 2012 representa el 70,5%. (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA QUIMIAG. 2012, p.50)

La parroquia Quimiag es una de las principales fuentes de producción agrícola de la provincia, considerando como superficie dedicada a esta actividad: del total de los cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia es de 697,45 ha donde el maíz representa el 31,9%, la papa el 44,5% y las habas el 23,6%; y del total de los cultivos permanentes en la parroquia es de 1480,07 ha. Predominando el pasto con 1469,4 ha correspondientes a un 99,28% del total de cultivos permanentes presentes en la parroquia (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA

PARROQUIA QUIMIAG. 2012, p.166); debido a que su cultura ancestral y tradiciones se han conservado considerablemente en relación al progreso y modernidad. La falta de empresas en el sector ha obligado a los pobladores a buscar otras fuentes de empleo en lugares apartados del sector, por lo cual se busca fomentar otros tipo de manejo de los recursos ofreciendo ingresos económicos y trabajos permanentes para sus miembros, mejorando así su estabilidad económica y preservando sus recursos.

La Quinta “Mirador de los Nevados” inicia su producción Agrícola en el año 1994, posteriormente los propietarios deciden adecuar la Quinta con una infraestructura capaz de ofrecer servicios de alimentación y hospedaje pero que adicionalmente transmiten sus conocimientos locales, beneficios ambientales, y sociales que encajan en el emprendimiento Agroecológico.

La principal finalidad de esta combinación es lograr crear un equilibrio en la práctica del turismo como se presenta actualmente, específicamente enfocado a los recursos naturales, un equilibrio que solo se logra agregando prácticas conservacionistas ligadas al sector agropecuario de nuestro país y de paso el mismo se ve beneficiado por exposición de sus actividades.

Debido a la carencia de productos turísticos alternativos amigables con el ambiente y los altos costos que exige la producción agrícola, los propietarios decidieron incursionar en una actividad económica complementaria que responda a los criterios de sostenibilidad y de manejo microempresarial familiar, eligiendo crear un producto turístico a través de la modalidad de Agroecoturismo.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo General**

Diseñar un producto Agroecoturístico en la Quinta “Mirador de los Nevados”, Parroquia Quimiag, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

### **2. Objetivos Específicos**

- a. Evaluar el potencial turístico de la Parroquia Quimiag.
- b. Realizar el estudio de mercado para la creación de la Quinta agroecoturista.

- c. Elaborar el diseño técnico del producto agroecoturístico.
- d. Definir estrategias de difusión y publicidad.

### **C. HIPÓTESIS**

El estudio técnico de la Quinta” Mirador de los Nevados” permitirá elaborar una propuesta sostenible que logre la eficiencia en la productividad agrícola y una oferta de calidad en servicios y productos del territorio en estudio.



### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. GENERALIDADES**

##### **1. Turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2009), el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. 2009, p.13)

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quien, a lo que cada quien percibe o interprete, pero, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil.

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " tour " a determinado destino.

En el 2007 Ricaurte, C define al turismo como una actividad económico en la que el comprador (turista), entrega determinada cantidad de dinero a cambio de la prestación (consumo) de un servicio. (RICAURTE, C. 2007, p.16)

Las características que reúne el turismo lo colocan en un sitio inmejorable para comenzar a dar un vuelco trascendental e histórico, susceptible de transmitirse al resto de los sectores económicos. (CARRILLO, R. 2007, p.56)

## 2. El Turismo Sostenible.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) (2009) con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”. Mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales”. (ROMÁN, E. 2006, p.20)

La Organización Mundial de Turismo (OMT) señala que el turismo sostenible “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. 2009, p.22), siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible”. (CHÁVEZ, J. 2005, p.1)

En 1997 en la revista *Annals of Tourism Research*, Philippa Hunter Jones considera que el concepto de turismo sostenible “tiene por objeto proteger los recursos turísticos y satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, los agentes privados y públicos del sector, y los residentes”. (HUNTER, J. 2014, p.24)

Para 2006 surge un aporte una aseveración por parte de Maldonado, quienes dicen que el turismo sostenible es “aquel que reporta beneficios económicos al tiempo que mantiene la diversidad y la calidad ecológica, es decir conjuga la conservación con el desarrollo económico”. (MALDONADO, C. 2006, p.35)

### **3. Agroecología**

La agro ecología se lo de fine como “un enfoque a la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente, centrada no solo en la producción sino también en la sostenibilidad del sistema productivo”. (SARANDÓN. 2014. p.8)

El término Agro ecología ha llegado a significar muchas cosas, definidas a grosso modo, la agroecología a menudo incorpora ideas sobre un enfoque de agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente, centrada no solo en la producción, sino también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción. A esto podría llamarse “prescriptivo “del término agroecología, porque implica un número de características sobre la sociedad y la producción que van mucho más allá de los límites del predio agrícola. (ALTIERI. 2009, p.1)

### **B. AGROECOTURISMO**

El concepto de “agroecoturismo” es utilizado por lo general como sinónimo de “agroturismo”.

El agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias. (BUDOWSKI, E. 2009, p.107)

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negocios, turismo joven, turismo social, turismo de salud, y turismo deportivo. Esas actividades, antes poco valoradas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas, involucrando fincas, agroindustrias, transportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor de crecimiento, principalmente de actividades no-agrícolas en la zona rural.

Estas actividades ofrecen al viajero todos los incentivos del agroecoturismo, dependiendo de los establecimientos añaden criterios de sostenibilidad como: bioconstrucción, bioclimática, reciclaje de residuos, utilización de productos biodegradables etc. Algunos establecimientos ofrecen actividades complementarias como cursos de agricultura y ganadería ecológica, salud natural, desarrollo persona. (GARCÍA, B. 2008, p.14)

## **C. PRODUCTO TURÍSTICO**

### **1. Concepto**

Ricaurte, C menciona en el 2007 que los productos turísticos son elementos que ponemos a disposición del turista, resultan de la combinación de recursos turísticos, facilidades, integrados en un proceso de producción, se los puede brindar de manera como subproductos (restaurante) o como productos finales (paquete). (RICAURTE, C. 2007, p.16)

Los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes. (OGANDO,P; MAMANÍ,E; & FARÍA,R. 2006, p.21)

El turismo es considerado mundialmente como una alternativa de desarrollo y por ello es apetecido por ciertos sectores de la actividad económica.

Cuando un turista compra un producto turístico que está sustentado en lo que se denomina la "oferta turística" de un país (región) y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" de un país (región). Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico.

Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión.

Después de realizar el diagnóstico, se confecciona una matriz donde se analizan los atributos del producto en relación con los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño. Se establece si el concepto del producto corresponde a los requerimientos del mercado. (MACHADO,E & HERNÁNDEZ. 2009, p.161)

## **2. Diseño del producto**

Desde el punto de vista del marketing, el producto es la primera y más importante de las variables de marketing – mix.

Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial como producto se designa a cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos del sector turístico.

### **a. Estrategias para diseñar el producto turístico**

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro tipos de estrategias.

**De penetración:** Incrementar la cuota global del mercado ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

**De desarrollo del producto turístico:** Actuar sobre los mercados turísticos actuales existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

**De extensión del mercado turístico:** Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta o regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

**De diversificación turística:**

**Horizontal:** Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

**Vertical:** Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

**Concéntrica:** Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

## **b. Ciclo de la vida de los productos**

Son las etapas en la evolución en la vida de los productos, las fases que estos recorren en el transcurso del trabajo, estas son:

Introducción, corresponde al lanzamiento del producto, suele tener un desarrollo rápido que se da en función de las características del producto y del mercado.

Crecimiento, Los demandantes aceptan el producto, se enteran de su existencia y lo consumen, las ventas tienen un rápido ascenso.

Madurez, se estabilizan las ventas, por tanto se mantiene la participación en el mercado, el cumplimiento de las metas se consigue por reposición de clientes antes que por el ingreso de nuevos se acerca la situación del mercado.

Declive, el producto envejece por tanto empieza a desaparecer, las ventas descienden al igual que la participación o cuota de mercado, por tanto la empresa se ve abocada a:

- Desaparición del producto
- Aparición de un mercado residual
- Relanzamiento del producto, creación de un nuevo ciclo de vida, como consecuencia de la realización de actividades como búsqueda de nuevos usos del producto o modificaciones en sus aspectos esenciales. (RICAURTE, C. 2007, p.22)

Define el nombre, itinerario, los servicios que se brindaran y los procesos del producto. (MACHADO,E & HERNÁNDEZ. 2009, p.161)

### **3. El Paquete Turístico**

El paquete turístico es el conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, tangibles o intangibles, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las necesidades de un turista, ligado a servicios adicionales, tales como: transporte, hospedaje, tours. Estos aspectos al unirse en un solo propósito, serán de un interés importante para los viajeros, que desean conocer la naturaleza de nuestro país.

El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete de servicios. (ALEGRE,J & LLORENC,P. 2006, p.34)

## **D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

### **1. Generalidades de la evaluación del potencial turístico**

#### **a. Fases fundamentales**

- El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;
  
- El diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona. (QUESADA, R. 2005, p.279)

#### **1) El análisis de la situación**

- El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;
  
- El diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona. (QUESADA, R. 2005, p.279)

#### **2) El diagnóstico**

Confrontar los resultados de los análisis de la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio.

Esta primera etapa del diagnóstico permite, a su vez, determinar las oportunidades y riesgos ligados a un posible desarrollo del turismo.

La última fase del diagnóstico - los puntos fuertes y débiles del territorio comparados con las oportunidades y riesgos de su sector turístico en el mercado - permitirá definir una “posición estratégica fructífera”. Este concepto abarca los logros más importantes que puede proporcionar a largo plazo la superioridad frente a la competencia.



Otro punto importante también es el hecho de poder determinar si el territorio dispone de un “posicionamiento único” (“unique selling position /USP”), un argumento de venta excepcional (un paraje único por ejemplo) que proporciona al territorio una ventaja comparativa absoluta, reconocida por el cliente. (QUESADA, R. 2005, p.280)

**a) Análisis FODA.**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

- **Fortalezas:** Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
- **Oportunidades:** Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades:** Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- **Amenazas:** Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (GLAGOVSKY, H. 2009, p.342)

## **2. Inventario de atractivos turísticos**

Cevallos, L en el 2006, dice que al constituir el atractivo turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la Oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio.

De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea cardinal en la fase de diagnóstico de cualquier planificación turística.

La identificación de los atractivos turísticos se lleva a cabo normalmente mediante la confección de un listado de atractivos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un Inventario o Catálogo de atractivos turísticos, es decir, una relación de los recursos turísticos de un área territorial determinada, donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología. (CEVALLOS, L. 2006, p.274)

### **a. Inventarios de Atractivos**

El Ministerio de turismo (MINTUR) (2005), manifiesta que el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. De manera específica, los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINISTERIO DE TURISMO. 2005, p.23)

Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales que como un conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística de un país. "Conjunto de atractivos naturales, bienes culturales, etnografía y realizaciones técnicas contemporáneas que forman parte del patrimonio de una nación, región o localidad que deben ser registrados, ordenados y jerarquizados para su puesta en valor". (VALENCIA,J. 2005, p.108)

### 3. Atractivos turísticos

Una atracción turística, o atractivo turístico es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

La atractivos es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico.

Algunos ejemplos de atractivos turísticos son:

- a. Lugares históricos.
- b. Monumentos.
- c. Zoológicos.
- d. Museos.
- e. Galerías de arte.
- f. Jardines botánicos.
- g. Construcciones y estructuras (castillos, bibliotecas, antiguas prisiones, rascacielos, puentes, entre otros).
- h. Parques nacionales y bosques.
- i. Parques temáticos.
- j. Comunidades de diferentes etnias.
- k. Trenes históricos.
- l. Eventos culturales.

Si bien muchos de los atractivos turísticos tienen origen en el valor histórico, cultural o natural en sí mismo hay casos donde el origen lo da un fenómeno inexplicable, aun así los atractivos son considerados como los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visita por parte de la demanda. (MALDONADO, C. 2009, p.35)

#### **a. Atractivos Turísticos Naturales**

Beltrán, E. 2001 dice que: Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motivan al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo cuya finalidad es satisfacer las necesidades de recreación esparcimiento, como son los bosques, playas, lagos, aguas termales etc.

#### **b. Atractivos Turísticos Culturales**

Cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria, una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género, una danza, allí tendremos un atractivo turístico cultural.

Para decirlo técnica y fríamente, el atractivo turístico cultural es aquel que tiene como atracción, un recurso producido por el hombre. (ROMERO, C. 2008, p. 20)

### **4. Pasos para realizar un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales.**

#### **a. Clasificación de los atractivos**

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR) 2005:

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

Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

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

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

**b. Recopilación de información**

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

**c. Trabajo de campo**

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

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

**d. Evaluación y jerarquización**

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

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

**1) Jerarquía IV**

**Entre 100 y 90 puntos**

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

**2) Jerarquía III****Entre 89 y 82 puntos**

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

**3) Jerarquía II****Entre 81 y 72 puntos**

Atractivos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**4) Jerarquía I****Entre 71 y 66 puntos**

Atractivos sin crédito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquier de la unidades que integran el espacio turístico. (MINISTERIO DE TURISMO. 2005, p.30)

**E. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico tiene como principal objetivo demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas:

¿Cómo producir lo que el mercado demanda?

¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?

¿Dónde producir?

¿Qué materias primase insumos se requieren?

¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?

¿Cuánto y cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, provisiones para la nueva unidad productiva.

Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- El estudio de materias primas
- Localización general y específica del proyecto
- Dimensionamiento o tamaño de la planta; y
- El estudio de ingeniería del proyecto

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto. (CUARTAS, F. 2008, p.173)

## **F. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

### **1. Definición.**

Una vez diseñado el producto, debe desarrollarse una estrategia comercial. Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing - mix. Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades. (DE LA COLINA, J. 2009, p.29)

### **2. Características**

#### **a. Intangibilidad**

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

#### **b. Caducidad**

Los productos turísticos no se pueden almacenar.



**c. Agregabilidad**

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

**d. Heterogeneidad**

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

**e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo**

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

**f. Otros**

Es un producto estacional. La liquidez o cash flow es alta. (DE LA COLINA, J. 2009, p.30)

**3. Estrategias para el desarrollo y posicionamiento del producto turístico.**

Tendrá que decidir si se dirige un nuevo mercado o hacia los actuales. Por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

**a. De penetración**

Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

**b. De desarrollo del producto turístico**

Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

**c. De extensión del mercado turístico**

Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

**d. De diversificación turística:**

- Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.
- Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.
- Concéntrica: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística. (DE LA COLINA, J. 2009, p.30)

**4. Canales de distribución.**

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro. (DE LA COLINA, J. 2009, p.30)

**a. La comunicación.**

No es suficiente con disponer de un buen producto, y comercializarlo a través del canal de distribución más adecuado, con un buen precio. Además, hay que comunicar su existencia.

Los instrumentos para realizar esta actividad forman lo que se llama el mix de comunicación:

**b. Publicidad.**

Comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de bienes, servicios o ideas, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

Herramientas: Medios de masas, circulares, cartas, pósters, catálogos.

Los objetivos son: Informar, persuadir y mantener el recuerdo.

**c. Promoción de ventas.**

Incentivos a corto plazo para incentivar la compra de un producto o servicio.

Herramientas: Descuentos, mayor contenido por el mismo precio, regalos directos o diferidos, sorteos, muestras, degustaciones.

**d. Relaciones públicas.**

Conjunto de programas para mejorar, mantener o proteger la imagen de una compañía o producto, y crear una conciencia favorable hacia los mismos.

Herramientas: Publicaciones, acontecimientos, noticias, conferencias, marketing social, logotipos, símbolos.

**e. Fuerza de ventas.**

Comunicación verbal con un cliente potencial, cuyo propósito es realizar una adquisición.

Herramientas: Vendedores, representantes, presentaciones

**f. Marketing directo.**

Comunicación de la oferta de bienes y servicios directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios.

Herramientas: Catálogos, correo, tele-marketing, televisión, radio, revistas, periódicos, ordenador. (DE LA COLINA, J. 2009, p.31)



### **3. Características climáticas**

Ecuatorial de alta montaña

Mesotermico semi-húmedo

Mesotérmico seco

Nival

-15°C hasta 22°C

### **4. Clasificación ecológica**

Según los datos obtenidos en el MAE 2014, tenemos los siguientes tipos de Climas, Suelos y Zonas de Vida.

#### **a. Climas**

##### **1) Ecuatorial de Alta Montaña**

En las montañas la temperatura disminuye con la altitud, mientras que aumentan las precipitaciones, al menos hasta un cierto nivel altimétrico. La montaña, en este sentido, altera las características de la zona climática en la que se sitúa. Por este motivo, no se pueden establecer unos rasgos con validez universal que lo definan, aunque sus variedades climáticas son fácilmente reconocibles, como el clima alpino. Presenta unas temperaturas invernales negativas y unas estivales positivas, aunque la temperatura media anual se establece en torno a los 0 °C; la oscilación térmica es inferior a los 20° y las precipitaciones, más abundantes en verano que en invierno, superan los 1.000 mm anuales. Este clima de alta montaña es el que predomina en la cordillera andina.

##### **2) Clima mesotérmico semihúmedo**

Otro clima del Ecuador y que tiene influencia en la Parroquia Quimiag, es el mesotérmico semihúmedo.

La precipitación anual es de 500 a 2.000 mm, tiene dos estaciones lluviosas que oscilan entre febrero-mayo y octubre-noviembre. Es el clima que más se encuentra en los valles de la Sierra, exceptuando los valles calientes como Guayllabamba y los que están sobre los 3.200mt de altura. La temperatura media oscila entre 12 y 20° C.

### **3) Clima mesotérmico seco**

El clima mesotérmico seco se presenta en el fondo de los valles de callejón interandino. Las temperaturas y la vegetación son las mismas que las del clima anterior. Las precipitaciones son inferiores a los 500 mm anuales.

#### **b. Características del suelo**

##### **1) Afloramiento Rcoso**

En la Parroquia encontramos afloramientos rocosos, estas son áreas en las cuales la superficie del terreno está constituida por capas de rocas expuestas, sin desarrollo de vegetación, generalmente dispuestas en laderas abruptas, formando escarpes y acantilados; así como zonas de rocas desnudas relacionadas con la actividad volcánica o glaciaria. Asociados con los afloramientos rocosos se pueden encontrar depósitos de sedimentos finos y gruesos, de bloques o de cenizas. (Uriel Gonzalo Murcia García, 2009).

Además en la parroquia podemos encontrar suelos de orden Entisol mismos que son suelos minerales derivados tanto de materiales aluviónicos como residuales, de textura moderadamente gruesa a fina. Suelos del orden Inceptisol que son suelos formados de depósitos fluviónicos como residuales, y están formados por materiales líticos de naturaleza volcánica y sedimentaria. Suelos del orden Molisol, superficiales, moderadamente profundos, desarrollados de materiales volcánicos y sedimentarios; tienen horizontes superficiales oscurecidos, estructurados en gránulos bien desarrollados de consistencia friable y dotada de suficientemente bases químicas, principalmente Calcio y Magnesio.

#### **c. Hidrología**

Según el MAE, MAGAP y el inventario de Recursos Hídricos de Chimborazo, estos son los principales ríos y quebradas de la parroquia Quimiag registrados hasta el año 2011.

##### **1) Ríos**

Río Blanco, Río Taullin, Río Chambo, Río Collanes, Río Tiacu Chiquito, Río Chiniloma.

## 2) **Quebradas**

Quebrada Quillan, Quebrada Itasana Grande, Quebrada Itasana Chico, Quebrada Guso, Quebrada Guayllacaguan, Quebrada Iguishcaguan, Quebrada Lirio, Quebrada La Tranca, Quebrada Balcashi, Quebrada Puchucal, Quebrada Rumishili, Quebrada Camellon, Quebrada Batan, Quebrada Pacchi, Quebrada Lan Lan, Quebrada Menestiacu, Quebrada Chiquimus, Quebrada Paduazo, Quebrada Collanes.

### d. **Zonas de Vida**

#### 1) **Bosque húmedo Montano-Bajo (b.h.M.B.)**

En el callejón interandino se encuentra en forma dispersa en las estribaciones externas de las cordilleras occidental y oriental. En la provincia de Chimborazo en Cañi y en las estribaciones sur-occidentales del monte Calubin. La superficie que ocupa esta zona de vida es de 1'368.325 Has. Que corresponde al 5.31% del área total del país.

Su topografía es muy accidentada, se encuentra por sobre los 2.000msnm, en la cordillera occidental llega hasta los 2.900m, mientras que en las vertientes de la cordillera oriental alcanza una altitud de 3.000msnm. Precipitación promedio anual de 1.000 – 2.000mm. y registra una temperatura media anual de 12-18°C. Las lluvias en general se extienden por 10 meses correspondiendo a julio y agosto la estación seca.

## B. **MATERIALES**

### 1. **Materiales**

Papel bond, lapiceros, papelógrafos, esferográficos, marcadores, cinta adhesiva, libreta de campo, CD's, pilas alcalinas, cartuchos de tinta, fotocopias, estilete, portaminas.

### 2. **Equipos**

Computador, flash memory USB, GPS, pilas recargables, scanner, impresora, vehículo, cámara fotográfica, casete, filmadora, calculadora.

## C. **METODOLOGÍA**

Se alcanzó los objetivos planteados donde se emplearon las siguientes técnicas de investigación bibliográfica (secundaria) y de campo (primaria), de manera explorativa, descriptiva, y analítica.



Los objetivos planteados se elaboraron de la siguiente manera:

**1. Evaluar el potencial turístico de la parroquia Quimiag.**

**a. Diagnóstico Situacional**

La Parroquia Quimiag está ubicada al sur oriente de Riobamba a 9 km de distancia del cantón Riobamba y a 2 km de la parroquia Cubijés. El centro de su poblado se encuentra a una altitud de 2730 msnm. Sus límites son: al norte el cantón Penipe y la parroquia Candelaria, al sur el cantón Chambo, al este la provincia de Morona Santiago, al oeste la parroquia Cubijés y el cantón Guano.

En la parroquia de Quimiag la población reconoce cuatro sectores principales, el sector norte, sur, parte baja y centro, en su conjunto están conformados por 31 asentamientos humanos, entre cooperativas, barrios y comunidades, existen también asociaciones de productores y haciendas. En el sector norte de la parroquia existe un sector conocido como Chiniloma, el mismo que presenta un conflicto de pertenencia con el cantón Chambo y la Parroquia de Quimiag, de la misma manera en el sector norte en la zona del Nevado Altar, existen haciendas que están dentro del límite territorial de la Parroquia de Quimiag, pero que sus propietarios realizan sus diligencias en el cantón Penipe en la parroquia de la Candelaria por tener una mayor cercanía a los mismos.

Quimiag cuenta con gran variedad de atractivos turísticos: Parque Nacional Sangay, nevado El Altar, lagunas, miradores naturales; fiestas de la Virgen del Puente, y del Señor de los Milagros, en octubre que han permitido su desarrollo turístico y generar proyectos de emprendimiento turísticos como es el caso de la Quinta “Mirador de los Nevados”

La Quinta “Mirador de los Nevados” se localiza en la parroquia Quimiag, comunidad de Guabulag (la joya) junto al estadio de la parroquia.

La Quinta “Mirador de los Nevados” se desarrolla en un espacio territorial pequeño y netamente agrícola, este espacio permitirá a los visitantes conocer los procesos de producción desde el inicio hasta el final y la forma en que diversas especies de plantas y animales se benefician mutuamente, por lo cual se procedió a plantear un análisis parroquial, ya que la información más específica se encuentra descrita desde éste espacio territorial.

A modo de cierre es importante mencionar que la Quinta “Mirador de los Nevados” pertenece a un espacio territorial considerablemente pequeño y netamente agrícola por lo cual se procederá a plantear un análisis parroquial, ya que la información más específica se encuentra descrita desde éste espacio territorial. (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA QUIMIAG. 2012, p.44)

## **1) Recopilación de fuentes de información**

### **a) Información primaria**

Se recopiló información conjuntamente con los propietarios de la Quinta “Mirador de los nevados” y habitantes del sector. Para lo cual se aplicaron las siguientes herramientas:

#### **i. Aplicación de fichas.**

Para la aplicación de esta herramienta se realizó entrevistas a los propietarios de la Quinta “Mirador de los Nevados” y habitantes del sector. Las fichas incluyeron preguntas que permitieron adquirir información a nivel sectorial y parroquial, se trabajará en cinco ámbitos mediante los cuales se procuró obtener la siguiente información:

**Cuadro No.1.** Diagnóstico estrella

ÁMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR
<b>1. Físico espacial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad)</li> <li>• Límites</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>
<b>1. Socio cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnicidad (nacionalidad y pueblo)</li> <li>• Historia</li> <li>• Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad)</li> <li>• Migración</li> <li>• Nivel de instrucción</li> <li>• Profesión u ocupación</li> <li>• Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos)</li> <li>• Vivienda (tipo, propiedad, características)</li> <li>• Salud</li> <li>• Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes)</li> <li>• Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio)</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico)</li> <li>• Combustibles utilizados</li> <li>• Abastecimiento de productos</li> </ul>
<b>2. Ecológico territorial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural)</li> <li>• Clasificación ecológica</li> <li>• Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)</li> <li>• Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos)</li> <li>• Hidrología</li> <li>• Problemas ambientales</li> </ul>
<b>3. Económico productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades económicas (tipo, ocupación)</li> <li>• Desarrollo actual del turismo en la zona</li> <li>• Participación o interés de la población en el desarrollo turístico</li> </ul>
<b>4. Político administrativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones)</li> <li>• Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</li> <li>• Instituciones que trabajan en la zona</li> </ul>

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

- Socio – cultural: Se utilizará una guía de entrevistas.

## **b) Información secundaria**

Se recopiló información mediante la revisión, análisis y sistematización de los planes de desarrollo cantonal y otros estudios, provincial y parroquial disponibles en el Gobierno provincial, Asociación de Gobiernos Parroquiales e instituciones que han estado involucradas con el sector de Guabulag, La Joya.

## **2) Inventario de los atractivos turísticos**

Se realizó salidas de campo, la herramienta que se utilizó es la ficha para inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales propuesta por el MINTUR (2004), complementariamente se procedió a georeferenciar cada atractivo, posteriormente se valoró, evaluó y finalmente jerarquizó, para determinar el potencial turístico de la zona.

En cuanto al inventario de recursos culturales tangibles no jerarquizados se procedió a emplear la metodología propuesta por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural utilizado para las fichas de registro del patrimonio inmaterial de acuerdo a los parámetros establecidos en el “INSTRUCTIVO PARA LA NORMALIZACIÓN DEL FONDO DEL PATRIMONIO INMATERIAL”

## **2. Realizar el estudio de mercado para la creación de la Quinta agroecoturística**

### **1) Estudio de mercado**

El estudio de mercado comprenderá:

#### **a) Demanda**

En el estudio de la demanda se identificó y segmentó el universo tomando en cuenta las variables geográficas, psicológicas y motivacionales, los mismos que serán orientadas para la identificación de las preferencias de los actuales y potenciales visitantes.

El universo para la presente investigación será el número de turistas que llegaron a la reserva faunística Chimborazo y utilizaron el tren más los turistas que llegaron a la quinta anualmente en el 2013.

Las herramientas que se utilizaron en esta fase de estudio serán encuestas, las cuales fueron diseñadas de acuerdo a los requerimientos de la investigación, que luego se tabulo con el programa SPSS y analizo los datos, este proceso permitio conocer el perfil del turista.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos:

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

Dónde:

**n** = tamaño de la muestra (119)

**N** = universo de estudio (46564)

**p** = probabilidad de ocurrencia, equivalente a 0,5

**q** = probabilidad de no ocurrencia, equivalente a 0,5

**e** = el margen de error (0,08)

**z** = nivel de confianza

#### **b) Oferta**

Se identificó y caracterizo la competencia, oferta actual y oferta complementaria para la cual se procedió a realizar un análisis de la zona con prestadores de servicios turísticos que realizaban actividades relacionadas con el agroecoturismo.

Se tomó en cuenta datos esenciales:

- La ubicación
- Años de funcionamiento
- Servicios e instalaciones
- Tipo de visitantes
- Número de visitantes anuales
- Precio
- Publicidad y difusión

**c) Confrontación oferta – demanda**

Mediante esta confrontación y la proyección de la misma se pudo conocer la demanda insatisfecha y se determinó la demanda objetiva.

**3. Elaborar el diseño técnico del producto agroecoturístico**

Para el diseño del producto se examinó el diagnóstico y el inventario de atractivos turísticos donde se seleccionó los atractivos que posean jerarquías de alto rango, de igual manera se analizó las condiciones actuales de los elementos del sistema turístico.

**a. Estudio técnico del producto**

Se examinó:

- Identificar de los requerimientos de infraestructura y facilidades turísticas
- Estructurar de paquetes que contemplen circuitos turísticos

Otros elementos complementarios del diseño técnico serán:

**b. Estudio administrativo – legal**

Para lo cual se elaboró el Organigrama, Manual de funciones y Manual de procedimientos

**c. Estudio de impacto ambiental y socio cultural**

Para la realización de este estudio se aplicó la matriz de Lázaro Lagos, tomando en cuenta tres aspectos: ambiental, social, cultural.

**d. Estudio económico y financiero**

Se identificó las inversiones, flujo de caja, balances y estados de cuentas. En el financiero se determinó el TIR (tasa interna de retorno), VAN (Valor actual neto), RCB (relación costo – beneficio).

#### **4. Definición de estrategias de difusión y publicidad.**

Para definir las estrategias de difusión y publicidad se procedió a revisar el estudio de mercado, ya que de allí se obtuvo la información del perfil del visitante y de los principales medios de comunicación que utilizaron los turistas nacionales y extranjeros para realizar sus viajes, complementariamente se identificó las estrategias de difusión más efectivas a nivel mundial.

## V. **RESULTADOS**

### A. **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

#### 1. **Diagnóstico situacional**

##### a. **Ámbito físico – espacial**

##### 1) **División política – administrativa**

##### a) **Localización**

La parroquia Quimiag está ubicada al sur oriente de Riobamba a 9 km de distancia del ciudad Riobamba y a 2 km de la parroquia Cubijíes. El centro de su poblado se encuentra a una altitud de 2730 msnm. Sus límites son: al norte el cantón Penipe y la parroquia Candelaria, al sur el cantón Chambo, al este la provincia de Morona Santiago, al oeste la parroquia Cubijíes y el cantón Guano.

La Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados” se encuentra en el sector Guabulag, la Joya, sector céntrico de la parroquia, junto al estadio Quimiag.

**Latitud:** 772989

**Longitud:** 9816532

Su altitud es de 2700 msnm

La Quinta agroecoturística “Mirador de los Nevados” tiene una superficie de 20.000 m<sup>2</sup>.



## Ubicación de la parroquia Quimiag

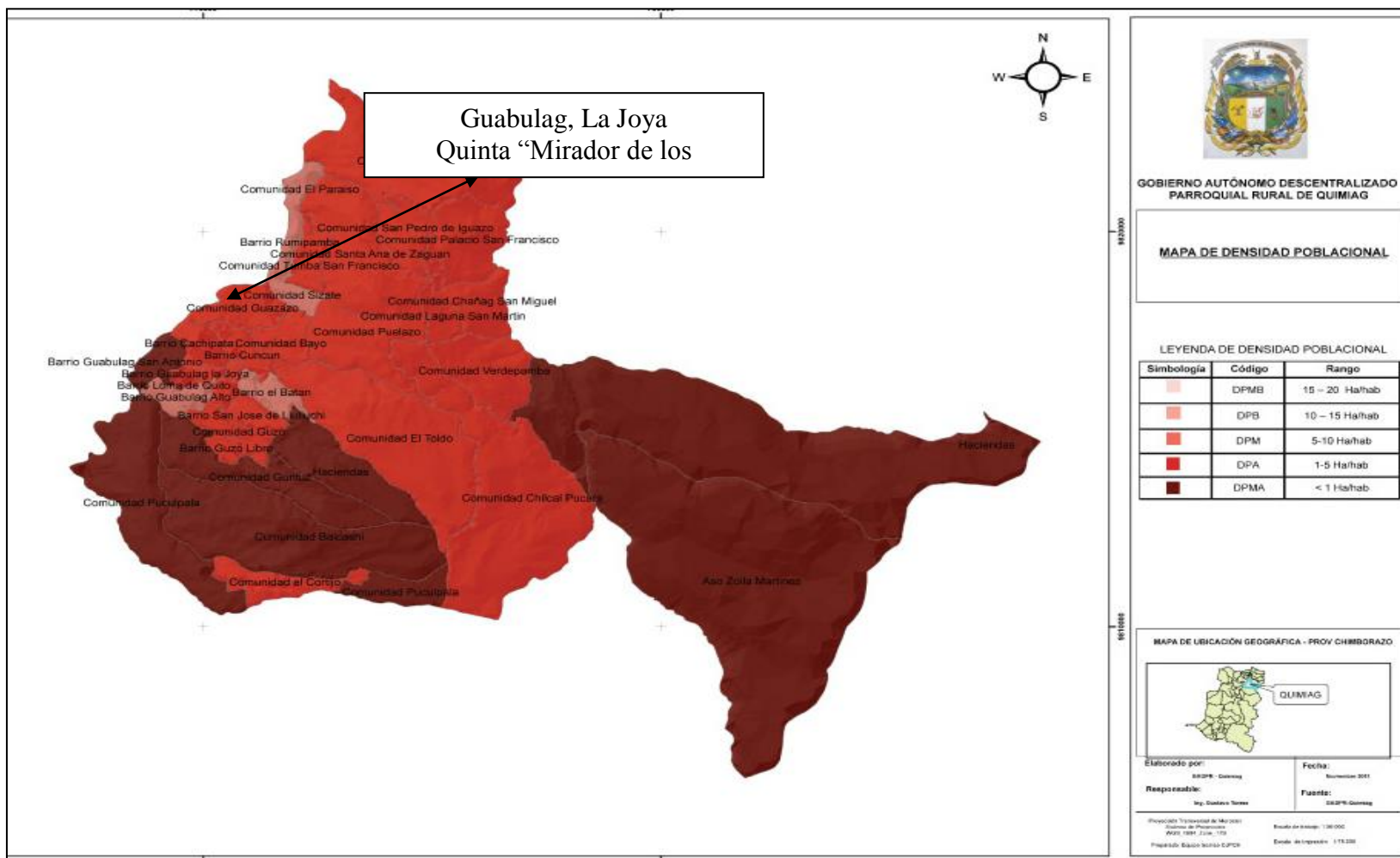


Gráfico No.2. Ubicación de la parroquia Quimiag  
 Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014

**b) Comunidades pertenecientes a la parroquia Quimiag**

En la parroquia Quimiag la población reconoce cuatro sectores principales, el sector norte, sur, parte baja y centro, en su conjunto están conformados por 31 asentamientos humanos, entre cooperativas, barrios y comunidades, existen también asociaciones de productores y haciendas con una población total de 4873 habitantes con una superficie de 13949.67 que representa en densidad poblacional a 37,7 Habitantes/Km<sup>2</sup>

**c) Límites parroquiales**

Norte: Cantón Penipe

Sur: Cantón Chambo

Este: Cantón Guamboya (Provincia de Morona Santiago)

Oeste: Parroquia Cubijés y el Cantón Guano

**d) Límites de la Quinta agroecoturística “Mirador de los Nevados”**

Norte: Barrio Cachipara

Sur: Barrio Guabulag Alto

Este: Barrio Guabulag San Antonio

Oeste: Parroquia Cubijés

**2) Hidrología**

Según el MAGAP y el inventario de Recursos Hídricos de Chimborazo, estos son los principales ríos y quebradas de la parroquia Quimiag.

Río Blanco, Río Taullin, Río Chambo, Río Collanes, Río Tiacu Chiquito, Río Chiniloma.

### 3) Vías de acceso

**Cuadro No.2.** Vías de acceso

Sitio	Ruta	Tipo de vía	Estado de la vía	Longitud estimada
Cabecera parroquial Quimiag	Riobamba – Quimiag	Primer Orden	Bueno	27 a 30 km

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### b. **Ámbito ecológico – Territorial**

##### 1) **Condiciones ambientales de la zona**

**Cuadro No.3.** Condiciones ambientales de la zona

PARROQUIA	TEMPERATURA			PRECIPITACIÓN	CLASIFICACIÓN ECOLÓGICA
	Máxima	Promedio	Mínima		
Quimiag	20°C	13°C	4.2°C	290.4 mm	Ecuatorial de alta montaña Mesotérmico semi-húmedo Mesotérmico seco Nival

Fuente: INAMHI Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (Ecuador)

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

La temperatura promedio anual en la parroquia Quimiag oscila entre los 13°C, mientras que en su nivel máximo alcanza los 20° C mayoritariamente en el mes de octubre.

##### 2) **Clasificación Ecológica**

Según los datos obtenidos en el Ministerio de Ambiente (MAE), Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MAGAP) tenemos las siguientes zonas de vida:

**a) Ecuatorial de Alta Montaña**

En las montañas la temperatura baja con la altitud, mientras que aumentan las precipitaciones, al menos hasta un cierto nivel altimétrico. La montaña, en este sentido, altera las características de la zona climática en la que se sitúa. Por este motivo, no se pueden establecer unos rasgos con validez universal que lo definan, aunque sus variedades climáticas son fácilmente reconocibles, como el clima alpino.

Muestra unas temperaturas invernales negativas y unas estivales positivas, aunque la temperatura media anual se establece en torno a los 0 °C; la oscilación térmica es inferior a los 20° y las precipitaciones, más abundantes en verano que en invierno, superan los 1.000 mm anuales. Este clima de alta montaña es el que predomina en la cordillera andina.

**b) Clima mesotérmico semihúmedo**

Otro clima del Ecuador y que tiene influencia en la Parroquia Quimiag, es el mesotérmico semihúmedo. La precipitación anual es de 500 a 2.000 mm, tiene dos estaciones lluviosas que oscilan entre febrero-mayo y octubre-noviembre. Es el clima que más frecuente en los valles de la Sierra, exceptuando los valles calientes como Guayllabamba y los que están sobre los 3.200mt de altura.

La temperatura media oscila entre 12 y 20° C. La vegetación original de esta zona ha ido modificándose desde la llegada de los españoles, ya que es el sector donde se asientan pobladores de las principales ciudades hoy en día.

**c) Clima mesotérmico seco**

El clima mesotérmico seco se presenta en el fondo de los valles de callejón interandino. Las temperaturas y la vegetación son las mismas que las del clima anterior. Las precipitaciones son inferiores a los 500 mm anuales.

**d) Clima Nival**

Temperatura media anual  $-15^{\circ}\text{C}$ , en invierno,  $-26^{\circ}\text{C}$  y en verano,  $3^{\circ}\text{C}$ . Los inviernos son largos y fríos y los veranos cortos y frescos. Las precipitaciones son cercanas a 400 mm. que caen en forma de nieve, presentando fuertes vientos.

**3) Tipo de Suelo**

En la Parroquia Quimiag encontramos afloramientos rocosos , estas son áreas en las cuales la superficie del terreno está constituida por capas de rocas expuestas, sin desarrollo de vegetación, generalmente dispuestas en laderas abruptas, formando escarpes y acantilados; así como zonas de rocas desnudas relacionadas con la actividad volcánica o glaciár. Asociados con los afloramientos rocosos se pueden encontrar depósitos de sedimentos finos y gruesos, de bloques o de cenizas. (Uriel Gonzalo Murcia García, 2009).

Además en la parroquia podemos encontrar suelos de orden Entisol mismos que son suelos minerales derivados tanto de materiales aluviónicos como residuales, de textura moderadamente gruesa a fina. Suelos del orden Inceptisol que son suelos formados de depósitos fluviónicos como residuales, y están formados por materiales líticos de naturaleza volcánica y sedimentaria. Suelos del orden Molisol, superficiales, moderadamente profundos, desarrollados de materiales volcánicos y sedimentarios; tienen horizontes superficiales oscurecidos, estructurados en gránulos bien desarrollados de consistencia friable y dotada de suficientemente bases químicas, principalmente Calcio y Magnesio.

a) **Uso actual del Suelo**

**Cuadro No.4.** Uso actual del suelo por hectáreas en la parroquia Quimiag.

Uso actual del suelo	Superficie (ha)	Porcentaje
Páramo	3259,01	23,4
Pastos	5106,42	36,6
Cultivos	1525,37	10,9
Pastos y cultivos	201,18	1,4
Zonas de vegetación arbustiva	226,16	1,6
Zonas de rivera de río	17,9	0,1
Zona poblada	31,77	0,2
Zona de afloramiento rocoso	1875,66	13,4
Bosque plantado	638,75	4,6
Bosque natural	1027,66	7,4
Cuerpo de agua	39,75	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>13949,67</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Taller comunal. Mesa de mapeo comunitario.

Elaborado por: Equipo técnico del G. P. Quimiag. (2012)

El uso actual del suelo por hectáreas en la parroquia Quimiag responde a pastos con una extensión de 5106,42 ha (36,6%), seguido por el páramo con una extensión 3259,01 ha (23,4%), y como suelos menos usados se tiene a las zonas de rivera de río con una extensión de 17,9 ha (0,1%).

El uso actual del suelo en la Quinta “Mirador de los Nevados” está distribuida en

**Cuadro No.5.** Uso actual del suelo por hectáreas en la Quinta “Mirador de los Nevados”.

Nombre	Zona Productiva	Zona No Productiva	Zona Abandonada	Bosques Exóticos	Ríos y Quebradas	TOTAL
“Mirador de los Nevados”	1 ha	1 ha	0	0	0	2 ha

Fuente: Entrevista al propietarios de la Quinta “Mirador de los Nevados”

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Del total de hectáreas (2 ha), 1 ha es destinada para la producción y 1 ha es la superficie ocupada por la construcción existente en dos módulos, la capilla, dos cabañas de descanso y la zona destinada a las futura infraestructura turística.

## 4) Flora

Cuadro No.6. Especies de flora

Nombre común	Familia	Nombre científico	Tipo de vegetación		
			Arbórea	Arbustiva	Herbácea
Capulí	<i>Rosaceae</i>	<i>Prunus serótina</i>	•		
Motilón	<i>Bromeliaceae</i>	<i>Hyeronima sp.</i>	•		
Sarar	<i>Cunoniaceae</i>	<i>Weinmannia glabra</i>		•	
Cascarilla	<i>Rubiáceae</i>	<i>Cinchona sp.</i>	•		
Romerillo	<i>Asteraceae</i>	<i>Podocarpus sp.</i>	•		
Coquito de montaña	<i>Cyperaceae</i>	<i>Guarea sp.</i>		•	
Cedro	<i>Meliaceae</i>	<i>Cedrela sesei</i>		•	
Malva	<i>Malvaceae</i>	<i>Dendropanax sp.</i>	•		
Arrayan	<i>Mirtaceae</i>	<i>Eugenia SP</i>	•		
Guarumo plateado	<i>Moraceae</i>	<i>Cecropia sp.</i>	•		
Helecho arbóreo	<i>Cyatheaceae</i>	<i>Cyathea sp.</i>	•		
Laurel de cera	<i>Lauraceae</i>	<i>Myrica pubescens</i>	•		
Colcas	<i>Melastomataceae</i>	<i>Miconia y Tibouchina sp.</i>	•		
Gañal	<i>Preteaceae</i>	<i>Embothrium glandiflorum</i>	•		
Tagma	<i>Familia: Actiniidae</i>	<i>Cleone gigantea</i>	•		
Chilca	<i>Compositae</i>	<i>Braccharis floribundum</i>	•		
Lechero	<i>Euphorbiaceae</i>	<i>Euphorbia laurifolia</i>	•		
Floripondio	<i>Solanaceae</i>	<i>Datura sp.</i>	•		
Tarqui	<i>Chloranthaceae</i>	<i>Hedyosmum sp.</i>	•		
Diente de león	<i>Asteraceae</i>	<i>Taraxacum</i>			•
Rosetón, Achicoria	<i>Asteraceae</i>	<i>Werneria nubligena</i>		•	
Sangre de toro	<i>Poligonaceae</i>	<i>Rumex acetocella</i>			•
Lengua de vaca	<i>Poligonaceae</i>	<i>Rumex crispus</i>			•
Trébol Blanco	<i>Fabaceae</i>	<i>Trifolium repens L.</i>			•
Vicia	<i>Fabaceae</i>	<i>Vicia andicola</i>			•
Carreton cadillo	<i>Fabaceae</i>	<i>Medicago hispida</i>			•

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag.

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Ecológicamente la parroquia está conformada por una zona eminentemente productiva, por áreas parcialmente boscosas con especies arbóreas, arbustivas, herbáceas que son utilizados para la alimentación tanto humana como animal, otros para la medicina ancestral y por otra una zona parcialmente forestada con especies maderables que son utilizados para leña y la construcción

## 5) Fauna

Las zonas de vida de este espacio están determinadas por suelos productivos, ricos en microorganismos, insectos y pequeños animales propios de los terrenos, ríos y acequias, quebradas, como mamíferos, reptiles y anfibios además de varias especies de aves y pájaros silvestres.

**Cuadro No.7.** Especies de fauna de la parroquia Quimiag

Nombre común	Familia	Nombre científico
Lobo de páramo	Canidae	<i>Pseudalopex culpaeus</i>
Oso de anteojos	Ursidae	<i>Tremarctos ornatus</i>
Conejo Silvestre (tujo)	Ctenomyidae	<i>Ctenomys opimus</i>
Ratones	Cricetidae	<i>Auliscomys sublimis</i>
Cóndor	Cathartidae	<i>Vultur gryphus</i>
Venado	Cervidae	<i>Odocoileus virginianus</i>
Puma	Felidae	<i>Puma concolor</i>
Zorrillo	Mephitidae	<i>Conepatus semiestriatus</i>
Chucuri	Mustelidae	<i>Mustella frenata</i>
Raposa	Didelphidae	<i>Marmosa rubra tate</i>

**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014

En cuanto al recurso faunístico de la zona existen 10 especies de mamíferos, 16 especies de aves.



**Cuadro No.8.** Especies de aves en la Quinta “Mirador de los Nevados”

<b>Nombre común</b>	<b>Familia</b>	<b>Nombre científico</b>
Picaflor Negro	<i>Thraupidae</i>	<i>Diglossa humeralis</i>
Tangara Azuliamarilla	<i>Thraupidae</i>	<i>Thraupis bonariensis</i>
Güiragchuro	<i>Cardinalidae</i>	<i>Pheucticus chrysogaster</i>
Jilguero	<i>Fringillidae</i>	<i>Carduelis psaltria</i>
Gorrión	<i>Emberizidae</i>	<i>Zonotrichia capensis</i>
Buhos	<i>Strigidae</i>	<i>Athene cunicularia</i>
Gavilán	<i>Falconidae</i>	<i>Falco Peregrinus</i>
Quilico	<i>Falconidae</i>	<i>Falco sparverius</i>
Chucurpilla	<i>Columbidae</i>	<i>Zenaida auriculata</i>
Tórtola	<i>Columbidae</i>	<i>Columbina cruziana</i>
Quinde	<i>Trochilidae</i>	<i>Colibri coruscans</i>
Quinde	<i>Trochilidae</i>	<i>Lesbia nuna</i>
Tiranillo Alibandeado	<i>Tyrannidae</i>	<i>Lophotriccus vitiosus</i>
Pájaro Brujo	<i>Tyrannidae</i>	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Golondrina	<i>Hirundinidae</i>	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>
Mirlo	<i>Turdidae</i>	<i>Turdus chiguanco</i>

Fuente: Monitoreo de aves

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014

El entorno y la biodiversidad en la Quinta “Mirador de los Nevados” son varios, principalmente por la diversidad de aves que se desarrollan en este ambiente, éste recurso puede ser usado estratégicamente como una actividad turística.

**Cuadro No.9.** Especies de fauna en la Quinta “Mirador de los Nevados” (pecuario)

Nombre común	Familia	Nombre científico
Vaca	<i>Bovidae</i>	<i>Bos primigenius taurus</i>
Conejo	<i>Leporidae</i>	<i>Oryctolagus cuniculus</i>
Caballo	<i>Equidae</i>	<i>Eqqus Ferus</i>
Cuy	<i>Caviidae</i>	<i>Cavia porcellus</i>
Gallina	<i>Phasianidae</i>	<i>Gallus gallus</i>
Ganzo	<i>Anatidae</i>	<i>Anser anser</i>
Pato	<i>Anatidae</i>	<i>Anas platyrhynchos domesticus</i>

**Fuente:** Entrevista a los propietarios de la Quinta “Mirador de los Nevados”

**Elaborado por:** Piedad Guijarro 2014

El cuadro N° 9 menciona a las especies pecuarias de los cuáles se obtiene parte del abono para la fertilización del suelo.

#### 6) Problemas Ambientales

La parroquia carece de un plan de manejo de desechos sólidos y líquidos; es necesario mencionar que los residuos inorgánicos unos los incineran y otros lo depositan en las quebradas, causando molestias y daños al ambiente y al ecosistema.

Se emplean insumos químicos para el control de plagas, enfermedades y malezas (fungicidas, insecticidas y herbicidas.) afectando principalmente las fuentes de agua usadas para riego y otras actividades agrícolas.

Los principales problemas ambientales que afectan a la Quinta son: El uso de insumos químicos utilizados en las viviendas y terrenos aledaños y las aguas contaminadas provenientes del sistema de riego; además de tener un proceso inadecuado de reforestación utilizando especies introducidas (eucalipto y pino), pérdida de páramo.

Los principales problemas ambientales que afectan a la Quinta son: El uso de insumos químicos utilizados en las viviendas y terrenos aledaños y las aguas contaminadas provenientes del sistema de riego.

**c.      Ámbito socio – Cultural**

**1)      Etnicidad**

**Cuadro No.10.** Etnicidad

<b>Etnicidad</b>	<b>Número de comunidades</b>	<b>Porcentaje</b>
Comunidades mayoritariamente indígenas	8	25,81
Comunidades mayoritariamente mestizas	23	74,19
<b>TOTAL:</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

Las comunidades, étnicamente indígenas, son bilingües con dominio del español y el quichua. El vestido tradicional indígena lo conservan las mujeres mayores de edad y algunas jóvenes, su vestimenta está acompañada del poncho característico de la región andina y el sombrero de color negro. En los varones adultos también se mantiene minoritariamente el uso de la vestimenta tradicional mientras que en los jóvenes la vestimenta está totalmente adaptada al uso mestizo.

Aún se observa que mantienen al interior de las comunidades, sus tradiciones propias como las mingas.

Mantienen sus tradiciones festivas como la Navidad, el Carnaval y las fiestas patronales de cada comunidad. El 95 % profesan la religión católica reforzada por el sacerdote y grupo de catequistas del lugar.

En el centro parroquial, con mayoría mestiza, el idioma es el español. Mantienen las tradiciones propias sobre todo religiosas. Su principal fiesta anual se celebra en el día en el mes de y otras como Conmemoración de la virgen del puente, Señor de los Milagros, Día de los Difuntos, Navidad, Semana Santa, Carnaval, Día de la Madre, Día del Padre.

**Cuadro No.11.** Composición étnica por asentamiento humano en la parroquia

<b>Poblado/Asentamiento humano</b>	<b>Comunidades</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
<b>Población mayoritariamente indígena</b>	Barrio Guzo Libre Comunidad Balcashi Comunidad Chilcal Pucará Comunidad El Cortijo Comunidad Guntuz Comunidad Laguna San Martín Comunidad Puculpala Comunidad Puelazo	8	27%
<b>Población Mayoritariamente mestiza</b>	Barrio Cachipata Barrio Cuncún Barrio El Batán Barrio El Paraíso Barrio Guabulag Alto Barrio Guabulag La Joya Barrio Guabulag San Antonio Barrio Loma de Quito Barrio San José de Llulluchi Centro Parroquial Comunidad Bayo Comunidad Chañag San Miguel Comunidad Guazazo Comunidad Guzo Comunidad Palacio San Francisco Comunidad Río Blanco Comunidad San Pedro de Iguazo Comunidad Santa Ana de Saguán Comunidad Sizate Comunidad Tumba San Francisco Comunidad Verdepamba Cooperativa Rumipamba Cooperativa El Toldo	23	73%

**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

En el cuadro N°11 observamos la composición étnica por asentamiento humano en la parroquia, la cual en su mayoría es mestiza con 23 barrios que representa el 73% de la población mayoritariamente comunidades y cooperativas, en comparación con la indígena que cuenta con 7 comunidades y 1 barrio la cual representa el 27% de la población indígena.

En el barrio Guabulag, La Joya la población es mayoritariamente mestiza por lo cual su idioma principal es el castellano conjuntamente con dialectos quichuas.

## 2) Idioma

La población de la comunidad Chilcal Pucará, en su mayoría habla el idioma Kichwa, mientras que en 18 asentamientos humanos se usa mayoritariamente el habla hispana; en base a lo mencionado se señala que en 12 asentamientos humanos se usa ambos idiomas. Es importante mencionar que el idioma kichwa se mantiene, pero únicamente en el seno familiar por las personas de mayor edad y mujeres.

## 3) Historia

En lo que hoy es la Parroquia Quimiag, antiguamente estuvo habitada por la tribu de los Quimaes o los Quilimas, que formaba parte de la gran Confederación de los Puruhaes, los primitivos habitantes de este lugar fueron aguerridos enemigos de la conquista española y lucharon tenazmente en defensa de su territorio, etnia, cultura y estirpe.

Según datos históricos los habitantes originales tenían su propia cosmovisión en aspectos culturales, científicos y religiosos, sus dioses eran el sol, la luna y las estrellas, rendían culto a las montañas en especial al Chimborazo; ofrecían sacrificios humanos y animales vivos, tenían como dioses y los adoraban, al sol, la luna, las estrellas, los lagos, los ríos, los montes y nevados.

Al sur oeste de Quimiag está ubicado el nevado El Quilimas y una laguna del mismo nombre donde realizaban sus ritos religiosos. Por la ubicación geográfica, cercanía y la posibilidad de llegar a este sector. El pueblo que luego de la conquista española se llamo Santiago de Quimiag fue uno de los pueblos históricos de la zona de Riobamba, en lo que hoy es la provincia de Chimborazo.

Quimiag fue parte de la cultura Puruha, que ha sido estudiada por historiadores como Jacinto Jijón y Caamaño. Los nombres de muchos sitios como Quimiag, Changa, Balcashi, Guntus revelan la relación con esa cultura. Según el historiador Carlos Manuel Larrea los habitantes del Reino Puruha tenían origen jíbaro y vinieron desde la región Amazónica traspusieron la Cordillera Oriental y luego se asentaron en el callejón Interandino, hoy Provincia de Chimborazo.

Quimiag en tiempos de la fundación de Riobamba (1.534), se caracterizaba por ser una rica comarca, de la cual al tener conocimiento los españoles, estos se dirigieron a conquistarla, se cuenta que los Quilimas defendieron con bravura su patrimonio, ante las armas de fuego de los ibéricos, unos debieron huir hasta las montañas y otros optar por el suicidio sin antes arrasar con su territorio. Fue elevada a la categoría de parroquia civil perteneciente al cantón Guano el 29 de mayo de 1861 y bajo registro oficial número 530, el 22 de abril de 1897 pasa a pertenecer al cantón Riobamba.

La Quinta “Mirador de los Nevados” ha sido parte de la historia de Quimiag ya que su suelo ha sido utilizado por varias generaciones por a su ubicación, se encuentra junto al estadio de la parroquia, estas tierras le pertenecen a la familia Veloz Santillán desde el año 1994 la cual se adquirió con fines turísticos, actual mente ofrece hospedaje y se realizan eventos.

#### 4) Población

**Cuadro No.12.** Población total en la parroquia.

Grupos de edad	Hombres		Mujeres		Total	%
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje		
Menores de 1 año	36	51	25	49	61	1%
1 y 9 años	355	48	384	52	739	15%
10 y 14 años	265	62,5	229	37.5	494	10%
15 y 29 años	656	49.21	677	50.79	1333	27%
30 y 49 años	467	46.42	539	53.58	1006	21%
50 y 64 años	333	49.6	325	50.4	658	14%
Más de 65 años	288	49.5	294	50.5	582	12%
<b>TOTAL</b>	<b>2400</b>	<b>49.1</b>	<b>2473</b>	<b>50.9</b>	<b>4873</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

Según el Cuadro No.12. Los menores de un año representan el 1% de la población. El número de pobladores hombres en la parroquia es de 2400, que representa un 49,1% del total de la población. De la misma forma la población de mujeres con un número de 2473, representa el 50, 9% siendo este género el mayoritario en la parroquia. El rango de edad entre 15 y 29 años es el más numeroso con 1333 pobladores (27%), es decir que la mayor parte de la población está enfocada en personas jóvenes.

## 5) Migración

La migración en la parroquia Quimiag es mínima, existe un total de 184 casos de migración temporal dentro del país lo que representa al 3,8% dentro del país, los asentamientos humanos que registran un mayor número de casos, son: Barrio Guabulag la Joya la cual es la principal zona de estudio, Comunidad Bayo, Comunidad Palacio San Francisco y la Cooperativa el Toldo. Las ciudades a las cuales migran la mayoría de casos, son: Quito con 71 casos quienes han migrado por asuntos de trabajo y Riobamba con un total de 43 casos que migran para realizar estudios o trabajo, siendo la comunidad Palacio San Francisco quien posee un número más elevado de casos.

Los períodos de migración no son definidos, como ocurre en otros sectores de la provincia y el país. Estos obedecen a las necesidades eventuales de la familia campesina o al término de las labores agrícolas que ya no demandan más ocupación de mano de obra hasta la cosecha. Pocos son los casos de una migración definitiva y permanente.

En el Barrio Guabulag, La Joya no existe migración representativa, es mínima.

Se identifica que las ciudades de destino de migración de los pobladores de la parroquia Quimiag dentro del país, Quito posee 71 migrantes representado con el 38,4% seguida por la ciudad de Riobamba con 43 migrantes que representa el 23,4% y Guayaquil 29 que representa el 15.8%. (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA QUIMIAG. 2012, p.55)

6) **Servicios básicos disponibles**

a) **Disponibilidad de servicios básicos**

**Cuadro No.13.** Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia Quimiag.

Poblado/Asentamiento humano	Servicio de agua de consumo humano y uso doméstico					Servicio de energía eléctrica		Servicio de alcantarillado		Servicio de recolección de basura		
	Disponibilidad		Forma de aprovisionamiento				Si	No	Si	No	Si	No
	Si	No	Red pública	Agua entubada	Carro repartidor	Pozos propios						
Barrio Cachipata	x			X			X			x		x
Barrio Cuncún	x			X			X			x		x
Barrio El Batán	x			X			X			x		x
Barrio El Paraíso	x			X			X			x		x
Barrio Guabulag Alto	x			X			X			x		x
Barrio Guabulag La Joya	x			X			X			x		x
Barrio Guabulag San Antonio	x						X			x		x
Barrio Guzo Libre	x			X			X			x		x
Barrio Loma de Quito	x			X			X			x		x
Barrio San José de Lulluchi	x			X			X			x		x
Centro Parroquial	x			X			X		x		x	
Comunidad Balcashi	x			X			X			x		x
Comunidad Bayo	x			X			X			x		x
Comunidad Chañag San Miguel	x			X			X			x		x
Comunidad Chilcal Pucará	x			X			X			x		x



Comunidad El Cortijo	x			X			X			x		x
Comunidad Guazazo	x			X			X			x		x
Comunidad Guntuz	x			X			X			x		x
Comunidad Guzo	x			X			X			x		x
Comunidad Laguna San Martín	x			X			X			x		x
Comunidad Palacio San Francisco	x			X			X			x		x
Comunidad Puculpala	x			X			X			x		x
Comunidad Puelazo	x			X			X			x		x
Comunidad Río Blanco	x			X			X			x		x
Comunidad San Pedro de Iguazo	x			X			X			x		x
Comunidad Santa Ana de Saguán	x			X			X			x		x
Comunidad Sizate	x			X			X			x		x
Comunidad Tumba San Francisco	x			X			X			x		X
Comunidad Verdepamba	x			X			X			x		X
Cooperativa El Toldo	x			X			X			x		X
Cooperativa Rumipamba	x			X			X			x		X

**Elaborado por:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quimiag

En el Cuadro N° 13 observamos que los servicios básicos de agua entubada y electricidad existen en 31 asentamientos humanos, el servicio básico de alcantarillado y recolección de basura solo lo posee el centro parroquial.

**Cuadro No.14.** Disponibilidad de servicios básicos en la Quinta “Mirador de los Nevados”

Disponibilidad de servicios básicos en “Mirador de los Nevados”					
Agua para consumo humano	Eliminación de aguas servidas	Luz eléctrica	Recolección de basura	Telefonía fija	Internet
Entubada	Pozo Séptico	Si	No	Si	Si

**Fuente:** Entrevista a los propietarios de Quinta “Mirador de los Nevados”

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

La Quinta “Mirador de los Nevados”, cuenta con el servicio de agua entubada la cual es hervida para el consumo humano, el agua es distribuida para lavabos, baterías sanitarias y duchas, la eliminación de aguas servidas se lo hace a través de pozos sépticos, la basura orgánica es usada para la compostera y la inorgánica es trasladada por los propietarios a contenedores de basura ubicados en la ciudad de Riobamba. La Quinta cuenta con servicio eléctrico y telefonía fija, también existe señal de telefonía celular Movistar y Claro.

## 7) Vivienda

Existen 1464 familias que cuentan con vivienda propia, en cuanto a características constructivas de las viviendas 1055 viviendas son de construcción mixta, 347 viviendas en hormigón y 41 en construcción tradicional.

El tipo generalizado de vivienda en la zona es la construcción en base a cemento y ladrillo (hormigón). Las tradicionales viviendas de paja y adobe, prácticamente han desaparecido, considerando en la actualidad casas tradicionales las de construcción de adobe con cubierta de teja que se observa en gran porcentaje en la cabecera parroquial. Y casas de construcción mixta entre adobe, madera y bloque.

Las cubiertas se distribuyen proporcionalmente entre loza, ardex, eternit, zinc y teja. Se cree que el tipo de construcción es por la influencia urbanística de la ciudad de Riobamba y la progresiva aculturación de sus moradores.

Con relación a la distribución de ambientes hay un promedio de tres a cuatro piezas aparte de la cocina. Al interior de las casas se observa en alguna parte de ellas la ancestral costumbre de la crianza y mantenimiento de cuyes.

La Quinta Mirador de los Nevados posee dos plantas con materiales de construcción mixta con cemento, ladrillo, madera y eternit. Además a 50m de la construcción principal se encuentra una vivienda tradicional de adobe, paja y teja con 2 habitaciones, sala comedor, cocina y baño.

En la Quinta también están presentes pequeñas construcciones como una mini capilla abierta, dos cabañas de paja abiertas para descanso, un horno de leña y una parrilla para azar carnes.

## 8) Salud

**Cuadro No.15.** Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia.

Poblado/Asentamiento humano	Nombre de la institución	Forma de administración						Tipo de institución							
		Pública MSP	IIESS	Privado	ONG	Gad Municipal	Gad Provincial	Sub centro de salud	Centro de salud	Hospital público	Dispensario público	Consultorio privado	Unidad móvil	Clínica	Hospital privado
Centro Parroquial	Sub Centro de Salud Quimiag	x						x							
Comunidad Guzo	Dispensario Médico del Seguro Social Campesino Guzo de Quimiag		x								X				

**Fuente:** Entrevistas en las instituciones que prestan servicios de salud. (2011)

**Elaborado por:** Equipo técnico del Gobierno Parroquial Quimiag

La atención de salud en la parroquia Quimiag está dada por la prestación de servicios a través del Ministerio de Salud Pública y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, que cuenta con un Subcentro de Salud localizado en la cabecera parroquial que está al servicio de toda la población de la parroquia, cuentan con dispensario publico en la comunidad de Guzo.

Este subcentro está orientado sus acciones hacia una atención integral, poniendo énfasis en el aspecto materno-infantil, vigilancia epidemiológica, alimentación complementaria, saneamiento ambiental, medicina preventiva y curativa y charlas para la educación de la salud. Los pobladores de Quimiag por la cercanía acuden a los centros de salud ubicados en la ciudad de Riobamba.

## 9) Educación

Cuadro No.16. Disponibilidad de instituciones de educación en las comunidades de la parroquia.

Nº	Poblado/Asentamiento humano	Nombre de la institución	Tipo de institución				Nivel de formación ofertado				Jornada			Idioma	
			Fiscal	Fiscomisional	Municipal	Privada	Pre-escolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe
1	Barrio Guabulag San Antonio	Instituto Tecnológico Agropecuario Puruhá	x					x	x	x	x				x
2	Centro Parroquial	Escuela Bernardo Castillo	x					x			x				x
		Colegio de Música Rodrigo Barreno Cobo	x						x	x	x				x
		Col. A Distancia de Chimborazo Ext. Quimiag Mons. Leónidas Proaño	x						x	x	x	x			x
3	Comunidad Balcashi	Escuela Estados Unidos	x					x			x			x	
4	Comunidad Bayo	Escuela 12 de Octubre	x					x			x			x	
5	Comunidad Chañag San Miguel	Escuela Florencio López	x					x			x			x	
6	Comunidad Chilcal Pucará	Escuela Héroe Suarez	x					x			x			x	
7	Comunidad Guazazo	Escuela Amazonas	x					x			x			x	
8	Comunidad Guntuz	Escuela Dr. Augusto Velasco	x					x			x			x	
9	Comunidad Guzo	Escuela Guayas	x					x			x			x	
10	Comunidad Laguna San Martín	Escuela Chañag Piñañau	x					x			x			x	
11	Comunidad Palacio San Francisco	Escuela Ricardo Dávalos	x				x	x			x			x	
12	Comunidad Puculpala	Escuela Carlos Alberto Pino Andino	x				x	x			x			x	

13	Comunidad Puelazo	Escuela Carlos Vallejo	x				x	x			x			x
14	Comunidad Río Blanco	Escuela Benjamín Chiriboga	x					x			x			x
15	Comunidad San Pedro de Iguazo	Escuela José Alvear	x				x	x			x			x
16	Comunidad Santa Ana de Saguán	Escuela Galo Fonseca	x				x	x			x			x
17	Comunidad Tumba San Francisco	Escuela Francisco de Orellana	x					x			x			x
18	Comunidad Verdepamba	Escuela Cabo Marcelo Suarez	x					x			x			x
19	Cooperativa El Toldo	Escuela 3 de Noviembre	x					x			x			x

**Fuente:** Entrevistas en las instituciones educativas. (2011)

**Elaborado por:** Equipo técnico del Gobierno Parroquial Quimiag

En el cuadro N° 16 Observamos la disponibilidad de instituciones de educación, las mismas que se encuentran distribuidas en 19 Asentamientos Humanos, en total suman 21 instituciones educativas de las cuales todas son fiscales. La oferta académica es pre-escolar, primaria, ciclo básico y bachillerato con jornada matutina y vespertina, en cuanto al idioma en las instituciones, 16 son hispanas y 5 bilingües. En las Instituciones de educación es de 1142 alumnos, registrándose un mayor número de estudiantes en los establecimientos: Instituto Tecnológico Agropecuario Puruhá, Colegio de Música Rodrigo Barreno Cobo y la escuela Bernardo Castillo.

## 10) Medios de Transporte

Las comunidades de la parroquia en su mayoría, disponen de buses como servicio de transporte, el 30% a más de los buses disponen del servicio de taxis y las camionetas privadas sirven a toda la parroquia.

La comunidad no tienen acceso a servicios de transporte, 27 asentamientos humanos si tienen acceso y el único medio de transporte son los buses interparroquiales, exclusivamente de la cooperativa Santiago de Quimiag el valor por persona es de 50 centavos de dólar con el 50% de descuento para niños, tercera edad y discapacitados, el bus realiza sus recorridos cada 15 minutos.

## 11) Comunicación

La cobertura de medios de comunicación en la parroquia son del 100%, la radio y la televisión son los más sintonizados en la parroquia, se sintoniza canales locales (TV Sultana y Ecu Visión) además de los nacionales (Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV, RTU y RTS) y en los medios radiales más sintonizados (Tricolor, ternura, canela, Radio la voz del Volcán, Sonorama, turbo y andina).

Los medios escritos son menos utilizados, limitándose más a ser adquiridos los fines de semana entre los principales son los locales Diario los Andes y la Prensa y los nacionales el Comercio y Extra.

### d. Ámbito económico – Productivo

**Cuadro No.17.** Población económicamente activa por segmento de ocupación.

Fuentes de ingresos familiares	Numero	Porcentaje
Actividad agropecuaria	2113	70,5%
Actividades de construcción	255	8,5%
Actividades relacionadas con el comercio	132	4,4%
Actividades artesanales	77	2,6%
Empleados en el sector público	108	3,6%
Empleados en el sector privado	312	10,4%
<b>TOTAL</b>	<b>2997</b>	<b>100%</b>

Fuente: MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca)

Elaborado por: Equipo técnico del G. Parroquial Quimiag.

En el cuadro N° 17 observamos los segmentos de ocupación de la población económicamente activa, siendo la actividad agropecuaria el segmento de ocupación mayoritario con 2113 personas representada con el 70,5%, seguida por la actividad de la construcción con el 8,5%, y en menor porcentaje de las otras actividades como la pecuaria y comercio, relacionados al empleo privado y público representa el 10,4 y 3,6% respectivamente, en la actividad artesanal es de un 2,6%, es decir que esta actividad es mínima.

## 1) Actividades económicas

### a) Producción Agrícola

En la parroquia Quimiag la principal fuente de ingresos es la actividad agropecuaria, con una población económicamente activa de 2997 personas.

La estabilidad laboral depende fundamentalmente de la actividad agrícola, siendo la más estable ya que las familias involucradas en esta rama desempeñan su trabajo por cuenta propia.

**Cuadro No.18.** Cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia

Cultivos transitorios	Superficie (ha)	Porcentaje sobre el total de las áreas destinadas a producción
Maíz-Frejol	222,7	31,9
Papa	310,7	44,5
Haba	164,05	23,6
<b>Total</b>	<b>697,45</b>	<b>100</b>

Fuente: Taller comunal. Mesa de mapeo comunitario. (2011)

Elaborado por: Equipo técnico del Gobierno Parroquial Quimiag.

En el cuadro N° 17 Observamos que el total de los cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia es de 697,45 ha donde el maíz representa el 31,9%, la papa el 44,5% y las habas el 23,6%

**Cuadro No.19.** Cultivos permanentes que se desarrollan en la parroquia

Cultivos permanentes	Superficie (ha)	Porcentaje sobre el total de las áreas destinadas a producción
Pastos	1469,4	99,28
Tomate de árbol	10,67	0,72
<b>Total</b>	<b>1480,07</b>	<b>100</b>

Fuente: Taller comunal. Mesa de mapeo comunitario. (2011)

Elaborado por: Equipo técnico del Gobierno Parroquial Quimiag.



En el cuadro N° 19 Observamos que el total de los cultivos permanentes en la parroquia es de 1480,07 ha. Predominando el pasto con 1469,4 ha correspondientes a un 99,28% del total de cultivos permanentes presentes en la parroquia.

El promedio de la unidad de producción familiar en pastos es de 1,04 ha en 29 Asentamientos Humanos, tomate de árbol con un promedio de 0,13 ha en 2 Asentamientos Humanos, las Habas con un promedio de 0,36 ha en 10 Asentamientos Humanos, la papa con un promedio de 0,16 ha en 29 Asentamientos Humanos, el maíz con un promedio de 0,12 ha en 26 Asentamientos Humanos.

Entre la producción agrícola la oferta productiva de los 3 principales cultivos de la parroquia son, en el maíz con una superficie de 408 ha con una oferta de 1810,9 Tm, en la papa una superficie de 1115,1 ha con una oferta de 6963,2 Tm, y la frutilla con 98,43 ha con una oferta de 66.9 Tm.

La principal actividad económica en la Quinta “Mirador de los Nevados”, es la producción agroecoturística, cultivando primordialmente frutas y hortalizas.

#### **b) Producción Pecuaria**

La población animal en ganado bovino de leche mestizo es de 3860 animales y en mejorado 1128 animales, en ganado bovino de carne es de 215 animales mestizo y ningún mejorado, ganado ovino 550 animales mestizos, ganado porcino 2035 animales mestizos y 16 animales mejorados, ganado equino 273 animales mestizos y los camélidos andinos 851 mestizos.

La producción pecuaria de especies mayores de leche es para la venta y el autoconsumo actividad productiva que se práctica en los 31 Asentamientos Humanos, el ganado de carne en pie solo es para la venta y está actividad se la realiza en 4 Asentamientos Humanos, el ganado ovino en pie es para la venta y autoconsumo y se lo realiza en 2 asentamientos Humanos, la lana de ovino solo es para la venta y solo lo realiza la comunidad Puelazo, el ganado porcino en pie es para la venta y el autoconsumo y se da en 29 Asentamientos Humanos, el ganado equino en pie es solo para autoconsumo en 5 Asentamientos Humanos y los camélidos andinos son para la venta y autoconsumo en 6 Asentamientos Humanos.

El sistema de producción pecuario la población de cuyes es de 19668 animales, conejos 2121, gallinas de postura 7934, pollos criollos de engorde 1115 y pollos de engorde de línea específica 93 animales a nivel de Asentamientos Humanos.




El destino de la producción pecuaria de especies menores de la parroquia, en cuyes en pie es de autoconsumo y venta, los conejos en pie son de autoconsumo en 11 Asentamientos Humanos, los huevos de gallina son de autoconsumo y solo 4 Asentamientos humanos utilizan este producto para la venta así como para el autoconsumo, los pollos criollos de engorde en pie se los utiliza para el autoconsumo y solo una comunidad los usa para la venta así como para el autoconsumo y los pollos de línea específica en pie es para la venta y autoconsumo.

## **2) Desarrollo actual de turismo en la zona**

Mediante información primaria se realizó un sondeo en la zona donde se ha podido identificar empresas y productos turísticos que se ofertan a los visitantes en el sector y los cuales fomentan el desarrollo productivo y social de la parroquia, se registraron:

- a) Rosal Quinta-Spa
- b) Villa Alejandra
- c) Truchas

**Cuadro No.20.** Hosterías de la zona

<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>FOTOGRAFÍAS</b>	<b>Contacto</b>
El Rosal Quinta-Spa	Hospedaje Alimentación Sauna Turco Hidromasaje Piscina Canchas Paseos en bicicleta Eventos		0993557368
Villa Alejandra	Hospedaje Alimentación Piscina Sauna Turco Paseo a caballo		0998456754
Pesca-Truchas	Alimentación Paseo a caballo Caminatas Pesca deportiva		0992531289

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**e.      Ámbito Político administrativo**

**1)      Administración Interna**

**Cuadro No.21.** Autoridades electas en el GAD parroquial para el periodo 2013 – 2017

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Lic. Hugo Quiroz	Presidente
Mesías Ugsiña	Vice-presidente
Héctor Cabrera	Tesorero
Sergio Guarco	Deportes
Margarita Moreano	Vocal

**Fuente:** Comunidad de Guabulag

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**2)      Apoyo interinstitucional a la parroquia Quimiag**

La parroquia Quimiag y sus comunidades mantiene relaciones de cooperación con muchas instituciones gubernamentales y otras no gubernamentales que han estado presentes por aproximadamente cinco décadas, tiempo en que han consolidado relaciones de cooperación con los pobladores de la parroquia, los cuales han sido fuente de capacitación y progreso en la actividad agropecuaria, el MAGAP se encuentra presente en la zona por lo cual existe una producción agrícola óptima en la zona.

**Cuadro No.22.** Instituciones presentes y sus acciones ejecutadas en la parroquia.

No.	Nombre de la institución/ organización	Tipo de institución u organización			Señale las 3 principales acciones que desarrolla la organización (últimos 5 años)	Año de intervención
		Organismos del Gobierno Central	Gobiernos locales	Organismo no gubernamentales		
1	MAGAP	X			Entrega de balanceados	2009
					Entrega de sales y vitaminas	2009
					Vacunación de ganado	2010
					Entrega de plantas	2009
2	MIDUVI	X			Construcción de viviendas	2008
					Mejoramiento de viviendas	2008
3	CONSEJO PROVINCIAL		X		Construcción de cerramientos	2008
					Construcción de Casas Artesanales	2006
					Donación de plantas	2008
					Donación de baldosas y techos	2008
					Arreglo de vías de acceso	2010
4	MIES	X			Programa “Aliméntate Ecuador”	2010
					Capacitaciones	2010
5	DINSE	X			Construcción de escuelas	2010
	GOBIERNO PARROQUIA L		X		Implementación de Juegos Infantiles en el Parque Central Quimiag	2011
					Cambio de Techo de los graderíos de la cancha del Parque Central Quimiag	2011
					Construcción de varias casas barriales y comunales	2006

6					Donación de baldosas, arreglo de techos y renovación de baterías sanitarias de varias casas comunales, barriales y escuelas	2009-2010
					Adoquinados de canchas de varias comunidades y barrios	2006-2010
					Adoquinado de calles en varias comunidades y barrios	2007
					Gestión de la maquinaria para el arreglo del carretero todas las comunidades	2010
					Mejoramiento de varias casas comunales y barriales	2006-2008
					Ayuda para la construcción de muros de contención y mejoramiento de vías en varias comunidades	2010
					Reconstrucción de canchas deportivas en varias comunidades y barrios	2008
					Construcción de cerramientos de varias escuelas de la parroquia	2011
					Cambio de Tubería del Agua Entubada en el Centro Parroquial	2007
					Arreglo del Puente a Bayo	2010
					Construcción de una Glorieta en el Centro Parroquial Quimiag	2010
7	PROYECTO SINCHI RUNA			X	Donación de Equipos Anti Desastres en la Comunidad Chañag San Miguel	2010
8	CARI			X	Donación de plantas en la Cooperativa El Toldo	2006

9	MANUELA ESPEJO			X	Construcción de viviendas para personas adultas y discapacitadas	2010
10	PÁRROCO DE QUIMIAG		X		Construcción de un aula para un centro de computo	2010
11	DEFENSA CIVIL		X		Capacitaciones Anti Desastres	2010
12	MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS	X			Monitoreos de Deslizamiento	
13	CURIA			X	Construcción de capillas	2008
14	CONSORCIO PARA EL MANEJO INTEGRADO DE LA MICROCUEN CA DEL RIO BLANCO			X	Talleres de reforestación	2011
15	MUNICIPIO DEL CANTÓN RIOBAMBA		X		Construcción de la casa Barrial de Cachipata	2006

**Fuente:** Taller comunal/ mesa de estructura social interna y externa

**Elaborado por:** Equipo técnico del Gobierno Parroquial Quimiag.

En el cuadro N°22 observamos las instituciones presentes y las acciones que han ejecutado, contando con 5 Organismos del Gobierno Central, 5 Organismos de Gobiernos Locales y 5 Organismos No Gubernamentales.

## **2. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales**

Para el desarrollo del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia Quimiag utilizamos información secundaria del PDOT y tesis desarrolladas en la misma, esta información se validó y actualizo para las presentes fichas propuestos por el MINTUR y el INPC, en base a las siguientes características: categoría, tipo, subtipo y finalmente se jerarquizó por categorías los atractivos naturales y culturales: i, ii, iii, iv, en relación al puntaje obtenido en la valoración.



a. **Listado de bienes patrimoniales**

- 1) Bien inmaterial No. 1: **CUENTOS Y LEYENDAS ANCESTRALES**  
**PARROQUIA QUIMIAG**

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL			<b>CÓDIGO</b>		
 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR			 <b>INPC</b> INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		
<b>FICHA GENERAL</b>			CL-06-01-001-000001		
<b>CI</b>					
<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Riobamba		
<b>Parroquia</b>	Quimiag	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b> X		
<b>Localidad</b>	Quimiag				
<b>Coordenadas en sistema WGS84- UTM</b>		<b>X (Este)</b>	<b>Y(Norte)</b>	<b>Z (Altitud)</b>	
		772186	9820344	2763 msnm	
<b>2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL</b>					
					
<b>Foto No.1. Parroquia Quimiag</b>					
Descripción de la fotografía		Fotografía: Parroquia Quimiag FOTO: Piedad Guijarro			
<b>2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>DENOMINACIÓN</b>					
CUENTOS Y LEYENDAS ANCESTRALES DE LA PARROQUIA					
<b>Grupo Social</b>			<b>Lengua</b>		
MESTIZA			ESPAÑOL		
<b>Ámbito</b>					
TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES					
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>		
EXPRESIONES ORALES			PROVERBIOS, DICHOS, SUPERSTICIONES Y		

		CREENCIAS	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>			
<p><b>El Guagua Ingango o Ñiaco</b> Comentan que en el bosque o lugares oscuros y no poblados de la parroquia por las noches se escuchaba el llanto insistente de un bebé, cuando la persona era alertada por el ruido, se acercaba para mirar se encontraba con un bebe abandonado el cual al ser cargado en brazos se convertía en el demonio haciendo que sus víctimas sufran un gran susto votando espuma por la boca.</p> <p><b>La Muerte</b> Cuenta la leyenda que un hombre vivía en lo más alto de la montaña de la parroquia Quimiag y de pronto no se supo más de él, la gente que subía a la montaña dicen que se les aparecía y pedía comida y cuando la gente se la daba el desaparecía, al preguntar a los pobladores ellos le decían que era el fantasma de aquel hombre que desapareció y murió de hambre, al aparecer el anunciaba la muerte.</p> <p><b>El chuza-longo</b> El chuza-longo camina mishcado el “melloco pene” y se lleva a las mujeres a base de engaños, el chuza-longo aparece vestido de vaquero.</p> <p><b>Loca viuda</b> La loca viuda es una mujer hermosa que llama la atención de sus víctimas por su forma de vestir (vestido blanco de novia) y por su figura despampanante, se dice que sale por la noches en busca de hombres en estado etílico o mujeriegos los cuales al seguirle atraídos por su belleza y coquetería al ver su rostro dentro del velo de novia se llevan la sorpresa de que es un esqueleto que se envuelve en una vestimenta negra, al ver la cara de la loca viuda sus víctimas sufren un shock y al siguiente día aparecen golpeadas sin saber si fue un sueño o si fue real.</p> <p><b>El chulla longo</b> El chulla longo se aparece en el campo y se lleva el ganado, éste lleva puesto un sombrero blanco, largo, pantalones cortos, poncho blanco y una veta gruesa de color café, la huella de su pie solo tiene un dedo y camina sobre los pantanos como si caminara en una carretera plana, da a escoger monedas de plata a un plazo de veinte o de doce años. El chulla longo se mete en el cuerpo de los humanos y sale cuando se siente amenazado.</p> <p><b>La llorona</b> Es una mujer que perdió a sus hijos y sale por las noches a buscarlos, en medio del llanto dice “donde están mis hijos” y quien la escucha no debe salir a ver.</p> <p><b>La caja ronca</b> Es un baúl musical lleno de oro el cual se le aparece a las personas, las cuales son alertadas al escuchar su música, las personas que logran llegar hacia la caja ronca pueden recoger un poco de oro, algunas personas con suerte han logrado lucrar de la misma a otras con menos suerte no se las ha vuelto a ver.</p>			
<b>5. ANEXOS</b>			
<b>TEXTOS</b>	<b>FOTOGRAFÍAS</b>	<b>VIDEOS</b>	<b>AUDIO</b>
	IM		
<b>6. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora</b>	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
<b>Registrado por</b>	Piedad Guijarro	<b>Fecha de registro</b>	14/06/2014
<b>Revisado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de revisión</b>	14/06/2014
<b>Aprobado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de aprobación</b>	14/06/2014
<b>Registro fotográfico</b>	Piedad Guijarro P		

## 2) Bien inmaterial No. 2: MEDICINA TRADICIONAL PARROQUIA QUIMIAG

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL			CÓDIGO		
 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		FICHA GENERAL		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	MT-06-01-001-000002
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Riobamba		
<b>Parroquia</b>	Quimiag	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b> X		
<b>Localidad</b>	Quimiag				
<b>Coordenadas en sistema WGS84- UTM</b>		<b>X (Este)</b> 770543	<b>Y(Norte)</b> 9816762	<b>Z (Altitud)</b> 2656 msnm	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Foto No.2. Medicina Ancestral					
Descripción de la fotografía		Fotografía : Medicina Ancestral 2014			
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
<b>Denominación</b>					
MEDICINA TRADICIONAL PARROQUIA QUIMIAG					
<b>Grupo Social</b>			<b>Lengua</b>		
MESTIZA			ESPAÑOL		
<b>Ámbito</b>					
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO					
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>		
MEDICINA TRADICIONAL			N/A		
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					

La medicina ancestral es muy amplia por lo cual existen curas para todos los males del cuerpo para lo cual se utiliza el cuy, hiervas como la ruda y la santa maría, otras personas usan el trago puro y el tabaco, también se usan con huevos de gallo y gallina, la señora Martha Granizo moradora de la parroquia, podemos encontrarla a 4 cuadras del parque central donde nos indica la importancia y el proceso de la medicina ancestral:

### **Espanto:**

Esta es una enfermedad frecuente por la cual se busca ayuda de la medicina tradicional. Es ocasionada por una pérdida del alma o una contaminación espiritual, afecta más a los niños, sin embargo puede suceder en adultos sean hombres o mujeres y en las embarazadas.

Tratamiento:

- Fregarles con manteca de cacao y colocarles hojas de granadilla en el pecho y la espalda, sujetando con una venda.
- Limpiarles todo el cuerpo con dos huevos, luego soplar trago o colonia en el pecho y la espalda, luego barrerles con un ramo de ruda.
- Se sopla trago y humo de tabaco en forma de cruz en la espalda y pecho, rezando el credo, luego se le sacude de los pies.
- Se prepara un ramo de plantas del campo y se le barre todo el cuerpo, luego soplar trago en la espalda y el pecho
- Con cuatro piedras recogidas en una quebrada, frotar todo el cuerpo, y luego colocar cada piedra en una esquina de la manzana donde vive.
- Frotar con ají caliente todo el cuerpo, luego quemar el ají en el fuego.

### **Mal Aire**

Existen dos tipos de mal viento, los fuertes y los débiles. Los primeros afectan a los hombres y deben ser potentes y los segundos afectan a los niños que son más débiles. Su forma de actuar es provocando un desequilibrio caliente frío cuando una persona (adulto o niño) ha estado o permanece en lugares donde no se debe como por ejemplo en terrenos, quebradas, montes, sitios alejados o solitarios. Un signo de haber contraído esta enfermedad es que al estar en los sitios anteriormente descritos, se siente que el cuerpo se corta (escalofríos). Un agente refirió que también se presenta cuando se sale abrigado a la neblina y es entonces cuando algún espíritu maligno se le pega, generalmente afecta a las personas débiles.

Provoca una gran debilidad en la persona, además de dolor de cabeza, fiebre, diarrea, reumatismo, vómito, convulsiones y escalofríos. Duele cualquier parte del cuerpo

Tratamiento:

- Quemar incienso, romero, palo santo, hacer pasar al enfermo sobre el humo, fregando el cuerpo con agua y tabaco y se le barre con un ramo de ruda, marco y chilca ahumados en el incienso. Se deben realizar tres curaciones en tres días distintos.
- Se limpia con huevos fumando tabaco y soplando el humo hacia el enfermo.
- Barrer el cuerpo con un ramo de chilca, ruda, ortiga, limpiar con un huevo y tomar infusión de cachicerraja con una tableta de escancel.

### **Pasmo de ánima**

Enfermedad producida al pasar o haber estado en un cementerio. Se manifiesta con malestar general, duermen mucho, no tienen ánimo de nada, no comen, se van enflaqueciendo, hay diarrea, vómito y dolor de estómago. Su tratamiento es: coger un poco de tierra del cementerio quemar con sahumero, palo santo y romero, saumar al enfermo.

### **Colerín**

Sucede cuando se tiene discusiones o peleas fuertes tanto en el propio hogar como fuera de él, se presenta en personas que tienen mal genio, reniegan y pelean. Se manifiesta por dolor de estómago, náuseas y vómitos, a veces dolor de cabeza. El tratamiento es tomar una infusión de agua de orégano con limón y un poco de sal.

### **Ojeado:**

Esta enfermedad se produce en personas débiles y cuando alguien les ha mirado fijamente con odio, venganza. Se manifiesta porque les quemán las palmas de las manos y las plantas de los pies, no pueden dormir.

El tratamiento consiste en hacer una masa de tres pepas de zapallo, tres pepas de sambo y tabaco, con esta masa chupar en las plantas de los pies y palmas de las manos rezando una oración. Otro tratamiento es limpiar con un huevo y fregar tabaco en la corona de la cabeza.

#### 5. ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	IM		

#### 6. DATOS DE CONTROL

<b>Entidad investigadora</b>	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
<b>Registrado por</b>	Piedad Guijarro	<b>Fecha de registro</b>	26/05/2014
<b>Revisado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de revisión</b>	26/05/2014
<b>Aprobado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de aprobación</b>	26/05/2014
<b>Registro fotográfico</b>	Piedad Guijarro		

3) Bien inmaterial No. 3: GASTRONOMÍA COTIDIANA – PARROQUIA  
QUIMIAG

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA GENERAL</b>  <small>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR</small> 	<b>CÓDIGO</b>
	GC-06-01-001-000003

### 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Riobamba	
<b>Parroquia</b>	Quimiag	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b>	X
<b>Localidad</b>	Quimiag			
<b>Coordenadas en sistema WGS84- UTM</b>		<b>X (Este)</b>	<b>Y(Norte)</b>	<b>Z (Altitud)</b>
		7768923	9816890	2615 msnm

### 2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL



Foto No.3. PAPAS CON CUY, INFOCENTRO QUIMIAG, 2012

Descripción de la fotografía	Fotografía : Papas con cuy FOTO: INFOCENTRO QUIMIAG, 2014
------------------------------	--

### 2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Denominación</b>	
GASTRONOMÍA COTIDIANA – PARROQUIA QUIMIAG	
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua</b>
MESTIZA	ESPAÑOL
<b>Ámbito</b>	
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>
GASTRONOMÍA	GASTRONOMÍA COTIDIANA

### 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

El cuy es un legado milenario, tal vez el principal legado vivo que conservamos de nuestros ancestros, es por esto que constituye parte de nuestra identidad cultural.

En eventos especiales los pobladores preparan platos específicos como papas con cuy, el cuy asado a carbón y las papas cubiertas con salsa de maní acompañado de lechuga y tomate.

Comúnmente los paltos fuertes se acompañan con bebidas típicas como la chicha de avena o jora.			
<b>5. ANEXOS</b>			
<b>TEXTOS</b>	<b>FOTOGRAFIAS</b>	<b>VIDEOS</b>	<b>AUDIO</b>
	IM-		
<b>6. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora</b>	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
<b>Registrado por</b>	Piedad Guijarro	<b>Fecha de registro</b>	26/05/2014
<b>Revisado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de revisión</b>	26/05/2014
<b>Aprobado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de aprobación</b>	26/05/2014
<b>Registro fotográfico</b>	Piedad Guijarro		

4) Bien inmaterial No. 4: BAUTIZO, MATRIMONIO, DEFUNCIÓN –  
PARROQUIA QUIMIAG

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA GENERAL		CÓDIGO	
 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural	
		RC-06-01-001-000004	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Riobamba
<b>Parroquia</b>	QUIMIAG	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b> X
<b>Localidad</b>	QUIMIAG		
<b>Coordenadas en sistema WGS84- UTM</b>		<b>X (Este)</b> 770689	<b>Y(Norte)</b> 9816543
		<b>Z (Altitud)</b> 2615 msnm	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
			
Foto No.4. IGLESIA “, 2014			
Descripción de la fotografía	Fotografía : Celebración de bautizo FOTO: Piedad Guijarro		
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
<b>Denominación</b>			
BAUTIZO, MATRIMONIO, DEFUNCIÓN – PARROQUIA QUIMIAG			
<b>Grupo Social</b>		<b>Lengua</b>	
MESTIZA		ESPAÑOL	
<b>Ámbito</b>			
USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS			
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>	
RITOS		RITOS DE PASO	
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN			
<p><b>Matrimonio:</b> Se dice que una pareja antes de casarse tiene que recibir la aprobación de sus futuros suegros respectivamente, esta aprobación consiste en pruebas tanto a la mujer como al hombre, esto con el fin de garantizar que el hogar funcione apropiadamente.</p> <p>Las pruebas para las mujeres consisten en sus habilidades culinarias como: saber asar cuyes, preparar diferentes platos, cocinar con madera verde lo cual es complicado dado que cuando la madera cuando esta verde es similar a estar húmeda y no enciende fácilmente. Quizás esta última, es la prueba más complicada para todas las señoritas que desean contraer matrimonio.</p> <p>Por el contrario para los hombres las pruebas consisten en sus habilidades para trabajar la tierra y pueden</p>			



ser: Saber arar la tierra usando yunta (Ganado vacuno generalmente toros de gran tamaño), comentan los hombres que arar es una tarea de mucho esfuerzo ya que poner la trinca que mantiene las yuntas es complicado. Pero para hacer más dura la prueba les exigen que usen yuntas que nunca han sido utilizadas para arar la tierra, estas no están acostumbradas a seguir en línea recta y mucho menos a dejarse amarrar la trinca que las une.

Para el matrimonio se realiza una fiesta en la casa del novio y otra en la casa de la novia por lo cual la celebración dura todo un fin de semana, la novia viste de blanco y el novio de traje para su matrimonio eclesiástico.

**Velorio:** En el lugar de el velorio ya sea en la casa del difunto, en una casa barrial o funeraria los familiares preparan alimentos para las personas que acompañan al difunto con sus oraciones, rezos, cantos y lágrimas.

Los familiares y amigos cercanos ayudan a repartir los alimentos entre los asistentes, los alimentos consisten en un plato de mote que lo colocan en un funda o en su chalina, pero lo importante es que nadie se quede sin comer, luego llevan a cabo una cadena de personas para servir el caldo, mientras que otras con baldes de chicha van detrás, lo mismo hacen con el aguardiente preparado.

En los velorios se acostumbraba hacer juegos con el fin de que los acompañantes no se duerman, se hacen juegos como el naípe.

**Bautizo.**-Para bautizar a un niño o niña se debía escoger a los padrinos los cuales serían como los segundos padres para el niño y siempre la celebración del bautizo se lo debía hacer en los primeros días de nacido el niño, al finalizar el bautizo en la iglesia el padrino debía encargarse de la celebración junto a sus padres.

## 5. ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO
	IM-		

## 6. DATOS DE CONTROL


<b>Entidad investigadora</b>	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
<b>Registrado por</b>	Piedad Guijarro	<b>Fecha de registro</b>	14/06/2014
<b>Revisado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de revisión</b>	14/06/2014
<b>Aprobado por</b>	Ing. Catalina Verdugo, Ing. Carlos Ricaurte	<b>Fecha de aprobación</b>	14/06/2014
<b>Registro fotográfico</b>	Piedad Guijarro P		

**b. Inventario de atractivos turísticos**

**1) Inventarios de atractivos turísticos de la parroquia Quimiag.**

**a) Atractivos Turísticos**

**Cuadro No.23. Atractivo Iglesia Santiago de Quimiag**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 1
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 19/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> IGLESIA SANTIAGO DE QUIMIAG	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura Religiosa	
	
<p>Foto No.5. Iglesia Quimiag Por: Departamento de Turismo IMR</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	
<b>2.4 Latitud:</b> 9816543	<b>2.5 Longitud:</b> 770699
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Cubijés	<b>3.2 Distancia:</b> 5,5 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2736 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 4°C – 17°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 400 – 600 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Centro Parroquial de Quimiag, en el centro poblado, frente al parque central Quimiag.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Esta construido a base de cemento armado y posee una pintura de su patrono Santiago	


de Químiag en la fachada de la torre donde se encuentra el campanario a su derecha.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En la fachada podemos observar el campanario con una imagen de su patrono, y al otro lado una cruz de aproximadamente 2 metros de alto, un ventanal de colores y en su interior obras de arte religioso.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para eventos litúrgicos de la fe católica.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede realizar fotografía, participar en misa, conocimiento de su historia y obras de arte religioso.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Implementación de medios interpretativos para la descripción de sus obras de arte religioso.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Generación de empleo, consolidación como un atractivo turístico para la parroquia, conocimiento de la historia de la iglesia por parte de turistas y pobladores de la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Aculturación, deterioro de las instalaciones, pérdida de las obras de arte religioso, acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se no se encuentra alterado, debido al mantenimiento y preocupación que esta recibe por parte de los pobladores de la parroquia.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b>	
Debido a la ubicación de la iglesia en su entorno se encuentran casas construidas de cemento y algunas conservan su fachada de material tradicional.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede tomar un bus con destino a Químiag, en la terminal de Baños-Puyo., también conocida como Plaza de las Gallinas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 2 horas	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Cuenta con señalética del MINTUR.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> potable	

<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> si		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Cascada de Puelazo		<b>10.2 Distancia:</b> 2,5 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o organización	5
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Fuente:** Gustavo Torres, Departamento de Turismo

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.24.** Nevado Altar

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 2
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 14/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> NEVADO ALTAR	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Glaciares	
	
<p>Foto No.6. Nevado Altar Por: Piedad Guijarro</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba y Penipe
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag y Candelaria	
<b>2.4 Latitud:</b> 9814691	<b>2.5 Longitud:</b> 787218
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 12 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 5319 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 0°C – 15°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 500 – 1000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, en los cantones Riobamba y Penipe, en las parroquias Quimiag y Candelaria respectivamente.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Es el más hermoso de los nevados, denominado “Capac Urco” que en lengua quichua quiere decir “El Señor de las Montañas”.Originalmente el Altar era más alto que el nevado Chimborazo según cuenta la historia, hasta que poco a poco se destruyó el cono y la pared occidental debido a las erupciones ya que hace cientos de años era un volcán activo, se estima que la última erupción tuvo lugar en 1490. “El Obispo” es el pico más alto de los Altares con una altura de 5.319msnm, se encuentra rodeado de mágicas lagunas formadas por sus glaciares. Hoy en día, la laguna ubicada en el interior del	


antiguo cráter es accesible y el resto de la montaña se compone de diez diferentes picos, cuyos ascensos alcanzan los más altos grados de dificultad, en general se requiere un nivel físico normal para realizar la ruta, además se recomienda un nivel técnico.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En lengua quichua significa “el poderoso o el señor de las montañas”; su altura es de 5.319 msnm, posee diez picos llamados: “El Obispo”, “Monja Grande”, “Monja Chica”, “Tabernáculo”, “Fraile Oriental”, “Fraile Central”, “Fraile Grande”, “El Canónigo”, “Fraile Beato” y “Pulpito”. Además se encuentra rodeado de glaciares, vertientes y lagunas.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa como un atractivo turístico nacional, provincial y del cantón Penipe.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Por ser una montaña de gran extensión pertenece también al cantón Riobamba, lo cual permite que este cantón también pueda aprovecharlo turísticamente ya que se encuentra en la parroquia rural Quimiag.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, adecuación del sendero de ingreso al Nevado, rotulo normativo para uso de la zona.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación del recurso agua, conservación de la montaña, la flora y fauna nativa de la zona, generación de empleo en la actividad turística.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
No ha existido una intervención del hombre a gran escala, por lo tanto no está alterado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Aún se puede admirar especies de flora y fauna nativa en sus alrededores.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastre
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede ingresar por el cantón Penipe, dirigiéndose a la hacienda Re Leche y luego caminar por un sendero o alquilar un caballo, hasta la laguna y nevado.
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 20 min hasta Penipe.	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	

Cuenta con señalética del MINTUR.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Laguna Amarilla.	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o organización	7
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	5
	c) Nacional	7
	d) Internacional	5
<b>TOTAL</b>		<b>57</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía III		
Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.		

Fuente: Gustavo Torres, Departamento de Turismo

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.25. Atractivo Laguna Amarilla**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 3
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 15/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Laguna Amarilla	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambiente Lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Laguna	
	
Foto No.7. Laguna Amarilla <b>Por:</b> static.flickr.com	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba y Penipe
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag y Candelaria	
<b>2.4 Latitud:</b> 9815160	<b>2.5 Longitud:</b> 787059
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 12 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 4200 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 0°C – 15°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 500 – 1000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, en los cantones Riobamba y Penipe, en las parroquias Quimiag y Candelaria respectivamente.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
El atractivo consiste en una laguna formada por los deshielos del nevado altar, está sentada en la base de este nevado en su interior, posee un color amarillento en el agua debido a los sedimentos de restos volcánicos que se encuentran en el fondo de la misma de sus cinco picos principales, que rodean la caldera del cráter. Sus aguas descienden de cinco glaciares que constantemente dejan caer pesadas masas de nieve y hielo que, en días despejados, pueden ser vistos desde varios kilómetros de	




distancia	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Los atractivos que lo conforman son: el agua de color amarillento y los picos desde los cuales desciende el agua que forma la misma, siendo estos: : “El Obispo”, “Monja Grande”, “Monja Chica”, “Tabernáculo”, “Fraile Oriental”, “Fraile Central”, “Fraile Grande”, “El Canónigo”, “Fraile Beato” y “Pulpito”.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa como un atractivo turístico de la provincia y el cantón Penipe.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Por encontrarse en una montaña de gran extensión pertenece también al cantón Riobamba específicamente en la parroquia rural Quimiag, por lo cual es utilizado turísticamente en los dos sectores.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, adecuación del sendero de ingreso a la laguna, rotulo normativo para uso de la zona.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación del recurso agua, conservación de la montaña, la flora y fauna nativa de la zona, generación de empleo en la actividad turística.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
No ha existido una intervención del hombre a gran escala, por lo tanto no está alterado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Aun se puede admirar especies de flora y fauna nativa en sus alrededores.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastre
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede ingresar por el cantón Penipe, dirigiéndose a la hacienda Rey Leche y luego caminar por un sendero o alquilar un caballo, hasta la laguna.
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 20 min hasta Penipe.	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Cuenta con señalética del MINTUR.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> no	

<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Nevado Altar.		<b>10.2 Distancia:</b> 0 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o organización	6
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		34
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Gustavo Torres, Departamento de Turismo

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.26.** Atractivo Cascada de Puelazo

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 4
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 19/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> CASCADA DE PUELAZO	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
 <p><b>Foto No.8.</b> Cascada de Puelazo <b>Por:</b> Departamento de Turismo</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	
<b>2.4 Latitud:</b> 9816763	<b>2.5 Longitud:</b> 772986
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Cubijíes	<b>3.2 Distancia:</b> 5,5 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2982 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5°C – 14°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 400 – 800 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Centro Parroquial Quimiag, en la vía a Puelazo.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Tiene una caída de aproximada de 8 metros de alto formando un pequeño vado, sus aguas desemboca en el río Quimiag.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Una cascada de 8 metros de caída y variedad de flora y fauna entre ellas están la chilca, cabuya, sigse, pencas, capulí, zorrillos, gorriones, mirlos, chucuris y algunos anfibios e insectos.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	


<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa como un atractivo turístico de la parroquia, pero no cuenta con facilidades turísticas.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Fotografía, observación de flora y fauna, interpretación ambiental, baños naturales en sus aguas.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, adecuación del sendero de ingreso a la Cascada, adecuación de la entrada y salida de autos para posibles baños naturales en sus aguas, rotulo normativo para uso de la zona.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación del recurso agua, conservación de la cascada, la flora y fauna nativa de la zona, generación de empleo en la actividad del descenso en cuerda.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Desplazamiento de las aves de la zona, contaminación del agua, acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
No ha existido una intervención del hombre a gran escala, por lo tanto no está alterado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Aun se puede admirar especies de flora y fauna nativa en sus alrededores.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastre
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede tomar un bus con destino a Quimiag, en la Terminal Oriental, también conocida como plaza de las gallinas o Terminal de Baños-Puyo. Luego continuar el viaje ya sea en el bus o caminando por la vía a Puelazo una distancia aproximada de 4,5 Km para llegar al atractivo.
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 2 horas	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Cuenta con señalética del MINTUR.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> cascada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Iglesia Santiago de	<b>10.2 Distancia:</b> 4,5 km.

Quimiag.		
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o organización	6
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>34</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Gustavo Torres, Departamento de Turismo

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.27.** Atractivo Cascada de Las Tres Marías

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 5
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 19/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> CASCADA LAS TRES MARÍAS	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<p>Fotos No.9. Cascada las Tres Marías FOTO: GADPR QUIMIAG</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	
<b>2.4 Latitud:</b> 9814627	<b>2.5 Longitud:</b> 779333
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 21,26 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3648 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5°C – 14°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 500 – 1000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Quimiag, formando parte de una de las Haciendas privadas existentes.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Tiene tres caídas de agua, siendo la primera de aproximadamente 15m, 12m y la última de 30m de alto, sus aguas desemboca en el río Tiacu Chiquito	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Una cascada de tres caídas, variedad de flora y fauna como la sangre de toro, diente de león, kikuyo, el mirlo negribrilloso, Pava Andina, lobo de Páramo, etc.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	

<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Ninguno	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Como un atractivo turístico, fotografía, observación de flora y fauna, interpretación ambiental, baños naturales.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, mantenimiento a la vía de acceso.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación del recurso agua y aumento del potencial turístico de la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Posibles derrumbes y afectación de la vía, contaminación del agua, acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Por la apertura de la vía elaborada con el fin de la construcción del sistema de transporte de agua del sector de Collanes.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
A su alrededor observamos aún la existencia de un Bosque Primario y especies de fauna típicas de la zona.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Trocha
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede tomar un bus con destino a Quimiag, en la terminal Oriental o Terminal Baños-Puyo, también conocida como plaza de las gallinas. Luego continuar el viaje en cualquier tipo de vehículo por la vía a Puelazo hasta llegar al sector de la Bocatoma en la hacienda Zoila Martínez, donde empieza un camino de tercer orden el cual solamente con un temporal seco se puede acceder hasta cierto tramo en vehículo, pero que por lo general se lo recorre caminando
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 3 horas	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año excepto en meses extremadamente lluviosos
<b>7.7 Observaciones:</b>	
La carretera desde el centro Parroquial Quimiag hasta la hacienda Zoila Martínez es de lastre y se encuentra en buenas condiciones y el camino de la bocatoma hacia el valle de los Collanes es un camino de trocha en mal estado cuyo acceso es permitido hasta una zona de derrumbe.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Ninguna	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	


<b>9.1 Agua:</b> cascada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Cascada de Puelazo		<b>10.2 Distancia:</b> 20 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivo que forma parte del patrimonio turístico con elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Fuente:** Gustavo Torres, Departamento de Turismo

**Modificado por:** Piedad Guijarro



**Cuadro No.28.** Bosque Primario “Quimiag”

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 6
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 19/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> BOSQUE PRIMARIO “QUIMIAG”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Bosque	
	
Foto No.10. Quimiag FOTO: GADPR QUIMIAG	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	
<b>2.4 Latitud:</b> 9814627	<b>2.5 Longitud:</b> 779333
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 21,26 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3648 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5°C – 14°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 500 – 1000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Quimiag, formando parte de una de las Haciendas privadas existentes.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Es uno de los pocos bosques primarios que existen en la provincia de Chimborazo	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Variedad de flora y fauna como la sangre de toro, diente de león, kikuyo, el mirlo negribrillosa, Pava Andina, lobo de Páramo, etc.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Ninguno	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	


Como un atractivo turístico, fotografía, observación de flora y fauna, interpretación ambiental, baños naturales.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, mantenimiento a la vía de acceso.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación de la biodiversidad y aumento del potencial turístico de la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Tala de árboles, contaminación del agua, acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Por la apertura de la vía elaborada con el fin de la construcción del sistema de transporte de agua del sector de Collanes, la tala de árboles y la introducción de especies florícolas.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Alterado	
<b>6.2 Causas:</b>	
A sus alrededores apreciamos bosques de especies introducidas.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Trocha
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede tomar un bus con destino a Quimiag, en la terminal del Oriental o Terminal de Baños-Puyo., también conocida como plaza de las gallinas. Luego continuar el viaje en cualquier tipo de vehículo por la vía a Puelazo hasta llegar al sector de la Bocatoma en la hacienda Zoila Martínez, donde empieza un camino de tercer orden el cual solamente con un temporal seco se puede acceder hasta cierto tramo en vehículo, pero que por lo general se lo recorre caminando
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 3 horas	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año, <b>no recomendado</b> en meses extremadamente lluviosos
<b>7.7 Observaciones:</b>	
La carretera desde el centro Parroquial Quimiag hasta la hacienda Zoila Martínez es de lastre y se encuentra en buenas condiciones y el camino de la bocatoma hacia el valle de los Collanes es un camino de trocha en mal estado cuyo acceso es permitido hasta una zona de derrumbe.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Ninguna	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> no	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	

<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Las Tres Marías		<b>10.2 Distancia:</b> 0,01 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	5
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		38
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Gustavo Torres, Departamento de Turismo

**Modificado por:** Piedad Guijarro

**Cuadro No.29.** Río Collanes

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°:</b> 7
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 15/06/2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RÍO COLLANES	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelo	
	
<p>Foto No.11. Río Collanes FOTO: GADPR QUIMIAG</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	
<b>2.4 Latitud:</b> 9815999	<b>2.5 Longitud:</b> 781459
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 22 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3667 msnm.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5°C – 14°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 500 – 1000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Quimiag, formando parte de una de las Haciendas privadas existentes.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Posee una extensión de aproximadamente 9,4 km el cual se origina del cráter del volcán extinto “El Altar” donde se ha formado una laguna la cual se la denomina la “Laguna Amarilla” y el desemboque en el río Tiacu Chiquito.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Variedad de flora y fauna entre ellas están la chilca, cabuya, sigse, pencas, capulí, zorrillos, gorriones, mirlos, chucuris y algunos anfibios e insectos.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	

<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Se lo utiliza como fuente de extracción del recurso hídrico para la parroquia Quimiag.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Como atractivo turístico de la parroquia Quimiag.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Mayor señalización, mantenimiento a la vía de acceso.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conservación del recurso agua, la flora y fauna nativa de la zona y aumento del potencial turístico	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Contaminación del agua y acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
No ha existido una intervención del hombre a gran escala, por lo tanto no está alterado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Aun se puede admirar especies de flora y fauna nativa en sus alrededores.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Trocha
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede tomar un bus con destino a Quimiag, en la terminal del Puyo., también conocida como plaza de las gallinas. Luego continuar el viaje en cualquier tipo de vehículo por la vía a Puelazo hasta llegar al sector de la Bocatoma en la hacienda Zoila Martínez, donde empieza un camino de tercer orden el cual solamente con un temporal seco se puede acceder hasta cierto tramo en vehículo, pero que por lo general se lo recorre caminando
<b>7.5 Frecuencias:</b> cada 3 horas	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año excepto en meses extremadamente lluviosos
<b>7.7 Observaciones:</b>	
La carretera desde el centro Parroquial Quimiag hasta la hacienda Zoila Martínez es de lastre y se encuentra en buenas condiciones y el camino de la bocatoma hacia el valle de los Collanes es un camino de trocha en mal estado cuyo acceso es permitido hasta una zona de derrumbe.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Ninguna	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> río	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	

<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Bosque Primario “Quimiag”		<b>10.2 Distancia:</b> 2km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	5
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		33
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

Fuente: Gustavo Torres, Departamento de Turismo

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No. 30.** Quinta agroecoturística “Mirador de los Nevados”.

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N°</b> 08
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> :19-09-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Quinta agroecoturística “MIRADOR DE LOS NEVADOS”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
Foto No.12.QUINTA AGROECOTURÍSTICA “MIRADOR DE LOS NEVADOS	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	<b>2.6 Longitud:</b> 9816532
<b>2.7 Latitud:</b> 772989	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>1.1 Nombre del poblado:</b> Quimiag	<b>3.2 Distancia:</b> 5 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3200 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5-14°C	
<b>4.3 Precipitación:</b> 500 - 1000mm <sup>3</sup>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
<p>El mirador se ubica al lado izquierdo de la Quinta agroecoturista “Mirador de los nevados”, sector Guabulag, La Joya; parroquia Quimiag, el ingreso hasta la Quinta es desde la vía a Quimiag, tomando el camino secundario que es dirigido al estadio principal de la parroquia Quimiag, se toma el camino al lado derecho del estadio, y un segundo sendero directo nos lleva a la Quinta “Mirador de los Nevados” a 1/2 km de distancia del estadio.</p>	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
<p>La Quinta “Mirador de los Nevados” en su construcción posee un balcón desde el cual podemos observar al lado izquierdo el nevado Chimborazo, al lado frontal el nevado Tungurahua y al lado derecho el nevado el Altar.</p> <p>La Quinta Mirador de los Nevados posee una vista panorámica y también existe un mirador aledaño al caminar cuesta arriba en una pequeña montaña ubicada a 8km de la Quinta.</p>	

Al caminar en su cima es fácil identificar a los nevados, Chimborazo, Altar, Tungurahua e incluso el Sangay cuando está despejado.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
El entorno se presta para realizar caminatas, desde allí se puede observar a familias sembrando y cosechando sus tierras, además de ser un sitio en el que se puede ver la belleza de la zona, se puede admirar la vegetación propia del lugar.
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>
Para ingresar a la propiedad se debe pedir autorización de los propietarios de la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>
Es usado como lugar de hospedaje y eventos.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eventos sociales y religiosos</li> <li>- Áreas de descanso</li> <li>- Aviturismo</li> <li>- Fotografía del paisaje</li> <li>- Fogatas</li> <li>- Sitio para relatos de mitos y leyendas</li> <li>- Sitio estratégico para la implementación de un centro de recreación</li> </ul>
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuación de infraestructura</li> <li>- Implementación de senderos</li> <li>- Señalización turística</li> </ul>
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recuperación y difusión de Mitos ; leyendas , tradiciones de la Parroquia Quimiag</li> <li>- Incremento de ingresos económicos a los propietarios.</li> </ul>
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>
- Compactación del suelo a causa de la construcción e implementación del centro interpretativo y de otras actividades turísticas.
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b> Alterado
<b>5.2 Causas:</b> Construcción de infraestructura.
<b>6. ENTORNO:</b>
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado
<b>6.2 Causas:</b> El entorno no ha sufrido algún tipo de cambio.
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>




<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Vía secundaria	
<b>7.3 Estado de la vía :</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede acceder en vehículo particular, taxis y buses.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Para visitar el atractivo se recomienda usar ropa cómoda y abrigada, el atractivo puede ser visitado en cualquier temporada, es preferible visitarlo en la mañana ya que generalmente está despejado y se puede visualizar a los nevados en su alrededor, la tarifa que generalmente cobran los taxistas desde la ciudad de Riobamba es cinco dólares.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Servicio de hospedaje, alimentación y recreación.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Ninguno		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> • Truchas	<b>10.2 Distancia:</b> • 5 Km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No. 31.** Producción Agrícola de la Quinta “Mirador de los Nevados”.

### 1. DATOS GENERALES

<b>1.1 Encuestador:</b> Piedad Guijarro	<b>1.2 Ficha N° 0</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha :</b> 19-09-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Producción agroecoturística en la Quinta “Mirador de los Nevados”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Manifestaciones religiosas, tradiciones y Creencias	
<b>1.8 Subtipo:</b> Prácticas Agrícolas tradicionales	
	
<p>Foto No.13. PRODUCCIÓN AGROECOTURÍSTICA EN LA Quinta “Mirador de los Nevados”</p> <p>FOTO: Piedad Guijarro, 2014</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Riobamba
<b>2.3 Parroquia:</b> Quimiag	<b>2.6 Longitud :</b> 98 N
<b>2.5 Latitud :</b> 076 E	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>1.2 Nombre del poblado:</b> Comunidad La Joya, Guabulag	<b>3.2 Distancia:</b> 2,3 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2746 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 14-18°C	
<b>4.3 Precipitación:</b> 500 - 1000mm <sup>3</sup>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
La Quinta de producción agroecoturística “Mirador de los Nevados”, se ubica en el sector de Guabulag, La Joya; parroquia Quimiag, el ingreso la quinta es por el lado derecho del estadio de Quimiag, se encuentra a 100 m desde la carretera.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
La Quinta se encuentra dividida por 4 áreas, la primera se ocupa de la producción agrícola, la segunda se ocupa de la ganadería, la tercera ocupa la infraestructura turística que ofrece servicio de alimentación, hospedaje y el salón de eventos y la cuarta son áreas de descanso y recreación.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Existe una Gran variedad de especies de hortalizas y frutales las cuales son cultivadas y cosechadas para los turistas y visitantes.	
Cuenta con una capilla para actos religiosos y eventos.	
Consta de Cabañas al aire libre para descanso.	

Se pueden realizar parrilladas en zona abierta ya que cuenta con los recursos e infraestructura necesaria.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para ingresar al sector se debe pedir autorización a los propietarios de la Quinta “Mirador de los Nevados”	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> La producción agroecoturística actual es destinada para el consumo familiar de los propietarios.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> - Talleres - Fotografía de los cultivos - Cosecha y preparación de productos	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> - Implementación de senderos - Señalización turística	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> -Protección del suelo - Concientización a los pobladores de que una agricultura responsable .- Venta de productos Sanos - Conservación de microorganismos y nutrientes del suelo	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> - No existe impactos negativos ante esta práctica agrícola	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b> Construcción y adecuación de infraestructura.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Alterado	
<b>6.2 Causas:</b> Monocultivo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Vía secundaria
<b>7.3 Estado de la vía :</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede acceder en vehículo particular, taxis o en bus.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Para visitar el atractivo se recomienda usar ropa cómoda y llevar ropa abrigada, el atractivo puede ser visitado en cualquier temporada, es preferible visitarlo en la mañana ya que generalmente está despejado y se puede visualizar a los nevados de su alrededor, la tarifa en taxi es de cinco dólares desde la ciudad de Riobamba.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	

Servicio de hospedaje, alimentación, paseos a caballo, paseos a bicicleta y eventos en la Quinta el Rosal y Alejandra y pesca deportiva en “Truchas”.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Si		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Ninguno		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> •	<b>10.2 Distancia:</b> •	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**b) Resumen de los atractivos turísticos de la Parroquia Quimiag y la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”**

**Cuadro No. 32.** Resumen de los atractivos turísticos de la Parroquia Quimiag y la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”

NO	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	COORDENADAS		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	PUNTUACIÓN	JERARQUÍA	ESTADO DE CONSERVACIÓN
			X	Y						
1	Iglesia Santiago de Quimiag	Centro de Quimiag	770699	9816543	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	25	II	No alterado
2	Nevado Altar	Quimiag y Candelaria	787218	9814691	Sitio Natural	Montañas	Glaciares	45	III	No alterado
3	Laguna Amarilla	Quimiag y Candelaria	787059	9815160	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	34	II	No alterado
4	Cascada de Puelazo	Quimiag	772986	9816763	Sitio Natural	Ríos	Cascada	34	II	No alterado
5	Cascada las tres marías	Quimiag	779333	9814627	Sitio Natural	Ríos	Cascada	25	I	Alterado
6	Bosque primario “Quimiag”	Quimiag	779333	9814627	Sitio Natural	Bosque	Bosque	38	II	Alterado
7	Río Collanes	Quimiag	781459	9815999	Sitio Natural	Ríos	Riachuelo	33	II	No alterado
	Quinta agroecoturista “mirador de los nevados”	Comunidad Guabulag la Joya, Quimiag	772989	9816532	Sitio Natural	Montañas	Mirador	30	I	Alterado
8	Producción agroecoturística en la Quinta “Mirador de los Nevados”	Comunidad Guabulag la Joya, Quimiag	772989	9816532	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones religiosas, tradiciones y Creencias	Prácticas Agrícolas tradicionales	43	II	Alterado

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

c) **Resumen del Inventario de atractivos turísticos****Cuadro No. 33.** Resumen del Inventario de atractivos turísticos

<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Categoría</b>	Sitios Naturales	<b>7</b>	77,78
	Manifestaciones Culturales	<b>2</b>	22,22
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	100%
<b>Tipo</b>	Históricas	<b>1</b>	11,11%
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y Creencias	<b>1</b>	11,11%
	Montañas	<b>2</b>	22,22
	Ambientes Lacustres	<b>1</b>	11,11%
	Bosque	<b>1</b>	11,11%
	Ríos	<b>3</b>	33,33
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	100%
<b>Subtipo</b>	Arquitectura religiosa	<b>1</b>	11,11%
	Prácticas Agrícolas tradicionales	<b>1</b>	11,11%
	Mirador	<b>1</b>	11,11%
	Glaciares	<b>1</b>	11,11%
	Laguna	<b>1</b>	11,11%
	Cascada	<b>2</b>	22,22
	Bosque	<b>1</b>	11,11%
	Riachuelos	<b>1</b>	11,11%
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	100%
<b>Estado de conservación</b>	Alterado	<b>4</b>	44,44
	No Alterado	<b>5</b>	55,56
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	100%
<b>Entorno</b>	Conservado	<b>6</b>	66,67
	En proceso de deterioro	<b>1</b>	11,11%
	Alterado	<b>2</b>	22,22
	Deteriorado		
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	100%
<b>Jerarquía</b>	Jerarquía I	<b>2</b>	12,22
	Jerarquía II	<b>7</b>	78,67
	Jerarquía III	<b>1</b>	10,00
	Jerarquía IV		

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### **c. Declaratoria de la Imagen**

El cantón está conformada por nueve atractivos, de los cuales el 77,78% corresponden a atractivos naturales y el 22,22% a manifestaciones culturales. Detallando la clasificación por tipos corresponderían: Históricas 11,11%, Manifestaciones religiosas tradiciones y Creencias 11,11%, Montañas 22,22, Ambientes Lacustres 11,11%, Bosque 11,11% y Ríos 33,33%.

El estado de conservación es de: Alterado 44,44% y no alterado 55,56%.

El entorno de los atractivos es de: Conservado 66,67%, en proceso de deterioro 11,11% y alterado 22,22%.

La mayor parte de atractivos que encontramos aquí son culturales donde entendemos que el estado de conservación no es alterado representando 55,56%.

La Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”, es un lugar lleno de historia ya que en este lugar nació Quimiag.

Analizando las jerarquías alcanzadas por los atractivos calificados se puede indicar que el 66,67% de los atractivos equivalen a atractivos de jerarquía II, el 22,22% jerarquía I y el 11,11% equivalen a jerarquía III, los cuales pueden motivar corrientes turísticas de mercados receptivos locales y promover a potencializar a los mismos.

En la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados” se pueden encontrar recursos de importante valor natural, cultural e histórico, también una muy importante tradición oral que se transmite de generación en generación.

Cada uno de los atractivos anteriormente enunciado son de fácil acceso y por su cercanía al pueblo y a varios establecimientos que ofrecen servicios turísticos, es estratégico desarrollar una amplia gama de actividades turísticas.

Es importante mencionar que el nombre “Mirador de los Nevados”, se debe a que dese el centro de la quinta se puede admirar el paisaje inigualable conformado por el Altar,

Chimborazo, Sangay y Tungurahua, ofreciendo a los visitantes y a la población de la localidad una experiencia única al contemplar estos atractivos naturales focales.

Se ha definido la imagen turística de la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados” que es: **“Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas”**.

Es un lugar diverso debido a que la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados” un complemento entre los atractivos naturales y culturales; dentro de los naturales podemos encontrar nevados mencionados anteriormente, además de especies de flora como el Capulí, Arrayán, Chilca, entre otros; y también de especies de fauna como el lobo de páramo, oso de antejo, cóndor, venado, entre otros; del mismo modo dentro de los atractivos culturales podemos encontrar la Iglesia Santiago de Quimiag.

A modo de cierre es imprescindible que en sus terrenos fértiles se siembra productos agroecológicos, las prácticas propias de éste tipo de agricultura permiten transformar el entorno en un espacio diverso y colorido en relación a los terrenos agrícolas que lo rodean, lo que permite que el turista descubra ciertas prácticas agrícolas y participe en su manejo, incluyendo la cosecha, realizando de esta manera el turismo agroecológico.



**d. Matriz FODA**

**Cuadro No. 34. MATRIZ FODA DE LA QUINTA AGROECOTURÍSTICA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
-Existencia de atractivos turísticos culturales de jerarquía I, II y III capaces de motivar a corrientes de visitantes locales y nacionales como el nevado El Altar,	- Idea de implementación de proyectos turísticos públicos o privados que incorporen en sus objetivos principales la participación activa de la población local.	- Proceso inadecuado de reforestación utilizando especies introducidas (eucalipto y pino), pérdida de páramo	- Disminución de la identidad en la población receptora, influenciada por los turistas “Aculturización”
-Visitas esporádicas de turistas extranjeros a Quinta “Mirador de los Nevados”	- IICA: Provee capacitación, asesoría técnica, cooperación, innovación y conocimiento especializado para el desarrollo competitivo y sustentable de la agricultura.	- No existen libros contables que demuestren la rentabilidad agroecoturística.	- Economía variable en el mercado.
-Frecuencia diaria de transportes cada 15 minutos y atienden hasta la 8 pm	- Aprovechamiento de los micros emprendimientos propuestos por el MAGAP creando procesos de compost con materia orgánica resultante de la basura y creación de humus a base de lombricultura.	- Insuficiencia de señalética turística y en mal estado	- Presencia de heladas climáticas afectando los ciclos de producción. Destrucción de los cultivos por el proceso del calentamiento global y las alteraciones climáticas.
- En la zona se produce cultivos agroecológicos.	- INPC: Capacitaciones para la protección del territorio y conservación del patrimonio cultural, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida.	- Vías secundarias en mal estado	- Competencia en la producción y precios bajos

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
- La Quinta tiene una relativa proximidad a la ciudad de Riobamba.	- En la provincia no se ha desarrollado Agroecoturismo así que se posicionaría como el primer producto turístico con tal características	- Ausencia de proyectos de desarrollo económico en el sector	- Excesivo uso de pesticidas y químicos en cultivos de propiedades circundantes.
- El sector en el cual se ubica la Quinta “Mirador de los Nevados” posee alto potencial turístico.	- En el PLANDETUR 2020, Se plantea impulsar proyectos privados, públicos y comunitarios relacionados al agroturismo.	- Ausencia de un plan de manejo de desechos sólidos y líquidos.	- Dependencia económica de las instituciones extranjeras. ONGS
-El sector está ubicado estratégicamente para desarrollo turístico.	- Aprobación de la ley de Régimen de Soberanía Alimentaria.		- Falta de apropiación de los productos orgánicos de la zona, en el mercado
- El sector está rodeado de diversidad en flora y fauna.	- Incremento del mercado turístico de visitantes extranjeros al Ecuador		
- Poseen personal capacitado para crear un producto agroecoturístico.	- El GAD Cantonal y Provincial se plantearon proyectos que fomenten el turismo en sus espacios de gobernanza.		
-Organización y predisposición de la comunidad	- En los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial		

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>- La comunidad cuenta con una infraestructura básica para alimentación, hospedaje y eventos.</p>	<p>- PLANDETUR 2020, abarca ejes de actuación en áreas como: ordenamiento para el turismo sostenible, facilitación turística, turismo sostenible, entre otros</p>		
<p>- Características climáticas y del suelo apropiadas para el cultivo Andino, idónea para realizar agroturismo.</p>	<p>- Exigencia del estado ecuatoriano por una alimentación segura y soberana</p>		
	<p>- Ejercicio de la ley de economía popular y solidaria</p>		

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## **B. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Estudio de Mercado**

#### **a. Análisis de la demanda**

La provincia de Chimborazo atrae a gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros por lo cual la segmentación se obtuvo de la demanda de turistas nacionales en la estación del tren 2013.

#### **b. Universo**

Metodológicamente se ha definido como el universo de estudio a la demanda turística nacional e internacional utilizando el dato estadístico de la visita al ferrocarril en la estación de Riobamba en el año del 2013. Según los reportes obtenidos en la estación del tren Chimborazo 2013 han recibido 46564 visitantes. Utilizando un margen de error del 8%.

#### **c. Muestra**

Para este estudio se aplicó el muestreo simple estratificación, y para determinar la muestra se utilizó la fórmula de la siguiente manera:

**n** = tamaño de la muestra

**N** = universo de estudio

**p** = probabilidad de ocurrencia, equivalente a 0,5

**q** = probabilidad de no ocurrencia, equivalente a 0,5

**e** = el margen de error (0,08)

**z** = nivel de confianza (1,75)

**Cuadro No. 35** .Estación del tren Chimborazo

<b>Turistas</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Encuestas (#)</b>
<b>Nacionales</b>	38182	82	98
<b>Extranjeros</b>	8382	18	21
<b>Total</b>	46564	100	119

Fuente: TREN 2013

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

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

$$n = (46564) (0,05 \times 0,95) / (46564 - 1) (0,08/1,75)^2 + (0,05 \times 0,95)$$

$$n = (46564) (0,25) / 97,31 + 0,25$$

$$n = 11647 / 97,56$$

$$n = 119$$

De este universo se dispuso aplicar las encuestas a los turistas que visitan el cantón Riobamba.

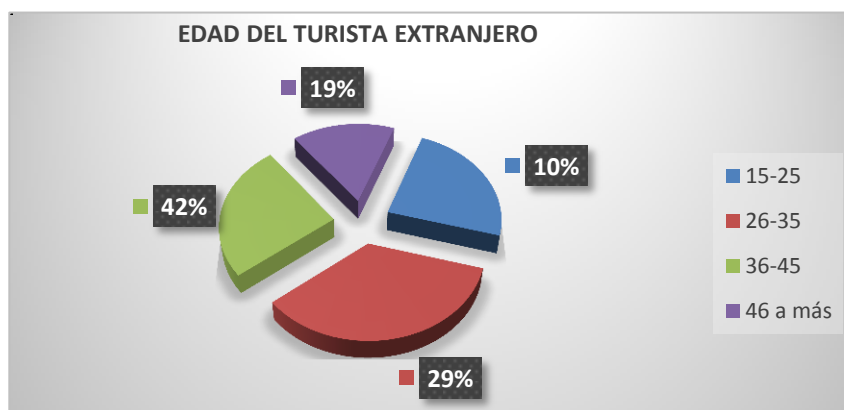
#### d. Instrumento

El instrumento que se utilizó en el presente estudio de mercado es una encuesta que se encuentra en el anexo I.

## 2. Resultado del análisis de la demanda actual

### a. Turistas extranjeros

#### 1) Edad



**Gráfico No .3.** Edad de los turistas extranjeros  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro. 2014

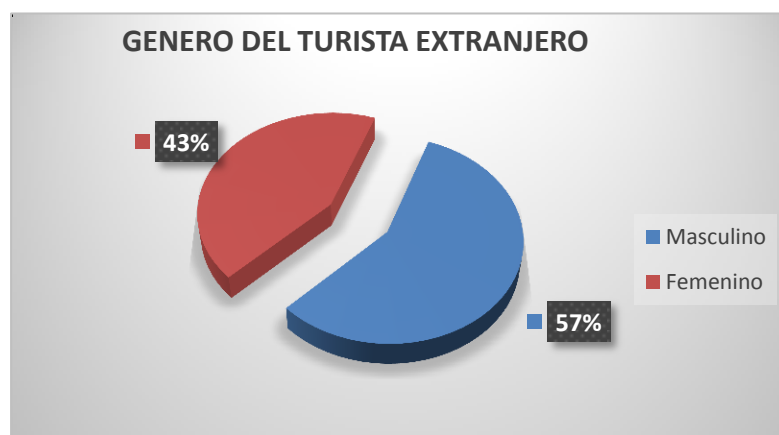
**Cuadro No.36.** Rangos de edad de los visitantes

RANGOS DE EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
15-25	2	10
26-35	6	29
36-45	9	42
46 a más	4	19
Total	21	100

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Según los datos obtenidos podemos apreciar que el mayor porcentaje de los encuestados representados con el 42% pertenecen a los rangos de edad entre 36-45 años, con un 29% continua el rango de 26-35 años, después con un 19% de 46 años a más y finalmente con el 10% de 15-25, siendo favorable para la estructura del producto, lo que indica que el segmento de mercado al cual está dirigido nuestro producto será mayoritariamente a jóvenes adultos.

## 2) Género del turista extranjero



**Gráfico No.4.** Género del turista extranjero

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014

Elaborado: Piedad Guijarro. 2014

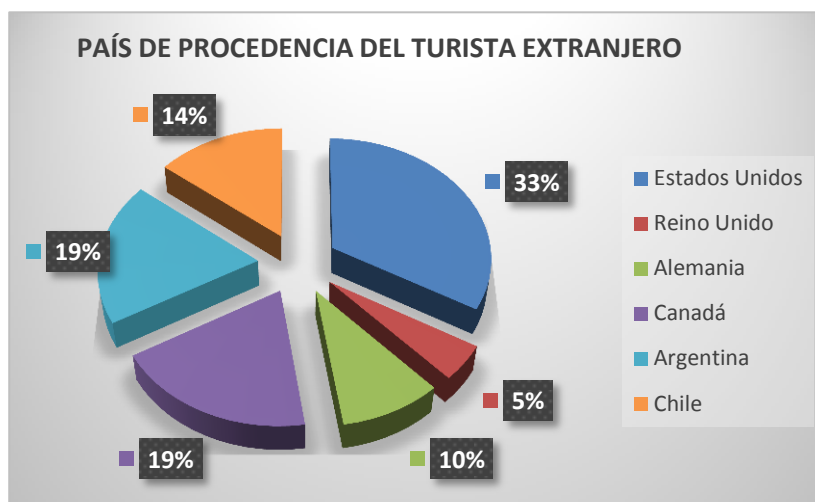
**Cuadro No. 37.** Género del turista extranjero

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Masculino	12	57
Femenino	9	43
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro P. 2014

Según los datos recolectados se puede apreciar que existe una pequeña diferencia entre el género masculino que tiene un 57% y el género femenino con 43%, siendo dirigido nuestro producto para los dos géneros equitativamente.

### 3) Procedencia de los turistas extranjeros



**Gráfico No.5.** País de procedencia  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro. 2014

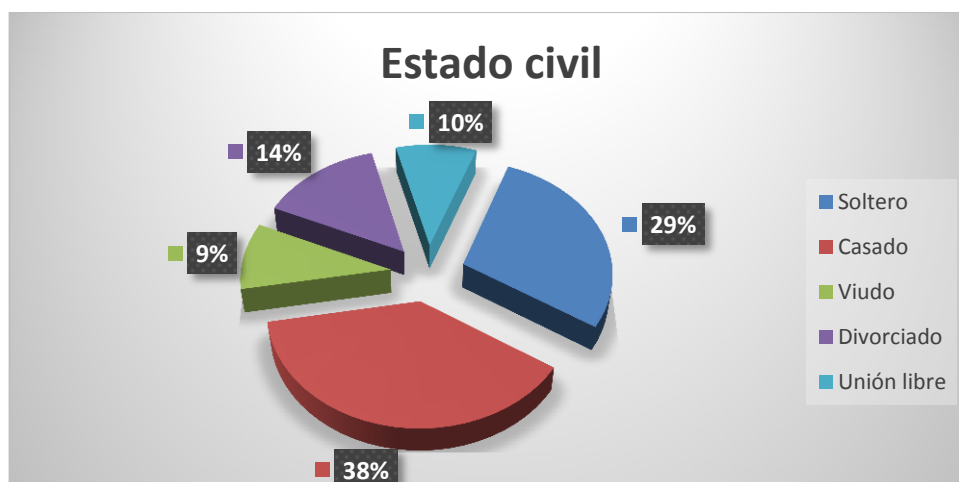
**Cuadro No. 38.** País de Procedencia

Procedencia (Continente)	País	Frecuencia	%	% total (Continentes)
América del norte	Estados Unidos	7	33%	52%
	Canadá	4	19%	
América del sur	Argentina	4	19%	33%
	Chile	3	14%	
Europa	Alemania	2	2%	15%
	Reino Unido	1	1%	
<b>TOTAL</b>		21		100%

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El lugar de procedencia de los encuestados está distribuido de la siguiente manera: 52% de turistas encuestados proviene de América del norte, 33% de turistas encuestados proviene de América del sur, 15% de los turistas encuestados proviene de Europa.

#### 4) Estado Civil del turista extranjero



**Gráfico No.6.** Estado Civil del turista extranjero

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro. 2014

#### Cuadro No. 39. Estado civil del turista extranjero

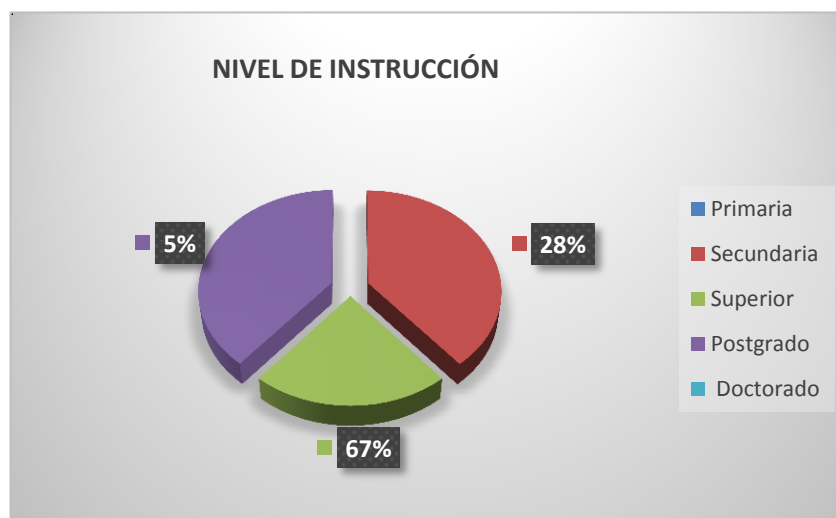
ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Soltero	6	29
Casado	8	38
Viudo	2	9
Divorciado	3	14
Unión Libre	2	10
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

La mayor parte de turistas encuestados son casados con un 38% a comparación del 29% que son solteros, un 14% de divorciados, un 10% viven en unión libre y un 9% son viudos siendo favorable para la estructura del producto tomar en cuenta a parejas.



## 5) Nivel de Instrucción de los turistas extranjeros



**Gráfico No.7.** Nivel de instrucción de los turistas extranjeros  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

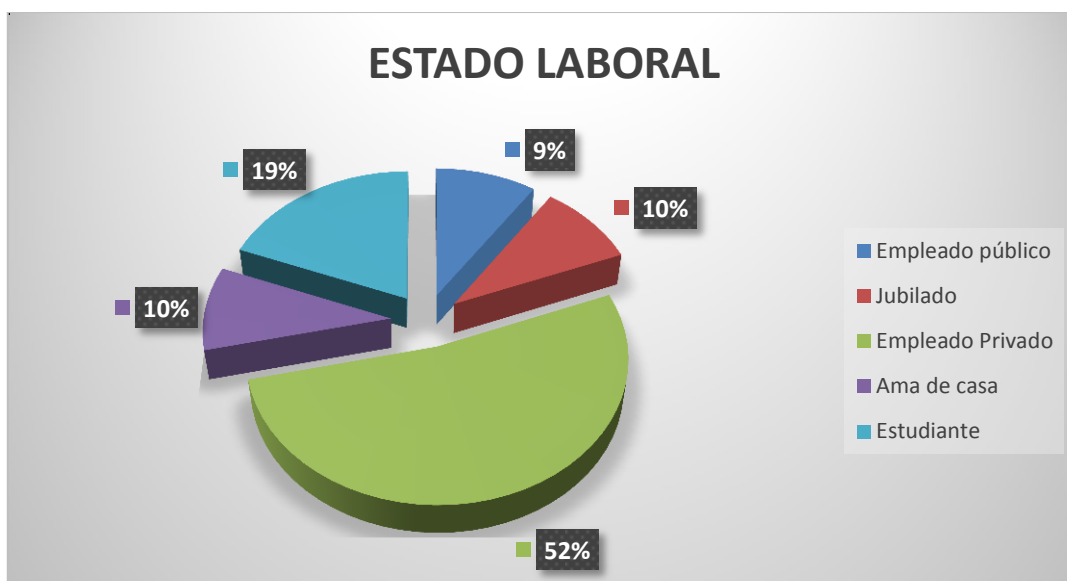
### Cuadro No.40. Nivel de instrucción de los turistas extranjero

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Primaria	0	0
Secundaria	6	28
Superior	14	67
Postgrado	1	5
Doctorado	0	0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Como se puede observar en el gráfico el 67% tienen un nivel de educación superior, correspondientes a turistas con un nivel de instrucción secundaria el 28% y de Postgrado representando a la menor parte de encuestados con el 5% restante, Por lo tanto los potenciales compradores del producto son personas con estudios superiores.

## 6) Estado laboral de los turistas extranjeros



**Gráfico No.8.** Estado Laboral de los turistas extranjeros

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

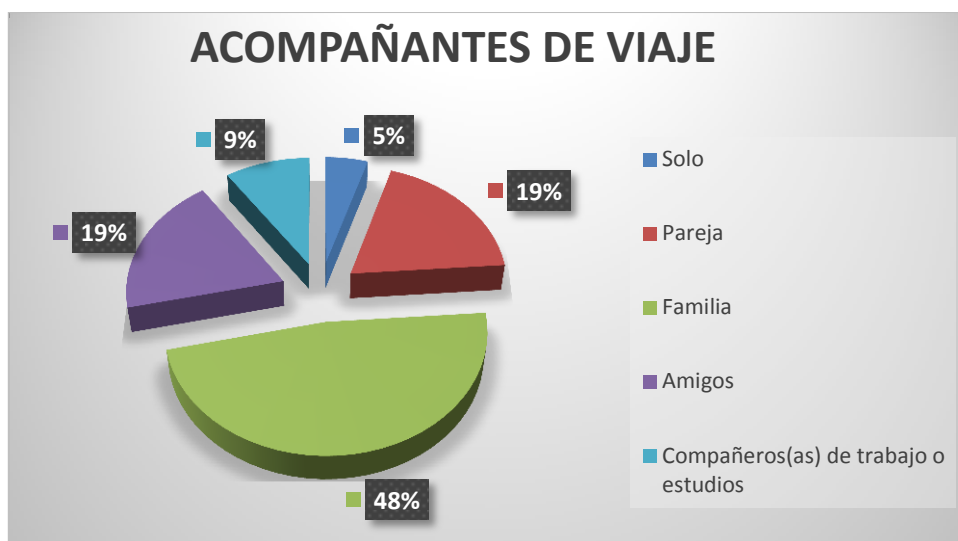
### Cuadro No.41. Estado Laboral de los turistas extranjeros

ESTADO LABORAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Empleado público	2	10
Jubilado	2	10
Empleado Privado	11	52
Ama de casa	2	9
Estudiante	4	19
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Los porcentajes con valores más altos son representados por empleados privados (52%) y estudiantes (19%), continuados por los empleados públicos, jubilados con un (10%) y amas de casa con un 9% correspondientemente. De acuerdo a los resultados los consumidores potenciales son empleados privados y estudiantes que permanecen en el país por varios meses y que aprovechan los fines de semana para viajar.

## 7) Acompañantes de viaje del turista extranjero.



**Gráfico No.9.** Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.42. Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros

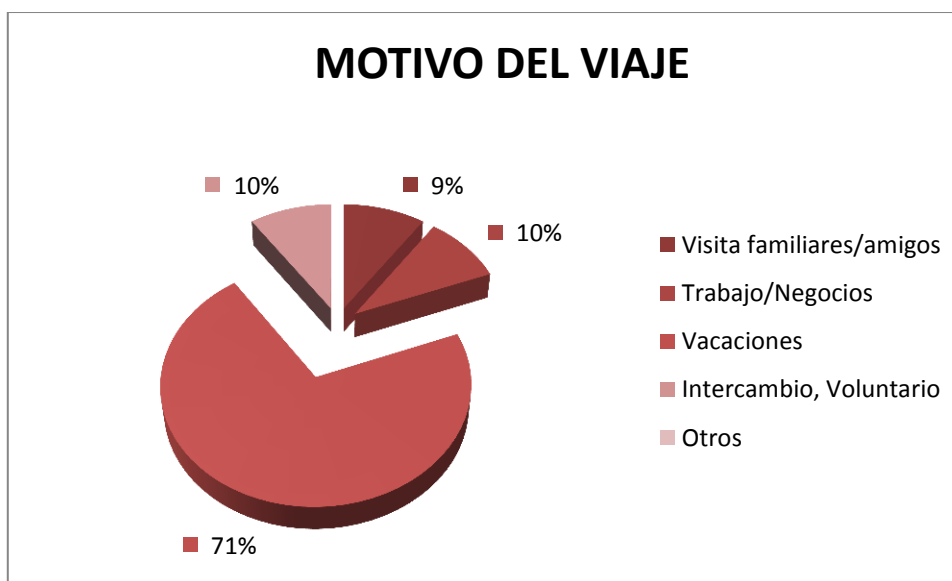
ACOMPAÑANTES DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Solo	1	5
Pareja	4	19
Familia	10	48
Amigos	4	19
Compañeros(as) de trabajo o estudios	2	9
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 48% de los turistas extranjeros viajan en familia concordando con el porcentaje mayor, ya que el 19 % de los encuestados viajan en pareja o con amigos, el 9 % siguiente, viaja con compañeros de trabajo o estudios y el 5% valor obtenido de la suma de dos porcentajes menores viajan solos.

Estos resultados nos encaminan para determinar la capacidad de instalada con respecto al servicio de hospedaje y alimentación.

## 8) Motivo del viaje



**Gráfico No.10.** Motivo del viaje  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No. 43. Motivo del Viaje

MOTIVO DEL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Visita familiar	2	9
Trabajo/Negocios	2	10
Vacaciones	15	71
Intercambio, Voluntario	2	10
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El principal motivo por el cual viajan los turistas son vacaciones con un (71%), también por estudios y negocios (10%) correspondientemente y en un menor porcentaje por visita a familiares (9%). Es de interés analizar estos resultados ya que la mayoría pretende viajar para vivir nuevas experiencias y hacer uso de servicios turísticos en un periodo de tiempo considerable.

## 9) Organización del viaje



**Gráfico No.11.** Organización del Viaje  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.44. Organización del Viaje

<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Usted lo hace	6	29
Operadora o agencia	15	71
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El mayor porcentaje de turistas extranjeros encuestados (71%), organizan su viaje por medio de una operadora o agencia de turismo y el 29% restante por su propia cuenta. Con éstos porcentajes se puede establecer cuáles son las mejores estrategias y canales de comercialización de nuestro producto.

## 10) Medios de información turística usado por el turista extranjero

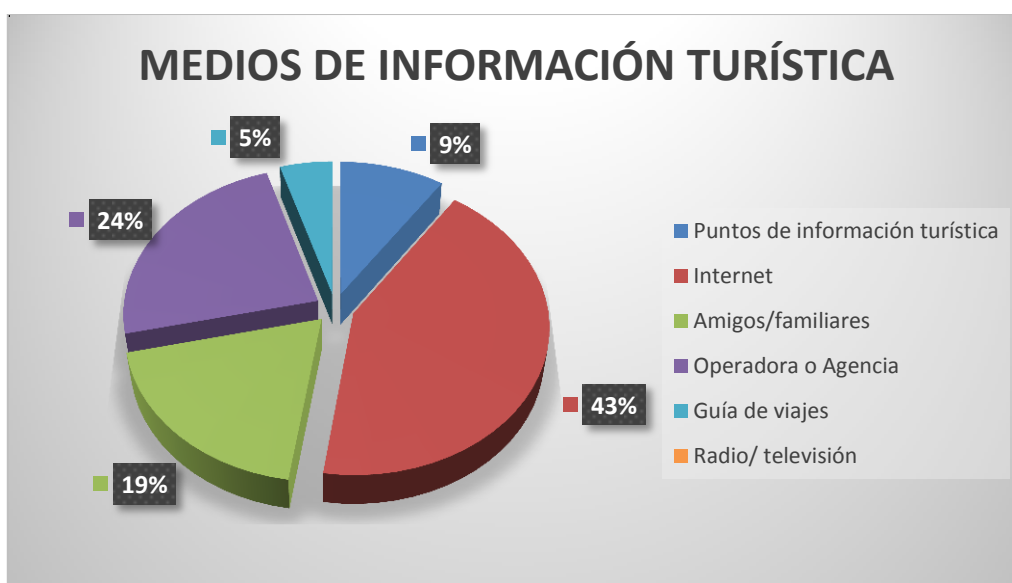


Gráfico No.12. Medios de Información Turística

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

Cuadro No. 45. Medios de Información Turística

MEDIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Puntos de información turística	2	9
Internet	9	43
Amigos/familiares	4	19
Operadora o Agencia	5	24
Guía de viajes	1	5
Radio/ televisión	0	0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El 43% de los encuestados aseguran que el medio que usan para informarse acerca de su destino turístico de interés es el Internet, un 24% de los turistas lo realizan por medio de su agencia u operadora turística, un 9% usan una guía de viajes. Información pertinente para determinar los medios que se usarán para ofertar el producto Agroecoturístico.

### 11) Aceptación del producto Agroecoturístico en turistas extranjeros



**Gráfico No.13.** Disposición por Realizar Agroecoturístico

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

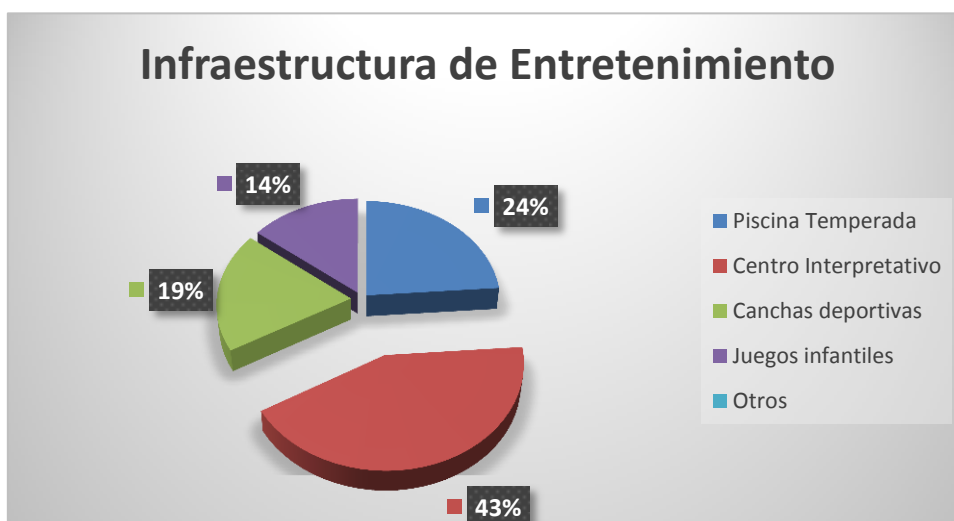
### Cuadro No. 46. Disposición por Realizar Agroecoturismo

<b>DISPOSICIÓN POR REALIZAR AGROECOTURISMO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Si	17	81
No	4	19
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 81% de los turistas extranjeros encuestados están dispuestos a realizar agroecoturismo, dato importante para la futura implementación del producto ya que tiene un mercado dispuesto a consumirlo.

## 12) Infraestructura de entretenimiento



**Gráfico No.14.** Infraestructura de Entretenimiento

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.47. Infraestructura de Entretenimiento

INFRAESTRUCTURA DE ENTRETENIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Piscina Temperada	5	24
Centro Interpretativo	9	43
Canchas deportivas	4	19
Juegos infantiles	3	14
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

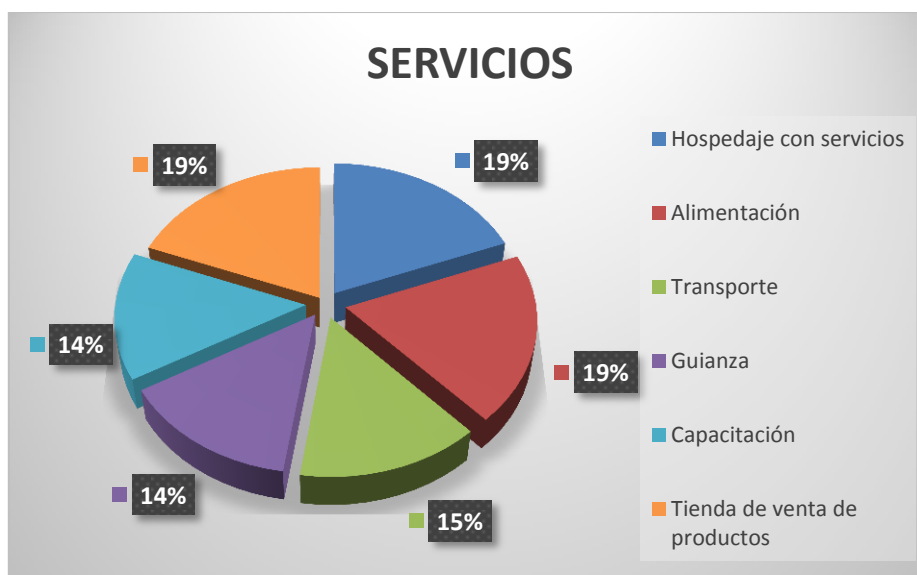
**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

De acuerdo a los turistas encuestados la Quinta “Mirador de los Nevados” debe contar con infraestructura y actividades complementarias propias de la rama, por lo tanto del total de turistas encuestados el 43% sugieren la implementación de un centro interpretativo; el 24% la adecuación de una piscina, el 19% sugiere que la Quinta debe contar con canchas deportivas; el 14% sugieren la implementación de Juegos infantiles.

Estos datos serán esenciales para la implementación de infraestructura y actividades dentro del producto ya que se requiere satisfacer las necesidades de los turistas.



### 13) Servicios



**Gráfico No.15. Servicios**  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

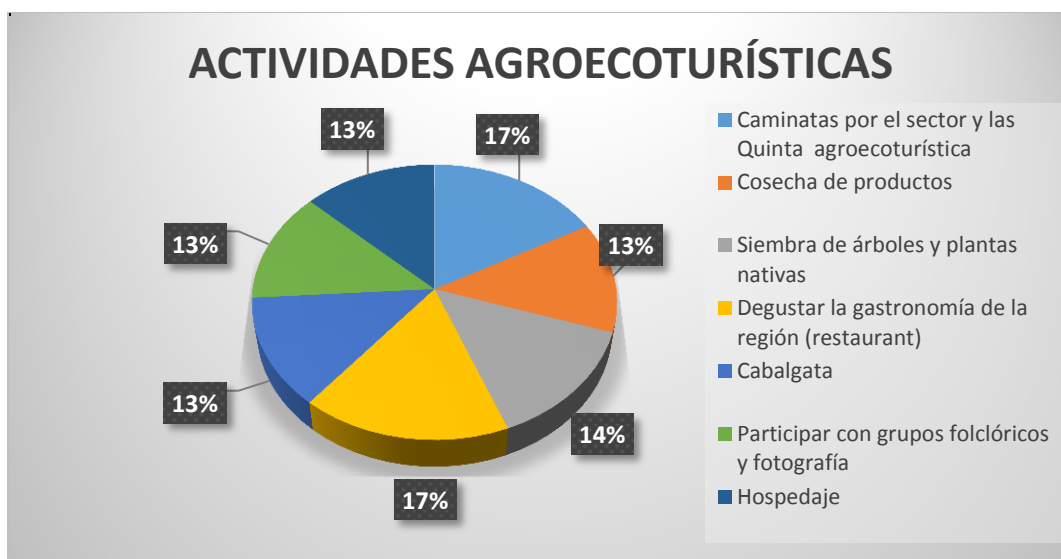
#### Cuadro No.48. Servicios

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Hospedaje con servicios	4	19
Alimentación	4	19
Transporte	3	15
Guianza	3	14
Capacitación	3	14
Tienda de venta de productos	4	19
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Con un 19% coinciden que debería existir Hospedaje, alimentación y tienda de venta de productos, el 15% de los encuestados desea que la Quinta preste el servicio de Transporte mientras dos grupos del 14% coinciden que se debe prestar el servicio de Guianza y Capacitación, estos datos son importantes para la estructuración del producto

#### 14) Actividades relacionadas a la producción agroecoturística



**Gráfico No.16 .** Actividades Agroecoturísticas

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

#### Cuadro No.49. Actividades Agroecoturísticas

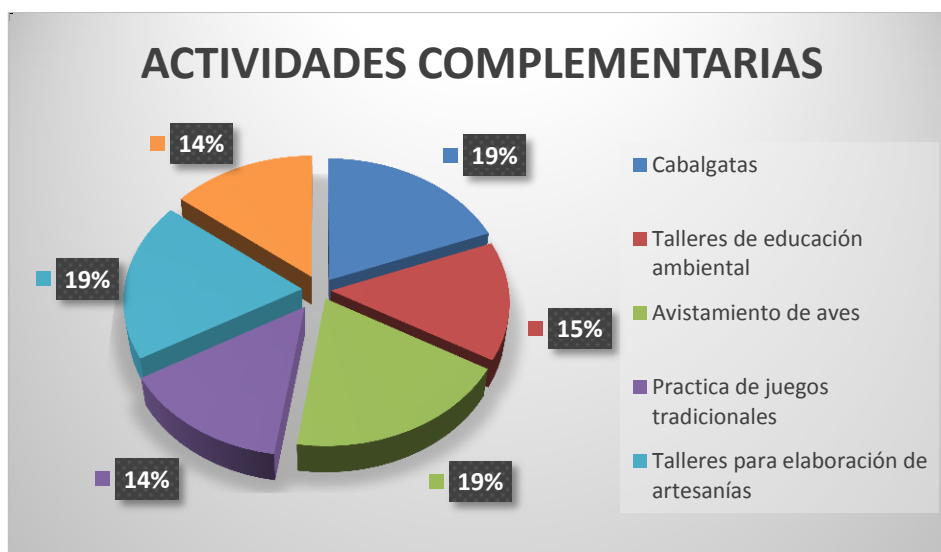
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Caminatas por el sector y las Quinta agroecoturística	4	17
Cosecha de productos	2	13
Siembra de árboles y plantas nativas	3	14
Degustar la gastronomía de la región (restaurant)	4	17
Cabalgata	3	13
Participar con grupos folclóricos y fotografía	2	13
Hospedaje	3	13
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Los turistas encuestados consideran que se debería implementar como actividades dentro de la Quinta “Mirador de los Nevados”, caminatas por el sector y las Quinta agroecoturística en un 17%, cosecha de productos en un 13%, degustar la gastronomía del sector en un 17%, al 13% les gustaría realizar cabalgata, al 13% le gustaría Participar con grupos folclóricos y fotografía, y el 13% utilizar el servicio de hospedaje.

Esta información determinará las actividades que se implementarán en el producto agroecoturístico en la Quinta Mirador de los Nevados.

## 15) Actividades Complementarias



**Gráfico No.17.** Actividades Complementarias

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

## Cuadro No.50. Actividades complementarias

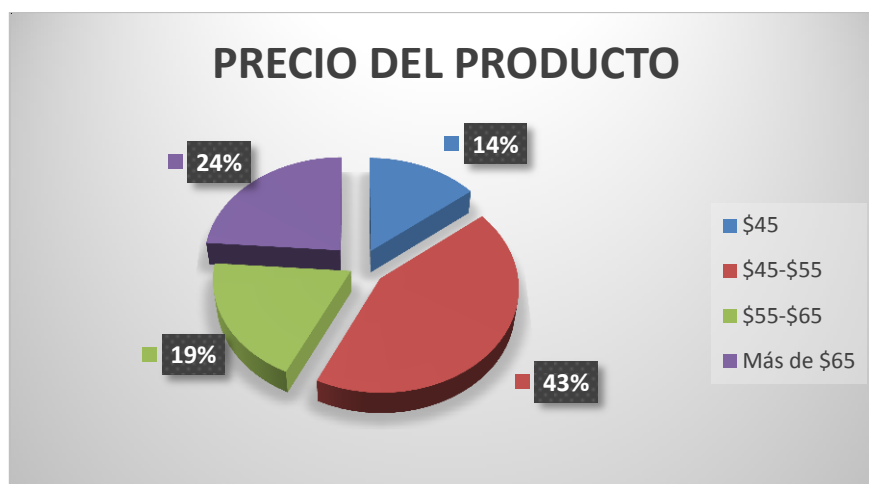
MEDIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Cabalgatas	4	19
Talleres de educación ambiental	3	15
Avistamiento de aves	4	19
Practica de juegos tradicionales	3	14
Talleres para elaboración de artesanías	4	19
Relatos de mitos, leyendas y tradiciones de la zona	3	14
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El 100% de las personas extranjeras encuestadas se muestran interesadas en participar en todas las actividades dándoles igual o similar importancia, con el 19% desean realizar cabalgatas, avistamiento de aves y talleres para elaboración de artesanías y con un porcentaje similar del 15% y 14% desean realizar talleres de educación ambiental, práctica de juegos tradicionales y relatos de mitos, leyendas y tradiciones de la zona.

Con la información recolectada en los ítems xii, xiii, xiv y xv se podrá estructurar el producto agroecoturístico de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas extranjeros.

**16) Precio por el cual están dispuestos a pagar los turistas extranjeros por un producto Agroecoturístico.**



**Gráfico No.18.**Precio del Producto  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Cuadro No.51. Precio del Producto**

PRECIO DEL PRODUCTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
\$45	3	14
\$45-\$55	9	43
\$55-\$65	4	19
Más de \$65	5	24
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 50% de los turistas extranjeros encuestados están dispuestos a pagar de \$45 a \$55 dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”, el 24% pagarían más de \$65, el 19% están de acuerdo en pagar de \$55 a \$65 dólares por los mismos servicios y un 14% desean pagar 45 dólares.

Al conocer la disposición económica del turista extranjero se puede determinar los precios con los cuales se va a ofertar el producto.

**b. Perfil del turista extranjero**

El 42% de los encuestados oscila entre 36-45 años de edad, con un 29% oscila entre 26-35 años de edad.

El 57% de los encuestados pertenecen al género masculino y el 43% pertenece al género femenino.

El 52% de los encuestados proviene de América del norte, el 33% proviene de América del sur y 15% proviene de Europa.

El 38% de los encuestados son casados, el 29% son solteros, el 14% de divorciados, el 10% viven en unión libre y un 9% son viudos.

El 67% de los encuestados tienen un nivel de educación superior, el 28% con un nivel de instrucción secundaria y el 5% de Postgrado.

El 52% de los encuestados son empleados privados y el 19% son estudiantes y el 10% son jubilados.

El 48% de los encuestados viajan en familia y el 19% viajan en pareja o con amigos.

El 71% de los encuestados viajan por vacaciones y el 10% por estudios y negocios.

El 71% de los encuestados organizan su viaje por medio de una operadora o agencia de turismo y el 29% restante por su propia cuenta.

El 43% de los encuestados utilizan el internet para informarse acerca de su destino turístico, el 24% lo realizan por medio de su agencia u operadora turística.

El 81% de los encuestados están dispuestos a realizar agroecoturismo.

El 43% de los encuestados sugieren la implementación de un centro interpretativo; el 24% piscina, 19% canchas deportivas y 14% juegos infantiles.

El 19% de los encuestados sugieren que debería existir Hospedaje, alimentación y tienda de venta de productos, el 15% desean que se preste el servicio de Transporte y el 14% servicio de Guianza y Capacitación.

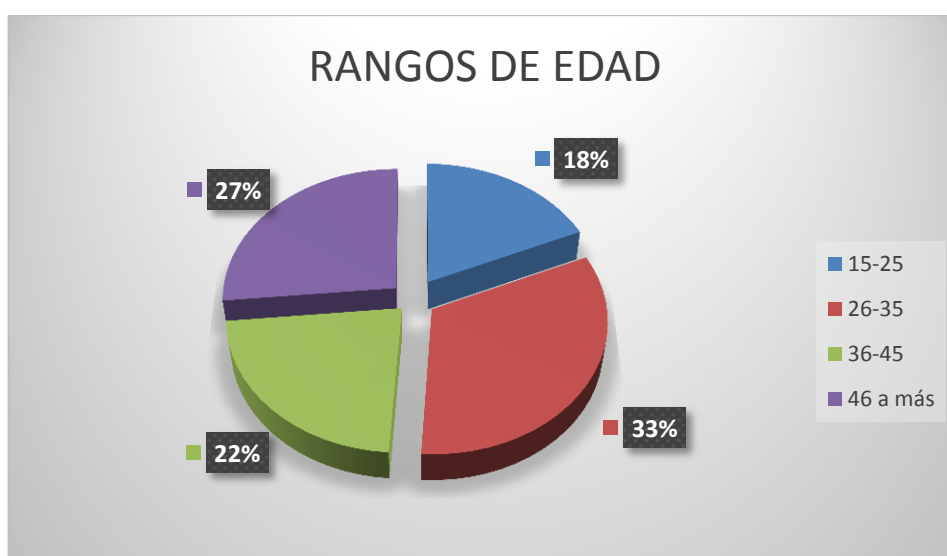
El 19% de los encuestados coinciden que se debería implementar como actividades dentro de la Quinta “Mirador de los Nevados”, cosecha de productos, degustar la gastronomía del sector y participar con grupos folclóricos, el 15% caminatas.

El 19% de los encuestados desean realizar cabalgatas, avistamiento de aves y talleres para elaboración de artesanías y el 15% desean realizar talleres de educación ambiental y 14% práctica de juegos tradicionales.

El 50% de los encuestados están dispuestos a pagar de \$45 a \$55 dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”.

### c. Turistas Nacionales

#### 1) Edad



**Gráfico No.19.** Edad de los turistas nacionales  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro. 2014

**Cuadro No.52.** Rangos de edad de los visitantes

RANGOS DE EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
15-25	18	18
26-35	32	33
36-45	22	22
46 a más	26	27
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Según los datos obtenidos podemos apreciar que el mayor porcentaje de los turistas nacionales representados con el 33% pertenecen a los rangos de edad entre 26-35 años, con un 27% continua el rango de 46 años a más, después con un 22% continua el rango de 36 a 45 años y finalmente con el 18% de 15-25 años, lo que indica que el segmento de mercado al cual está dirigido nuestro producto será mayoritariamente a jóvenes adultos.

## 2) Género del turista nacional

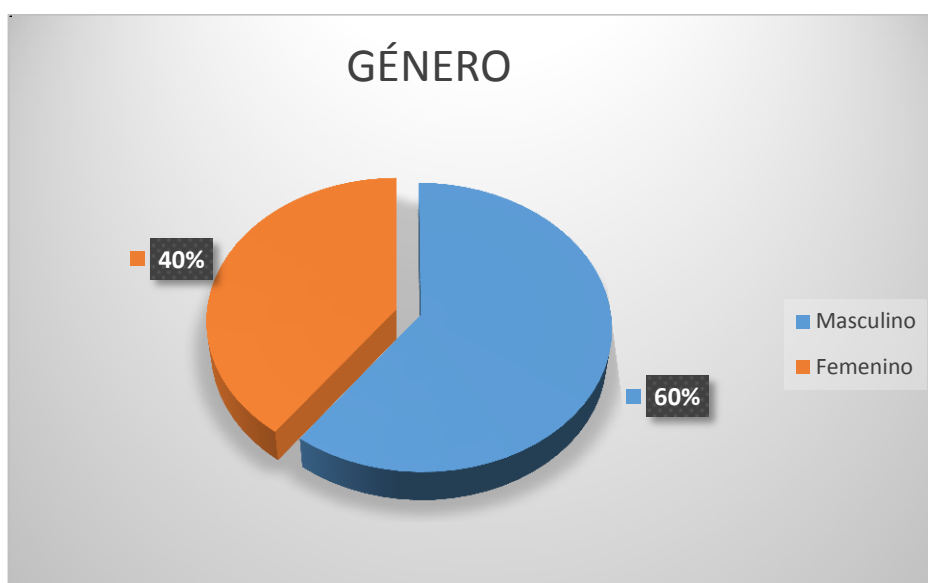


Gráfico No.20. Género del turista nacional

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014

Elaborado: Piedad Guijarro. 2014

**Cuadro No.53.** Género del turista nacional

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Masculino	59	60
Femenino	39	40
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Según los datos recolectados se puede apreciar que existe una pequeña diferencia entre el género masculino que tiene un 57% y el género femenino con 43%, siendo dirigido nuestro producto para los dos géneros equitativamente.

### 3) Procedencia de los turistas nacionales

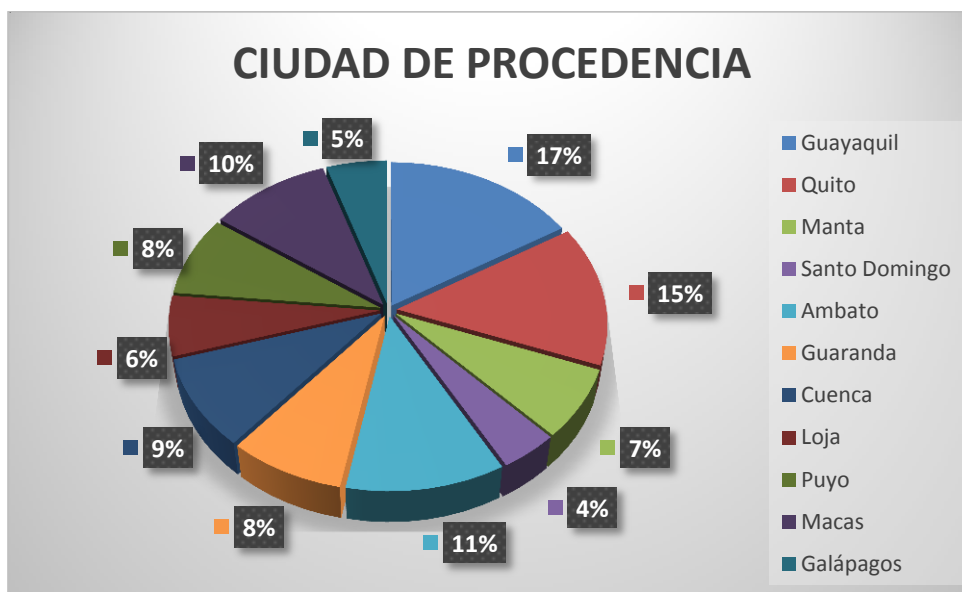


Gráfico No.21. Ciudad de Procedencia  
Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014  
Elaborado: Piedad Guijarro. 2014

Cuadro No.54. Ciudad de Procedencia Ciudad de Procedencia

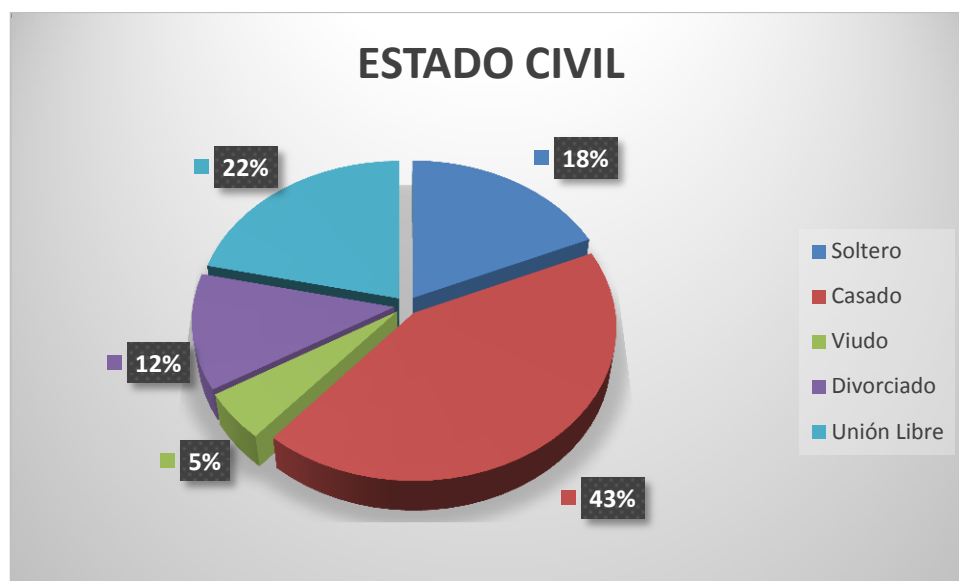
Ciudad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Guayaquil	16	17
Quito	14	15
Manta	7	7
Santo Domingo	4	4
Ambato	11	11
Guaranda	8	8
Cuenca	9	9
Loja	6	6
Puyo	8	8
Macas	10	10
Galápagos	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



La mayor parte de turistas que visitan la provincia de Chimborazo provienen de ciudades como: Guayaquil (17%), Quito (15%), Ambato (11%), Macas (10%), Cuenca (9%), Puyo y Guaranda (8%), en un porcentaje inferior pero sí representativo se localizan ciudades como Manta (7%), Loja (6%), Galápagos (5%), Santo Domingo (4%).

#### 4) Estado Civil del turista nacional



**Gráfico No.22.** Estado Civil del turista nacional  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro, 2014

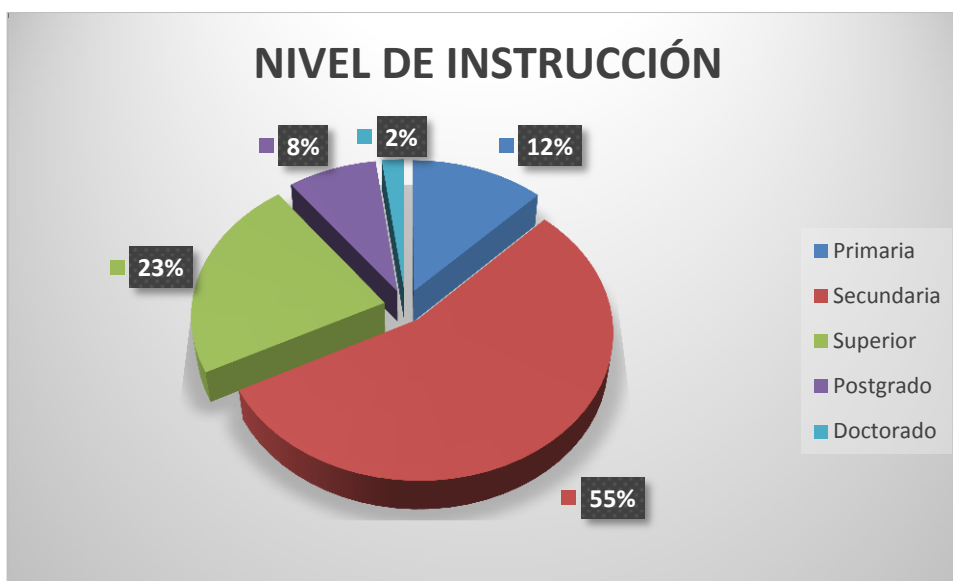
#### Cuadro No.55. Estado Civil del turista extranjero

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Soltero	18	18
Casado	42	43
Viudo	5	5
Divorciado	12	12
Unión Libre	21	22
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

La mayor parte de turistas encuestados son casados con un 43% a comparación del 22% de parejas las cuales viven en unión libre, un 18% son solteros mientras que un 12% son divorciados, finalmente el 5% son viudos siendo favorable para la estructura del producto tomar en cuenta a parejas.

### 5) Nivel de Instrucción de los turistas nacionales



**Gráfico No.23.** Nivel de instrucción de los turistas nacionales

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

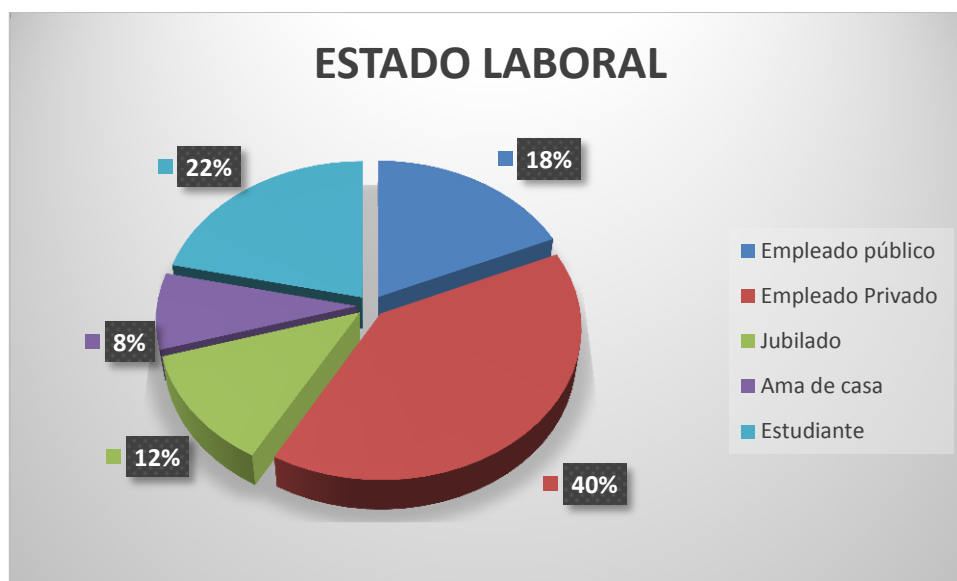
### Cuadro No.56. Nivel de instrucción de los turistas nacionales

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Primaria	12	12
Secundaria	54	55
Superior	22	23
Postgrado	8	8
Doctorado	2	2
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Como se puede observar el 55% de los turistas nacionales encuestados tienen una instrucción Secundaria, correspondientes a turistas con un nivel de educación Superior 23%, el 12% tiene un nivel de instrucción Primaria, en Postgrado está representado en un 8% de los turistas encuestados mientras que el 2% posee un Doctorado, Por lo tanto los potenciales compradores del producto son personas con estudios secundarios.

## 6) Estado laboral de los turistas extranjeros



**Gráfico No.24.** Estado Laboral de los turistas extranjeros

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

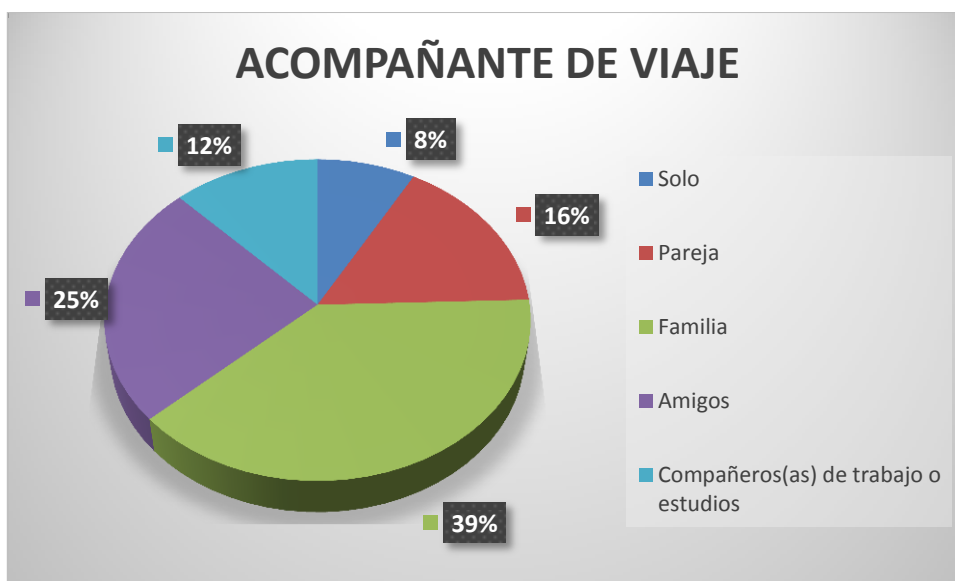
## Cuadro No.57. Estado Laboral de los turistas extranjeros

ESTADO LABORAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Empleado público	18	18
Empleado Privado	39	40
Jubilado	12	12
Ama de casa	8	8
Estudiante	21	22
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Los porcentajes con valores más altos son representados por empleados privados (40%) y estudiantes (22%), continuados por los empleados públicos (18%), jubilados (12%) y amas de casa (8%) correspondientemente. De acuerdo a los resultados los consumidores potenciales son empleados privados y sus familias que aprovechan los fines de semana para viajar.

## 7) Acompañantes de viaje del turista extranjero.



**Gráfico No.25.** Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

## Cuadro No.58. Acompañantes de viaje de los turistas extranjeros

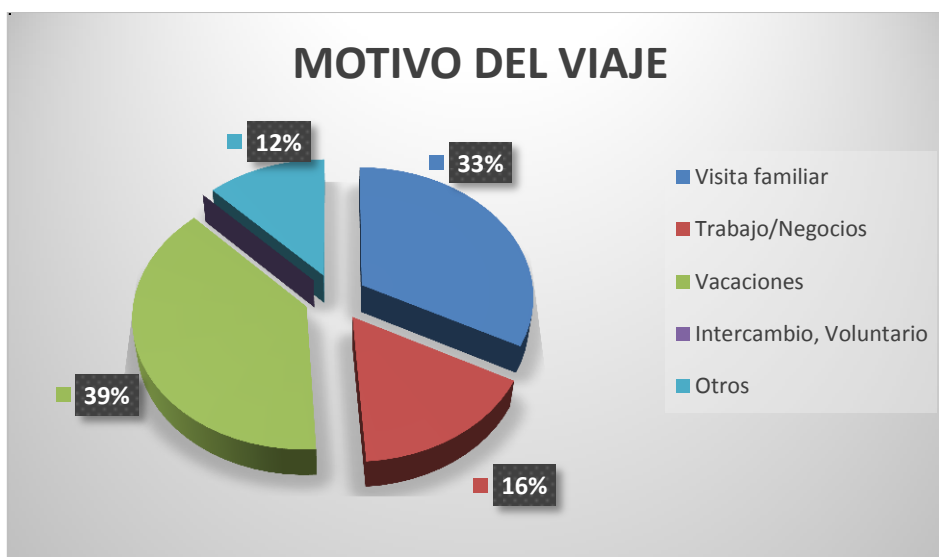
ACOMPAÑANTES DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Solo	8	8
Pareja	16	16
Familia	38	39
Amigos	24	25
Compañeros(as) de trabajo o estudios	12	12
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 39% de los turistas nacionales viajan en familia concordando con el porcentaje mayor, ya que el 25 % de los encuestados viajan con amigos y en pareja (16%), el 12 % siguiente viaja con compañeros de trabajo o estudios y el 8% viajan solos.

Estos resultados nos encaminan para determinar la capacidad de instalada con respecto al servicio de hospedaje y alimentación.

## 8) Motivo del viaje



**Gráfico No.26.** Motivo del viaje  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.59. Motivo del Viaje

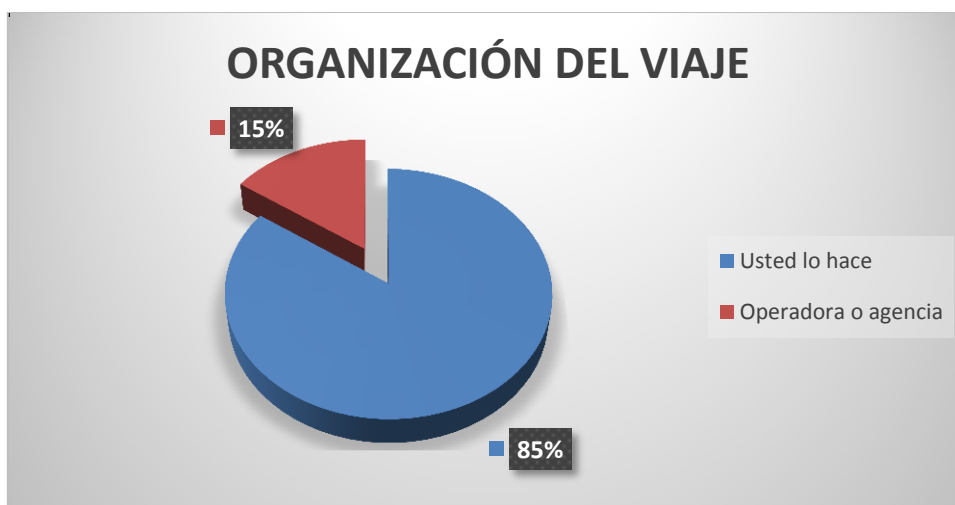
Motivo del viaje	Frecuencia	PORCENTAJE (%)
Visita familiar	32	33
Trabajo/Negocios	16	16
Vacaciones	38	39
Intercambio, Voluntario	0	0
Otros	12	12
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El principal motivo por el cual viajan los turistas son vacaciones con un (39%), también por visita familiar (33%), correspondientemente, en un menor porcentaje por Trabajo o Negocios (16%) y un (12%) por otras razones.

Es de interés analizar estos resultados ya que la mayoría pretende viajar para vivir nuevas experiencias y hacer uso de servicios turísticos en un periodo de tiempo considerable.

## 9) Organización del viaje



**Gráfico No.27.** Organización del Viaje  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.60. Organización del Viaje

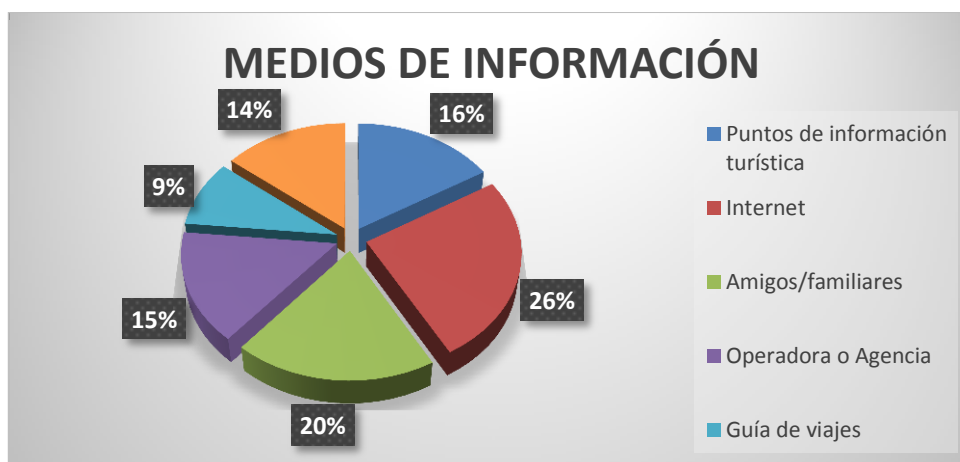
<b>Organización del Viaje</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Usted lo hace	83	85
Operadora o agencia	15	15
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El mayor porcentaje de turistas nacionales encuestados (85%), organizan su viaje por su propia cuenta y el 15% restante por medio de una operadora turística.

Con estos porcentajes se puede establecer cuáles son las mejores estrategias y canales de comercialización de nuestro producto.

## 10) Medios de información turística usado por el turista nacional



**Gráfico No.28.** Medios de Información Turística

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.61. Medios de Información Turística

Medios de información turística	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Puntos de información turística	16	16
Internet	25	26
Amigos/familiares	19	20
Operadora o Agencia	15	15
Guía de viajes	9	9
Radio/ televisión	14	14
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 26% de los encuestados aseguran que el medio que usan para informarse acerca de su destino turístico de interés es Internet, un 20% de los turistas se informan por medio de sus Familiares y amigos, el 16% por Puntos de información turística, el 15% lo realizan por medio de su agencia u operadora turística, un 14% por medio de radio y televisión y finalmente un 9% por medio de Guías de viaje. Información pertinente para determinar los medios que se usarán para ofertar el producto Agroecoturístico.

### 11) Aceptación del producto Agroecoturístico en turistas nacionales



**Gráfico No.29.** Disposición por Realizar Agroecoturismo  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.62. Disposición por Realizar Agroecoturismo

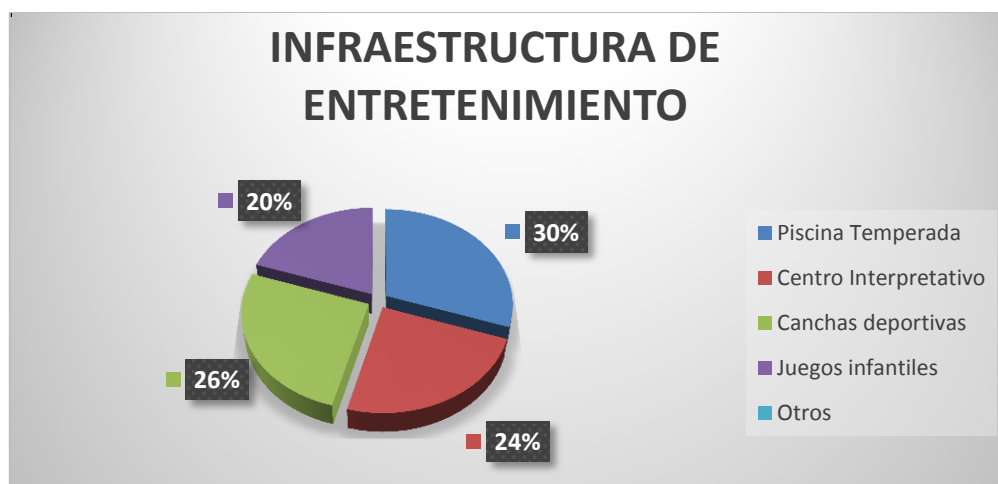
<b>DISPOSICIÓN POR REALIZAR AGROECOTURISMO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Si	87	89
No	11	11
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 89% de los turistas extranjeros encuestados están dispuestos a realizar agroecoturismo, dato importante para la futura implementación del producto ya que tiene un mercado dispuesto a consumirlo.



## 12) Infraestructura de entretenimiento



**Gráfico No.30.** Infraestructura de Entretenimiento  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### Cuadro No.63. Infraestructura de Entretenimiento

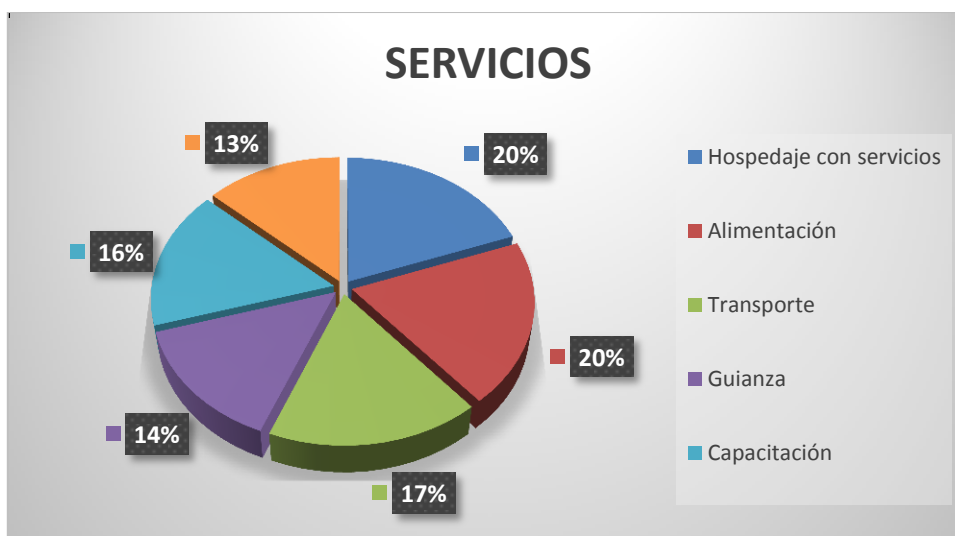
<b>Infraestructura de entretenimiento</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Piscina Temperada	29	30
Centro Interpretativo	23	24
Canchas deportivas	25	26
Juegos infantiles	19	20
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

De acuerdo a los turistas encuestados la Quinta “Mirador de los Nevados” debe contar con infraestructura y actividades complementarias propias de la rama, por lo tanto del total de turistas encuestados el 30% sugieren la implementación de una piscina temperada; el 26% la implementación de canchas deportivas, el 24% la adecuación de un centro interpretativo, el 20% sugiere que la Quinta debe contar con juegos infantiles; el 14% sugieren la implementación de Juegos infantiles.

Estos datos serán esenciales para la implementación de infraestructura y actividades dentro del producto ya que se requiere satisfacer las necesidades de los turistas.

### 13) Servicios



**Gráfico No.31.** Servicios  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

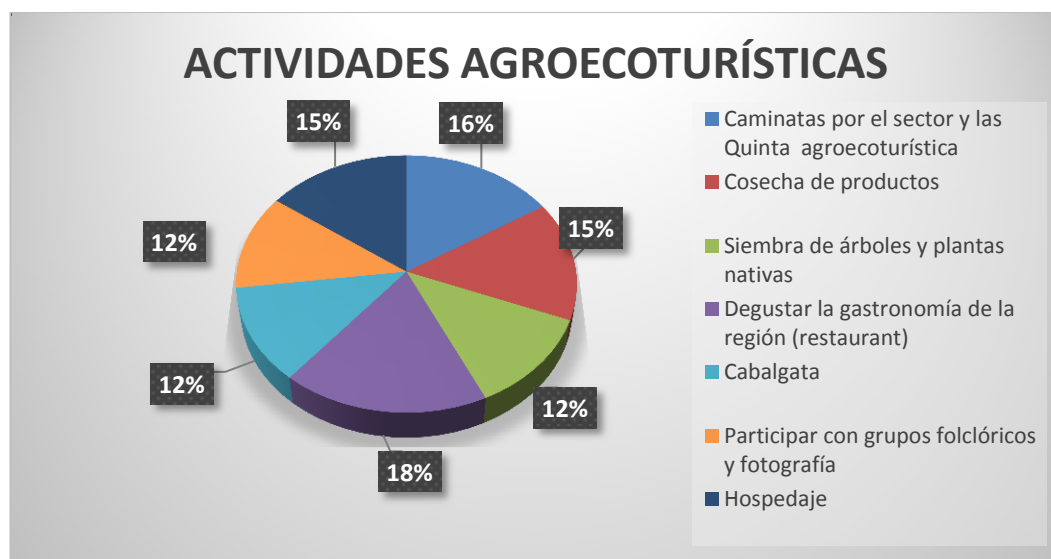
#### Cuadro No.64. Servicios

Servicios	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Hospedaje con servicios	19	20
Alimentación	19	20
Transporte	17	17
Guianza	14	14
Capacitación	16	16
Tienda de venta de productos	13	13
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

Con un 20% coinciden que debería existir Hospedaje y Alimentación en la Quinta “Mirador de los Nevados”, el 17% desea el servicio de transporte, el 16% de los encuestados desea que se de Capacitación, mientras que el 14% recomiendan que se debe prestar el servicio de Guianza y Capacitación (13%), estos datos son importantes para la estructuración del producto.

#### 14) Actividades relacionadas a la producción agroecoturística



**Gráfico No.32.** Actividades Agroecoturísticas

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo/2014

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

#### Cuadro No.65. Actividades Agroecoturísticas

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Caminatas por el sector y las Quinta agroecoturístico	16	16
Cosecha de productos	15	15
Siembra de árboles y plantas nativas	11	12
Degustar la gastronomía de la región (restaurant)	18	18
Cabalgata	11	12
Participar con grupos folclóricos y fotografía	12	12
Hospedaje	15	15
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Los turistas encuestados consideran que se debería implementar como actividades dentro de la Quinta “Mirador de los Nevados”, caminatas por el sector y las Quinta agroecoturística en un 16%, cosecha de productos en un 15%, siembra de árboles y plantas nativas 12%, degustar la gastronomía del sector en un 18%, al 12% les gustaría realizar cabalgata, al 12% le gustaría Participar con grupos folclóricos y fotografía, y el 15% utilizar el servicio de hospedaje.

Esta información determinará las actividades que se implementarán en el producto agroecoturístico en la Quinta Mirador de los Nevados.

## 15) Actividades Complementarias



**Gráfico No.33.** Actividades Complementarias

**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

## Cuadro No.66. Actividades complementarias

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Cabalgatas	16	16
Talleres de educación ambiental	16	16
Avistamiento de aves	17	18
Practica de juegos tradicionales	17	18
Talleres para elaboración de artesanías	16	16
Relatos de mitos, leyendas y tradiciones de la zona	16	16
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

El 100% de las personas extranjeras encuestadas se muestran interesadas en participar en todas las actividades dándoles igual o similar importancia, con el 18% desean realizar avistamiento de aves y talleres para la elaboración de artesanías, el 16% desean realizar cabalgatas, talleres de educación ambiental, talleres de elaboración de artesanías y finalmente relatos de mitos, leyendas y tradiciones de la zona.

Con la información recolectada se podrá estructurar el producto agroecoturístico de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas extranjeros.

**16) Precio por el cual están dispuestos a pagar los turistas extranjeros por un producto Agroecoturístico.**



**Gráfico No.34.** Precio del Producto  
**Fuente:** Encuestas aplicadas Mayo/2014  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Cuadro No.67.** Precio del Producto

PRECIO DEL PRODUCTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
\$45	64	65
\$46-\$55	27	28
\$56-\$65	3	3
Más de \$65	4	4
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

El 65% de los turistas nacionales encuestados están dispuestos a pagar de \$45 dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”, el 28% pagarían entre \$46 – \$55, el 4% están de acuerdo en pagar de \$55 a \$65 dólares por los mismos servicios y un 3% desean pagar \$56- \$65 dólares.

Al conocer la disposición económica del turista nacional se puede determinar los precios con los cuales se va a ofertar el producto.

**d. Perfil del turista nacional**

El 33% de los encuestados poseen entre 26-35 años y el 27% oscila entre los 46 años a más.

El 57% de los encuestados pertenecen al género masculino y el 43% pertenece al género femenino.

El 17% de los encuestados proviene la ciudad de Guayaquil, el 15 % de Quito, el 11% de Ambato, el 10% Macas, 9% Cuenca y el 8% Guaranda.

El 43% de los encuestados son casados, el 22% viven en unión libre, el 18% son solteros, el 12% de divorciados, y un 5% son viudos.

El 55% de los encuestados tienen un nivel de instrucción secundaria, 23% un nivel de educación superior, el 8% de Postgrado y 2% Doctorado.

El 40% de los encuestados son empleados privados y el 22% son estudiantes y el 18% son empleados públicos y el 12% jubilados.

El 39% de los encuestados viajan en familia y el 25 % viajan en pareja o con amigos.  
El 39% de los encuestados viajan por vacaciones, el 33% por visita familiar y el 16% por trabajo o negocios.

El 85% de los encuestados organizan su viaje por su propia cuenta y el 15% por medio de una operadora o agencia de turismo.

El 26% de los encuestados utilizan el internet para informarse acerca de su destino turístico, el 20% por medio de sus familiares y amigos y el 15% lo realizan por medio de su agencia u operadora turística.

El 81% de los encuestados están dispuestos a realizar agroecoturismo.

El 30% de los encuestados sugieren la implementación de una piscina; 26% canchas deportivas, 24 % la adecuación de un centro interpretativo, y 20% juegos infantiles.

El 20% de los encuestados sugieren que debería existir Hospedaje, alimentación y tienda de venta de productos, el 17% desean que se preste el servicio de Transporte y el 14% servicio de Guianza.

El 18% de los encuestados coinciden que se debería implementar como actividades dentro de la Quinta “Mirador de los Nevados”, cosecha de productos, degustar la gastronomía del sector y participar con grupos folclóricos, el 16% caminatas.

El 18% de los encuestados desean realizar cabalgatas, avistamiento de aves y talleres para elaboración de artesanías y el 16% desean realizar talleres de educación ambiental y 18% práctica de juegos tradicionales.

El 65% de los encuestados están dispuestos a pagar de \$45 a dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”.

### 3. Proyección de la Demanda

El número de turistas que se consideraron para proyectar la demanda son aquellos que visitaron la estación del tren en Riobamba, que de acuerdo a las proyección para el 2013 serán 46564 turistas, de los cuales 8382 (18%) serán extranjeros y 38182 (82%) son turistas nacionales.

Para la proyección de la demanda potencial se tomó en cuenta el porcentaje de los turistas tanto nacionales como internacionales interesados en visitar el centro turístico, por lo que los resultados son los siguientes:

**Cuadro No.68.** Proyección de la demanda

<b>Turistas Nacionales</b>	$(38182 * 89) / 100 = 33981.98$
<b>Turistas Extranjeros</b>	$(8382 * 81) / 100 = 6789.42$

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Según la información obtenida por el Ministerio de Turismo asegura que la tasa de crecimiento turístico nacional para el 2013 fue del 14%. Por lo tanto la fórmula a

utilizarse para proyectar la demanda es la del interés compuesto, con la cual se pronosticará la afluencia turística para los próximos 5 años, usando los datos de los turistas que visitaran la provincia de Chimborazo y la tasa de crecimiento turístico en el año 2013.

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

$C_o$  = año a proyectar

$C_n$  = demanda actual

$i$  = incremento

$n$  = el año a proyectarse

**Cuadro No.69.** Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DEMANDA						
Año	Extranjeros		Nacionales		Total demanda actual	Total demanda potencial
	Demanda actual	Demanda potencial	Demanda actual	Demanda potencial		
2013	8382	6789	38182	33981	46564	40771
2014	8499	6884	38716	34456	47215	41340
2015	8618	6980	39258	34939	47876	41919
2016	8738	7078	39808	35428	48546	42506
2017	8861	7177	40365	35924	49206	43101
2018	8985	7277	40930	36427	49915	42704

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### 4. Análisis de la Oferta

Varias han sido las propuestas de implementación de un producto agroecoturístico en la provincia, sin embargo ninguno de ellos han resultado tangibles o se ha logrado posicionarse como un producto bien estructurado ya que en sus primeros años de funcionamiento fracasaron o la comunidad no tenía un seguimiento constante del desarrollo del proyecto o la falta de apropiación.

Sin duda alguna se identificó una Quinta agroecoturística en la Parroquia de Pisthishi Comunidad de Tolte San Juan, que han iniciado con este proyecto de turismo comunitario generando gran acogida por parte de los turistas nacionales y extranjero, y asemejando al producto que queremos ofertar.



a. **Establecimientos, plazas de hospedaje y alimentación de Riobamba y provincia de Chimborazo**

**Cuadro No.70.** Establecimientos

<b>PROVINCIA DE CHIMBORAZO</b>					
<b>ESTABLECIMIENTOS</b>					
<b>CANTÓN</b>	<b>HOSPEDAJE</b>			<b>ALIMENTACIÓN</b>	
	Cantidad	Plazas		Cantidad	Plazas
		Hospedaje	Alimentación complementaria		
<b>RIOBAMBA</b>	101	4018	2668	322	11536
<b>PALLATANGA</b>	5	268	308	8	84
<b>GUANO</b>	16	691	844	21	792
<b>GUMOTE</b>	2	83		3	124
<b>CUMANDÁ</b>	5	108	308	2	136
<b>COLTA</b>	2	55		4	148
<b>CHUNCHI</b>	2	53	84		
<b>CHAMBO</b>	2	28	120	2	136
<b>ALAUÍS</b>	13	508	332	16	512
<b>TOTAL</b>	148	5812	4664	378	648

**Fuente:** ITUR, 2014

El cuadro muestra que Chimborazo cuenta con 148 establecimientos de hospedaje, de los mimos 5812 corresponde a plazas de hospedaje y 4664 de alimentación complementaria. Además esta provincia alberga a 378 establecimientos de alimentación, de los cuales 648 son las plazas disponibles.

Se evidencia que, entre todos los cantones de Chimborazo, Riobamba acoge la mayor cantidad de establecimientos, ya sea e hospedaje, como de alimentación, con 101 y 322 correspondientemente.

Es necesario mencionar que en este análisis no se toma en cuenta información del Cantón Penipe, puesto que no existe antecedentes en la base de datos del Catastro turísticos de los prestadores de servicio turístico de la Provincia de Chimborazo.

## 5. Proyección de la oferta

### a. Competencia

Se consideró como competencia a los lugares turísticos que tienen características similares al proyecto propuesto, en este caso en la Provincia de Chimborazo podemos encontrar el sendero “El Descanso del Diablo”, que se presenta en el cuadro a continuación.

**Cuadro No.71.** Competencia

NOMBRE	UBICACIÓN	SERVICIOS QUE OFERTA	CLIENTES ANUALES
Sendero el descanso del Diablo	Pisthishi-Alausi	Sendero Agro turístico	831
<b>TOTAL</b>			<b>831</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Determinamos después de la investigación de mercado que la competencia capta a 831 visitantes distribuidas de la siguiente forma según los registros de llegada a este sitio:

**Cuadro No.72.** Registro de llegadas

Turistas Nacionales:	519
Turistas Extranjeros:	312

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### b. Proyección de la competencia

Para la proyección de la competencia al igual que a la demanda se lo realizó para los próximos 5 años

**Cuadro No.73.** Proyección de la competencia

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	COMPETENCIA TOTAL
2013	519	312	831
2014	526	316	842
2015	533	320	853
2016	541	325	866
2017	548	329	877
2018	556	334	890

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## 6. Confrontación Oferta vs. Demanda

Para determinar la demanda insatisfecha se obtuvo de la resta de la demanda potencial de la competencia obteniéndose como resultado lo siguiente:

**Cuadro No.74. Demanda insatisfecha**

DI=	40771-831
DI=	39940

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**a. Proyección de la demanda insatisfecha****Cuadro N.75. Proyección de la demanda insatisfecha**

Nº	AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA TOTAL
0	2013	40771	831	39940
1	2014	41341	842	40499
2	2015	41920	854	41066
3	2016	42507	866	41641
4	2017	43102	878	42224
5	2018	43706	890	42815

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**b. Demanda objetiva**

Se receipto el 10% de la demanda insatisfecha con este proyecto que correspondió a 5991 turistas segmentados así:

**1) Proyección de la demanda objetiva****Cuadro No.76. Demanda insatisfecha**

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVA			
Nº	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (10%)
0	2013	39940	*3994
1	2014	40499	4049
2	2015	41066	4106
3	2016	41641	4164
4	2017	42224	4222
5	2018	42815	4281

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

\* La demanda objetiva nos permitirá analizar la comercialización de nuestro producto.

## C. DISEÑO DEL PRODUCTO AGROECOTURÍSTICO

### 1. Descripción de la Quinta “Mirador de los Nevados”

En el año de 1994 el Sr. Julio Eduardo Veloz adquiere una hectarea en el sector la Joya Guabulag junto al estadio de la parroquia Quimiag en la cual se contruye la Quinta “Mirador de los Nevados” la cual lleva ese nombre por que al subir a la segunda planta de la casa en el balcón principal se puede observar al volcán Chimborazo, Tungurahua , Sangay y El Altar, al pasar 5 años adquiere un terreno aledaño con una hectarea más con la cual se dedica a practicar agricultura de manera responsable evitando los agro tóxicos y el monocultivo.

La Quinta “Mirador de los Nevados” cuenta con infraestructura básica para realizar turismo responsable y mantiene prácticas de agricultura con métodos tradicionales siendo apta para ofertar un producto agroecoturístico.

Debido al interés que genera la Quinta por su ubicación e infraestructura se han realizado varios eventos y ha sido visitada por personas que se han hospedado en la misma, por lo cual surgió la idea de implementar un centro de interpretación y ofrecer varios servicios para los visitantes.

#### a. Área de producción agroecoturística

Destinado a siembra de hortalizas y legumbres cuenta con un sistema de riego por asperción ocupando una area de 10 000m<sup>2</sup>.

### 1) Hortalizas y legumbres que se producen en la Quinta

**Cuadro No. 77.** Hortalizas y legumbres que se producen en la Quinta “Mirador de los Nevados”

Nombre común	Familia	Nombre científico	variedad de especies	Número de especies presentes en la Quinta
Papa	<i>Solanaceae</i>	<i>Solanum tuberosum</i>	- Gabriela - Cecilia - Pan - Chaucha	4
Col	<i>Brassicaceae</i>	<i>Brassica oleracea</i> <i>var. Viridis</i>	- Col común - Crespa - Morada - Bruselas	4
Lechuga	<i>Asteraceae</i>	<i>Lactuca sativa</i>	- Romana - Seda - Crespa - Morada - Común	5
Acelga	<i>Amaranthaceae</i>	<i>Beta vulgaris</i>	- Acelga	1
Espinaca	<i>Amaranthaceae</i>	<i>Spinacia oleracea</i>	- Espinaca	1
Cebolla	<i>Amaryllidaceae</i>	<i>Allium cepa</i>	- Cebolla blanca - Colorada - Perla - Puerro - Cebollín	5
Nabo	<i>Brassicaceae</i>	<i>Brassica napus</i>	- Nabo Común - Nabo crespo	2
Remolacha	<i>Amaranthaceae</i>	<i>Beta Vulgaris</i>	- Remolacha	1
Zanahoria	<i>Apiaceae</i>	<i>Daucus carota</i>	- Zanahoria - Zanahoria Amarilla	2
Rábano	<i>Brassicaceae</i>	<i>Raphanus sativus</i>	- Rábano rojo - Rábano blanco	2
Oca	<i>Oxalidaceae</i>	<i>Oxalis tuberosa</i>	- Oca	1
Mellico	<i>Basellaceae</i>	<i>Ullucus tuberosus</i>	- Mellico	1
Perejil	<i>Apiaceae</i>	<i>Petroselinum crispum</i>	- Perejil Común - Perejil crespo	2
Albahaca	<i>Lamiaceae</i>	<i>Ocimum basilicum</i>	- Albahaca	1
Papanabo	<i>Brassicaceae</i>	<i>Brassica rapa</i>	- Papanabo	1
Coliflor	<i>Brassicaceae</i>	<i>Brassica oleracea</i>	- Coliflor	1
Brócoli	<i>Brassicaceae</i>	<i>Brassica oleracea</i> <i>itálica</i>	- Brócoli	1
Tomate de mesa	<i>Solanaceae</i>	<i>Solanum lycopersicum L.</i>	- Tomate de carne	1
Zucchini	<i>Cucurbitaceae</i>	<i>Cucurbita pepo</i>	- Zucchini - Zucchini amarillo	2
Eneldo	<i>Apiaceae</i>	<i>Anethum graveolens</i>	- Eneldo	1
Frijol	<i>Fabaceae</i>	<i>Phaseolus vulgaris</i>	- Canario - Rojo moteado - Panamito	3

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## 2) Equipamiento con el que cuenta el área de producción

**Cuadro No.78.** Equipamiento con el que cuenta el área de producción

Equipamiento con el que cuenta el área de producción		
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Pala	12	Grandes de metal y madera
Rastrillos	12	Grandes metalicos
Azadón	12	Grandes
Sembradoras	5	Medianas
Lampa	12	Grandes
Hos	12	Metal con madera
Carretillas para cosecha	6	Medianas
Gabetas	24	Plásticas grandes
Sacos	100	Lona
Sogas	100	Cabuya

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## 3) Subárea de frutales y plantas nativas

Superficie que ocupa

**Cuadro No.79.** Frutas que se producen en “La Quinta Mirador de los Nevados”

Nombre común	Familia	Nombre científico	Tipo de vegetación		
			Arbórea	Arbustiva	Herbácea
Frutilla	<i>Rosaceae</i>	<i>Fragaria vesca</i>			○
Mora	<i>Rosaceae</i>	<i>Rubus glaucus</i>		○	
Tomate de árbol	<i>Solanaceae</i>	<i>Solanum betaceum</i>		○	
Taxo	<i>Passifloraceae</i>	<i>Passiflora mollissima</i>			○
Granadilla	<i>Pasifloraceae</i>	<i>Pasiflora ligularis</i>			○
Manzana	<i>Rosaceae</i>	<i>Malus domestica</i>	○		
Pera	<i>Rosaceae</i>	<i>Pyrus comunis</i>	○		
Lima	<i>Rutaceae</i>	<i>Citrus aurantifolia</i>		○	
Limón	<i>Rutaceae</i>	<i>Citrus limón</i>	○		
Aguacate	<i>Lauraceae</i>	<i>Persea americana</i>	○		

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### 4) Subárea de crianza y reproducción de animales

Superficie que ocupa

**Cuadro No.80.** Crianza y reproducción de animales en “La Quinta Mirador de los Nevados”

<b>SUPERFICIE OCUPADA PARA LA CRIANZA DE ANIMALES</b>		
<b>Nombre</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b># de especímenes</b>
Gallinas	200 m <sup>2</sup>	30
Cuyes	20m <sup>2</sup>	80
Caballos	400 m <sup>2</sup>	6
Ovejas	200 m <sup>2</sup>	4
Vacas	200m <sup>2</sup>	6
Conejos	20m <sup>2</sup>	20
<b>TOTAL</b>	<b>1040 m<sup>2</sup></b>	<b>146</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### 5) Subárea de riego

Tanque de almacenamiento de agua, através de una bomba el agua de riego es distribuida por el sistema de asperción a toda el área de producción, ocupa una superficie de 200 m<sup>2</sup>.

#### 6) Subárea de comercialización de productos Agroecológicos

Al iniciar la actividad comercial la Quinta ofertaba sus productos en las ferias de los principales mercados de la ciudad, en la actualidad los propietarios hacen entregas directas a sus consumidores que prefieren productos agroecológicos, los productos son también ofertados dentro de la quinta y de su servicio de alimentación, también se venden frutas, hortalizas y legumbres quienes los visitan.

#### b. Área de servicios e infraestructura turística

La Quinta “Mirador de los Nevados” dispone de una infraestructura de 800 m<sup>2</sup> de construcción, y es aquí en donde se ofrecen los servicios de hospedaje, alimentación, transporte, guianza, eventos y recepciones.

## 1) Hospedaje

La Quinta “Mirador de los Nevados”, cuenta con 7 habitaciones , 1 simple, 1 doble y 5 múltiples, con una capacidad total para 35 personas, cada habitación tiene baño privado.

**Cuadro No.81.** Menaje Ofrecido en el servicio de hospedaje

MENAJE				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	
			c/u	TOTAL
Cama	1	2½ plazas	200	200
	2	1½ plaza.	150	300
Litera doble	10	½ Plaza	220	2200
Muebles de pie de cama	1	2 plazas	80	80
Colchón	2	2½ Plazas	180	360
	21	1½ plaza	120	2520
Cubre colchón	23	Anti acaros	28	460
Juegos de Sábanas	9	2½ Plazas	25	225
	3	1½ plaza	18	54
	48	½ plaza	10	480
Cubre almohada	72	cubre almohadas	5	360
Cobijas	9	2½ Plazas	25	225
	3	1½ plaza	18	54
	48	½ plaza	15	720
Cubre Cama	9	2½ Plazas	50	450
	3	1½ plaza	40	120
	28	½ plaza	25	700
Almohadas	46	Medianas	7	322
Armario de pared	7	Con tres espacios de dimensiones 2,20 cm x 1,50 cm	150	1050
Mesita de noche	9	Medianas	30	270
Toallas de baño	48	Toallas grandes para cada cama	15	720
Toallas de mano	48	Toallas en cada baño	6	288
Alfombras	24	Medianas en el interior del baño, en la puerta a la habitación y al pie de la cama	10	240
Basurero	6	medianos	8	48
	6	Grandes	15	90
Sillas	12	De dormitorio	20	240
Lámpara	14	Medianas	19	266
Cortinas	12	Grandes	25	300
<b>TOTAL</b>				<b>13342</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



## 2) Alimentación

El servicio de alimentación oferta a los visitantes desayunos, almuerzos, cenas, coffee breaks, picaditas y helados preparados esencialmente con los productos de la Quinta.

La infraestructura disponible para ofrecer el servicio de alimentación está distribuido en dos cocinas y un comedor con capacidad hasta de 80 personas.

**Cuadro No. 82.** Menaje ofrecido en el servicio de alimentación (comedor)

<b>MENAJE</b>				
<b>COMEDOR</b>				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	
			C/U	TOTAL
Mesas	6	con espacio para ocho personas	900	5400
	4	con espacio para seis personas	600	2400
Sillas	40	Individuales	30	1200
Manteles	12	Grandes	30	360
	8	pequeños	20	160
Saleros	12	Pequeños	5	60
Pimenteros	12	Pequeños	5	60
<b>TOTAL</b>				<b>9640</b>

**Cuadro No.83.** Menaje ofrecido en el servicio de alimentación (cocinar)

<b>MENAJE</b>				
<b>COCINAS</b>			<b>PRECIO</b>	
			<b>C/U</b>	<b>TOTAL</b>
Cocina	2	Industriales de tres ornillas	300	600
	1	Cocina de cuatro hornillas más horno	400	400
Tanque de Gas	3	Industrial	100	300
Refrigeradora	2	Mediana de dos puertas	700	1400
Lavandin	3	Metalicos	120	360
Ollas	6	Grandes	50	300
	3	medianas,	20	60
	3	Pequeñas	10	30
Sartén	6	Grandes	50	300
Pailas	2	Medianas	60	120
	2	Pequeñas	30	60
Licuadaora	2	Oster	80	160
Utensillos de cocina	1	Metalicos y madera	30	30
Vajilla	12	Cada paquete contien 4 platos soperos, 4 platos grandes, 4 medianos , 4 pequeños y 4 tazas (paquetes)	35	420
Waflera	1	Pequeña	73	73
Cucharas	45	Grandes	0,50	22,5
	45	Pequeñas	0,30	13,5
Cubiertos	45	Cuchillos y tenedores (pares)	.1	45
Vasos	45	Medianos de Cristal	0,80	36
Copas	45	Medianas de Cristal	1,20	54
Jarras	10	Grandes de Cristal	8	80
Mesones	3	Mesones Largos	250	750
Sillas	6	Pequeñas	25	150
<b>TOTAL</b>				<b>5764</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### 3) Transporte

La Quinta “Mirador de los Nevados” posee alianzas con empresas de transporte las cuales prestan servicios de taxi, csmioneta y buseta para trasladar a los visitantes y sus pertenencias hasta la Quinta.

**Cuadro No. 81.** Registro de organizaciones presentes por comunidad en la parroquia.

N°	Poblado/Asentamiento humano	Tipo de Organización	Nombre de la organización	Fecha de creación	Nombre y Apellidos del representante (Presidente)	No. de miembros de la organización
1	Centro Parroquial	Cooperativa de Transporte	Santiago de Quimiag	2 de Abril de 1979	Lcdo. Luis Donoso	21

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### 4) Guianza

Los encargados de la Guianza son los propietarios de la Quinta “Mirador de los Nevados” pues ellos conocen su manejo y distribución.

#### 5) Sala de eventos

Espacio físico con capacidad para 80 personas , es usualmente destinada para realizar programas, recepciones y reuniones, cuenta con un conjunto de baterías sanitarias para hombres y mujeres.

Existe una mini capilla para relizar oficios religiosos.

**Cuadro No. 85.** Menaje ofrecido en la Sala de eventos

<b>MENAJE</b>				
<b>SALA DE EVENTOS</b>				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	
			C/U	TOTAL
Mesas	13	Cada una con espacio para seis personas	600	7800
Sillas	80	Individuales	30	2400
Manteles	26	Grandes	40	1040
Infocus	1	Canon	600	600
Pizarra de ruedas	1	2m x 1,5m	300	300
<b>TOTAL</b>				<b>12140</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No. 86.** Menaje ofrecido en la Sala de recepción

<b>MENAJE</b>				
Recepción				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	
			C/U	TOTAL
Escritorio	2	Escritorio con cuatro cajones	150	300
Sillón	4	Para cuatro personas	300	1200
Sillas	4	Para tres personas	240	960
<b>EQUIPOS</b>				
Computadora de escritorio	1	Clonada	500	2000
Computadora portátil	2	Dell 2013	1000	4960
<b>TOTAL</b>				300

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### 6) Sala de Juegos

En ésta sala de entretenimiento se pueden encontrar principalmente juegos de mesa como Ajedrez, Cartas, Perinola, otros.

**Cuadro No. 87.** Menaje ofrecido en la Sala de juegos

<b>SALA DE JUEGOS</b>				
Menaje				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	
			C/U	TOTAL
Mesas	2	Capacidad para 6 personas	600	1200
Sillas	12	Individuales	30	360
Repisa	1	De madera con 3 compartimentos	80	80
<b>TOTAL</b>				1640

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### 7) Cabañas de descanso

Existen dos cabañas de descanso donde se pueden realizar parrilladas con capacidad para 40 personas.

## 2. Requerimientos de creación

### a. **Requerimientos del área de comercial**

#### a) **Talento humano**

**Cuadro No.88.** Talento humano

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gasto Mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
Jefe comercial	1	600	8140,0
<b>TOTAL</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### b) **Inversiones de activos fijos**

**Cuadro No.89.** Inversiones de activos fijos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Requerimientos de implementación	1	Unidad	123839,15	123839,15
Máquinas y equipos	1	Unidad		80
Teléfono	1	Unidad	80	
Equipo de computo	1	Unidad		250
Impresora	1	Unidad	250	
Muebles y encerados	1	Unidad		
Silla giratoria	2	Unidad	55	110
Escritorio	2	Unidad	175	350
Sillas	2	Unidad	22	44
Archivadores aéreo	1	Unidad	82	82
<b>TOTAL</b>				916,0

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

#### c) **Materiales e insumos**

**Cuadro No.90.** Materiales e insumos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gasto Mensual</b>	<b>Gasto Anual</b>
Materiales de oficina	1	200	200
Cartuchos	6	40	240
<b>TOTAL</b>			440

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**d) Inversiones en el capital de operación.**

**Cuadro No.91.** Inversiones en activos diferidos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
<b>Capacitación</b>			
Capacitador	2	500	1000
Carpetas	6	0,25	1,5
Esferos	6	0,2	1,2
<b>TOTAL</b>			1002,7

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Capacitación Agroecoturismo**

Podríamos definir agroecoturismo como una nueva tendencia que se da específicamente en zonas rurales de nuestro país, la cual consiste en fusionar estas tres actividades de manera que se incluyan aspectos básicos de cada una. Con esto para especificar un poco podríamos exponer como paquete al turista las diferentes labores y procesos que se dan en la elaboración de “X” producto (parte AGRO), de igual forma implementar en el lugar una forma sostenible de trabajo y así un sector destinado a la conservación (parte “SOSTENIBLE” y” ECO”) y por supuesto la visita de turistas al lugar, así como la promoción de el mismo como atractivo aportan la parte TURÍSTICA.

Dicha fusión nos da como resultado una actividad que complementa los tres aspectos unos con otros de manera tal que podemos obtener una ganancia extra con una actividad que caracteriza nuestro país desde hace mucho tiempo.

El Agroturismo; es una modalidad que consiste en la prestación de servicio de alojamiento y comida en los sectores rurales, atendida por sus propios dueños (campesinos o agricultores), brindándoles a los huéspedes la oportunidad de involucrarse con la actividad agrícola que se desarrolle en la localidad.

Lo que persiguen los agroturistas, es la desconexión con el mundo urbano, liberarse del estrés que provoca el tráfico, el campo laboral, el uso de los avances tecnológicos y distraerse con las actividades agrarias y ganaderas, el hecho de que el huésped adopte por un tiempo determinado uno de estos oficios, crea en su interior una satisfacción personal valorable.

En comparación con otras modalidades del turismo esta es una de las más económicas y una de las que amerita menor nivel de exigencia en cuanto al trato hacia los turistas, solo tienen que ser como normalmente son, los turistas buscan es la vida cotidiana del agricultor, no modificarle su rutina; en el ámbito ecológico es una modalidad sumamente sostenible y sustentable, de bajo impacto, porque quien se desempeñará como guía turístico, facilitador de los conocimientos y supervisor de las actividades desarrolladas por los agro-turistas, es el campesino o agricultor, quien es la persona más interesada en que se mantenga el equilibrio ecológico, y que busca por todos los medios disminuir el impacto que ocasiona el hombre al ambiente.

**Objetivo del curso:** El objetivo de este curso es proporcionar a los participantes una base teórica y prácticas sobre la planeación, coordinación e instrumentación de proyectos agro-eco-turísticos, que les permita desarrollar un criterio de toma de decisiones con instrumentos metodológicos necesarios para la solución de problemas relacionados con el desarrollo de esas empresas.

**Público:** Hombres y mujeres, sin rango de edad propietarios de pequeñas o medianas fincas agropecuarias interesados en el agro-ecoturismo como alternativa de la economía personal/ familiar/ empresarial.

El perfil del destinatario de este curso puede pertenecer a alguno de los grupos que aquí se describen:

- Personas de áreas rurales, que tengan la intención de incursionar en el sector de innovación del área de turismo haciendo uso de los recursos sociales, naturales y culturales de su comunidad, que se encuentren además interesados en mostrar parte de su modo de vida al turista y que se busquen dinamizar sus economías desarrollando actividades turísticas en estos tipos de espacios.
- Técnicos de instituciones del Estado o universidades (como propulsores en las comunidades para el desarrollo de proyectos agroecoturísticos), responsables de proyectos de asesorías apoyados por instituciones gubernamentales y no gubernamentales, capacitadores de pequeñas y medianas empresas y/o productores.

En cualquiera de los dos grupos mencionados, las persona interesadas en tomar este curso deben:

- Dominar las herramientas básicas de computación y acceso a Internet.
- Tener alguna experiencia en la elaboración de proyecto.
- Tener acceso a información del lugar en el que se prevé implantar el proyecto de agroecoturismo demodo que se facilite realizar un diagnóstico en base al cual se preparará luego el proyecto.

**Idioma:** Español.

**Resultados esperados:** Se pretende que los estudiantes al final del curso hayan desarrollo competencias para:

- El manejo adecuado de los términos técnicos relativos al agro-eco-turismo
- Realizar estudios de factibilidad e impacto en los proyectos de agro-eco-turismo
- Desarrollar un proyecto de agro-eco-turismo con un enfoque analítico
- Aprovechar y aplicar los conocimientos necesarios para la creación, animación, y gestión de una actividad agro-eco-turística
- Utilizar las mejores prácticas para estudios de mercado y comercialización de productos deAgro-eco-turismo
- Aplicar los elementos de una administración óptima de un proyecto
- Conducir procesos de evaluación para el aseguramiento de calidad en la empresa agro-eco-turística

**e) Gastos de difusión y publicidad (durante)**

**Cuadro No.92.**Gastos de difusión y publicidad (durante)

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto mensual</b>
Publicidad	1	812	812
<b>TOTAL</b>			<b>812</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**b. Requerimientos del área productiva**

**a) Inversiones de activos fijos**

**Cuadro No.93.** Inversiones de activos fijos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Adecuación de Granjas	1	3500	3500
sendero	1	2800	2800
Animales Caprinos	8	300	2400
Especies menores	20	15	300
Animales bovinos	4	200	800
Animales porcinos	4	250	1000
Animales exóticos (pareja: faisanes, de pavo reales y loros exóticos)	6		2000
Mantenimiento de especies	1		1500
<b>TOTAL:</b>			<b>14300</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**b) Materia prima, insumos y materiales**

**Cuadro No.94.** Materia prima, insumos y materiales

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Costo total</b>
Hortalizas y legumbres (semillas)			400,0
Frutas (semillas)			400,0
Compost			100,0
<b>TOTAL</b>			<b>900,0</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**c) Talento humano**

**Cuadro No.95.** Talento humano

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>CABALGATA</b>			
Encargado animales	1	340	14280
<b>GUIANZA</b>			
Guías	1	340	9520
<b>TOTAL</b>			<b>23800</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

c. **Requerimientos del área administrativa**

a) **Inversiones en activos fijos**

**Cuadro No.96.** Inversiones en activos fijos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
<b>Máquinas y equipos</b>			
Caja Registradora Casio	1	500	500
Calculadora	1	20	20
<b>Equipo de computo</b>			
Computadora	1	1580	1580
<b>Muebles y encerres</b>			
Sillas	2	22	44
Sillas giratorias	1	55	55
Escritorio	1	500	500
Tachos de basura de porcelana	2	8	16
<b>TOTAL</b>			<b>2715</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

b) **Talento humano**

**Cuadro No.97.** Talento humano

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Administrador	1	620	9308
Conserje	1	340	5258
<b>TOTAL</b>			<b>14565</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

c) **Materiales e insumos****Cuadro No.98.** Materiales e insumos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Materiales de oficina	1	60	60
Jabón líquido Dg (5 l)	2	18	36,5
Limpiador Tips Tanque 24 g	12	2	27
Paquete de papel higiénico Familia económico x 144 rollos	1	28	28
Fundas de basura pequeñas (24 Unidades)	10	1	10
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	5	3	12,5
Fundas de basura pequeñas (24 Unidades)	5	1	5
<b>TOTAL</b>			<b>179</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

d) **Inversión activos diferidos****Cuadro No.99.** Inversión activos diferidos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Elevación de escritura de registro	1	450	450
<b>TOTAL</b>			<b>450</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

e) **Gastos de permisos de funcionamiento****Cuadro No.100.** Gastos de permisos de funcionamiento

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Gasto mensual</b>
Patente municipal	1	40	40
MINTUR	1	94	94
Permiso de los bomberos	1	10	10
<b>TOTAL</b>			<b>144</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

f) **Servicios básicos**

**Cuadro No.101.** Servicios básicos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Gasto Anual</b>
Luz	12	55	660
Agua	12	20	240
Teléfono	12	12	144
Internet	12	24	288
<b>TOTAL</b>			<b>1044</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

3. **Estudio de factibilidad**

a. **Estudio Legal**

La quinta el Mirador de los Nevados se constituirá como una empresa privada tipo sociedad anónima, y bajo el Reglamento General de Actividades turísticas del Ecuador se ubicará como un complejo vacacional.

1) **Constitución de la república del Ecuador**

De acuerdo al Capítulo sexto, Del Trabajo y producción, Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión

Enuncia que:

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## **Sección segunda**

### **Tipos de propiedad**

**Art. 321.-** El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

**Art. 322.-** Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad.

**Art. 323.-** Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley. Se prohíbe toda forma de confiscación.

**Art. 324.-** El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal.

### **2) Superintendencia de compañías**

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

**Requisitos para constituir una compañía**

1. Aprobación del nombre de la Compañía
2. Apertura cuenta de Integración de Capital
3. Celebrar la Escritura Pública
4. Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución
5. Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras
6. Cumplir con las disposiciones de la Resolución
7. Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil
8. Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía
9. Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil
10. Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías
11. Obtener el RUC
12. Retirar la cuenta de Integración de Capital
13. Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía
14. Obtener permiso para imprimir Facturas

El registro único es un documento indispensable en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, en caso que se produzca algún cambio en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros. En caso que no se cumpla con este requisito se multará con una cantidad de 100,00 \$ al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. Si existiera reincidencia se producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El precio por registro se hará por una sola vez siempre que se mantenga la actividad y, los valores podrán ser ajustados anualmente.

Los requisitos para obtener el registro único son: Una copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante, certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), Registro Único de Contribuyentes R.U.C, contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar, formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

### 3) Ley de turismo

De acuerdo al Capítulo II. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los Municipios y Gobiernos Provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

#### **4) Reglamento general de la aplicación de la ley de turismo**

### **CAPITULO VI**

Quien puede ejercer actividades turísticas. El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

#### **5) Registro único**

**Art. 47.** Obligación del Registro Único de Turismo. Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.



El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier TÍTULO, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

**Art. 48.** Pago por concepto de registro. El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

## **6) Licencia única anual de funcionamiento**

**Art. 55.** Requisito previo para la operación. Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**Art. 56.** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.

A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Art. 58.** Establecimiento de requisitos.

El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

**Art. 60.** Pago de la licencia

El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

## 7) **Reglamento general de la actividad turística**

La SECCIÓN 7 correspondiente a Complejos Vacacionales enuncia:

**Art. 31.-** Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento.

**Art. 32.-** Servicios en los complejos vacacionales.- Para que un alojamiento sea considerado complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

a. De hospedaje y complementarios

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor. Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado. Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de "souvenirs" y artículos de uso, frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y,

b. Servicios de carácter deportivo

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.
- En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.

- Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34, el mismo que comprenderá como mínimo un período de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrellas.
- En los complejos vacacionales, cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio.
- La asistencia médica será prestada con cargo a los clientes que lo soliciten. En todo caso, el médico realizará una visita diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería
- El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento, especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34.

**Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales.-** Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción de las siguientes:

- Campo de golf.
- Pista de tennis.
- Bolos.
- Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje.

La celebración de veladas folklóricas, bailes, concursos o entretenimientos, dentro de los complejos vacacionales, podrá dar lugar al cobro de un valor adicional, siempre y cuando lo autorice el Ministerio de Turismo.

**Art. 34.-** Reglamento interno de los complejos vacacionales.- En todos los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinarán las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

## **8) Requisitos legales**

Para la constitución de la empresa se necesita realizar los siguientes trámites:

### **a) Registro único del contribuyente**

- Formulario RUC lleno con los datos de la compañía.
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

### **b) Patente municipal**

- Formulario de patente de actividades económicas (Son 2 y se debe comprar en la ventanilla de venta de especies valoradas N 14: \$2.00).
- Original y copia de la cedula y papeleta de votación.
- Original y copia del RUC.
- Copia permiso de cuerpo de bomberos.
- Copia del acta de Constitución de la empresa.
- Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio.
- En caso de inscripción para obtener la patente para personas jurídicas por primera vez, deben presentar:
- Formulario de declaración de patentes, original y copia.

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la resolución de la superintendencia de compañías.
- Copia de la cedula de ciudadanía.

**c) Permiso sanitario**

- Categorización (locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

**d) Registro actividad turística**

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar una solicitud en el formulario acompañado de los siguientes documentos.

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos si los hubiere tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Certificado de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.

- Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía, según sea persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados.
- Declaración juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

**e) Licencia anual de funcionamiento**

- Solicitud de registro en el catastro turístico dirigida al señor alcalde.
- Certificado de registro conferido por el ministerio de turismo.
- Patente municipal actualizada.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.
- Copia certificada del RUC.
- Lista de precios del establecimiento turístico.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

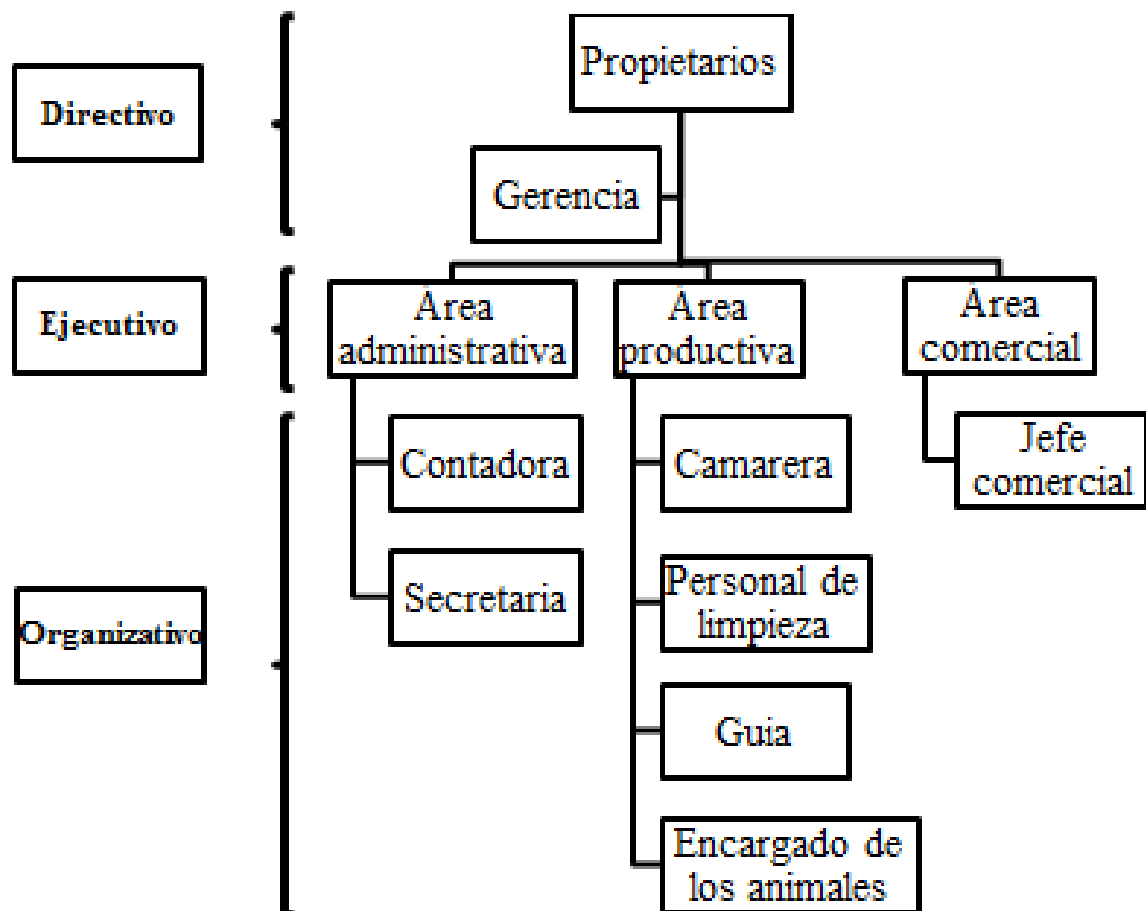
**f) Afiliación a la cámara de turismo provincial**

- Copia de la cedula de identidad del representante legal de la empresa.
- Copia del certificado de votación.
- RUC
- Patente municipal.
- Registro del ministerio de turismo.
- Dos fotos tamaño carnet.

**b. Estudio Administrativo**

**a) Estructura Organizativa “La Quinta Mirador de los Nevados”**

Para “La Quinta Mirador de los Nevados” se ha estructura tres niveles que coordinarán entre sí, para desarrollar adecuadamente el proyecto propuesto.



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**(a) Descripción de la Estructura Organizativa**

La estructura organizativa está dirigida por los propietarios de la Quinta, las funciones de la organización son distribuidas en tres niveles, el Directivo, Ejecutivo y Operativo.

El Directivo estará conformado por la gerencia

El Ejecutivo estará conformado por el área de contabilidad



El Operativo será ejecutado a través de actividades como alimentación, limpieza, guianza y hospedaje.

## **b) Área de gerencia**

En este nivel se toman decisiones que afectan a todo el proyecto, las mismas que serán trascendentales a largo plazo.

### **i. Competencias del Gerente**

- Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa
- Coordinar todas las actividades que se realicen en “La Quinta Mirador de los Nevados”, vigilar la excelencia y calidad del producto.
- Representar legalmente a “La Quinta Mirador de los Nevados”.
- Elaborar y presentar informes y documentos internos y/o externos propios de su gestión
- Liderar procesos de Gestión de la Calidad del producto Agroecoturístico
- Contratación, administración y desarrollo de Personal.
- Manejo de recursos, adecuación logística, creación y control de métodos y sus tiempos, manejo de personal; factores indispensables para el direccionamiento del área de producción agroecoturista y turística.
- Optimizar y rentabilizar los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles.
- Establecer y mantener relaciones cordiales, recíprocas y cálidas; o redes de contacto con los clientes internos y externos.
- Debe verificar y establecer junto con el contador (a), los presupuestos a asignar en las diferentes Áreas que componen al “La Quinta Mirador de los Nevados”, al igual que su ejecución.
- Satisfacer las necesidades inmediatas de sus clientes internos y externos
- Coordinar las visitas y el alojamiento de grupos.
- Recoger las sugerencias y ponerlas en práctica
- Investigar y relacionarse con otras empresas para incorporar ideas que permitan el mejoramiento del producto Agroecoturístico
- Vigilar que todos los turistas se sientan satisfechos.

- Es el encargado de capacitar al personal en temas afines al eficiente servicio al turista.

## **ii. Perfil del Gerente**

- Las características, rasgos o cualidades que un gerente debe poseer son los siguientes:
- Poseer un espíritu emprendedor: La capacidad para incursionar en cosas nuevas y desconocidas con la certeza y convicción de que todo saldrá bien. Debe tener afán de logro y de poder.
- Gestión del cambio y desarrollo de la organización: Habilidad para manejar el cambio para asegurar la competitividad y efectividad a un largo plazo. Plantear abiertamente los conflictos, manejarlos efectivamente en búsqueda de soluciones para optimizar la calidad de las decisiones y la efectividad de la organización.
- Habilidades cognitivas: Debe poseer inteligencia para tomar decisiones acertadas, lo que implica buena capacidad de análisis y síntesis, buena memoria para recordar datos, cifras, nombres y rostros de personas y creatividad para innovar.
- Habilidades interpersonales.- Capacidad, sensibilidad, empatía para comunicarse e influenciar sobre los demás, para resolver conflictos., habilidad para motivar al personal y capacidad para ejercer el liderazgo.
- Habilidad comunicativa: Capacidad para hacerse entender, expresar conceptos e ideas en forma efectiva, para escuchar y comprender a otros,
- Liderazgo: Es la capacidad para ejercer influencia, motivar e integrar personas, ejercer el poder y aplicar la autoridad y la disciplina. Liderazgo también es la habilidad para orientar la acción de los grupos humanos en una dirección determinada. Inspirar valores de acción y anticipar escenarios de desarrollo, establecer los plazos y objetivos, efectuar adecuado seguimiento y retroalimentación, considerando las opiniones de los otros.
- Motivación y dirección del personal: Capacidad de poder hacer que los demás mantengan un ritmo de trabajo intenso, teniendo una conducta auto dirigida hacia las metas importantes. Capaz de desarrollar, consolidar y conducir un equipo de trabajo alentando a sus miembros a trabajar con autonomía y responsabilidad.

- Espiritu competitivo: Comprende su entrega al trabajo, la constancia y perseverancia por alcanzar los objetivos trazados..
- Integridad moral y ética: Es una persona de confianza para los accionistas y para la sociedad, por lo que sus acciones y conducta deben enmarcarse dentro de una moral y ética intachable.
- Capacidad crítica y auto correctiva: suficiente perspicacia para autoanalizarse y tomar las acciones correctivas en caso de haber tomado decisiones equivocadas que puedan poner en peligro a la organización.

### c) **Área de Apoyo**

Es un nivel que no requiere permanencia constante en la empresa como el resto del personal, sin embargo el contar con éste facilita que las actividades planeadas se desarrollen de manera más eficiente, permitiendo al resto del personal , ocuparse enteramente de sus obligaciones sabiendo que quien hace de apoyo puede tranquilamente resolver imprevistos, que genere que el producto que se ofrece al turista sea de calidad en todos los aspectos

Quienes cubran este nivel pueden ser voluntarios extranjeros, estudiantes que hacen pasantías, entre otros.

### d) **Área operativa**

Área en donde se realiza directamente el producto o servicio, mantiene contacto directo con la mano de obra que prestará los servicios.

#### i. **Técnico en Turismo**

- Identificar los atractivos turísticos representativos en Quimiag o en la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”
- Elaborar frecuentemente monitoreo de aves
- Elaborar un plan de manejo ambiental
- Proporcionar inventarios de flora y fauna
- Buscar y participar en espacios de difusión turística como encuentros, ferias de turismo, etc
- Determinar nuevos circuitos considerando tiempo y actividades en “La Quinta Mirador de los Nevados”.

- Determinar programas y proyectos turísticos para la quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados” en función de la demanda y los atractivos existentes
- Actualizar información sobre nuevos paquetes y actividades en medios de publicidad y difusión
- Diseñar propuestas de nuevos paquetes turísticos
- Ejecutar la venta de paquetes turísticos
- Evaluar el impacto de aceptación y venta de los paquete turísticos
- Motivar a las personas interesadas a participar en actividades de turismo Agroecológico
- Supervisar que los servicios turísticos sean cumplidos de acuerdo a lo ofrecido
- Supervisar que las actividades turísticas se realicen de acuerdo a lo estipulado en el paquete
- Periódicamente elaborar y presentar informes y documentos internos y/o externos propios de su gestión

## **ii. Perfil del técnico en turismo**

- El Técnico en turismo está capacitado para comprender la actividad turística como un todo, conociendo sus diferentes impactos sociales, culturales, económicos y ambientales, para que sea un motor de desarrollo del País, dando respuestas a las diferentes necesidades, mediante el aprovechamiento integral de los recursos, naturales y culturales; (playas, bosques, montañas, ríos, lagos, cascadas, etc.; históricos (museos, monumentos y lugares históricos); culturales (galerías de arte, conciertos, eventos deportivos) y de identidad nacional (fiestas y tradiciones, Arte popular). Potenciando la actividad, a través de un proceso participativo con los distintos actores sociales intervinientes, en la formulación, evaluación y desarrollo de planes, programas y proyectos turísticos.
- La actividad turística involucra múltiples modalidades y servicios: turismo de aventura, de ocio y recreación, ecoturismo, de salud, servicios turísticos como hospedaje, Restaurantes, agencias de viajes, guías de turistas, empresas de transporte y recreación y organización de eventos (congresos y convenciones).

- Está capacitado para actuar como Profesional íntegro en una Empresa de Viajes y Turismo de acuerdo con la normativa vigente, mediante su aval en el desempeño de las actividades turísticas.
- Su formación académica le proporcionará la capacidad de gestión, de identificar sitios con potencial turístico, realizar planificación turística, diseñar proyectos turísticos

### **iii. Camarero (a)**

- Trasladar al huésped junto a su equipaje a las habitaciones destinadas.
- Instalar a los turistas en las habitaciones, indicando que todo se encuentra a su entera satisfacción.
- Asegurar que se cumplan los requerimientos del cliente, las normas de higiene y calidad del establecimiento.
- Limpiar las habitaciones, se encargarán del tendido de camas, limpieza de baños y polvos.
- Controlar la mantención del orden, higiene y seguridad en el lugar de trabajo.
- Asistir a las capacitaciones referentes a su área de trabajo.
- Cumplir su horario diario de trabajo según el turno de una manera puntual..
- Mantener la limpieza en pasillo, áreas de servicio, escaleras,
- Mantener contacto directo con recepción para el buen desenvolvimiento del trabajo en común.
- Informar y atender los requerimientos del huésped; como horas a las que desea el servicio de camarera, camas extras, toallas extras o cualquier otro requerimiento por más pequeño que sea.
- Informar al departamento de mantenimiento, sobre cualquier avería en las instalaciones.
- Controlar y supervisar la lencería y demás menaje en las habitaciones, en función de satisfacer la comodidad en su estadía al huésped
- Llevar el menaje sucio de las habitaciones a la lavandería; lavarlos y plancharlos.
- Hacer pedidos de los suministros tales como toallas, jabones, shampo, papel higiénico, y controlar que estos jamás falten en las habitaciones.

- Mantener el contacto con el técnico en turismo para notificar alguna situación inesperada

### **iii. Cocinero (a)**

- Planificar, coordinar y dirigir todas las actividades referentes a servicios de alimentación
- Organizar y preparar suministros para el servicio de alimentación
- Inventariar productos,
- Realizar pedidos y costeo de las preparaciones
- Planificar el menú.
- Decorar los platos y bebidas que salen de la cocina en concordancia con las recetas y estándares
- Manejar eficientemente los insumos, para evitar el desperdicio de estos.
- Prepara los alimentos de acuerdo a lo planificado en cuanto a porciones menús, recetas
- Supervisar y garantizar la higiene en la cocina, y en todos los instrumentos de uso.
- Supervisar la calidad y estado de cada uno de los productos alimenticios que usará para la preparación de los alimentos.

### **iv. Guía**

- Recibir a los turistas y ofrecerles una bienvenida
- Elaborar y entregar al técnico en turismo el Guión interpretativo
- Elaborar informes periódicos de su actividad
- Suministrar al turista, la información sobre diversos aspectos relacionados con su paquete contratado, de forma básica, precisa, breve y específica.
- Enseñar a los visitantes a través de los atractivos turísticos, sobre diversidad de temas desarrollados en forma suficiente, veraz y completa.
- Conducir al turista en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, planificados por los paquetes contratados
- Colaborar al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante la ejecución del paquete

- Informar al Técnico en turismo de eventualidades si se llegarán a presentar

### **Perfil del Guía**

- Físicas: buena presencia
- Formación e interés son fundamentales
- Psicológicas: capacidad de dominar el grupo y que ninguno de sus miembros asuma su papel.
- Excelente poder de comunicación que se siente cómodo con un grupo de turista y que lo pueda orientar y dar sus directivas.
- Seguridad y seguro, deberá tener formación en primeros auxilios que le permitirá enfrentar a algunas situaciones que suelen ocurrir.
- Capaz de leer una carta y hacer previsiones climáticas.
- Tener la licencia para manejar
- Capacidad para hacer respetar las reglas con el medio ambiente.
- Conocedor del entorno, de su flora y fauna , cultura historia del lugar, producción,
- Conocedor de las técnicas de productos orgánicos, artesanía,
- Conocedor de los nombres de flores, hortalizas y frutas.
- Impulsa la publicidad de los productos de su zona y del agromercado.

### **v. Personal de limpieza y mantenimiento**

- Mantener pasillos, baños, corredores, entradas impecables
- Mantener el Centro de interpretación totalmente limpio
- Limpiar la piscina, canchas de football y basketball
- Dar prioridad al mantenimiento de equipos y de implementos de seguridad que lo necesiten o que deban ser reparados o reemplazados.
- Hacer un correcto manejo de las llaves y manejo y cuidado de las maquinas
- Llevar una ficha de registro del número de veces que se le ha dado mantenimiento a equipos y maquinaria
- Dar mantenimiento a la piscina, hidromasaje

**e) Área de contabilidad**

Es el área encargada de contabilizar todos los actos comerciales que desarrolle “La Quinta Mirador de los Nevados”, debe mantener un registro de las operaciones presupuestarias y contables que inciden en el resultado de los estados financieros para que sean útiles en la toma de decisiones por parte de los propietarios de la Quinta agroecoturista.

**i. Contador (a)**

- Realizar el inventario de todos los bienes, existencias, obligaciones, y valores de la Quinta agroecoturista.
- Elaborar los estados contables, presentarlos en el tiempo establecido
- Cumplir eficientemente las obligaciones con el SRI y el IESS
- Realizar los pagos por las obligaciones contraídas por “La Quinta Mirador de los Nevados” sean por insumos, salarios, etc
- Custodiar y mantener actualizados los libros contables
- Digitalizar y tener al día la contabilidad

**- Perfil del contador /a**

- Iniciativa, entusiasmo, creatividad e innovación.
- Aptitud numérica, buena memoria, sentido del orden.
- Actitud ética, dinámica, proactiva, asertiva, objetiva y segura.
- Honestidad y probidad.
- Capacidad de liderazgo y toma de decisiones oportunas.

**ii. Secretario (a)**

- Administrar las comunicaciones telefónicas
- Organizar las reservaciones.
- Registrar los paquetes escogidos por los turistas ingresarlos a la base de datos y notificarlo al técnico en turismo
- Organizar las reuniones de personal.
- Llevar la base de datos y registros de los turistas que visitaron “La Quinta Mirador de los Nevados”



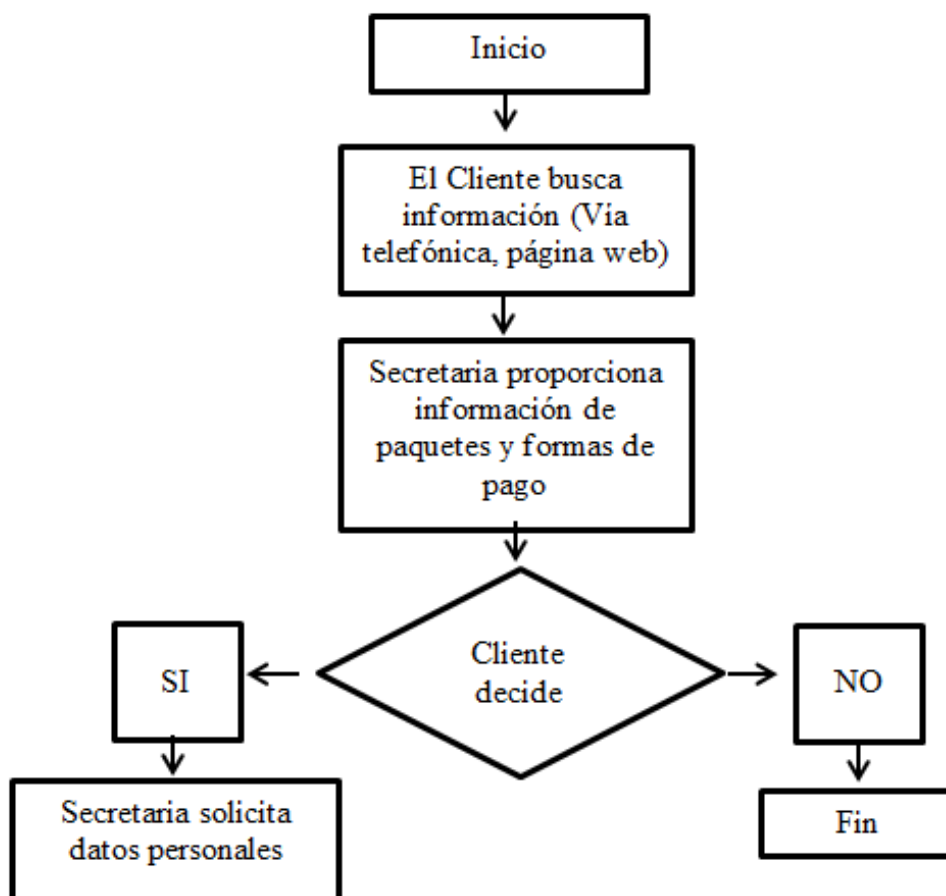
- Elaborar datos estadísticos de los paquetes vendidos

#### **- Perfil de la secretaria**

- Capacidad para adaptarse a los cambios.
- Privilegiar las relaciones interpersonales y el conocimiento justo a tiempo de técnicas y principios de gestión.
- Estudiosa y lectora de todo tipo de libros y material sobre el cambio y mejoramiento organizacional.
- Tolerante a la incertidumbre con que se mueven los negocios.
- Con capacidad de crear, innovar e implementar
- Con visión global del negocio de la empresa
- Hablar ingles
- Manejar la tecnología informática moderna para obtener información y conocimiento de valor agregado.
- Carácter, personalidad, hábitos y estilos proactivos y de alto estándar profesional.
- Personalidad equilibrada y activa
- Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades
- Capacidad de adaptación a los cambios
- Autoestima positiva
- Habilidades comunicativas y escucha activa.
- Capacidad de crear, innovar e implementar.
- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
- Tacto y prudencia para manejar situaciones
- Espíritu de superación.
- Flexibilidad
- Sentido de humor.
- Resistencia física y nerviosa.
- Agudeza visual.

g) Diagramas de flujos de los procesos

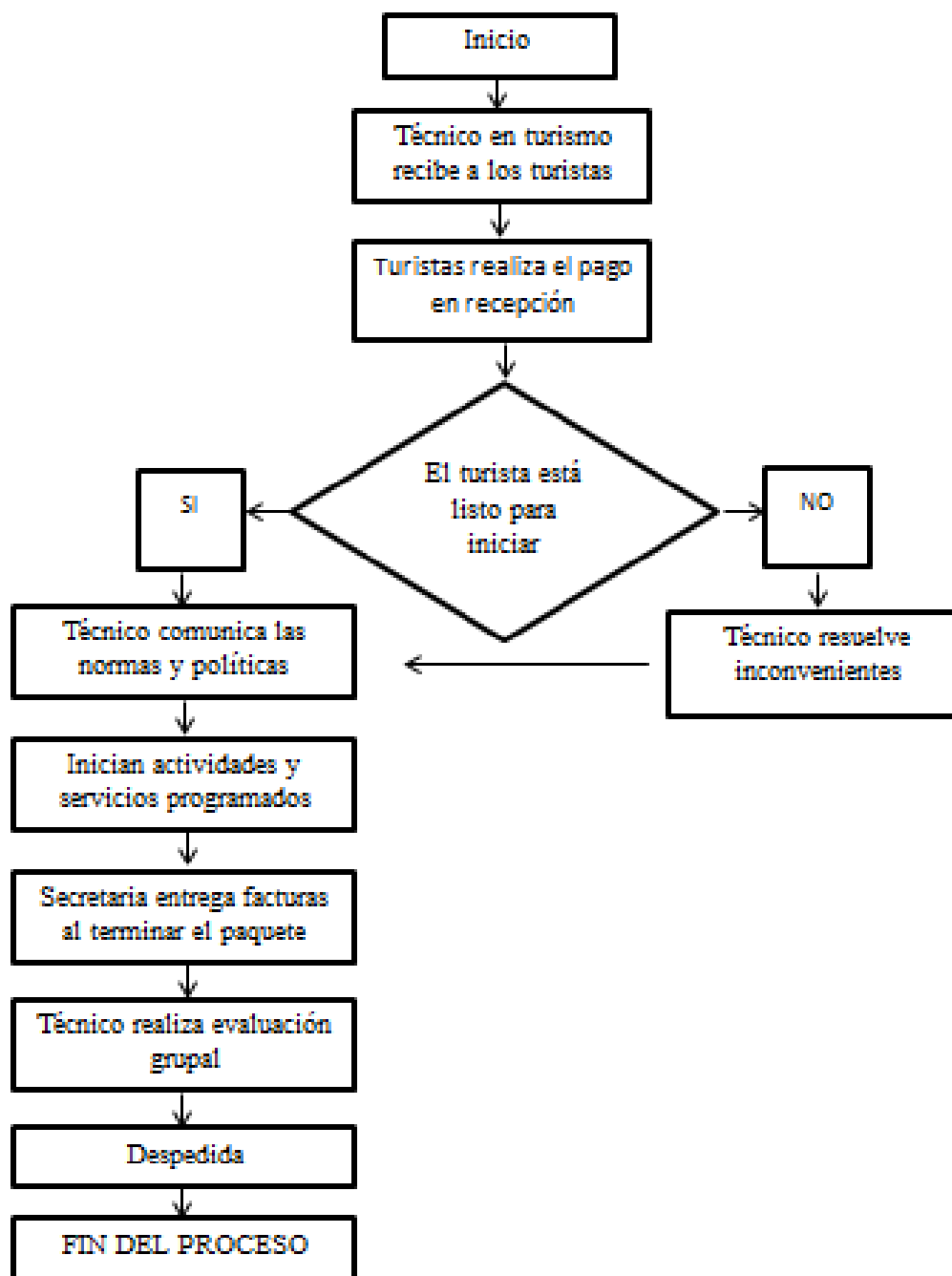
i. Diagrama de flujo para realizar reservas



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Para iniciar el proceso de reservación en la empresa es necesario que el cliente inicie buscando información por medio de vía telefónica o páginas web, después la secretaria proporciona información de sobre los paquetes turísticos y las formas que el cliente puede pagar, si el cliente decide consumir el producto la secretaria solicita los datos personales, pero si el cliente no decide consumir el producto llega a la etapa final.

ii. Diagrama de flujo para el desarrollo de los paquetes

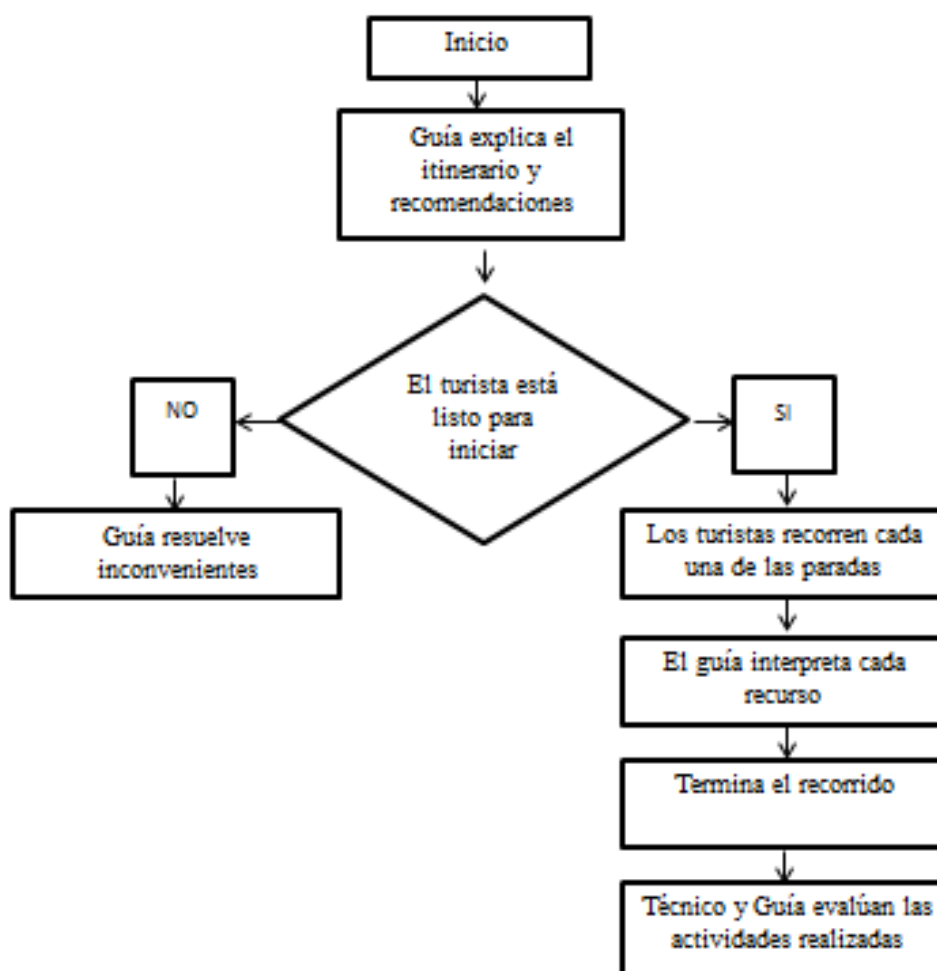


Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El proceso inicia después de la reservación después los turistas llegan al lugar en esta fase los técnicos en turismo recibe a los turistas y les da la bienvenida, el turista realiza el pago en recepción y si el turista está conforme con todo lo dispuesto el técnico en turismo comunica las normas y políticas, inician las actividades y servicios

programados, cuando termina la visita la secretaria entrega facturas o comprobantes de pago, el técnico toma un tiempo determinado para realizar una evaluación grupal y hace llegar una cálida despedida a los visitantes así finaliza nuestro proceso, si el visitante tiene algún problema o inconveniente y no puede continuar el proceso el técnico resuelve los inconvenientes.

### iii. Diagrama de flujo para el servicio de Guianza



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El servicio de guianza debe seguir el siguiente proceso, el guía explica el itinerario y recomendaciones, el turista está listo para iniciar, si no existe ningún inconveniente inician recorriendo cada parada en la cual el guía interpreta los recursos, cuando termina el recorrido el guía evalúa las actividades realizadas, si existe algún problema en este

proceso el guía es la persona encargada de resolver los inconvenientes y continuar con el proceso.

#### h) **Herramientas de la operación turística**

Con el fin de mantener un control adecuado de todas las áreas de “La Quinta Mirador de los Nevados” se han diseñado herramientas para monitorear y evaluar la calidad de las actividades y servicios ofertados, también se preparó material que facilite el registro de ingresos de turistas

#### i. **Libro de sugerencias**

Con éste sistema se puede estar al tanto de todas las sugerencias realizadas por los visitantes con el fin de mejorar la atención y la calidad del producto agroecoturístico

#### **Ficha No.1.** Ficha de reservación (Hoja de registro)

<b><i>FICHA DE RESERVACIÓN</i></b>				
<b>Dirección:</b> Barrio Guabulag la Joya <b>Ruc:</b> 0603973652 <b>Tele- Fax:</b>			 <small>QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS" Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas</small>	
NOMBRE DEL CLIENTE	NACIONALIDAD	C I / PASAPORTE	FECHA DE INGRESO	FECHA DE SALIDA

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**Ficha No.2.**Ficha de registro

<b>FICHA DE REGISTRO</b>			
<b>Dirección:</b> Barrio Guabulag la Joya		 <small>QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS" Un lugar biodiverso rodeado de tierras féculdas</small>	
<b>Ruc:</b> 0603973652			
<b>Tele- Fax:</b>			
Nombre del Cliente		Día	
		Mes	
Contacto telefónico		Número de Pago	
Código del paquete		# de Pax	
Observaciones			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Ficha No.3.** Hoja de sugerencias

<b>SUGERENCIAS</b>				
		 <small>QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS" Un lugar biodiverso rodeado de tierras féculdas</small>		
Nombre del Cliente				Día
(opcional)				Mes
<b>Sugerencias</b>				
<b>Observaciones</b>				

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**b. Estudio Ambiental y sociocultural**

**a) Evaluación de impactos ambientales**

**Cuadro No. 102.** Evaluación de impactos ambientales de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. construcción de l centro de interpretación	2. Operación de Actividades turísticas	3. Delimitación y selección del área de Camping	4. uso del área de camping	5. Implementación de las actividades recreativas	6. Operación de las actividades recreativas	7. Producción de Abono Agroecológico	8. Producción agroecoturista	9. Manejo de desecho		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
<b>A. AIRE</b>						X				Emisión de gases contaminantes.	(-)	1	1	C	Pr	2	1	C	N	4
<b>B. SUELO</b>	X	X		X						Compactación	(-)	1	2	D	Ac	2	1	M	N	5
	X	X		X		X				Contaminación por desechos sólidos	(-)	1	1	D	Ac	1	1	C	S	3
							X	X		Aumento de nutrientes	+	2	2	C	Pr	1	1	C	S	6
						X	X	X		Protección de la capa superficial	+	2	2	C	Pr	1	2	C	N	7
<b>C. AGUA</b>	X									Contaminación por desechos en fuentes hídricas	(-)	1	1	I	Ac	1	1	C	N	3
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X			X						Reducción de microorganismos	(-)	1	1	I	Pr	1	1	C	N	3
		X								Desequilibrio ecológico	(-)	1	1	D	Sc	2	2	M	N	5
	X			X		X				Migración de especies de fauna	(-)	1	1	D	Sc	2	2	M	N	5
	<b>ACTIVIDADES</b>										<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>									

COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTOS																			
	1. construcción de l centro	2. Operación de Actividades turísticas	3. Delimitación y selección	4. uso del área de camping	5. Implementación de las	6. Operación de las actividades recreativas	7. Producción de Abono Agroecológico	8. Producción	9. Manejo de desecho	1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el	10. Ponderación	
E. SOCIO-ECONÓMICO	X	X	X	X	X	X	X	X		Aumento de turismo en la zona	+	2	2	C	Pr	2	3	L	S	9
	X	X	X	X	X	X	X	X		Incremento de fuentes de empleo	+	2	2	C	Pr	2	2	M	S	8
					X	X				Intercambio cultural	+	3	2	C	Pr	2	3	M	S	11
					X	X				Fomento de deportes y esparcimiento	+	2	2	D	Pr	2	3	C	S	9
F. PAISAJE	X	X		X	X	X		X		Generación de Basura	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	S	6
						X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Cuadro No.103.** Matriz de Cuantificación del producto Agroecológico en “La Quinta Mirador de los Nevados”

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
<b>A</b>							-4			-	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>B</b>	-5, -3	-5, -3		-5,-3		-3	+6, +7	+6,+7	+7	<b>33</b>	<b>27</b>	<b>60</b>
<b>C</b>	-3									-	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>D</b>	-3,-5	-5,		-5-3		-5				-	<b>26</b>	<b>26</b>
<b>E</b>	+8	+9, +8	+8	+9+8	+8,+9 ,+9	+9,+8 ,+11, +9	,+8	+8,+9		<b>138</b>	-	<b>138</b>
<b>F</b>	-6	-6		-6	-6	-3,-6			-6		<b>39</b>	<b>39</b>
<b>TOTAL (+)</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>37</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>171</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>25</b>	<b>19</b>	-	<b>22</b>	<b>-6</b>	<b>17</b>	<b>-4</b>	-	<b>-6</b>		<b>99</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>39</b>	<b>32</b>	<b>54</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>13</b>			<b>270</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## **b) Interpretación de resultados de la matriz de Lázaro Lagos**

De acuerdo a la evaluación de impactos ambientales, las posibles afectaciones sobre los factores ambientales causadas por la implementación de actividades agroecoturistas y turísticas alcanzó 171 puntos que correspondieron a los impactos positivos en relación a los 99 puntos que obtuvieron los impactos negativos, determinando , que las actividades agroecoturísticas propuestas en el proyecto son ambientalmente positivas.

El componente ambiental que alcanzó mayor puntaje positivo fue el factor socio económico con 138 puntos, debido a las plazas de trabajo que se abrirán cuando el proyecto se ejecute, otra razón es el crecimiento turístico que no solo tendrá “La Quinta Mirador de los Nevados”, ya que la afluencia de turistas se extenderá hacia todos los atractivos parroquiales, con 33 puntos positivos el factor suelo se beneficiará principalmente por las actividades agroecoturistas ya que ésta aportará de nutrientes y protegerá la capa superficial

Por otro lado los puntajes negativos más altos fueron los factores flora , fauna (26 puntos ) y paisaje (36 puntos) debido a la generación de basura que puede conllevar la actividad turística, también la migración de especies especialmente en los sitios planificados para la construcción de la infraestructura de entretenimiento

Los componentes agua y aire presentan puntajes mínimos, sin embargo se los incluirán en las medidas de mitigación ya que “La Quinta Mirador de los Nevados” propende la protección ambiental

## **c) Medidas de Mitigación**

- Es importante aclarar a las personas que van a trabajar en el proyecto que todos los equipos y materiales que se va a usar no contengan gases contaminantes para el ambiente.

- No está permitido que durante la ejecución de las obras del proyecto los trabajadores quemen a cielo abierto desperdicios, llantas, plásticos, vegetación u otros materiales.
- No se usará químicos o materiales no naturales que pueda afectar directamente al componente suelo, agua , flora y fauna
- Se recomienda remover la vegetación que estrictamente sea necesaria, de acuerdo a las especificaciones técnicas dispuestas para el proyecto.
- La disposición del material en un lugar específico y posteriormente limpiar los escombros generados después de cada acción en la etapa de construcción.
- No se colocará algún tipo de material sintético directamente en el suelo.
- Los residuos sólidos no serán desechados por ningún motivo a cualquier cuerpo de agua, causes o cualquier elemento hídrico, ni al entorno.
- Los desechos sólidos deben ser recolectados en el sitio inmediatamente a su generación, dispuestos en recipientes apropiados, clasificados selectivamente en orgánicos y no orgánicos.
- Envases plásticos, cartón, papel y aluminio (envases) deben ser recogidos, almacenados adecuadamente y llevados a la ciudad de Riobamba para ser entregados (donados) a las personas o instituciones que recolectan estos materiales para reciclado.
- Los desechos orgánicos servirán para el área de compost
- Se concientizará a los trabajadores para que le den un adecuado manejo a sus desechos.
- Se recomienda a los trabajadores el no desechar ningún tipo de desecho a las fuentes hídricas
- Los materiales no deben ser peligrosos ni tóxicos; que puedan ser absorbidos por los suelos y posteriormente transportado a vertientes internas.

## d) Evaluación de impactos culturales

Cuadro No. 104. Evaluación de impactos culturales  ACTIVIDADES TURÍSTICAS  ASPECTOS SOCIO CULTURALES	Turismo por placer									
	Ecoturismo						Agroturismo		EFECTOS	
	Salir al campo, excursión (a pie, en bicicleta o a caballo)	Visita a reservas naturales y culturales	Observación y toma de fotografías de	Observación y toma de fotografías de flora y fauna nativas	Visita a comunidades	Visita a y participación en rituales tradicionales	Visita a sembríos y plantaciones	Uso de productos agrícolas locales para el turismo	POSITIVOS	NEGATIVOS
Artesanías		+ 1.1			+ 2.2				3 R	
Danza popular		+ 1.1	+1.1		+ 1.1	+ 1.2			4 R	
Sabiduría popular	+ 1.2	+ 1.2		+ 1.1	+ 1.2	+ 2.1	+ 1.1	+ 1.2	8 M	
Medicina popular		+ 2.2	+1.1	+1.1	+ 1.2	+ 2.2			7 R	
Religiosidad popular		+ 1.2			+ 2.2	+ 2.2			5 R	
Las Fiestas populares		+ 1.1	+ 2.1		+ 1.2	+ 1.2			5 R	
Literatura popular y tradición oral	+ 2.2	+ 1.2			+ 1.1	+ 1.2		+ 1.2	6 R	

Vestimenta popular		+ 1.1	+ 2.1		+ 1.1	+ 1.1			5M	
Comidas populares		+ 2.1			+ 2.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 2.2	8 M	
Forma de trabajo	+ 1.2	+ 1.2	+ 1.2	+ 1.1	+ 2.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	9 M	
Poder adquisitivo	+ 1.2	+ 1.2	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	8 M	
Delincuencia	-1.1		-2.1		-1.1					4M
Crecimiento de la población										
Forma de producción	+ 1.2	+ 1.2		+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	+ 1.1	7 M	
Migración					+ 2.1				2 M	
EFFECTOS POSITIVOS	6R	14R	8M	5M	18M	14R	5R	7M	$\Sigma$ 77	
EFFECTOS NEGATIVOS	1M		2M		1M					$\Sigma$ 4

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**e) Interpretación de resultados**

**i. Aspectos positivos**

Formas de trabajo (9 puntos) y Sabiduría popular (8 puntos)

Con la implementación del proyecto estos dos aspectos culturales sobresalen por las formas de trabajo en especial agrícola y la transmisión y sabiduría popular que se transmite de generación en generación

**ii. Aspectos negativos**

Delincuencia (4 Puntos)

Los puntos negativos en relación a la delincuencia se conectan a las actividades de salidas de campo o excursionismo, a las salidas de observación y visita a comunidades. Aspectos importantes para tomar atención en el momento de la implementación del producto.

**c. Estudio económico financiero**

**a) Inversiones**

Considerando la planificación área comercial, productiva y administrativa las inversiones del proyecto se resumen en los siguientes cuadros:

**Cuadro No.105. Inversión**

<b>Denominación</b>	<b>Inversión</b>
<b>Activos fijos</b>	<b>139076,15</b>
Granjas	3500
Especies de animales	4500
Adecuación del sendero	2800
Requerimientos de implementación	123839,15
Maquinarias y equipos	600
Equipos de cómputos	1830
Muebles y enseres	2007
<b>Activos diferidos</b>	<b>12230,84796</b>
Capacitación	1002,7
Difusión y publicidad	1814,7
Patentes y permisos	594
Gastos financieros	8819,447959
<b>Capital de trabajo</b>	<b>8870,45</b>
Mano de obra directa	3967
Sueldos y salarios	3607
Materias primas	150,00
Insumos	103,17
Servicios básicos	1044
<b>TOTAL</b>	<b>160177,44</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## b) Fuentes

Cuadro No.106. Fuentes

Denominación	Fuentes		
	USO	Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>	<b>139076,15</b>	<b>80000</b>	<b>59076,15</b>
Granjas	3500		3500
Especies de animales	4500		4500
Adecuación de sendero	2800		2800
Requerimientos de implementación	123839,15	80000	43839,15
Maquinarias y equipos	600		600
Equipos de cómputos	1830		1830
Muebles y enseres	2007		2007
<b>Activos diferidos</b>	<b>12230,848</b>	<b>0,00</b>	<b>12229,983</b>
Capacitación	1002,7		1002,7
Difusión y publicidad	1814,7		1814,7
Patentes y permisos	594		594
Gastos financieros	8819,44796		8818,6
<b>Capital de trabajo</b>	<b>8870,45</b>	<b>0,00</b>	<b>8871</b>
Mano de obra directa	3967		3967
Sueldos y salarios	3607		3607
Materias primas	150		150
Insumos	103		103
Servicios básicos	1044		1044
<b>TOTAL</b>	<b>160177</b>	<b>80000</b>	<b>80177</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**c) Pago de la deuda**

**Monto:** 80177 **Interés anual:** 11%

**Cuadro No.107.** Pago de la deuda

<b>ANO</b>	<b>PRÉSTAMO CAPITAL</b>	<b>CAPITAL A PAGARSE</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>
2014	80177	16035,35993	64141,4397	8819,44796	24854,8079
2015	64141,4397	16035,35993	48106,0798	7055,55837	23090,9183
2016	48106,07978	16035,35993	32070,7199	5291,66878	21327,0287
2017	32070,71985	16035,35993	16035,3599	3527,77918	19563,1391
2018	16035,35993	16035,35993	0	1763,88959	17799,2495
<b>TOTAL:</b>	240530	80177	160354	26458,3439	106635,144

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

## d) Depreciaciones de activos fijos

Cuadro No.108. Depreciaciones de activos fijos

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN EN EL PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO
Requerimientos de implementación	123839,15				
Maquinarias y equipos	600	10	60	300	300
Equipos de cómputos	1830	2	915	4575	0
Muebles y enseres	2007	10	200,7	1003,5	1003,5
<b>TOTAL</b>	<b>128276,15</b>		<b>1175,7</b>	<b>5878,5</b>	<b>1303,5</b>
Depreciación acumulada		1175,7	2351,4	3527,1	4702,8

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

e) **Amortización de activos diferidos**

**Cuadro No.109.** Amortización de activos diferidos

2014	2015	2016	2017	2018	2019
12230,848	2446,16959	2446,16959	2446,16959	2446,16959	2446,16959

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

f) **Costos y gastos**

**Cuadro No.110.** Costos y gastos

Denominación	ANO				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Costos de producción</b>	24700,00	25095,20	25904,67	27168,10	28949,03
Mano de obra directa	23800,00	24180,80	24960,78	26178,17	27894,21
Materias primas/materiales e insumos	900,00	914,40	943,89	989,93	1054,82
<b>Gastos administrativos</b>	24453,37	24825,82	25204,22	25588,68	25979,28
Sueldos y salarios	21639,67	21985,91	22337,68	22695,09	23058,21
Servicios básicos	1044,00	1060,70	1077,68	1094,92	1112,44
Permisos	594,00	603,50	613,16	622,97	632,94
Depreciaciones	1175,70	1175,70	1175,70	1175,70	1175,70
<b>Gastos en ventas</b>	812,00	824,99	838,19	851,60	865,23
Difusión y publicidad	812,00	824,99	838,19	851,60	865,23
<b>Gastos Financieros</b>	7055,56	5291,67	3527,78	1763,89	26458,34

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## g) Presupuesto de ingresos

Cuadro No.111. Presupuesto de ingresos

DENOMINACION	ANO					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Hospedaje</b>	<b>444</b>	<b>451</b>	<b>457</b>	<b>464</b>	<b>471</b>	<b>478</b>
PRECIO	22	22	22	22	22	22
Subtotal 1	\$ 9.768,00	\$ 9.914,52	\$ 10.063,24	\$ 10.214,19	\$ 10.367,40	\$ 512,75
<b>Paquete turístico Nacionales</b>	<b>491</b>	<b>498</b>	<b>506</b>	<b>513</b>	<b>521</b>	<b>529</b>
PRECIO	45	45	45	45	45	45
Subtotal 1	\$ 22.095,00	\$ 22.426,43	\$ 22.762,82	\$ 23.104,26	\$ 23.450,83	\$ 23.802,59
<b>Paquete turístico Extranjeros</b>	<b>509</b>	<b>517</b>	<b>524</b>	<b>532</b>	<b>540</b>	<b>548</b>
PRECIO	55	55	55	55	55	55
Subtotal 1	\$ 27.995,00	\$ 28.414,93	\$ 28.841,15	\$ 29.273,77	\$ 29.712,87	\$ 30.158,57
<b>Caminatas por el sector y las granjas agroecoturistas</b>	<b>480</b>	<b>487</b>	<b>495</b>	<b>502</b>	<b>509</b>	<b>517</b>
PRECIO	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5
Subtotal 1	\$ 4.080,00	\$ 4.141,20	\$ 4.203,32	\$ 4.266,37	\$ 4.330,36	\$ 4.395,32
<b>Cosecha de productos</b>	<b>444</b>	<b>451</b>	<b>457</b>	<b>464</b>	<b>471</b>	<b>478</b>
PRECIO	10	10	10	10	10	10
Subtotal 1	\$ 4.440,00	\$ 4.506,60	\$ 4.574,20	\$ 4.642,81	\$ 4.712,45	\$ 4.783,14
<b>Siembra de árboles y plantas</b>	<b>362</b>	<b>367</b>	<b>373</b>	<b>379</b>	<b>384</b>	<b>390</b>

<b>nativas</b>						
PRECIO	10	10	10	10	10	10
Subtotal 1	\$ 3.620,00	\$ 3.674,30	\$ 3.729,41	\$ 3.785,36	\$ 3.842,14	\$ 3.899,77
<b>Degustar la gastronomía de la región (restaurant)</b>	<b>535</b>	<b>543</b>	<b>551</b>	<b>559</b>	<b>568</b>	<b>576</b>
PRECIO	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5
Subtotal 1	\$ 4.012,50	\$ 4.072,69	\$ 4.133,78	\$ 4.195,78	\$ 4.258,72	\$ 4.322,60
<b>Cabalgata</b>	<b>360</b>	<b>365</b>	<b>371</b>	<b>376</b>	<b>382</b>	<b>388</b>
PRECIO	20	20	20	20	20	20
Subtotal 1	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82	\$ 7.756,44
<b>Participar con grupos folclóricos y fotografía</b>	<b>360</b>	<b>365</b>	<b>371</b>	<b>376</b>	<b>382</b>	<b>388</b>
PRECIO	10	10	10	10	10	10
Subtotal 1	\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91	\$ 3.878,22
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 86.810,50</b>	<b>\$ 88.112,66</b>	<b>\$ 89.434,35</b>	<b>\$ 90.775,86</b>	<b>\$ 92.137,50</b>	<b>\$ 83.509,40</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## h) Estado de resultados

**Cuadro No.112.** Estado de resultados

Paquete	Ingresos					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Paquete extranjeros	509	517	524	532	540	548
Paquete nacionales	491	498	506	513	521	529

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.113.** Resultados

Actividades	Ingresos					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Caminatas por el sector y las granjas agroecoturistas	480	487	495	502	509	517
Cosecha de productos	444	451	457	464	471	478
Siembra de árboles y plantas nativas	362	367	373	379	384	390
Degustar la gastronomía de la región (restaurant)	535	543	551	559	568	576
Cabalgata	360	365	371	376	382	388
Participar con grupos folclóricos y fotografía	360	365	371	376	382	388
Hospedaje	444	451	457	464	471	478

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.114.** Estado de resultados

DENOMINACION	AÑO				
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	\$ 86.810,50	\$ 88.112,66	\$ 89.434,35	\$ 90.775,86	\$ 92.137,50
C-OSTOS DE PRODUCCION	24700,00	25095,20	25904,67	27168,10	28949,03
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	62110,50	63017,46	63529,68	63607,77	63188,47
GASTOS ADMINISTRATIVOS	22139,14	22474,55	22815,33	23161,57	23513,34
GASTOS VENTAS	812,00	824,99	838,19	851,60	865,23
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	39159,36	39717,92	39876,15	39594,60	38809,90
G-ASTOS FINANCIEROS	7055,56	5291,67	3527,78	1763,89	26458,34
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICION DE BENEFICIOS</b>	32103,81	34426,25	36348,37	37830,71	12351,56
IMPUESTOS	8025,951608	8606,56164	9087,093442	9457,677076	3087,889306
<b>UTILIDAD ANTES DE REPARTICION DE UTILIDADES</b>	24077,85	25819,68	27261,28	28373,03	9263,67
REPARTICION DE UTILIDADES	3611,678224	3872,952738	4089,192049	4255,954684	1389,550188
<b>UTILIDAD NETA</b>	20466,18	21946,73	23172,09	24117,08	7874,12

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**i) Flujo de caja**

**Cuadro No.115.** Flujo de caja

DENOMINACION	ANO					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversiones	159791,74					
VALOR DE SALVAMENTO						1303,5
CAPITAL DE TRABAJO						8484,74
UTILIDAD NETA		20466,18	21946,73	23172,09	24117,08	7874,12
DEPRECIACIONES		1175,7	31886	31886	31886	31886
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-159791,7372	21641,88	53832,73	55058,09	56003,08	49548,36
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,9524	0,9070	0,8638	0,8227	0,7835
<b>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</b>	-159791,7372	20611,31105	48827,875	47561,24676	46073,86967	38822,43416
		sumatorias	69439,18604	117000,4328	163074,3025	201896,7366

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**i) Evaluación económica**

**Cuadro No.116.** Evaluación económica

<b>PRC</b>	en el Año 5
<b>RBC</b>	1,26
<b>VAN</b>	\$ 40.100,0
<b>TIR</b>	13%

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El cuadro 116 nos indica que la tasa interna de retorno representa el 13% esto quiere decir que la inversión va a ser real y que se podrá realizar el préstamo porque si vamos a tener solvencia económica y capacidad de pago, que por cada visitante que reciba la empresa se obtendrá una ganancia del 1,26\$, a partir del 5to año la empresa iniciara recibiendo los ingresos netos.



#### 4. Diseño de paquetes Turísticos

##### Paquetes modelo de turismo agroecológico para el turista extranjero

<b>PAQUETE</b>	<b>SABERES AGRÍCOLAS TRADICIONALES</b>
<b>CÓDIGO</b>	<b>PTAE- 01</b>
<b>DURACIÓN</b>	<b>3 DÍAS Y 2 NOCHES</b>
<b>CARÁCTER</b>	<b>AGROECOTURISMO - RECORRIDO</b>

**Cuadro No.117.** Paquete modelo para el turista extranjero

<b>DÍA 1</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
7:00	El servicio de transporte turístico recoge a los turistas extranjeros en el hotel para trasladarlos hasta la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”	Terminal terrestre de la ciudad de Riobamba
8:00	Registro en Recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agradaría realizar al visitante	Oficina de Recepción (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:30	Charla de Bienvenida (Presentación Básica de la Quinta y explicación de las actividades a realizarse en el día)	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Desayuno en el comedor	Comedor (Mirador de los Nevados)
10:00	Recorrido al área de producción (Explicación técnica e interactiva de cada una de las sub áreas de producción )	Área de producción agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”
11:00	Recorrido a las dos salas temáticas del centro de interpretación (“Mirador de los Nevados” Agroecología y Biodiversidad.	Centro de Interpretación
11:30	Refrigerio	Sala del centro de interpretación.
12:00	Siembra de árboles y plantas nativas (Antes de iniciar la actividad se realizará una explicación técnica y la entrega de insumos necesarios)	Área de producción agroecoturista
1:00	Almuerzo	Comedor (Mirador de los Nevados)
2:30	Práctica de juegos tradicionales	Área de entretenimiento. (Mirador de los Nevados)
3:30	Refrigerio	Comedor (Mirador de los Nevados)
4:00	Cascada de Puelazo	Cubijies

5:30	Traslado hacia el lugar del campamento	Cubijies
6:30	Cena en el lugar de campamento	Cubijies
8:00	Fogata y relato de mitos, leyendas y tradiciones del sector ofrecer como parte del paquete agua aromática con especias acompañada de galletas de Quinua producidas en la Quinta.	Cubijies
<b>DIA 2</b>		
	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:30	Desayuno	Cubijies
9:00	Retorno a la Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”	Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados”
10:00	Cosecha de productos Agroecológicos (Indicaciones - Cosecha- Empaquetamiento)	Área de producción agroecoturista
11:00	Refrigerio	Comedor (Mirador de los Nevados)
11:30	Cosecha de productos Agroecológicos (Indicaciones - Cosecha- Empaquetamiento)	Área de producción agroecoturista
1:00	Almuerzo	Comedor (Mirador de los Nevados)
3:30	Taller de preparación de alimentos agroecológicos	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
4:00	Cabalgata	Área de entretenimiento (La Quinta Mirador de los Nevados)
7:00	Cena	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
<b>DIA 3</b>		
	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:30	Desayuno	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Construcción y desarrollo del compost, recolección de alimentos y procesos productivos.	Área Quinta agroecoturística
10:00	Refrigerio.	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
11:00	Visita laguna amarilla	La Candelaria
1:30	Almuerzo y despedida	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## ii. Paquetes modelo de turismo agroecológico para el turista nacional

<b>PAQUETE</b>	<b>BENEFICIOS DE LA AGRECOLOGIA</b>
<b>CÓDIGO</b>	<b>PTAN- 02</b>
<b>DURACIÓN</b>	<b>2 DÍAS Y 1 NOCHE</b>
<b>CARÁCTER</b>	<b>AGROECOTURISMO – RECORRIDO</b>

**Cuadro No.118.** Paquete modelo para el turista nacional

<b>DIA 1</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
7:00	El servicio de transporte turístico recoge a los turistas nacionales en el terminal terrestre para trasladarlos hasta la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”	Terminal terrestre de la ciudad de Riobamba
8:00	Registro en Recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agradaría realizar al visitante	Oficina de Recepción (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:30	Charla de Bienvenida (Presentación Básica de la Quinta y explicación de las actividades a realizarse en el día, ofrecer como parte del paquete agua aromática con especias de la quinta acompañada de galletas de Quinoa producidas en la Quinta )	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Desayuno en el comedor	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
10:00	Recorrido al área de producción (Explicación técnica e interactiva de cada una de las sub áreas)	Área de producción agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”
11:00	Recorrido a las tres salas temáticas del centro de interpretación (“La Quinta Mirador de los Nevados” Agroecología y Biodiversidad	Centro de Interpretación
11:30	Refrigerio	Sala del centro de interpretación.
12:00	Práctica de Juegos tradicionales	Área de entretenimiento. (La Quinta Mirador de los Nevados)
1:00	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
2:30	Siembra de árboles y plantas nativas (Antes de iniciar la actividad se realizará una explicación técnica y la entrega de insumos necesarios)	Área de producción agroecoturista
3:30	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)

4:00	Visita a la comunidad (casas coloniales, Iglesias y parques)	Tanque Reservorio (La Quinta Mirador de los Nevados)
5:30	Traslado hacia el lugar del campamento	Cubijies
6:30	Cena en el lugar de campamento	Cubijies
8:00	Fogata y relato de mitos, leyendas y tradiciones del sector ofrecer como parte del paquete agua aromática con especias acompañada de galletas de Quinoa producidas en la Quinta.	Cubijies
<b>DIA 2</b>		
	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:30	Desayuno	Doña Loma (Sector de Cubijies)
9:00	Retorno a la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”	Quinta agroecoturista “El Mirador de los Nevados”
10:00	Cosecha de productos Agroecológicos (Indicaciones - Cosecha- Empaquetamiento)	Área de producción agroecoturista
11:00	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
11:30	Cosecha de productos Agroecológicos (Indicaciones - Cosecha- Empaquetamiento)	Área de producción agroecoturista
1:00	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
3:30	Visita Laguna amarilla	Quimiag
4:00	Refrigerio.	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
7:00	Cabalgata	Centro de Interpretación (sala Arqueológica)

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### iii. Paquetes modelo de turismo agroecológico para el grupo familiar

<b>PAQUETE</b>	<b>MARAVILLAS DEL CAMPO</b>
<b>CÓDIGO</b>	<b>PTAF- 03</b>
<b>DURACIÓN</b>	<b>2 DÍAS Y 1 NOCHE 1</b>
<b>CARÁCTER</b>	<b>AGROECOTURISMO – RECORRIDO</b>

**Cuadro No.119.** Paquete modelo para el grupo familia

<b>DIA 1</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
7:00	El servicio de transporte turístico recoge a los turistas nacionales en el terminal terrestre para trasladarlos hasta la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”	Terminal terrestre de la ciudad de Riobamba
8:00	Registro en Recepción y selección de paquetes o servicios y actividades individuales específicas que le agradaría realizar al visitante	Oficina de Recepción (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:30	Charla de Bienvenida (Presentación Básica de la Quinta y explicación de las actividades a realizarse en el día )	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Desayuno en el comedor	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
10:00	Recorrido al área de producción (Explicación técnica e interactiva de cada una de las sub áreas)	Área de producción agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”
11:00	Recorrido a las dos salas temáticas del centro de interpretación (“La Quinta Mirador de los Nevados” Agroecología y Biodiversidad.	Centro de Interpretación
11:30	Refrigerio	Sala del centro de interpretación.
12:00	Práctica de Juegos tradicionales	Área de entretenimiento. (La Quinta Mirador de los Nevados)
1:00	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
2:30	Siembra de árboles y plantas nativas (Antes de iniciar la actividad se realizará una explicación técnica y la entrega de insumos necesarios)	Área de producción agroecoturista
3:30	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
4:00	Visita las Cascadas Puelazo y Tres Marias	Tanque Reservorio (La Quinta Mirador de los Nevados)
5:30	Tiempo libre para uso de las instalaciones	Área de entretenimiento (La Quinta Mirador de los Nevados)

6:30	Cena	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:00	Fogata y relato de mitos, leyendas y tradiciones del sector ofrecer como parte del paquete agua aromática con especias acompañada de galletas de Quinoa producidas en la Quinta.	Área de entretenimiento (La Quinta Mirador de los Nevados)
<b>DIA 2</b>		
	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:30	Desayuno	Quinta “El Mirador de los Nevados”
9:00	Cabalgata	Quinta “El Mirador de los Nevados”
10:00	Refrigerio.	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
11:00	Visita Laguna Amarilla (Fotografía)	Quimiag
11:30	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
1:00	Cosecha de productos Agroecológicos (Indicaciones - Cosecha- Empaquetamiento)	Área de producción agroecoturista
3:30	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**iv. Paquetes modelo de turismo agroecológico para el contacto con Granjeros campesino Agroecológicos**

**PAQUETE** CONVIVENCIA INTERCULTURAL  
**CÓDIGO** PTAG- 04  
**DURACIÓN** 2 DÍAS Y 1 NOCHE  
**CARÁCTER** AGROECOTURISMO - RECORRIDO

**Cuadro No.120.** Paquete modelo para el contacto con Granjeros campesino Agroecológicos

<b>DIA 1</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
7:00	El servicio de transporte turístico recoge a los turistas nacionales o extranjeros en el terminal terrestre para trasladarlos hasta la Quinta agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevado”	Terminal terrestre de la ciudad de Riobamba
8:00	Registro en Recepción y selección de la Quinta campesina que desea visitar	Oficina de Recepción (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:30	Charla de Bienvenida (Presentación Básica de la Quinta e indicaciones generales )	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Desayuno en el comedor	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
10:00	Recorrido al área de producción (Explicación técnica e interactiva de cada una de las sub áreas)	Área de producción agroecoturista “El Quinta Mirador de los Nevados”
11:00	Recorrido a las dos salas temáticas del centro de interpretación (“La Quinta Mirador de los Nevado” Agroecología y Biodiversidad.	Centro de Interpretación
11:30	Refrigerio	Sala del centro de interpretación.
12:00	Práctica de Juegos tradicionales	Área de entretenimiento. (La Quinta Mirador de los Nevados)
1:00	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
2:30	Charla explicativa de la dinámica de una familia campesina, recomendaciones de comportamiento , requerimientos de la visita	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
3:30	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
4:00	Uso libre de las instalaciones	Área de entretenimiento. (La Quinta Mirador de los Nevados)

5:30	Cena	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
6:30	Noche Cultural con cine educativo o un grupo de danza local ofrecer como parte del paquete agua aromática con especias acompañada de galletas de Quinoa producidas en la Quinta.	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
<b>DIA 2</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:00	Desayuno	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
8:30	Construcción y desarrollo del compost, recolección de alimentos y procesos productivos.	Área Quinta agroecoturística
9:00	Refrigerio.	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
10:00	Visita laguna amarilla	La Candelaria
1:00	Almuerzo y despedida	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.



<b>PAQUETE</b>	<b>CONVIVENCIA INTERCULTURAL</b>
<b>CÓDIGO</b>	<b>PTAG- 04</b>
<b>DURACIÓN</b>	<b>1 DÍA</b>
<b>CARÁCTER</b>	<b>AGROECOTURISMO - RECORRIDO</b>

**Cuadro No.121.** Paquete modelo para el contacto con Granjeros campesino Agroecológicos

<b>DÍA 1</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>
8:30	Charla de Bienvenida (Presentación Básica de la Quinta y explicación de las actividades a realizarse en el día )	Sala General (La Quinta Mirador de los Nevados)
9:00	Desayuno en el comedor	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
10:00	Recorrido al área de producción (Explicación técnica e interactiva de cada una de las sub áreas)	Área de producción agroecoturista “La Quinta Mirador de los Nevados”
11:00	Recorrido a las dos salas temáticas del centro de interpretación (“La Quinta Mirador de los Nevados” Agroecología y Biodiversidad.	Centro de Interpretación
11:30	Refrigerio	Sala del centro de interpretación.
12:00	Práctica de Juegos tradicionales	Área de entretenimiento. (La Quinta Mirador de los Nevados)
1:00	Almuerzo	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
2:30	Siembra de árboles y plantas nativas (Antes de iniciar la actividad se realizará una explicación técnica y la entrega de insumos necesarios)	Área de producción agroecoturista
3:30	Refrigerio	Comedor (La Quinta Mirador de los Nevados)
4:00	Visita las Cascadas Puelazo y Tres Marias	Tanque Reservorio (La Quinta Mirador de los Nevados)
5:30	Cabalgata	Área de entretenimiento (La Quinta Mirador de los Nevados)

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

**f) Atractivos y actividades**

Comunidad Quimiag y La Candelaria

Granja integral

Cabalgata

Sendero turístico

Fotografías

**g) Que llevar:**

Zapatos o zapatillas cómodas

Ropa ligera

Gorras

Gafas

Pilas

Binoculares

Cámara de fotos

**h) Que no llevar**

Armas

Drogas

Alcohol

**i) Cálculo del precio por pax**

**a) Costo del Paquete para turistas extranjeros**

En el estudio de mercado previamente descrito se identificó el precio que estarían dispuestos a pagar los turistas extranjeros por los servicios, actividades e infraestructura de entretenimiento, afirmaron que pagarían entre 45 a 50 dólares precio que servirá como referencia para establecer el costo del paquete por persona y por día

**Cuadro No. 122.** Costo del Paquete para turistas extranjeros. PTAE- 01. (3 días, 2noches)

<b>COSTOS DEL TOUR</b>	<b>RANGO DE PAX</b>				
<b>Costos Generales del Tour</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>20</b>
Guía	30,00	30,00	30,00	60,00	60,00
Piscina	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00
Noche Cultural 1 (grupo de danza)	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00
Noche Cultural (cine educativo)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
<b>Total costos generales</b>	<b>55,00</b>	<b>55,00</b>	<b>55,00</b>	<b>85,00</b>	<b>485,00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>					
Ingreso a " La Quinta Mirador de los Nevados "	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Desayuno	9,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Almuerzo	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Cena	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Box Lunch	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Actividades agroecoturísticas	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Alquiler de espacio para campamento	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Hospedaje	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Ingreso al Centro de interpretación	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Total costos individuales</b>	<b>52,50</b>	<b>55,50</b>	<b>55,50</b>	<b>55,50</b>	<b>55,50</b>
<b>TOTALES</b>					
Costos generales	55,00	55,00	55,00	85,00	485,00
Costos individuales por pax	52,50	55,50	55,50	55,50	55,50
Costos Administrativos (10%)	0,9	0,90	0,90	0,90	0,90
Precio Neto	89	77	69	70	89
Utilidad (25%)	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
<b>Precio de venta final</b>	<b>119</b>	<b>103</b>	<b>92</b>	<b>93</b>	<b>118</b>
<b>Precio por día x pax</b>	<b>39,51</b>	<b>34,20</b>	<b>30,80</b>	<b>30,91</b>	<b>39,38</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**b) Costo del Paquete para turistas nacionales**

En el estudio de mercado previamente descrito se identificó el precio que estarían dispuestos a pagar los turistas extranjeros por los servicios, actividades e infraestructura de entretenimiento, afirmaron que pagarían entre 45 dólares precio que servirá como referencia para establecer el costo del paquete por persona y por día.

**Cuadro No.123.** Costo del Paquete para turistas nacionales, PTAG- 04, PTAF- 03 PTAN- 02. (2 días, 1 noche)

COSTOS DEL TOUR	RANGO DE PAX				
	2	4	8	12	20
<b>Costos Generales del Tour</b>					
Guía	30,00	30,00	30,00	60,00	60,00
Piscina	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00
Noche Cultural 1 (grupo de danza)	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00
Noche Cultural (cine educativo)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
<b>Total costos generales</b>	<b>55,00</b>	<b>55,00</b>	<b>55,00</b>	<b>85,00</b>	<b>485,00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>					
Ingreso a " La Quinta Mirador de los Nevados "	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Desayuno	9,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Almuerzo	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Cena	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Box Lunch	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Actividades agroecoturísticas	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Alquiler de espacio para campamento	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Hospedaje	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Ingreso al Centro de interpretación	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Total costos individuales</b>	<b>53,50</b>	<b>56,50</b>	<b>56,50</b>	<b>56,50</b>	<b>56,50</b>
<b>TOTALES</b>					
Costos generales	55,00	55,00	55,00	85,00	485,00
Costos individuales por pax	53,50	56,50	56,50	56,50	56,50
Costos Administrativos (10%)	0,9	0,90	0,90	0,90	0,90
Pecio Neto	90	78	70	71	90
Utilidad (25%)	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
<b>Precio de venta final</b>	<b>120</b>	<b>104</b>	<b>94</b>	<b>94</b>	<b>120</b>
<b>Precio por día x pax</b>	45,00	34,69	31,30	31,40	39,88

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**j) Que incluye**

Tour líder

Cabalgata guiada

Recorrido por las Quinta integrales

Sendero turístico el Descanso del Diablo

Visita a los diferentes stands de la plaza turística

Toma de fotografías

Alimentación: desayunos (3), almuerzos (3), cenas (2), refrigerios (5), 1 cocktail de grosellas y malvaviscos

1 noche de hospedaje

1 una noche de campamentos

1 dólar en productos de la Quinta

La entrada al centro de interpretación

El libre uso de las instalaciones

**k) Que no incluye**

Servicio de transporte turístico ya que se lo realiza directamente con los transportistas

Carpas para el campamento

Sleeping para el campamento

## 7. Diseño técnico del producto

**Cuadro No.124.** Medio interpretativo 1

MEDIO INTERPRETATIVO #1			
TIPO		Exhibición móvil o itinerante	
TÓPICO		Descripción	
TEMA		Descripción de la Quinta “Mirador de los nevados”	
PROPÓSITO		Invitar al visitante que conozcan la Quinta agroecoturística	
CONTENIDO		<p>La Quinta “Mirador de los Nevados” en su construcción posee un balcón desde el cual podemos observar al lado izquierdo el nevado Chimborazo, al lado frontal el nevado Tungurahua, al lado derecho el nevado el Altar y el Nevado Sangay.</p> <p>La Quinta Mirador de los Nevados posee una vista panorámica y también existe un mirador aledaño al caminar cuesta arriba en una pequeña montaña ubicada a 8km de la Quinta.</p> <p>Al caminar en su cima es fácil identificar a los nevados, Chimborazo, Altar, Tungurahua y el Sangay cuando está despejado.</p>	
DESCRIPCIÓN		Conjunto de dos fotografías sobre la exhibición de colores naranja, amarillo y negro, el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts. El color del texto es blanco sobre un fondo verde y color del texto es blanco sobre un fondo rojo.	
<b>FOTO 1</b>		<b>FOTO 2</b>	
	Vista frontal		Vista frontal
MEDIDAS			



## DISEÑO



<b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014				
Medio interpretativo No.1				<b>CANTIDAD: 1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIT. USD.</b>	<b>P. TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1.70x2m color	m <sup>2</sup>	2	56,62	113,24
Fotografías (0,30x0,30cm)	U	3	7,00	21,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				<b>176,03</b>
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C. TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	1 (8 horas)	5,00	40,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				<b>40,00</b>
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		2,91
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				<b>12,91</b>
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>228,94</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>	<b>0,00</b>			
<b>IVA 12%</b>	<b>27,47</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>256,41</b>			

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.



**Cuadro No.125.** Medio interpretativo 2

MEDIO INTERPRETATIVO #2			
TIPO		Exhibición móvil o itinerante	
TÓPICO		Quinta “Mirador de los nevados”	
TEMA		Historia	
PROPÓSITO		Informar al visitante acerca de lo que es la historia	
CONTENIDO		<p>La Quinta “Mirador de los Nevados” ha sido parte de la historia de Quimiag ya que su suelo ha sido utilizado por varias generaciones por su ubicación, se encuentra junto al estadio de la parroquia, estas tierras le pertenecen a la familia Veloz Santillán desde el año 1992 la cual se adquirió con fines turísticos, actual mente ofrece hospedaje y se realizan eventos.</p> <p>La denominación que se le dio a la Quinta “Mirador de los nevados”, es debido a que desde sus cuatro esquina se puede observar al Nevado Altar, Nevado Chimborazo, Nevado Tungurahua y Nevado Sangay.</p>	
DESCRIPCIÓN		Medio interactivo de color café, compuesto por dos fotografías y una descripción móvil, el texto de los cuatro párrafos son de 32 pts. y el interlineado de 38 pts. El color del texto es blanco con fondo negro, y fondo crema con letras de color negro.	
FOTO 1	Vista frontal	FOTO 2	Vista frontal
<b>MEDIDAS</b>			
<p>El diagrama muestra un medio interpretativo con las siguientes medidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Panel superior izquierdo: 1,50 m de alto y 1 m de ancho.</li> <li>Panel superior derecho: 1,50 m de alto y 1 m de ancho.</li> <li>Panel inferior: 40 cm de alto.</li> <li>Las imágenes dentro del panel inferior tienen un ancho de 50 cm.</li> </ul>			

Gráfico No.37. Medidas Medio interpretativo 2

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

## DISEÑO



Gráfico No.38. Diseño Medio interpretativo 2

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

Medio interpretativo No.2				CANTIDAD:1
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT.USD.	P. TOTAL USD.
Tablero MDF Liviano 1x1,50m color	m <sup>2</sup>	2	56,62	113,24
Tablero MDF Liviano 40 x 50 cm	m <sup>2</sup>	4	20,00	80,00
Fotografías (1,20 m x80 cm)	U	2	18,00	36,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	6	18,00	36,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Tornillos de madera 1 ½	U	20	0,05	1,00
SUBTOTAL MATERIALES USD.				287,03
B. MANO DE OBRA	CANTIDAD	Nº JORNADAS	COST. JORNADA USD.	C. TOTAL USD.
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
SUBTOTAL M.O USD.				80,00
C. HERRAMIENTAS - TRANS.		DESCRIPCIÓN		COSTO USD.
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.				15,82
	<b>USD.</b>			
COSTO DIRECTO (A+B+C)	<b>382,85</b>			
COSTO INDIRECTO 0%	<b>0,00</b>			
IVA 12%	<b>45,94</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>428,792</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.126.** Medio interpretativo 3

<b>MEDIO INTERPRETATIVO # 3</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición móvil o itinerante			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados”			
<b>TEMA</b>		Flora			
<b>PROPÓSITO</b>		Informar acerca de la flora y fauna existente en la quinta agroecoturística			
<b>CONTENIDO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capulí- Prunus serótina</li> <li>• Motilón- Hyeronima sp.</li> <li>• Sarar- Weinmammia glabra</li> <li>• Cascarilla- Cinchona sp.</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Medios móviles compuesto por un conjunto de fotografías giratorias, dos párrafos en fondo verde con letras blancas, el texto de los dos párrafos son de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
<b>FOTO 1</b>	Flora	<b>FOTO 2</b>	Flora	<b>FOTO 3</b>	Flora
<b>FOTO 4</b>	Flora				
<b>MEDIDAS</b>					

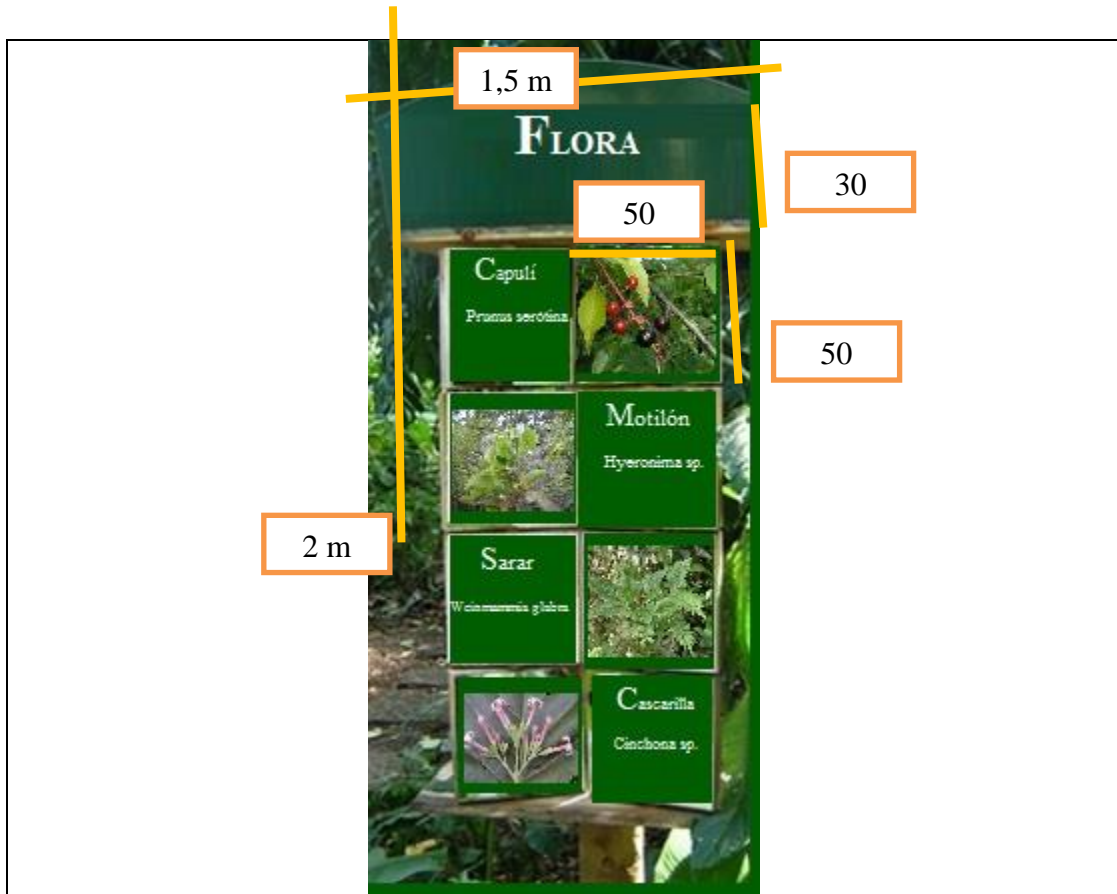


Gráfico No 39. Medidas Medio interpretativo 3  
Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

### DISEÑO




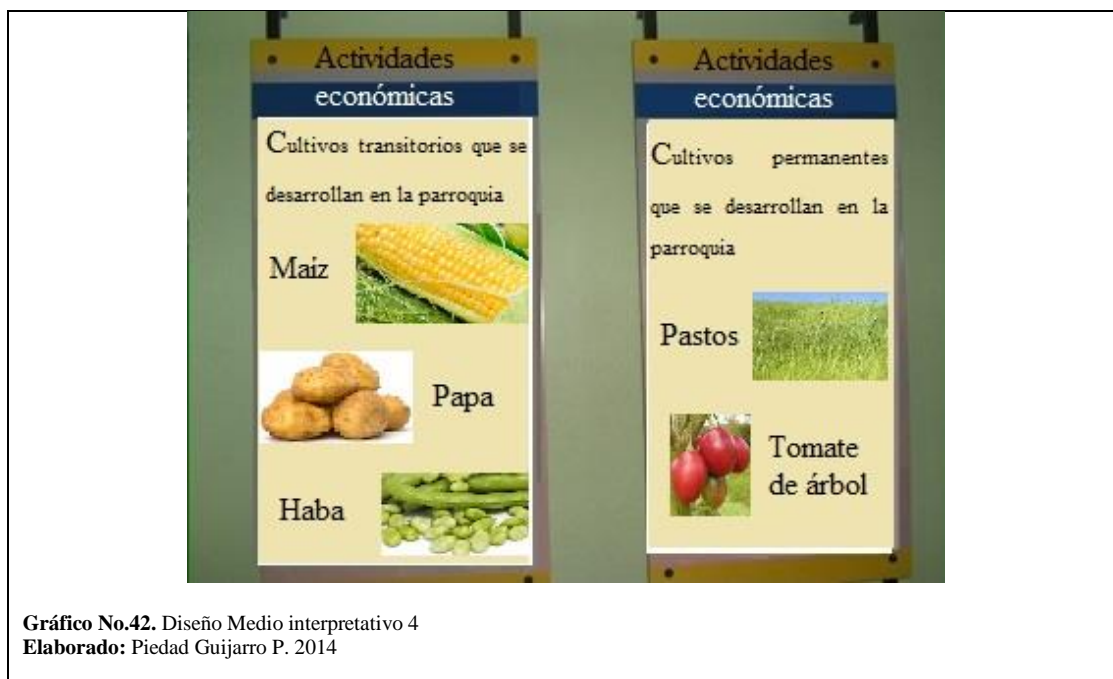
Gráfico No 40. Diseño Medio interpretativo 3  
Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

<b>Medio interpretativo No.3</b>				<b>CANTIDAD: 1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIT.USD.</b>	<b>P. TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 50 x 50 cm color	m <sup>2</sup>	8	22,00	176
Fotografías (50x50cm)	U	8	8,00	64
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	8	18,00	144
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagra codo	U	2	2,00	4,00
Tornillos de madera 1 ½	U	24	0,05	1,2
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				409,99
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C. TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	128,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				128,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>552,82</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>66,33</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>619,15</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.127.** Medio interpretativo 4

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #4</b>			
<b>TIPO</b>		Exhibición de pared	
<b>TÓPICO</b>		Producción Agrícola	
<b>TEMA</b>		Actividades económicas	
<b>PROPÓSITO</b>		Invitar a los visitantes que conozcan la producción Agrícola	
<b>CONTENIDO</b>		<p>Cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maíz-Frejol</li> <li>• Papa</li> <li>• Haba</li> </ul> <p>Cultivos permanentes que se desarrollan en la parroquia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastos</li> <li>• Tomate de árbol</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de pared de fondo verde con una foto representativa, presenta una descripción en color crema con color negro blancas el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.	
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal
<b>MEDIDAS</b>			
		50 cm	
			
		1 m	
<p><b>Gráfico No.41 .</b> Medidas Medio interpretativo 4  <b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014</p>			
<b>DISEÑO</b>			



**Gráfico No.42.** Diseño Medio interpretativo 4  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

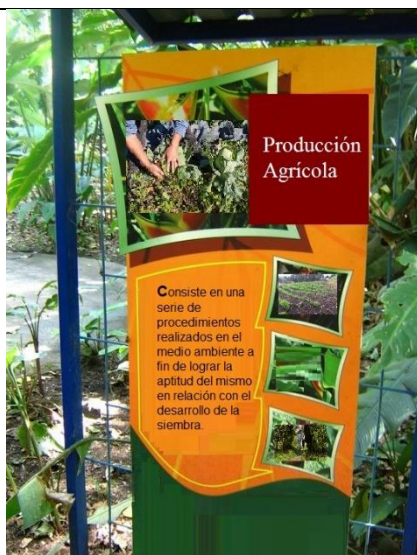


<b>Medio interpretativo No.4</b>				<b>CANTIDAD: 1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIT.USD.</b>	<b>P. TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1 m x 50 cm	m <sup>2</sup>	2	24,00	48,00
Fotografías (40x40cm)	U	2	4,00	8,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	2	18,00	36,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Pernos	U	6	0,50	3,00
Taco Fischer	U	6	0,50	3,00
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				118,79
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>N° JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C. TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				80,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>214,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>25,75</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>240,36</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.128.** Medio interpretativo 5

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #5</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición de pared			
<b>TÓPICO</b>		Actividades económicas			
<b>TEMA</b>		Producción Agrícola			
<b>PROPOSITO</b>		Invitar a los visitantes que conozcan la producción Pecuaria			
<b>CONTENIDO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consiste en una serie de procedimientos realizados en el medio ambiente a fin de lograr la aptitud del mismo en relación con el desarrollo de la siembra.</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de fondo naranja con cuatro fotos , presenta una descripción con letra de color negro, el texto del párrafo es de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal
<b>FOTO 4</b>	Vista frontal				
<b>MEDIDAS</b>					
					
<p><b>Gráfico No.43.</b> Medidas Medio interpretativo 5  <b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014</p>					
<b>DISEÑO</b>					



**Gráfico No.44.** Diseño Medio interpretativo 5

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.5</b>				<b>CANTIDAD: 1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,50m x 70 cm	m <sup>2</sup>	1	26,00	26,00
Fotografías (100x100cm)	U	4	10,00	40,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagras	U	2	0,75	1,50
Tornillos	U	2	0,25	0,50
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				106,79
<b>B.MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>N° JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				80,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>202,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>24,31</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>226,92</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.129.** Medio interpretativo 6

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #6</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición de pared			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados”			
<b>TEMA</b>		Platos típicos elaborados con productos de la Quinta			
<b>PROPÓSITO</b>		Invitar a los visitantes que conozcan que la elaboración de los platos típicos son con productos de la Quinta.			
<b>CONTENIDO</b>		Atractivos registrados <ul style="list-style-type: none"> <li>• Papas con Cuy</li> <li>• Fritada</li> <li>• Seco de carne</li> <li>• Menestra de carne</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de fondo naranja con cuatro fotos , presenta una descripción con letra de color negro, el texto del párrafo es de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal
<b>FOTO 4</b>	Vista frontal				
<b>MEDIDAS</b>					



**Gráfico No.45.** Medidas Medio interpretativo 6  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**DISEÑO**



**Gráfico No.46.** Diseño Medio interpretativo 6  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

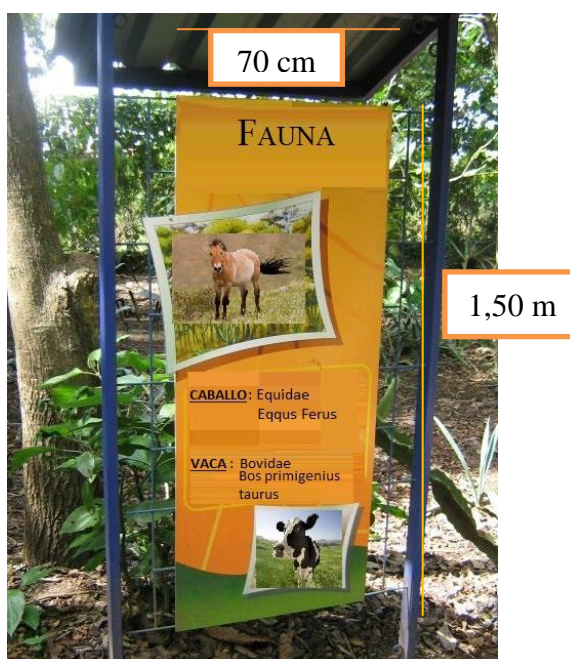
**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.6</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,50m x 70 cm	m <sup>2</sup>	1	26,00	26,00
Fotografías (100x100cm)	U	4	10,00	40,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagras	U	2	0,75	1,50
Tornillos	U	2	0,25	0,50
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				106,79
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				80,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>202,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>24,31</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>226,92</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

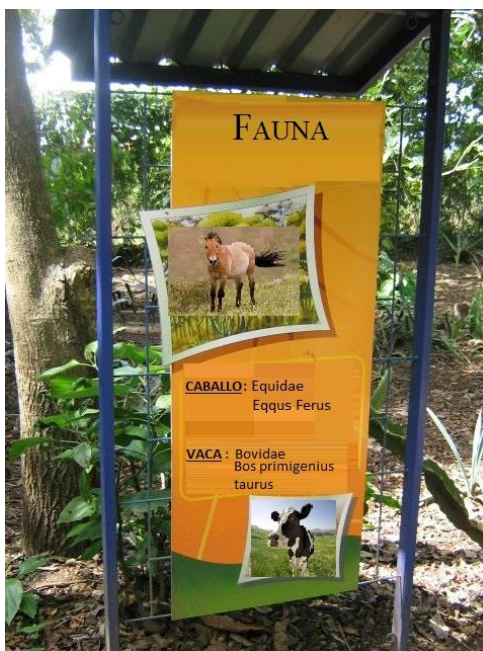
**Cuadro No.130.** Medio interpretativo 7

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #7</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición móvil o itinerante			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados”			
<b>TEMA</b>		Fauna			
<b>PROPÓSITO</b>		Informar acerca de la flora y fauna existente en la quinta agroecoturística			
<b>CONTENIDO</b>		Atractivos registrados <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caballo -Equidae-Eqqus Ferus</li> <li>• Vaca-Bovidae-Bos primigenius Taurus</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de fondo naranja con cuatro fotos , presenta una descripción con letra de color negro, el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal
<b>FOTO 4</b>	Vista frontal				

**MEDIDAS**

**Gráfico No.47.** Medidas Medio interpretativo 7  
 Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014



**DISEÑO**


**Gráfico No.48.** Diseño Medio interpretativo 7  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.7</b>				<b>CANTIDAD: 1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,50m x 70 cm	m <sup>2</sup>	1	26,00	26,00
Fotografías (100x100cm)	U	2	10,00	20,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagras	U	2	0,75	1,50
Tornillos	U	2	0,25	0,50
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				<b>86,79</b>
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>N° JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				<b>80,00</b>
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				<b>15,82</b>
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>182,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>21,91</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>204,52</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.131.** Medio interpretativo 8

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #8</b>					
<b>TIPO</b>		Panel			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados”			
<b>TEMA</b>		Ubicación de la Quinta “Mirador de los nevados”			
<b>PROPÓSITO</b>		Invitar a los visitantes que conozcan la Ubicación Quinta “Mirador de los nevados” mediante un mapa			
<b>CONTENIDO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de fondo color verde con nueve fotos , presenta una descripción con letra de color negro, el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal
<b>FOTO 4</b>	Vista frontal				
<b>MEDIDAS</b>					
					
<p><b>Gráfico No.49.</b> Medidas Medio interpretativo 8  <b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014</p>					
<b>DISEÑO</b>					

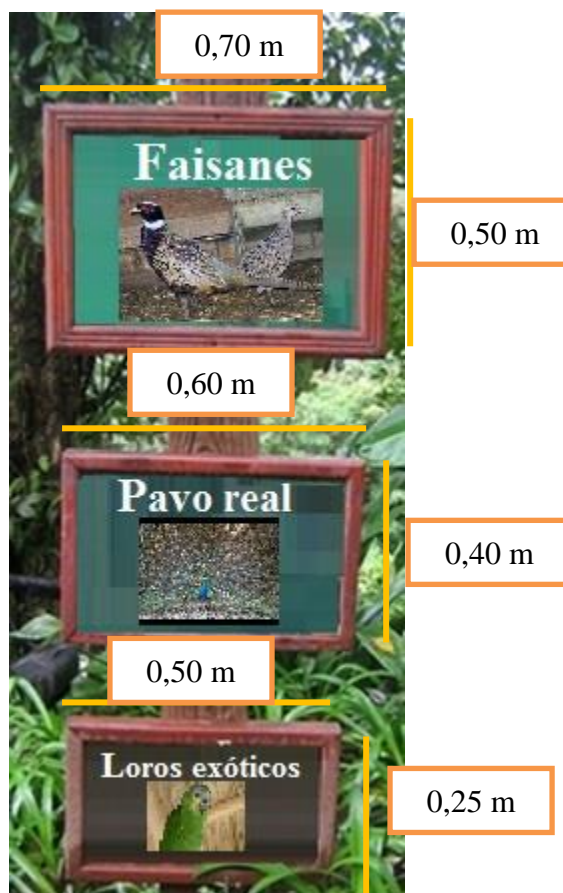


<b>Medio interpretativo No.8</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,50m x 80 cm	m <sup>2</sup>	1	27,00	27,00
Fotografías (100x100cm)	U	9	10,00	90,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagras	U	2	0,75	1,50
Tornillos	U	2	0,25	0,50
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				157,79
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				80,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>253,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>30,43</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>284,04</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.132.** Medio interpretativo 9

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #9</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición de pared			
<b>TÓPICO</b>		Fauna y aves			
<b>TEMA</b>		Especies Exóticas			
<b>PROPÓSITO</b>		Informar al visitantes acerca de las especies exóticas que se encuentran en la Quinta			
<b>CONTENIDO</b>		Faisanes Pavos reales Loros exóticos			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de pared de fondo verde con tres foto representativa, presenta una descripción en verde claro con letras blancas el texto del párrafo es de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal

**MEDIDAS**

**Gráfico No.51.** Medidas Medio interpretativo 9  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

## DISEÑO



**Gráfico No.52.** Diseño Medio interpretativo 9  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.9</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 0,70 m x0,50 cm	m <sup>2</sup>	1	26,00	26,00
Tablero MDF Liviano 0,60m x 0,40 m color	m <sup>2</sup>	1	15,00	15,00
Tablero MDF Liviano 0,50 m x 0,25 m	m <sup>2</sup>	1	10,00	10,00
Fotografías (40x40cm)	U	3	4,00	12
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1,5	18,00	27
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Pernos	U	18	0,50	9
Taco Fischer	U	18	0,50	9
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				128,79
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	3 (8 horas)	5,00	120,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				120,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		8,73
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				18,73
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>267,52</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>32,10</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>299,62</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Cuadro No.133.** Medio interpretativo 10


<b>MEDIO INTERPRETATIVO #10</b>	
<b>TIPO</b>	Exhibición móvil o itinerante
<b>TÓPICO</b>	Tipos de riego
<b>TEMA</b>	Beneficios del riego por goteo
<b>PROPÓSITO</b>	Informar al visitantes acerca de las ventajas del riego por goteo
<b>CONTENIDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en la producción</li> <li>• Cultivo con mayor calidad</li> <li>• Ahorro en el consumo de agua y energía</li> <li>• Ahorro en la utilización de fertilizantes y agroquímicos</li> <li>• Reducción en lavado de suelo y drenaje</li> </ul>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	MDF verde, compuesto por seis fotos, cada foto tiene una descripción breve de cada especie descrita, el fondo de la fotografía es naranja con letras blancas
<b>FOTO 1</b>	Nevado Altar
<p><b>MEDIDAS</b></p> <p style="border: 1px solid orange; display: inline-block; padding: 2px;">2 m</p>	
 <p style="border: 1px solid orange; display: inline-block; padding: 2px;">1 m</p>	
<p><b>Gráfico No.53.</b> Medidas Medio interpretativo 10  <b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014</p>	
<b>DISEÑO</b>	



Gráfico No.54. Diseño Medio interpretativo 10  
Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.10</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1 2 m x 1	m <sup>2</sup>	1	56,62	56,62
Fotografías (50x50cm)	U	6	5,00	30,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				<b>125,41</b>
<b>B.MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				<b>80,00</b>
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				<b>15,82</b>
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>221,23</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>26,54</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>247,77</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.134.** Medio interpretativo 11

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #11</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición de pared			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados			
<b>TEMA</b>		Localización			
<b>PROPÓSITO</b>		Informar al visitantes acerca de la localización			
<b>CONTENIDO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenidos a la quinta “Mirador de los nevados, tiempo estimado para la visita: 45 minutos.</li> <li>• Se localiza en la parroquia Quimiag, comunidad de Guabulag</li> <li>• Observación del Nevado Altar</li> <li>• La Quinta agroecoturista “Mirador de los Nevados” tiene una superficie de 20.000 m2</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<p>Exhibición de pared de fondo verde con tres foto representativa, presenta una descripción en verde claro con letras blancas el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.</p> <p>Medios móviles compuesto por cuatro MDF's, cuatro párrafos en fondo color café con letras blancas, el texto de los dos párrafos son de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.</p>			
<b>FOTO 1</b>		<b>FOTO 2</b>		<b>FOTO 3</b>	
<b>MEDIDAS</b>					



**Gráfico No.55.** Medidas Medio interpretativo 11  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

## DISEÑO




**Gráfico No.56.** Diseño Medio interpretativo 11  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.11</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,70 m x0,20 cm	m <sup>2</sup>	5	23,00	115,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1,5	18,00	27,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Pernos	U	18	0,50	9
Taco Fischer	U	18	0,50	9
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				108,79
<b>B.MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	3 (8 horas)	5,00	120,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				120,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		8,73
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				18,73
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>				<b>319,52</b>
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>				<b>38,34</b>
<b>TOTAL</b>				<b>357,86</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No. 135.** Medio interpretativo 12

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #12</b>	
<b>TIPO</b>	Exhibición móvil o itinerante
<b>TÓPICO</b>	Flora
<b>TEMA</b>	Beneficios de las plantas medicinales
<b>PROPOSITO</b>	Invitar al visitante que conozcan los beneficios de las plantas medicinales
<b>CONTENIDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orégano: Ayuda a la salud cardiovascular como también promover un metabolismo saludable al largo plazo.</li> <li>• Romero: Ayuda a prevenir el aumento de peso debido a su rica fuente de vitaminas B</li> </ul>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	MDF, fondo de color café, letras de color crema el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts. El color del texto es amarillo sobre un fondo negro.
 <p style="text-align: center;"><b>MEDIDAS</b></p> <p>1,30 m</p> <p>0,30 m</p> <p>1 m</p>	
<b>DISEÑO</b>	

**Gráfico No.57.** Medidas Medio interpretativo 12  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014ca Andino. 2013



**Gráfico No.58.** Diseño del Medio interpretativo 12

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

<b>Medio interpretativo No.12</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,30 m x 1m	m <sup>2</sup>	1	56,62	56,62
Tablero MDF Liviano 0,30m x 0,10 m x (BASES)	m <sup>2</sup>	1	56,62	56,62
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				192,03
<b>B.MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>N° JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	1 (8 horas)	5,00	40,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				40,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		2,91
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				12,91
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>244,94</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>	<b>0,00</b>			
<b>IVA 12%</b>	<b>29,39</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>274,33</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Cuadro No.136.** Medio interpretativo 13

<b>MEDIO INTERPRETATIVO #13</b>					
<b>TIPO</b>		Exhibición móvil o itinerante			
<b>TÓPICO</b>		Quinta “Mirador de los nevados			
<b>TEMA</b>		Especies de Aves			
<b>PROPÓSITO</b>		Invitar a los visitantes que conozcan las especies de aves			
<b>CONTENIDO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Picaflor Negro-Diglossa humeralis</li> <li>• Gorrión-Zonotrichia capensis</li> <li>• Búhos-Athene cunicularia</li> <li>• Gavilán-Falco Peregrinus</li> </ul>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Exhibición de fondo café con cuatro fotos, presenta una descripción con letra de color blanco, el texto del párrafo es de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
<b>FOTO 1</b>	Vista frontal	<b>FOTO 2</b>	Vista frontal	<b>FOTO 3</b>	Vista frontal
<b>FOTO 4</b>	Vista frontal				
<b>MEDIDAS</b>					



**Gráfico No.59.** Medidas Medio interpretativo 13  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

### DISEÑO



**Gráfico No.60.** Diseño Medio interpretativo 13  
**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.

<b>Medio interpretativo No.13</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,50m x 70 cm	m <sup>2</sup>	1	26,00	26,00
Tablero MDF Liviano 0,40m x0,10m (BASES)	m <sup>2</sup>	1	56,62	56,62
Fotografías (100x100cm)	U	4	10,00	40,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	1	18,00	18,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Bisagras	U	2	2,00	2,00
Tornillos	U	2	0,05	0,10
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				163,51
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				80,00
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				15,82
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>259,33</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>31,11</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>290,44</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.137.** Medio interpretativo 14

MEDIO INTERPRETATIVO #14					
TIPO		Exhibición de pared			
TÓPICO		Nevados			
TEMA		Nevados			
PROPOSITO		Invitar a los visitantes que conozcan los atractivos naturales			
CONTENIDO		<ul style="list-style-type: none"> <li>• NEVADO ALTAR-Montañas-Es el más hermoso de los nevados, denominado “Capac Urco” que en lengua quichua quiere decir “El Señor de las Montañas”.</li> <li>• NEVADO CHIMBORAZO: Es más alta de Ecuador y el punto más alejado del centro de la Tierra, es decir el punto más cercano al espacio exterior, razón por la cual es llamado como “el punto más cercano al Sol”, con una altura de 6.268 msnm.</li> <li>• NEVADO SANGAY- Es el volcán más sureño y más activo del país, y es conocido por su expresión explosiva la cual se manifiesta por nubes gruesas de ceniza, que han formado una especie de bóveda desde 1976. Sangay viene de Samkay, termino indígena que significa espantar. Altitud 5.300 m</li> <li>• NEVADO TUNGURAHUA- situado en la zona andina de Ecuador. El volcán se alza en la Cordillera Oriental de Ecuador límite de las provincias de Chimborazo y Tungurahua dando nombre a esta última. Altitud de 5023 msnm</li> </ul>			
DESCRIPCIÓN		Exhibición de pared de fondo verde cuatro fotos representativa, presenta cuatro descripción en color crema con color negro blancas el texto del párrafo es de 32 ptos. y el interlineado de 38 ptos.			
FOTO 1	Vista frontal	FOTO 2	Vista frontal	FOTO 3	Vista frontal
FOTO 4	Vista fronta				
MEDIDAS					



Gráfico No.61.Medidas Medio interpretativo 14  
Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

DISEÑO




Gráfico No.62.Diseño Medio interpretativo 14  
Elaborado: Piedad Guijarro P. 2014

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Medio interpretativo No.4				CANTIDAD:1
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNIT.USD.	P.TOTAL USD.
Tablero MDF Liviano 1,30 m x 1,90 cm	m <sup>2</sup>	2	21,00	42,00
Tablero MDF Liviano 1 m x 1,30 cm	m <sup>2</sup>	2	18,00	36,00
Fotografías (40x40cm)	U	2	4,00	8,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	2	18,00	36,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Pernos	U	6	0,50	3,00
Taco Fischer	U	6	0,50	3,00
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				<b>148,79</b>
B.MANO DE OBRA	CANTIDAD	Nº JORNADAS	COST. JORNADA USD.	C.TOTAL USD.
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD</b>				<b>80,00</b>
C. HERRAMIENTAS - TRANS.		DESCRIPCIÓN		COSTO USD.
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				<b>15,82</b>
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>244,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>29,35</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>273,96</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.138.** Medio interpretativo 15

MEDIO INTERPRETATIVO #15				
TIPO		Exhibición de pared		
TÓPICO		Actividades económica		
TEMA		Producción agroecoturística		
PROPÓSITO		Invitar a los visitantes que conozcan los atractivos culturales		
CONTENIDO		<ul style="list-style-type: none"> <li>La Quinta se encuentra dividida por 4 áreas, la primera se ocupa de la producción agrícola, la segunda se ocupa de la ganadería, la tercera ocupa la infraestructura turística que ofrece servicio de alimentación, hospedaje y el salón de eventos y la cuarta son áreas de descanso y recreación.</li> </ul>		
DESCRIPCIÓN		Exhibición de pared de fondo verde dos fotos representativa, presenta dos descripción en color crema con color negro blancas el texto del párrafo es de 32 pts. y el interlineado de 38 pts.		
FOTO 1	Vista frontal		FOTO 2	Vista frontal
MEDIDAS				
				
<p><b>Gráfico No.63.</b>Medidas Medio interpretativo 15  <b>Elaborado:</b> Piedad Guijarro P. 2014</p>				

## DISEÑO



**Gráfico No.64.**Diseño Medio interpretativo 15

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

**Elaborado por:** Piedad Guijarro, 2014.



<b>Medio interpretativo No.15</b>				<b>CANTIDAD:1</b>
<b>A. MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.UNIT.USD.</b>	<b>P.TOTAL USD.</b>
Tablero MDF Liviano 1,30 m x 1,90 cm	m <sup>2</sup>	2	21,00	42,00
Fotografías (40x40cm)	U	2	4,00	8,00
Laminas adhesivas transparente	m <sup>2</sup>	2	18,00	36,00
Sellador para madera (Vernín Altos Sólidos 4000cc)	Cc	1	20,79	20,79
Pernos	U	6	0,50	3,00
Taco Fischer	U	6	0,50	3,00
<b>SUBTOTAL MATERIALES USD.</b>				<b>112,79</b>
<b>B.MANO DE OBRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Nº JORNADAS</b>	<b>COST. JORNADA USD.</b>	<b>C.TOTAL USD.</b>
Armada e instalada	1	2 (8 horas)	5,00	80,00
<b>SUBTOTAL M.O USD.</b>				
<b>C. HERRAMIENTAS - TRANS.</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO USD.</b>
Herramientas		10% de M.O		5,82
Transporte				10,00
<b>SUBTOTAL HERRAM. - TRANS.USD.</b>				<b>15,82</b>
	<b>USD.</b>			
<b>COSTO DIRECTO (A+B+C)</b>	<b>288,61</b>			
<b>COSTO INDIRECTO 0%</b>				
<b>IVA 12%</b>	<b>34,63</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>323,24</b>			

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No. 139.** Resumen requerimientos de implementación de los medios interpretativos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>COSTO</b>
Medio interpretativo 1	Descripción de la Quinta “Mirador de los nevados”	228.94
Medio interpretativo 2	Historia	428.792
Medio interpretativo 3	Flora	619.15
Medio interpretativo 4	Actividades económicas	240.36
Medio interpretativo 5	Producción Agrícola	226.92
Medio interpretativo 6	Platos típicos elaborados con productos de la Quinta	226.92
Medio interpretativo 7	Fauna	204.52
Medio interpretativo 8	Ubicación de la Quinta “Mirador de los nevados”	284.04
Medio interpretativo 9	Especies Exóticas	299.62
Medio interpretativo 10	Beneficios del riego por goteo	247.77
Medio interpretativo 11	Localización	357.86
Medio interpretativo 12	Beneficios de las plantas medicinales	274-33
Medio interpretativo 13	Especies de Aves	290.44
Medio interpretativo 14	Nevados	273.96
Medio interpretativo 15	Producción agroecoturística	323.24
<b>TOTAL:</b>		<b>428792</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### **- Canchas de Footboall y basketboall**

El futbol para muchos es más que un deporte, es más que una forma de hacer ejercicio, es un estilo de vida, este se convirtió en tradición.

Se ha comprobado que el futbol cambia los estados de ánimo e influye en amplios sectores de la población.

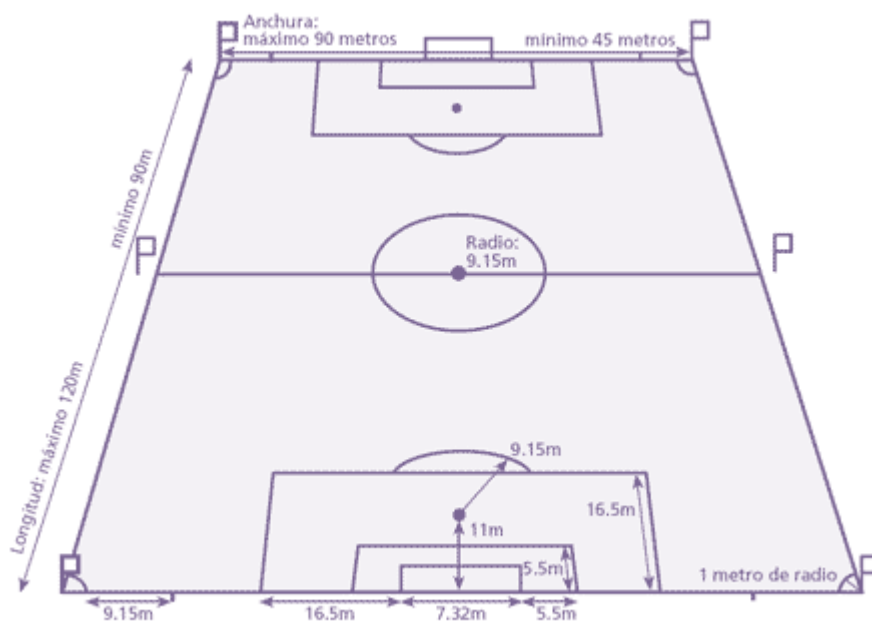
La práctica adecuada del Baloncesto, contribuye al desarrollo físico de los jugadores, también puede contribuir a que desarrollen el hábito saludable de hacer ejercicio físico. Así mismo, proporciona la oportunidad de desarrollar hábitos saludables relacionados; fundamentalmente: hábitos alimentarios, de higiene y de cuidado personal.

En base a lo mencionado, según los encuestados se ve la necesidad de la existencia de la cancha de football y basketboall.

**Cuadro No.140.** Requerimiento de Cancha de football

CANCHA DE FOOTBALL			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Infraestructura física	1		5 098
Arcos metálicos incluida la malla	2	400	800
Pelotas de football	2	50	100
<b>SUBTOTAL</b>			<b>5998</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



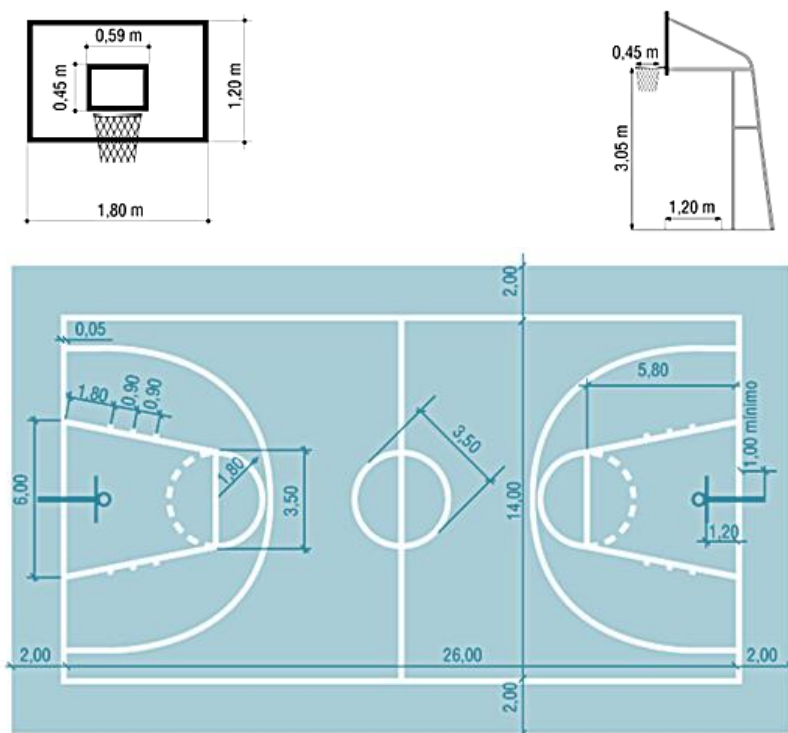
**Gráfico No.65.** Diseño de la cancha de football

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.141.** Requerimiento de Cancha de basquetbol

CANCHA DE BASKETBALL			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Infraestructura física	1		13456,06
Aro de basketball con estructura metálica y tablero	2	650	1300
Malla de Aro	2	6,16	12,32
Balón	2	26,00	52,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>14820,38</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Gráfico No.66.** Diseño de la cancha de Basquetbol  
Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

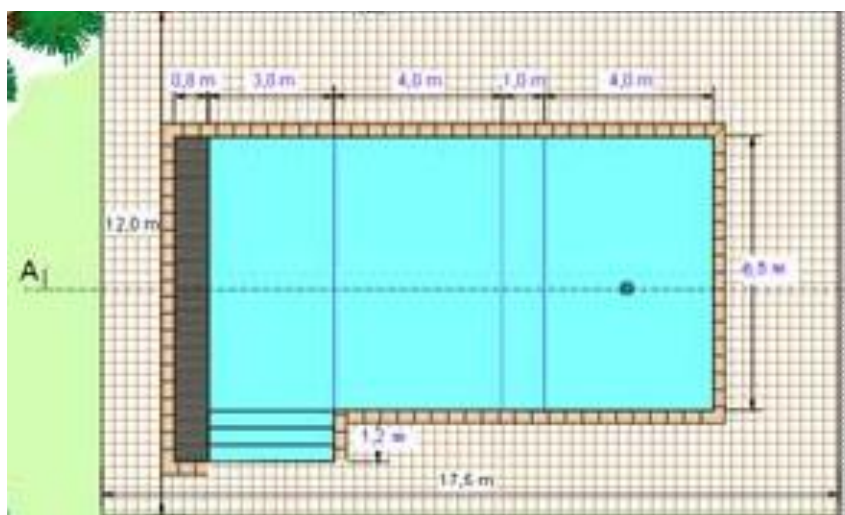
### - Piscina Templada

De acuerdo al estudio de mercado, los turistas nacionales e internacionales sugieren la implementación de una piscina en la quinta “Mirador de los nevados” como parte de la infraestructura de esparcimiento.

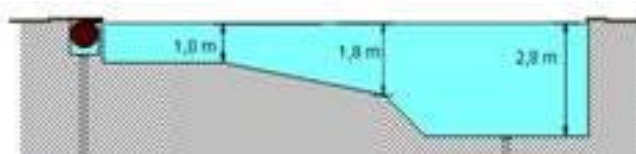
**Cuadro No.142.** Requerimiento para la implementación del centro de la piscina temperada

<b>PISCINA TEMPERADA</b>			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Infraestructura física	1	<b>11.953,13</b>	<b>11953,13</b>
Calentador para piscina a Gas Minimax CH	1	<b>1000</b>	<b>1000,00</b>
Boba dynamo- Pump Pentair	1	<b>388,30</b>	<b>388,30</b>
<b>SUBTOTAL</b>			<b>13341, 13</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Gráfico No.67.** Diseño Arquitectónico de la Piscina  
Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Gráfico No.68.** Corte lateral de la Piscina  
Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

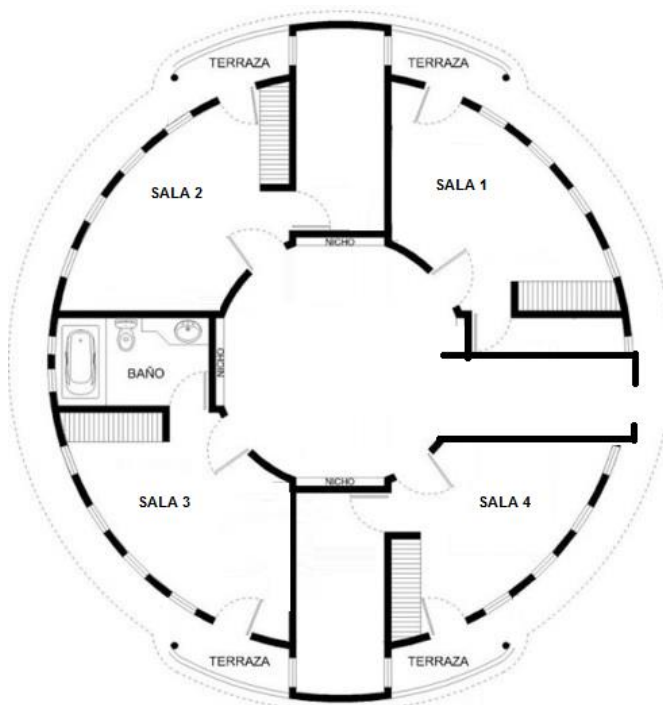
### - Centro de interpretación

El diseño de la infraestructura del centro de interpretación tiene una extensión de 400m<sup>2</sup>, el centro está compuesto por cuatro salas, la primera es la sala de ubicación (datos generales, límites), la segunda de Producción Agrícola, Producción Pecuaria, Desarrollo actual de turismo en la zona, la tercera sala de cultura y la cuarta sala de atractivos turísticos, flora y fauna.

**Cuadro No.143.**Requerimientos para la implementación del centro de interpretación

CENTRO DE INTERPRETACIÓN			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Infraestructura	1	90663,1	90663,1
medios interpretativos	1	5422,57	5422,57
Escritorio	2	350	700,00
Sillas	10	23	230,00
mesas de reuniones	1	300	300,00
Botiquín	1	30	30,00
Extintores	4	15	60,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>97405,67</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



Centro de Interpretación La quinta "Mirador de los nevados"

Gráfico No.69. Diseño Arquitectónico del centro de Interpretación



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



### - Juegos Infantiles

El turista nacional asegura realizar sus viajes con su familia, y son ellos quienes consideran que es necesario adecuar a la Quinta “Mirador de los nevados”, con juegos para la distracción de los niños

A continuación se describe cada uno los juegos a implementarse:

**Cuadro No.144.** Requerimiento de máquinas de juegos infantiles

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
Resbaladera más casa	<p>Esta espectacular estructura incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2 asientos individual de plástico</li> <li>1 asiento frente a frente de metal y plástico</li> <li>1 casa con techo de lona</li> <li>1 escalera</li> <li>1 arenero</li> <li>1 tobogán</li> </ul> <p>Medidas: 4,90 m (largo) x 4,55 m (ancho) x 3,30 m (alto)</p> <p>Los postes de madera redonda tienen una medida de 80 mm y 100 mm (diámetro)</p> <p>La altura del primer piso es de 1,20 m Recomendado para niños de 3 a 12 años. El peso máximo del usuario del asiento individual del columpio son 50 kg El peso máximo del asiento frente a frente son 35 kg en cada asiento</p>	 <p><b>Gráfico No.70.</b> Resbaladera (casa) 1000,00 \$</p>
Columpio # 1	<p>Los columpios son de acero galvanizado y el asiento de plástico y cuerdas.</p> <p>Asiento con cuerdas ajustables para situar el asiento de 40 a 90 cm del suelo.</p> <p>Con anclajes incluidos.</p> <p>El columpio montado tiene las siguientes medidas: 265 x 206 x 205 cm</p> <p>Peso de la estructura 35 kg</p> <p>Peso máximo recomendado del usuario en el asiento 50 kg</p>	

	<p>Peso máximo soportado en toda la construcción 300 kg (para que jueguen 6 niños a la vez)</p>	<p><b>Gráfico No.71.</b> Columpio 1</p> <p>Columpio: 130,00 \$</p>
<p>Columpio #2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 asiento de madera y cuerdas</li> <li>- 1 balancín cara a cara para dos niños</li> <li>- 1 cuerda de escalar</li> </ul> <p>Las medidas del parque infantil Mauna Loa son las siguientes:</p> <p>Medidas: 2,97 m (largo) x 3,92 m (ancho hasta el extremo del tobogán) x 2,28 m (alto)</p> <p>Los postes de madera redonda tienen una medida de 80 mm en las patas y 100 mm (diámetro) el poste de arriba.</p> <p>La altura del primer piso de la plataforma es de 1,18 m La rampa del tobogán es de 2,32 m de largo La rampa del tobogán es de HDPE que resiste bien la corrosión y por tanto es adecuado para estar en la intemperie.</p>	 <p><b>Gráfico No.72.</b> Columpio 2</p> <p>Columpio 400,00 \$</p>
<p>Columpio #3</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 asientos de madera y cuerdas</li> <li>- 1 asiento de metal, madera y cuerdas en forma de barca para 2 niños a la vez</li> </ul> <p>Las medidas del columpio Masgames son las siguientes:</p> <p>Medidas: 3,36 m (largo) x 2,62 m (ancho) x 2,25 m (alto)</p> <p>Los postes de madera redonda tienen una medida de 80 mm en las patas y 100 mm (diámetro) el poste de arriba.</p> <p>El columpio Masgames triple incluye los anclajes para sujetar el parque infantil en un suelo de tierra.</p>	 <p><b>Gráfico No.73.</b> Columpio 250,00 \$</p>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



**Cuadro No.139.** Requerimiento de Juegos infantiles

<b>JUEGOS INFANTILES</b>			
<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL USD</b>
Resbaladera más casa	1	1000,00 \$	1000,00 \$
Columpio #1	1	130,00 \$	130,00 \$
Columpio #2	1	400,00 \$	400,00 \$
Columpio #3	1	250,00 \$	250,00 \$
<b>SUBTOTAL</b>			<b>1780,00 \$</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.146.** Resumen requerimientos de implementación

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>
Medios interpretativos:	1 256,41
	2 428,792
	3 619,15
	4 240,36
	5 226,92
	6 226,92
	7 204,52
	8 284,04
	9 299,62
	10 247,77
	11 357,86
	12 274,33
	13 290,44
	14 273,96
	15 323,24
Cancha de football	5998
Cancha de basketball	14820,38
Piscina temperada	13341,13
Centro de Interpretación	97405,67
Juegos Infantiles	1780,00
<b>TOTAL:</b>	<b>123839,15</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## **D. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD.**

### **1. Canales de Distribución**

Se procede a utilizar el método de distribución debido a que es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan.

Los canales de distribución que se utilizará son:

**a. Canal Directo o Canal 1:** Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos.

Las actividades de venta directa son un buen ejemplo de este tipo de estructura de canal.

Este canal de distribución permitirá mantener una relación directa con los clientes, y así garantizar la calidad del servicio desde el momento en que se brinda la información, para que esta sea completa, oportuna y veraz. Otro beneficio de esta venta directa es mantener un precio estándar y negociaciones directas con los visitantes.

**b. Canal Detallista o Canal 2:** Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas

## 2. Imagen corporativa



QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"  
Un lugar biodiverso rodeado de tierras féculdas

Gráfico No.74. Logotipo de "El Mirador de los Nevados"

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

El logotipo pretende mostrar con la casa, un refugio, el vivir en armonía, el calor de hogar, el campo muestra la naturaleza la época de cosecha, juntos representan la convivencia con la naturaleza, donde pueden comulgar juntos a través del encuentro de hogares, la pachamama que alberga a todos los seres vivos y esta casa de campo que albergará a todo hombre o mujer que quiera regresar a sus raíces.

### a) Color de identificación de la empresa

El **naranja**, este color libera las emociones negativas, estimula la mente, renueva la ilusión en la vida, es ideal para el espíritu.

Este color genera energía, alegría, felicidad, creatividad, pues es lo que se desea que genere este lugar en sus visitantes una armonía entre los visitantes y la naturaleza creando lazos más estrechos con la pachamama.

El **verde** situado en perfecta neutralidad entre los extremos, proporciona una sensación de tranquilidad y seguridad. Es un color relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud. Vamos a descubrir todas sus cualidades con más detalle.

El **amarillo**: se le asocia con la felicidad, la alegría y el optimismo

El **azul**: Implica Constancia, Autoridad, Confianza.



QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"  
Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas



QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"  
Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas



QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"  
Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas



QUINTA "EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"  
Un lugar biodiverso rodeado de tierras fecundas

Se utiliza diferentes tonalidades debido a que también puede ser utilizado en diferentes fondos.

El color azul se utiliza para ingresar a la piscina.

El color amarillo se utiliza para ingresar a centro de interpretación.

El color naranja se utiliza para ingresar a la Quinta "Mirador de los nevados".

El color verde se utiliza para ingresar a la granja en donde los turistas podrán observar e interactuar con las especies de flora y fauna.

### 3. Estrategias de difusión y publicidad

La difusión es una de las variables del marketing mix bajo la cual se integran una serie de elementos como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el patrocinio y las ferias, que en la práctica actúan conjunta y coordinadamente ayudando a construir una identidad propia para la Quinta “Mirador de los Nevados” proyectando una imagen adecuada del destino turístico.

Las estrategias de promoción y difusión de la Quinta “Mirador de los Nevados” están dadas por varios componentes como son: Página web, blog, youtube, redes sociales (Facebook), trípticos, tarjetas de presentación, revistas y guías de viaje.

En la presente investigación se propone utilizar el sistema de distribución directo (Productor – Consumidor).

Para mejorar la difusión de la Quinta “Mirador de los Nevados” se da como alternativa, la utilización de las siguientes estrategias:

#### a. Medios publicitarios para el proyecto

Para la publicidad del proyecto se utilizará los siguientes medios:

**Cuadro No. 147.**Medios publicitarios para el proyecto

<b>INTERNET</b>	Página web
	Blog
	Youtube
	Redes sociales (Facebook)
<b>IMPRESOS</b>	Trípticos
	Tarjetas de presentación
	Volantes
	Afiches
	Gigantografías

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## 1) Internet.

Las nuevas tecnologías relacionadas a la comunicación como el internet y las redes sociales, ofrecen nuevas oportunidades para que los nuevos emprendimientos ingresen a un mercado más amplio y ya no solo a enfocarse al mercado local, de esta manera optimizando recursos y tiempo, facilitando el envío y recepción de información.

La quinta “Mirador de los nevados” debe ser constante en mantener actualizaciones las tecnologías para ser más competitivo en el mercado.

Se debe aprovechar este medio, por lo que se propone la creación de una página web la misma que debe ser actualizada por lo menos 1 vez al mes desde donde se maneja un sistema de pre reservaciones y reservaciones, permitiendo la venta directa.

### a) Blog

Un blog permitirá generar mayores flujos de potenciales clientes, mejorar tu imagen de empresa, aumentar el número de visitas y mejorarás la tasa de conversión (de visitas a reservas) obteniendo así mayores ventas, estar al día y ser más competitivo, conseguir optimizar tu posicionamiento en buscadores. La actualización de actividades que se realizarán en la quinta, una vez por semana, ya que es un servicio gratuito y se puede manejar con mayor facilidad, a diferencia de la página web que necesita de un administrador especializado que realice las actualizaciones.



**Gráfico No.75.** Blog de “El Mirador de los Nevados”

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

<http://quintamiradordelosnevados.simplesite.com/>

## b) Cuenta en Youtube

Se mantendrá una cuenta en youtube mediante la cual servirá para brindar un buen servicio al turista, brindar anuncios de emergencia, recopilar testimonios y opiniones, conseguir que más personas el sitio web, además se cargaran videos que se elabore en cada visita con los grupos de turistas, permitiendo así una difusión real de las vivencias de la quinta, además se publicará también en caso de capacitaciones las ponencias y las presentaciones sobre el tema que se discuta para que los seguidores estén informados de las temáticas que se tratan en el lugar.



**Gráfico No.76.** Cuenta en Youtube de ““El Mirador de los Nevados””

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

## c) Redes Sociales

Mediante las redes sociales (Facebook), las cuales nos permitirá crear buenas relaciones con los públicos diversos de la quinta mediante la comunicación constante con los potenciales turistas consolidando una buena imagen turística, Identificar el grado de satisfacción de los Turistas en lo que se refiere a los Atractivos Turísticos, crecer en el mercado local para luego cubrir el regional, atraer al mercado objetivo ofreciendo un valor agregado como es la calidad y precio en los Atractivos Turísticos de la Quinta “Mirador de los nevados”, además se mantiene una relación más duradera con los visitantes quienes pueden comentar su experiencia y recomendar a sus

amigos/familiares; además que es un medio de búsqueda de destinos de viajes eficaz, es importante también estos medios porque se manejan estadísticas actualizadas del perfil de quienes nos siguen en estas redes sociales y así se podrá adaptar los futuros productos de acuerdo a cómo evoluciona nuestro mercado.



**Gráfico No.77.** Cuenta en facebook de “El Mirador de los Nevados”

**Elaborado:** Piedad Guijarro P. 2014

<https://www.facebook.com/pages/Quinta-Mirador-de-los-nevados/1583953705225506>

## 2) Impresos:

En el estudio de mercado los potenciales turistas optan como segundo medio de información, las sugerencias de un amigo o familiar, por lo que se supone que estas personas podrán conocer de los servicios ofrecidos por “El Mirador de los Nevados” a través de las redes sociales, pero también por medio de material impreso de difusión como trípticos o tarjetas de presentación.

Una de las estrategias de difusión es atraer a posibles compradores a través de trípticos, tarjetas de presentación, publicaciones en revistas esto se lo realizará en la empresa de Diseño.

### a) Trípticos

Los mismos se entregarán en lugares estratégicos a manera de acuerdos pre establecidos en lugares estratégicos como: Operadoras de turismo, Agencias de viaje, estaciones del tren, hoteles, restaurantes, i tours importantes en las ciudades de Riobamba, Quito,



Guayaquil, Ambato, Puyo y en administración de la quinta, contendrán la información más relevante del “Mirador de los Nevados”.

### CARACTERÍSTICAS:

- Tendrá una medida de 29.70 cm. De largo por 21 cm
- Al doblarlo en tres partes, su medida será 10 cm de ancho y 20 cm.
- De largo por lado.
- Esto se lo realizará con colores llamativos.
- En la portada del tríptico constará Nombre de la Quinta, las actividades, dirección y contactos de la misma.
- En su interior se describirá las actividades de los paquetes turísticos.



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Que incluye**

- ✓ Tour líder
- ✓ Cabalgata guiada
- ✓ Recorrido por la Quinta
- ✓ Visita a los diferentes stands del centro de interpretación.
- ✓ Toma de fotografías
- ✓ Alimentación: desayunos (3), almuerzos (3), cenas (2), refrigerios (5), 1 cocktail de grosellas y malvaviscos
- ✓ 1 noche de hospedaje
- ✓ 1 una noche de campamentos
- ✓ 1 dólar en productos de la quinta
- ✓ La entrada al centro de interpretación
- ✓ El libre uso de las instalaciones

**Que no incluye**

- ✓ Servicio de transporte turístico
- ✓ Carpas para el campamento
- ✓ Sleeping para el campamento

**Que llevar**

- ✓ Zapatos o zapatillas cómodas
- ✓ Ropa ligera
- ✓ Gorras
- ✓ Gafas
- ✓ Pilas
- ✓ Binoculares
- ✓ Camara de fotos

**Que no llevar**

- ✓ Armas
- ✓ Drogas
- ✓ Alcohol

**Atractivos y actividades**

- ✓ Iglesia Santiago de Quimiag
- ✓ Nevado Altar
- ✓ Laguna Amarilla
- ✓ Cascada de Puelazo
- ✓ Cascada Las Tres Marías
- ✓ Bosque Primario "Quimiag"
- ✓ Río Collanes
- ✓ Quinta agroecológica "Mirador de los Nevados"
- ✓ Producción agroecológica en la Quinta "Mirador de los Nevados"
- ✓ Fotografías
- ✓ Cabalgata

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

## b) Tarjetas de Presentación

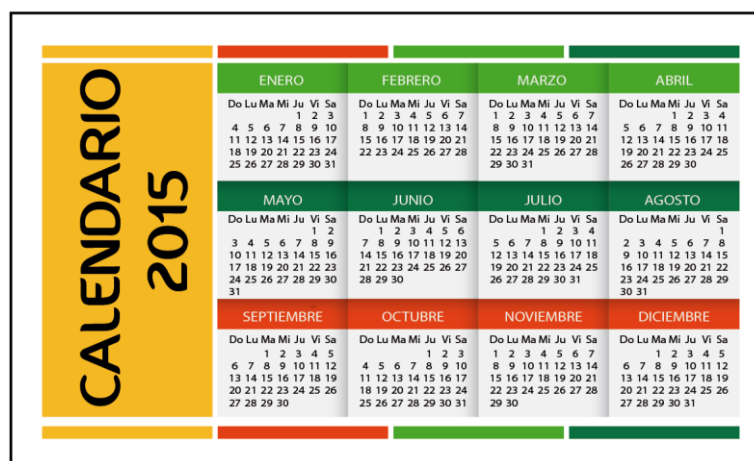
Las tarjetas de presentación serán entregadas directamente por el Administrados de la Quinta "Mirador de los Nevados".

Al igual que los trípticos se entregará a personas y lugares estratégicos; la información que contendrá será básica como: Números de contacto, con que personas contactarse, páginas web y dirección.

### CARACTERÍSTICAS:

- Su medida será de 10cm x 6cm
- Esto se lo realizará con colores llamativos.
- La impresión se la realizará en papel cartón
- Contendrá el Nombre de la Quinta, dirección y contactos de la misma.
- Al reverso contendrá el calendario

## Tarjeta de presentación



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

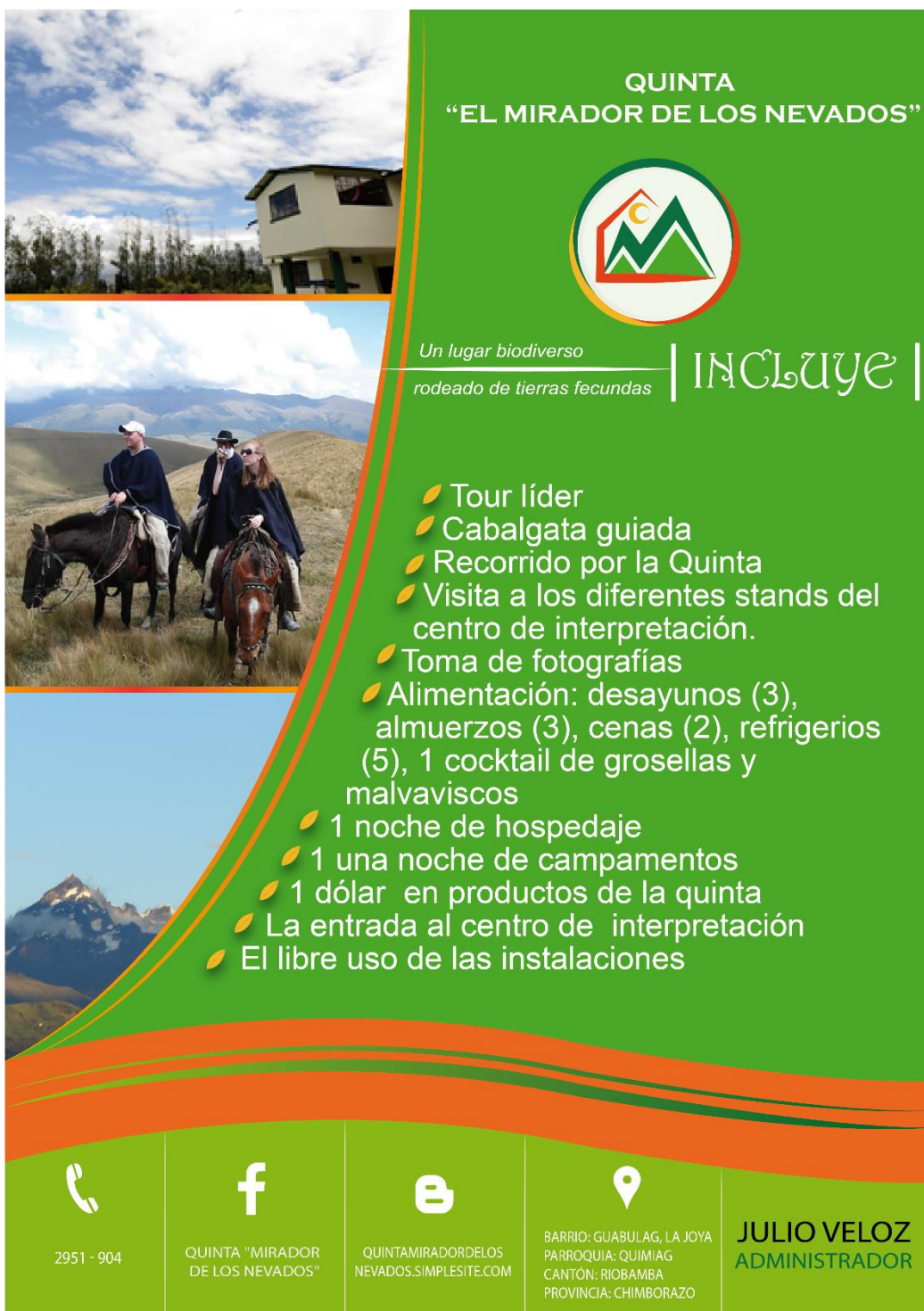
### c) Afiches

Los mismos que serán ubicados en lugares que sean atractivos para los turistas como lo son: avenidas, parques, mercados, otros.


### CARACTERÍSTICAS:

- Su medida será e formato A3
- Se elabora a full color en papel couche
- Se lo realizará con colores llamativos
- En primer lugar va ubicado el nombre de la Quinta
- Constarán las actividades que ofrece la Quinta “Mirador de los nevados”, teléfono y dirección.

## Afiche presentación







**QUINTA  
"EL MIRADOR DE LOS NEVADOS"**



*Un lugar biodiverso  
rodeado de tierras féculdas*

**INCLUYE**

- Tour líder
- Cabalgata guiada
- Recorrido por la Quinta
- Visita a los diferentes stands del centro de interpretación.
- Toma de fotografías
- Alimentación: desayunos (3), almuerzos (3), cenas (2), refrigerios (5), 1 cocktail de grosellas y malvaviscos
- 1 noche de hospedaje
- 1 una noche de campamentos
- 1 dólar en productos de la quinta
- La entrada al centro de interpretación
- El libre uso de las instalaciones

 2951 - 904	 QUINTA "MIRADOR DE LOS NEVADOS"	 QUINTAMIRADORDELOS NEVADOS.SIMPLESITE.COM	 BARRIO: GUABULAG, LA JOYA PARROQUIA: QUIMIAG CANTÓN: RIOBAMBA PROVINCIA: CHIMBORAZO	<b>JULIO VELOZ ADMINISTRADOR</b>
---	--	--	---	--------------------------------------

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

### d) Volantes

Estos contendrán información selecta de la Quinta "Mirador de los nevados", una breve descripción de las actividades, dirección, contactos.

## CARACTERÍSTICAS:

- Tendrá un formato A6
- Esto se lo realizará con colores llamativos
- La impresión se lo realizará en papel blanco
- En este volante consta lo más importante como: Nombre

## Volantes

Estos contendrán información selecta de la Quinta “Mirador de los nevados”, una breve descripción de las actividades, dirección, contactos.

## CARACTERÍSTICAS:

- Tendrá un formato A6
- Esto se lo realizará con colores llamativos
- La impresión se lo realizará en papel blanco
- En este volante consta lo más importante como: Nombre



Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**e) Gigantografías**

Las cuáles serán ubicadas en lugares estratégicos, estas gigantografías darán a conocer información acerca de la quinta y los productos turísticos que ofrece.

**CARACTERÍSTICAS:**

- Se elabora a full color
- Su medida es 1m de ancho x 2m de largo
- En primer lugar va ubicado el nombre de la Quinta
- Constarán las actividades, dirección y contactos de la misma.

## Información de la Quinta



**QUINTA**  
**“EL MIRADOR DE LOS NEVADOS”**



*Un lugar biodiverso  
rodeado de tierras fecundas*

**INCLÚYE**

- Tour líder
- Cabalgata guiada
- Recorrido por la Quinta
- Visita a los diferentes stands del centro de interpretación.
- Toma de fotografías
- Alimentación: desayunos (3), almuerzos (3), cenas (2), refrigerios (5), 1 cocktail de grosellas y malvaviscos
- 1 noche de hospedaje
- 1 una noche de campamentos
- 1 dólar en productos de la quinta
- La entrada al centro de interpretación
- El libre uso de las instalaciones

2951 - 904

QUINTA "MIRADOR DE LOS NEVADOS"

QUINTAMIRADORDELOS NEVADOS.SIMPLESITE.COM

BARRIO: GUABULAG, LA JOYA  
PARROQUIA: QUIMIAG  
CANTÓN: RIOBAMBA  
PROVINCIA: CHIMBORAZO

**JULIO VELOZ**  
ADMINISTRADOR

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

Se ha cotizado los costos para la publicidad por medio de material impreso, la misma que se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro No.148. Costos de la publicidad internet**

<b>DETALLES</b>	<b>COSTOS</b>
Página web	\$ 200,00
Blogg	\$ 100,00
Youtube	\$ 100,00
Redes sociales (reportes anuales)	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 520,00</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.149. Costos de la publicidad impresa**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>COSTOS (C/AÑO)</b>
Trípticos	1000	\$ 0,17	\$ 170,00
Tarjetas de presentación cartulina color blanco marfil con filo durazno	1000	\$ 0,03	\$ 30,00
Afiches	100	\$ 0,24	\$ 24,00
Volantes	1000	\$ 0,04	\$ 40,00
Gigantografías	2	\$ 14,00	\$ 28,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 292,00</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.

**Cuadro No.150. Resumen Publicidad**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTOS</b>
Publicidad internet	520,00
Publicidad impresa	292,00
<b>TOTAL</b>	<b>812,00</b>

Elaborado por: Piedad Guijarro, 2014.



## VI. CONCLUSIONES

- En el potencial turístico de la Parroquia Quimiag identificamos 2 atractivos de jerarquía I que representa el 12,22%, 7 atractivos de jerarquía II que representa el 78,67% y 1 atractivo de jerarquía III que representa el 10,00% también se determinó los parámetros característicos dentro de los ámbitos económico-productivo, ecológico-territorial, político-administrativo, social-cultural y físico espacial.
- El estudio de mercado permitió determinar el perfil del turista y sus preferencias para la creación de la Quinta agroecoturística se puede observar que dentro del perfil de los turistas internacionales el 52% de los encuestados proviene de América del norte, el 33% proviene de América del sur y 15% proviene de Europa, dentro de actividades podemos determinar que el 19% de los encuestados desean realizar cabalgatas, avistamiento de aves y talleres para elaboración de artesanías y el 15% desean realizar talleres de educación ambiental y 14% práctica de juegos tradicionales.

El 50% de los encuestados están dispuestos a pagar de \$45 a \$55 dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”, y dentro de los turistas nacionales podemos observar que el 17% de los encuestados proviene la ciudad de Guayaquil, el 15 % de Quito, el 11% de Ambato, el 10% Macas, 9% Cuenca y el 8% Guaranda El 18% de los encuestados desean realizar cabalgatas, avistamiento de aves y talleres para elaboración de artesanías y el 16% desean realizar talleres de educación ambiental y 18% práctica de juegos tradicionales. El 65% de los encuestados están dispuestos a pagar de \$45 a dólares por una noche de hospedaje, tres comidas, transporte y actividades de entretenimiento en la Quinta “Mirador de los Nevados”, el nivel de aceptación del producto el cual nos apoyó a la identificación de la demanda objetiva donde se propone captar el 10% de la demanda objetiva que en el primer año será de 3994 entre turistas nacionales y extranjeros.

- El diseño técnico del producto Agroecoturístico ha permitido determinar los requerimientos de las diferentes áreas del proyecto que son productiva,

comercial y administrativa alcanzando un monto de inversión de 160177 de los cuales recursos propios representan 80000 y el préstamo será de 80177, la tasa interna de retorno representa el 13% el cual nos permite reconocer que la inversión del proyecto es factible, a partir de nuestro 5 año se generaran ingresos para la empresa, por lo cual una vez realizada la evaluación ex-ante (análisis comercial, productivo, legal, administrativo, económico- financiero) el proyecto fue factible.

- Las estrategias de difusión y publicidad serán desarrolladas a partir de Página web, Youtube, Blog, Redes sociales (Facebook, twitter), Trípticos, Tarjetas de presentación, Volantes, Afiches y Gigantografías las cuales fueron definidas a partir del perfil del turista, para la difusión se creó el logotipo de la empresa el cual conjuga gráficamente el objetivo de la Quinta y se definió cada uno de sus colores. Las estrategias de difusión se generaron a partir del perfil del turista: turistas internacionales el 43% de los encuestados utilizan el internet para informarse acerca de su destino turístico, el 24% lo realizan por medio de su agencia u operadora turística. Turistas nacionales el 26% de los encuestados utilizan el internet para informarse acerca de su destino turístico, el 20% por medio de sus familiares y amigos y el 15% lo realizan por medio de su agencia u operadora turística.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Incentivar a realizar un trabajo mancomunado con organizaciones gubernamentales, como el Ministerio de turismo, Ministerio de Relaciones Laborales, solicitar el apoyo del GAD Parroquial Quimiag, e instituciones no gubernamentales, para posicionar el producto y abrir nuevos mercados.
- Se recomienda que se fomente la participación de la comunidad debido a que juega un rol importante.
- Se recomienda realizar convenios con instituciones educativas con el fin de promover actividades de desarrollo turístico, con instituciones dedicadas al cuidado del ambiente para que directa o indirectamente se pueda lograr una concienciación ambiental y desarrollo de nuevas actividades.
- Se recomienda que para la implementación proyecto agroescoturístico, los pobladores de la zona sean considerados como sujetos antes que como objetos de desarrollo.
- Se recomienda estar actualizados con las nuevas tendencias del mercado para tener un constante conocimiento de los clientes (gustos, preferencias y necesidades), para que de esta manera se pueda tener productos turísticos comunitarios innovados en función del mercado.
- Poner en ejecución el proyecto agroescoturístico que ha demostrado viabilidad técnica, comercial, administrativo legal y financiera.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone el diseño de un producto Agroecoturístico en la Quinta “Mirador de los Nevados”, Barrio la Joya, Comunidad Guabulag, Parroquia Quimiag, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, se desarrolló en 4 etapas la primera evalúa el potencial turístico de la Parroquia Quimiag donde identificamos 9 atractivos con los que cuenta la parroquia, en la segunda se realizó el estudio de mercado para la creación de la Quinta agroecoturista la que metodológicamente se ha definido como el universo de estudio a la demanda turística nacional e internacional utilizando el dato estadístico de la visita al ferrocarril en la estación de Riobamba en el año 2013, se aplicaron 119 encuestas las cuales nos permitieron definir el perfil del turista y sus preferencias, en la tercera se diseñó el producto agroecoturístico que consta de 15 medios interpretativos, 1 cancha de football, 1 cancha de basketball, 1 piscina temperada, 1 centro de interpretación y 4 juegos infantiles, donde la inversión será de \$123839,15. Realizando además el diseño de 5 paquetes turísticos para los turistas nacionales y extranjeros, con diferente capacidad de pago y actividades. Para finalizar se definieron las estrategias de difusión y publicidad donde se creó el slogan y el logo de la empresa, y los medios de comunicación y publicidad. En conclusión el proyecto es factible ya que alcanza un monto de inversión de \$160177,44 de los cuales recursos propios representan \$80000 y el préstamo será de \$80.177, la TIR representa el 13% demostrando que la inversión del proyecto es factible, a partir de quinto año se generarán ingresos netos para la empresa.

### **Palabras Clave:**

DISEÑO, PRODUCTO, QUINTA, NEVADOS, AGROECOTURISMO, SOSTENIBLE.

## **IX. SUMMARY**

The present research proposes: the design of an agro-touristic product in the farm “Mirador de los Nevados”, La Joya neighbourhood, Guabulag community Quimiag district, Riobamba Canton, Province of Chimborazo, it was developed in four stages, the first one evaluates the touristic potential of Quimiag district, where identify potential of Quimiag district, where identify 9 touristic attractions, in the second one it was made the market research in order to the creation of Agro-touristic farm, which has been defined like the study universo to the national and international touristic demand using the statistical data to the railroad visit in Riobamba train station in 2013; 119 surveys were applied the same allowed to define the profile and preferences of the tourists, in the third one the agro-eco touristic product was designed that has 15 interpretative means, 1 football pitch, 1 basketball court, 1 warm swimming-pool, 1 interpretation center and 4 children playgrounds, where the investment will be \$123.839,15. Besides it was made the design of 5 touristic packages for national and foreigners tourists, with different capacity to pay and activities, finally the advertising and diffusion strategies were defined, where the slogan, company logo and communication and advertising means were created. In conclusion the Project is feasible with an investment of \$160.177,44 with own resources of \$80.000,00 and a loan will be for \$80.177,00 the TIR (Internal rate of return) represents 13%, demonstrating that the investment Project is feasible and from fifth year, net incomes will be generated for the company.

## **X. BIBLIOGRAFIA**

1. ALEGRE, J. & LLORENC, P. (2006). “El Paquete Turístico de Todo Incluido: Un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares”. Madrid ES. PDF. p. 34.
2. ALTIERI. (2009). Vertientes del pensamiento agroecológico: fundamentos y aplicaciones. Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA), Medellín, Colombia. p. 1.
3. BERDEGUÉ J. ET AL. (2008). Opciones Para el Desarrollo del Empleo Rural no Agrícola en América Latina y el Caribe. Washington, D.C. p. 40.
4. BUDOWSKI. (2009). Modalidades agroturísticas y sus limitaciones. Universidad para la Paz. Ambien-tico. no. p. 107.
5. CARRILLO, R. (2007). Conceptualización de turismo. Turismo. Consultado el 14 de Abril del 2015. p. 56. Disponible en <http://www.angelfire.com/magic/rosacarrillo/turismo.html>
6. CEBALLOS-LASCURÁIN, H. (2006). Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Diana, México. Chiappini, G. M. T. Caracterización ambiental de las playas comprendidas entre Cariló y Faro. p. 274.
7. CHÁVEZ, J. (2005). Ecoturismo TAP metodología para un turismoambientales planificado. México DF. Trilla. p. 1.
8. CUARTAS, F. (2008). Evaluación Económica y Financiera de los proyectos. Ecuador. p. 173.
9. DE LA COLINA, J. (2009). Marketing Turístico: Definición de estrategias; características; canales de distribución. (en línea). p. 29-31. Consultado el 25 de Abril del 2015. Disponible en [www.monografías.com](http://www.monografías.com)
10. GARCÍA, B. (2008). Agricultura y vida ural. Artículo publicado en el núm. 14 de la colección Mediterráneo económico: “Modernidad, crisis y globalización”. p. 14.

11. GLAGOVSKY, H. (2009). Análisis FODA, Universidad de Buenos Aires (en línea). p. 342. Consultado el 25 de Abril del 2015. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>
12. HUNTER, JONES PHILIPPA. (2014). Sustainable Tourism en Jafar, Jafari. *Annals of Tourism Research*. Universidad de Wisconsin. Estados Unidos de Norte. América. p. 24.
13. MACHADO, E Y HERNÁNDEZ. (2009). Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba. p. 161. pdf. Consultado el 25 de Abril del 2015. Disponible en [www.teoríaaypraxis.uqroo.mx](http://www.teoríaaypraxis.uqroo.mx)
14. MALDONADO, C. (2006) Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina. p. 35.
15. MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2005). Metodología para inventario de atractivos (en línea). p. 23-30. Consultado 21 de septiembre del 2014. Disponible en <http://www.wordtourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>
16. OGANDO, P. MAMANÍ, E. FARÍA, R. (2006). Actividad Turística: El producto turístico. Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ingeniería Económica. Cuyo (España). pdf. p. 21.
17. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2009). Conceptualización del Turismo rural. p. 22. Consultado el 14 de Abril del 2015. Disponible en <http://pub.worldtourism.org:81/WebRoot/store/shops/infoshop/Products/1034/1034-4>
18. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2009). Consejo mundial de Viajes y Turismo, Consejo de la Tierra: Agenda 21 para la industria de los viajes y del turismo: Hacia un desarrollo ambientalmente sostenible. p. 13.
19. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2009). Turismo. Conceptos de partida. p.1. Consultado el 14 de Abril del 2015. Disponible en

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/nava\\_f\\_e/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/nava_f_e/capitulo2.pdf)

20. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013). Plan nacional del buen vivir 2013-2017. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito – Ecuador. p. 1.
21. PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA QUIMIAG. (2012). PD y OT de la Parroquia Quimiag p.50-55-166
22. QUESADA, R. (2005). Elementos del turismo. EUNED. San José, CR. p. 279, 280.
23. RICAURTE, CARLOS. (2007). Marketing Turístico. El sector turístico. Conceptos Básicos. Ecuador p. 16- 19-22.
24. ROMÁN, ENRIQUE. (2006), La sostenibilidad de los proyectos FOMIN, Costa Rica. p. 20.
25. ROMERO MORAGAS, C. (2008). La gestión del patrimonio cultural en los municipios. Seminarios Cultura y Municipios, Huelva-Córdoba. p. 20-21.
26. SARANDÓN. (2014). Agroecología.Bases teóricas para el diseño y manejo de agroecosistemas sustentables. p. 8
27. VALENCIA, J. (2005). "*Manual de turismo sostenible*". PDF.p.108 disponible en línea:  
[www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0513920.pdf](http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0513920.pdf). Consultado el 19 de septiembre del 2014.



## XI. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta turistas

### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

#### FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

#### ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, ya que la información brindada será de gran ayuda para Implementar Quinta agroecoturística, Parroquia Quimiag, Cantón Riobamba, Provincia De Chimborazo.

#### Datos Generales:

##### 1. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

15 - 25años  26 - 35años

36 - 45años  46 - 55años

2. Género: Masculino  Femenino

##### 3. Lugar de procedencia

---

##### 4. Estado Civil

Soltero  Casado  Viudo

Divorciado  Unión Libre

##### 5. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria  Secundaria  Superior

Postgrado  Doctorado

##### 6. Estado laboral :

Estudiante  Empleado público  Jubilado

Ama de casa  Empleado Privado

##### 7. Normalmente usted viaja con:

Solo  Pareja  Compañeros(as) de trabajo o estudios

Amigos  Familia

8. ¿Cuál es el motivo de su viaje normalmente?

Visita familiar  Trabajo/Negocios  Vacaciones   
 Voluntario  Otros

9. ¿Cuál es el medio que utiliza para realizar su viaje?

Por agencia  Sin agencia

10. ¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?

Puntos de información turística  Internet  Amigos/familiares   
 Operadora o Agencia  Guía de viajes  Radio/ televisión

11. ¿Le interesaría visitar la Quinta agroecoturística, en la Parroquia Quimiag?

Sí  No

12. ¿Qué actividades de entretenimiento le gustaría realizar? (seleccionar una sola opción)

Piscina Temperada  Centro Interpretativo   
 Canchas deportivas  Juegos infantiles

13. ¿Qué servicios le gustaría consumir en su visita? (seleccionar una sola opción)

Hospedaje con servicios  Alimentación  Transporte   
 Guianza  Tienda de venta de productos

14. ¿Qué actividades relacionadas a la producción agroecológica le gustaría realizar?  
 (seleccionar una sola opción)

Caminatas por el sector y las parcelas agroecoturística   
 Cosecha de productos   
 Siembra de árboles y plantas nativas   
 Degustar la gastronomía de la región (restaurant)   
 Cabalgata   
 Participar con grupos folclóricos y fotografía   
 Hospedaje

15. ¿Qué actividades complementarias le gustaría realizar?

Cabalgatas   
 Talleres de educación ambiental   
 Avistamiento de aves   
 Talleres para elaboración de artesanías

Practica de juegos tradicionales

Relatos de mitos, leyendas y tradiciones de la zona

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por su visita?**

\$45  \$45-\$55

\$55-\$65  Más de \$65

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN.**

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

We appreciate your cooperation in this survey as the information provided will help to implement Quinta Agroecoturística, Quimiag Parish, Canton Riobamba, Chimborazo province.

General Data:

1. Which of the following age range are you in?

15 - 25years       26 - 35 years   
 36 - 45 years       46 - 55 years

2. Gender: Male       Female

3. Place of origin

---

4. Status

Single       Married       Widowed   
 Free Union       Divorced

5. What is your level of education?

Primary       Secondary       Higher   
 Doctorate       DegreePrimaria

6. Employment status:

Public Employee       Student       Retired   
 Private Employee       Housewife

7. Normally you travel:

Only       couple Companions (as)       work or studies

friends

Family

8. What is the purpose of your trip normally?

Visit Family  Business  Holidays

Voluntary  Other

9. What it is the means used to make your trip?

No agency  by agency

10. By what kind of advertising you get tourist information?

Tourist information points  Internet  Friends / Family

Operator or travel agency  Guide  Radio / TV

11. Would you be interested to visit the Fifth Agroecoturística in Quimiag Parish?

Yes  No

12. What leisure activities you want to do? (Select one option)

Heated pool  Interpretive Center

Sports fields  Playground

13. What services would like to consume during his visit? (Select one option)

Accommodation  Food  Transport services

Guidance  store selling products

14. What activities related to ecological production would like to make? (Select one option)

Walks in the sector and plots agroecoturística

Crop products

Planting native trees and plants

Taste the cuisine of the region (restaurant)

Ride

Participate folk groups and photography

Lodging

15. What additional activities you want to do?

Horseback riding

Environmental education workshops

Bird watching

Workshops for making handicrafts

Practice of traditional games

Stories of myths, legends and traditions of the area

16. How much would you spend for your visit?

\$ 45

\$ 45-\$ 55

\$ 55-

\$ 65 Over \$ 65

THANKS FOR YOUR ATTENTION

**Anexo 2: Ficha de inventario del MINTUR**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b>	<b>1.2 Ficha N° 1</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b>
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b>	
<b>1.6 Categoría:</b>	
<b>1.7 Tipo:</b>	
<b>1.8 Subtipo:</b>	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b>	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b>
<b>2.3 Parroquia:</b>	
<b>2.4 Latitud:</b>	<b>2.5 Longitud:</b>

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b>	
<b>4.2 Temperatura:</b>	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	

<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>

<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b>
<b>5.2 Causas:</b>

<b>6. ENTORNO:</b>
<b>6.1 Entorno:</b>
<b>6.2 Causas:</b>

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b>
<b>7.3 Estado de Vías:</b>	<b>7.4 Transporte:</b>



<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
<b>7.7 Observaciones:</b>	

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
<b>9.1 Agua:</b> Potable
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b>
<b>9.3 Alcantarillado:</b>

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>



<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>11.1 Difusión:</b>

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	

TOTAL	
-------	--

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
Jerarquía I

## Anexo 3: Ficha de inventario del INPC

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 <b>INPC</b> Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		<b>CODIGO</b>	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES PATRIMONIALES MUEBLES <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>ARMAMENTO Y APAREJOS</b>				<b>CODIGO COLEC.</b>	
				N/A	
<b>1. INFORMACION TECNICA</b>					
<b>Tipo de bien:</b>					
<b>Nombre:</b>				<b>Otras denominaciones:</b> N/A	
<b>Material:</b> Madera <input checked="" type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Vidrio <input type="checkbox"/> Porcelat <input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> s:					
<b>Técnica:</b> Encarnada, Tela encolada, estofado con ojos de vidrio					
<b>Fabricante:</b> Padre Carlos P.				<b>Fecha de fabricación:</b> XVII- 1668	
<b>Lugar de fabricación:</b> Quito				<b>Funciona:</b> sí <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <b>En uso:</b> sí <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
<b>Dimensiones:</b> alto: 1.70 m largo: ----- ancho: 1 m diámetro: ----- espesor: peso: 100kg					
<b>Inscripciones:</b> -----					
<b>Descripción:</b>					
<b>2. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia:</b>		<b>Cantón:</b>		<b>Parroquia:</b>	
<b>Ciudad:</b>					
<b>Contenedor/ inmueble:</b>					
<b>Dirección:</b>				<b>N°:</b> N/A	
<b>Dirección electrónica:</b> N/A				<b>Teléfono:</b> N/A	
<b>Disposición en el contenedor:</b> Protegido					
<b>Coordenadas contenedor:WGSS84Z17S-UTM:</b>		<b>x (Este):</b>		<b>y (Norte):</b>	
				<b>z (Altitud):</b>	
<b>Propietario/Responsable:</b> Ministerio de Cultura y Casa de la Cultura				<b>C.C:</b> -----	

3.REGIMEN DE PROPIEDAD	
Público <input checked="" type="checkbox"/>	Privado <input type="checkbox"/>
4.CONDICION LEGAL DEL BIEN	
Proceso Jurídico <input checked="" type="checkbox"/>	
5. ESTADO GENERAL DEL BIEN	
Estado de conservación (indicadores de deterioro):	
Buena <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>
Desgastes <input checked="" type="checkbox"/>	Microorganismos <input type="checkbox"/>
Manchas <input type="checkbox"/>	Oxidación <input type="checkbox"/>
Fracturas <input checked="" type="checkbox"/>	Golpes <input type="checkbox"/>
Marcas <input type="checkbox"/>	Roturas <input checked="" type="checkbox"/>
Desfases <input type="checkbox"/>	Perforaciones <input type="checkbox"/>
Insectos <input type="checkbox"/>	Elementos sueltos <input type="checkbox"/>
Deformaciones <input type="checkbox"/>	Otros: <input type="checkbox"/>
Intervenciones inadecuadas si <input type="checkbox"/> no <input checked="" type="checkbox"/> elementos extraños:	
Estado de integridad: completo <input checked="" type="checkbox"/> incompleto <input checked="" type="checkbox"/> fragmentado <input type="checkbox"/> detalle: <input type="checkbox"/>	
Conservación preventiva ( Detección de problema del lugar de exposición ( conservación)	
Ambientales	Humedad: alta <input type="checkbox"/> baja <input checked="" type="checkbox"/> Temperatura: alta <input type="checkbox"/> baja <input type="checkbox"/> Luz: directa <input type="checkbox"/> indirecta: <input type="checkbox"/>
Físicas	Extintores: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> montaje: adecuado <input type="checkbox"/> inadecuado <input type="checkbox"/> Sistema eléctrico defectuoso <input type="checkbox"/>
Seguridad	alarmas: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> sensores: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> guardias: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
	Cámara: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> accesible: si <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
6. OBSERVACIONES	
7. FOTOGRAFÍA	

<b>Descripción de la fotografía:</b>	
<b>Código fotográfico;</b>	
<b>8. DATOS DE CONTROL</b>	
<b>Entidad investigadora:</b>	
<b>Inventariado por:</b>	
<b>Revisado:</b>	<b>Fecha de inventario:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Registros fotográfico:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>

### ARQUITECTURA

#### Preguntas motivadoras:

- ¿Existe alguna construcción hecha por los antiguos donde se practicaba o se practica ceremonias?
- ¿Cómo eran las viviendas antiguas?
- ¿Existen en la comunidad, tolas, casas, pircas, caminos, terrazas o cualquier otro objeto antiguo?
- ¿Qué valor tienen esos objetos para la comunidad?
- ¿Vale la pena protegerlos?
- ¿Cómo recuperarlos?

### VESTIMENTA

#### Preguntas motivadoras:

- ¿Cómo se vestían los hombres antes?
- ¿Cómo se vestían las mujeres antes?

### GASTRONOMIA

#### Preguntas motivadoras:

- ¿Cuáles son las comidas propias del lugar?
- ¿Cómo se preparan las comidas?
- ¿Cuándo se cocinan las comidas y bebidas tradicionales?

### MÚSICA Y DANZA

#### Preguntas motivadoras:

- ¿Cuál es la música propia de la zona?
- ¿Alguien de la comunidad sabe tocar algún instrumento, cuales?
- ¿Existen en la comunidad grupos de música, cuales son?
- ¿Que tipo de danzas realizan en su comunidad, en honor a qué o a quién?
- ¿Existen en la comunidad grupos de danza, cuales son?

### TRADICIONES

#### Preguntas motivadoras:

- ¿Existen tradiciones referentes a la Pacha Mama o a los lugares sagrados?. Descríbalas brevemente.
- ¿Cómo eran las fiestas del ciclo vital como los “casamientos”, “los bautizos”, “el corte de pelo”, “los velorios”, “los cumpleaños”, fiestas religiosas?
- ¿Por qué cree la gente en las tradiciones?
- ¿Desde cuándo existen?
- ¿Qué tradiciones están desapareciendo y porqué?

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Conoce alguna leyenda tradicional de su comunidad?. Descríbalas brevemente.</li> <li>• ¿Conoce algún mito tradicional de su comunidad?. Descríbalos brevemente.</li> </ul>																
<b>CEREMONIAS</b>																
<b>Preguntas motivadoras:</b>																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se curaban antes las enfermedades y con qué?</li> </ul>																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ENFERMEDAD</th> <th>FORMA DE CURACIÓN</th> <th>CON QUE (OBJETO, ANIMAL Y/O PLANTA)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Etc.</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ENFERMEDAD	FORMA DE CURACIÓN	CON QUE (OBJETO, ANIMAL Y/O PLANTA)	1.			Etc.									
ENFERMEDAD	FORMA DE CURACIÓN	CON QUE (OBJETO, ANIMAL Y/O PLANTA)														
1.																
Etc.																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se cultivaban antiguamente la tierra?. Cuéntenos qué se hacía desde la siembra hasta la cosecha.</li> <li>• ¿Se realizaba en su comunidad alguna ceremonia antes de sembrar o cosechar?</li> </ul>																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MES</th> <th>PRODUCTO</th> <th>RITUAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Etc.</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	MES	PRODUCTO	RITUAL	1.			Etc.									
MES	PRODUCTO	RITUAL														
1.																
Etc.																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las fechas religiosas más importantes para los habitantes de la comunidad?</li> </ul>																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>FECHA</th> <th>ACONTECIMIENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Etc.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	FECHA	ACONTECIMIENTO	1.		Etc.											
FECHA	ACONTECIMIENTO															
1.																
Etc.																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las fechas cívicas que reconoce la gente?</li> </ul>																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>FECHA</th> <th>ACONTECIMIENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Etc.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	FECHA	ACONTECIMIENTO	1.		Etc.											
FECHA	ACONTECIMIENTO															
1.																
Etc.																
<b>FESTIVIDADES</b>																
<b>Preguntas motivadoras:</b>																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las fiestas de la comunidad?</li> </ul>																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MES EN LA QUE SE REALIZA</th> <th>Nombre de la fiesta</th> <th>Duración/Días</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Enero</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Febrero</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Etc.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	MES EN LA QUE SE REALIZA	Nombre de la fiesta	Duración/Días	Descripción	Enero				Febrero				Etc.			
MES EN LA QUE SE REALIZA	Nombre de la fiesta	Duración/Días	Descripción													
Enero																
Febrero																
Etc.																
<b>FORMAS DE VIDA ACTUAL</b>																
<b>Preguntas motivadoras:</b>																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es la casa en que vive la familia?</li> <li>• ¿Cómo es la parcela y qué se cultiva?</li> </ul>																

- ¿ Qué comida cocina y cuáles bebidas consume diariamente?
- ¿ Qué ropa utilizan los hombres y mujeres?
- ¿ Cómo se curan las enfermedades, cuáles enfermedades y con qué recetas?
- ¿ Qué hace cuando alguien es prioste?
- ¿ La ropa y adornos de hombres y mujeres son confeccionados y/o comprados?
- ¿ Cómo y con qué hacen los ponchos, sombreros, anacos y otras prendas?
- ¿ Qué música es la que más escuchan en la casa?
- ¿ Existen ferias en las comunidades, que días y de que tipo?
- ¿ Qué tipo de artesanías realizan en sus comunidades?
- ¿ Cuáles son las épocas (meses) de preparación del suelo, siembras y cosechas?
- ¿ Cuándo es la temporada en que las personas salen de la comunidad?
- ¿ Los cultivos actuales son los mismos que los de antes?
- ¿ Cómo se cultiva la tierra actualmente?. Cuéntenos el proceso desde la siembra hasta la cosecha.

#### **Anexo 5: Fotografías**



Foto No. 1. Visita a la Quinta “Mirador de los Nevados” Guijarro, 2014



Foto No.2. Parcelas agroecoturística





Foto No.3. Producción agrícola



Foto No.4. Quinta

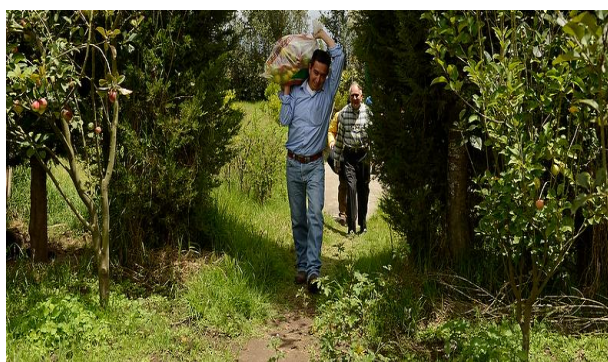


Foto No.5. Producción



Foto No.6. Compost



Foto No.7. Crianza de aves



Foto No.8. Ganado Vacuno



Foto No.9. Especies menores



Foto No.10. Tanque reservorio



Foto No. 11. Venta de productos



Foto No.12. Venta de productos (huevos)



Fotografía No.13. Zona de descanso



Fotografía No.14. Recepciones.



Fotografía No.15. Cabaña