

**UNIVERSIDAD ISRAEL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**



**TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:** IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN “LA HACIENDA  
JATUMPAMBA”, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS, CANTÓN QUITO,  
PROVINCIA PICHINCHA.

**AUTORA:** Carolina Gabriela Nicolalde Romero

**TUTORA:** Ingeniera Patricia Albuja

Quito-Ecuador

Diciembre 2010

**UNIVERSIDAD ISRAEL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**

Yo Ing. Patricia Albuja, certifico que la señorita Carolina Nicolalde con C.I. 1715109425 realizó la presente tesis con título **“IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA JATUMPAMBA”, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**, y que es autora intelectual de la misma, que es original, auténtica y personal.

---

Ing. Patricia Albuja Mariño

**UNIVERSIDAD ISRAEL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**

El documento de tesis con titulo **“IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA JATUMPAMBA”**, **PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**, ha sido desarrollado por Carolina Gabriela Nicolalde Romero con C.I. 1715109425 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

---

Carolina Gabriela Nicolalde Romero

## DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mis padres que han sido un apoyo importante en mi vida, Gracias por ayudarme, comprenderme, quererme, además de estar siempre en los momentos más difíciles, cuando mis fuerzas han querido debilitarse, ustedes nunca lo han permitido, porque me han enseñado a luchar con perseverancia siempre por los grandes anhelos que he tenido, los cuales se han ido forjando con mi esfuerzo y dedicación día a día, hasta llegar a la cúspide de mi carrera, donde obtendré el fruto del sacrificio de estos cinco largos años de amor a mi profesión. Les quiero muchísimo Papacitos de mi alma, que me protegen todos los días, con su sabiduría y la fuerza para seguir adelante

También dedico este gran éxito a mi hermanita que con sus consejos día a día me han ayudado a crecer como persona a la misma vez profesionalmente, Hermanita de mi alma eres lo más hermoso que yo tengo, siendo la iluminación de cada día en mi ser, por lo cual me siento tan orgullosa de tenerte, disfrutando de tu compañía he llegado a esta gran meta cumplida, también dedico este gran esfuerzo a mis abuelitos que me han tenido cariño, paciencia, gracias Abuelitos por enseñarme tantas cosas buenas desde mi infancia hasta la actualidad, abuelitos de mi alma les doy las gracias por haberme permitido realizar mi sueño de Agroturismo en su querida Hacienda Jatumpamba, la misma que me trae tantos recuerdos alegres, tantas travesuras que hacíamos con mis primos, en forma de juego que hasta ahora me acuerdo, como treparnos a los árboles, jugando todos los días de las vacaciones, abuelitos

nunca os defraudare en la enseñanza que supieron brindarme desde niña, la cual me sirve para poderme

guiar por el camino correcto todos los días de mi vida, mi tesis también va dedicada a toda mi familia la cual supo extenderme la mano de diferente manera para poder llegar a culminar mi sacrificio profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Todas las bendiciones que me han impartido en el transcurso de mi vida, las agradezco mucho porque parte de ellas han sido de mi papito Dios, la Virgencita, las almitas de mis abuelitos, que han estado guiándome día a día por el camino de la sinceridad de la vida, me han hecho aprender que con el esfuerzo diario y las oraciones para ellos, puedo seguir adelante con alegría e ímpetu, muchas gracias por hacerme sentir en mi corazón su afectuoso apoyo.

Mis profesores que han sabido desde mi infancia darme buenas enseñanzas de conocimiento en los estudios como para la vida, les doy las gracias, hay una frase que nunca he olvidado, “Nunca hay que pensar en las metas pequeñas, sino hay que pensar en metas mas grandes”, las cuales podrán llegar a ser realizables poniendo todas las fuerzas, esfuerzo, sin agotamiento, porque al final del túnel estará la recompensa, gracias por regalarme esta frase Licenciado José Quingaiza-profesor de Biología de mi colegio.

Gracias por guiarme en todo el transcurso de mi realización como profesional en la Universidad Israel, agradezco a todos mis profesores por haberme dado una excelente enseñanza profesional, pero más por hacerme crecer como persona con tan buenos consejos diarios, agradezco a mi tutora Patricia Albuja por compartir su sabiduría para la realización de mi tesis, los cuales he puesto en práctica y me han llevado al triunfo profesional.

## ANTECEDENTES

Actualmente, existe un fuerte consenso científico que el clima global se verá alterado significativamente, en el siglo XXI, como resultado del aumento de concentraciones de gases invernadero tales como el dióxido de carbono, metano, óxidos nitrosos y clorofluorocarbonos (Houghton *et al.*, 1990, 1992).

La elaboración de esta tesis plantea la Implementación de Agroturismo en la Hcda Jatumpamba como resultado a una conciencia socio-ambientalista del sector, esta propuesta se enmarca en la posibilidad de mejorar la economía a través del Agroturismo.

Por esta razón, es necesario que el modelo propuesto se caracterice por ser ambientalmente correcto, socialmente igualitario en todos los aspectos que este deba, y económicamente viable, posteriormente se podrá hablar de la práctica como Turismo de Base Rural, esto establece una mejor relación con la biodiversidad existente, ya que está más cerca de las personas, que el punto económico, porque el sistema político se está olvidando de ellos.

El propósito es mostrar un camino distinto para el desarrollo turístico, como parte de recreación y convivencia con el medio rural, este concepto involucra a las comunidades locales en los proyectos turísticos, tomando dicho concepto como una parte fundamental para ser sustentable, el concepto de sustentabilidad quiere decir que el modelo de desarrollo que se podrá utilizar no debe dañar la biodiversidad presente en las diferentes zonas rurales, con posibles servicios turísticos en la hacienda Jatumpamba se pondrá en práctica este concepto.

El Turismo de Base Rural desea concientizar a la demanda actual y futura turística, a través de prácticas organizadas por el Agroturismo, además que con estas prácticas se trata de dar a conocer los distintos modos de vivir entre la zona urbana y rural, mostrando diferencias de superficialismo y naturaleza, dichas diferencias pueden ayudar a desarrollar mejor la biodiversidad natural por el lado en Base Rural.

Con esta tesis se busca mantener una relación simbiótica con las actividades propias del turismo de Base Rural, la cual ayudará a conservar

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis busca destacar la factibilidad de la Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba, un lugar que cuenta con características naturales, las mismas que pueden dar a conocer la belleza de atractivos turísticos que posee este lugar, con lo cual se captaría a los visitantes dispuestos ir al lugar, a practicar el Agroturismo.

En el Capítulo I se presenta el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, la sistematización, la justificación teórica, marco teórico e hipótesis, se encuentran también todos los lineamientos metodológicos de la investigación.

En el Capítulo II se estudio la industria turística del lugar y de sus alrededores, se investiga el mercado determinando mediante la ejecución de encuestas, lo que demuestra las preferencias de un segmento escogido, se observa la competencia y se determina las oportunidades con que se cuenta en un determinado sector a través del cálculo de la demanda insatisfecha.

En el Capítulo III aborda aspectos estratégicos que producirán en la hacienda Jatumpamba una ventaja competitiva con respecto a su competencia, fortaleciéndola como una organización con visión y lineamientos que le permitirán cumplir esta visión.

En el Capítulo IV se estructura organizacionalmente a dicha organización, se establece la cartera de productos-servicios para la hacienda Jatumpamba, estableciendo su macro y micro localización, además de los recursos necesarios para el desarrollo del mismo.

En el Capítulo V se evalúa el impacto ambiental que podría producir la construcción de una oficina, la proyección de la Implementación de Agroturismo en la Hcda Jatumpamba, visto desde tres puntos de vista Social, Ambiental y Económica, determinando las medidas de mitigación basada en los puntos de vista anteriores.

En el Capítulo VI se desarrolló el estudio financiero considerando aspectos estudiados en los anteriores capítulos, estableciendo la factibilidad económica del proyecto.

En el Capítulo VII se presentan conclusiones y recomendaciones que se establecieron durante la elaboración de la tesis.

## **ABSTRACT**

This thesis seeks to highlight the feasibility of the implementation of the Treasury Jatumpamba Farm, a place that has natural characteristics; they can raise awareness of the beauty of attractions for tourists in this place, so that visitors be captured willing to go to the place, to practice the Farmhouse.

Chapter I introduces the problem statement, research objectives, systematic, theoretical justification, theoretical framework, assumptions are also all research methodological.

Chapter II will study the tourism industry of the place and its surroundings; it is investigated by determining the market by conducting surveys, reflecting the preferences of a chosen segment, there is competition and determines the opportunities they account in a given sector through the calculation of unmet demand.

Chapter III deals with strategic issues in the farm produce Jatumpamba a competitive advantage over your competition, strengthen it as an organization with vision and guidance to help you fulfill this vision.

Chapter IV is structured organizationally to the organization, establishing the product-service portfolio for Jatumpamba hacienda, setting its macro and micro location, and the resources needed for development.

In Chapter V assesses the environmental impact that could result in the construction of an office, the projection of the Implementation of the Jatumpamba Farm, seen from

three viewpoints Social, Environmental and Economic determining mitigation measures based on earlier views.

In Chapter VI was developed financial study considering aspects studied in earlier chapters, establishing the economic feasibility of the project.

Chapter VII presents conclusions and recommendations that were established during the preparation of the thesis.

# Índice

# Página

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Antecedentes	
Resumen Ejecutivo	
Abstract	
<b>Capítulo I</b>	
1. Metodología.....	1
1.1 Definición del tema de investigación.....	1
1.2 Problema de la investigación.....	1
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2.2 Formulación del problema.....	2
1.2.3 Sistematización del problema.....	2
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Justificación de la investigación.....	4
1.4.1 Justificación Teórica.....	4
1.5 Marco de Referencia.....	7
1.5.1 Marco teórico.....	7
1.6 Hipótesis General.....	15
1.6.1 Hipótesis Específicas.....	15
<b>Capítulo II</b>	
2. Inventario de Atractivos Turísticos.....	16
2.1 Inventario de Atractivos Turísticos según la OEA.....	16
2.2 Análisis del Macro entorno y Micro entorno.....	18
2.2.1 Análisis Variable Socioeconómica.....	18
2.2.1.1 Cultural.....	19
2.2.1.2 Económico.....	19
2.2.2 Análisis Variable Demográfica.....	24
2.2.3 Análisis Tecnológico.....	30
2.2.4 Análisis Político.....	31
2.2.5 Análisis Legal.....	32
2.2.6 Análisis Ambiental.....	35
2.3. Análisis de Porter.....	39
2.3.1 Competencia.....	39
2.3.1.1 Competencia Directa.....	39
2.3.1.2 Competencia Indirecta.....	39
2.3.1.3 Clientes.....	43
2.3.1.4 Producto Sustituto.....	43
2.3.1.5 Proveedores.....	44
2.3.1.6 Análisis del Sector.....	45
2.4 Investigación de Mercado.....	45
2.4.1 Estudio de Mercado.....	45
2.4.2 Segmentación de mercado.....	45
2.4.3. Tamaño de la Muestra.....	47
2.4.4 Diseño de la Encuesta.....	49
2.4.4.1 Objetivo de la Encuesta.....	50

2.4.4.2 Modelo de la Encuesta.....	51
2.4.4.3 Tabulación de Encuestas.....	53
2.5 Definición del producto.....	67
2.6 Oferta y Demanda.....	72
2.6.1 Oferta.....	72
2.6.2. Proyección de la Oferta....	74
2.6.3 Demanda.....	75
2.6.4. Demanda Insatisfecha.....	77
<b>Capítulo III</b>	
3. Direccionamiento Estratégico.....	79
3.1 Misión.....	79
3.2 Visión.....	80
3.3 Valores Corporativos.....	80
3.4 Objetivos Corporativos.....	81
3.5 Estrategias Corporativas.....	82
3.6 Planes de Acción.....	83
3.7 Balanced Scorecard.....	88
<b>Capítulo IV</b>	
4. Propuesta de Agroturismo.....	90
4.1 Macro localización.....	91
4.2 Micro localización.....	92
4.2.1 Marketing Mix.....	92
4.2.1.1 Producto.....	93
4.2.1.2 Plaza....	95
4.2.1.3 Precio.....	96
4.2.1.4 Promoción.....	96
4.2.2 Diseño de la planta.....	101
4.3. Estructura Organizacional de Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba.....	102
4.3.1. Organigrama Estructural.....	102
4.3.2. Organigrama Posicional.....	103
4.3.3 Organigrama Funcional.....	112
4.4. Recursos.....	113
4.4.1 Recursos Humanos.....	117
4.4.2. Recursos Tecnológicos.....	117
4.4.3 Materiales de Oficina.....	118
4.4.4. Lencería.....	119
4.4.5 Batería de Cocina.....	120
4.4.6 Actividades Agroturísticos.....	121
4.4.6.1 Terreno.....	121
4.4.6.2 Edificios.....	121
4.4.6.3 Equipos.....	122
4.4.6.4 Accesorios.....	123
4.4.6.5 Animales.....	124
4.4.6.6 Alimentación de animales.....	125
4.4.6.7 Cabalgata.....	125
4.4.6.8 Herramientas e Indumentaria.....	126
4.4.6.9 Gasto de Constitución.....	126
4.4.7 Estudio Técnico.....	126
4.5 Cadena de Valor.....	126

4.5.1 Procesos.....	128
4.5.2 Logística de Entrada.....	130
4.5.3. Operaciones.....	131
4.5.4 Logística de Entrada.....	138
4.5.5 Marketing.....	139
4.5.6 Servicios.....	140
<b>Capítulo V</b>	
5. Estudio de Impacto Ambiental.....	141
5.1 Identificación del proyecto.....	142
5.2 Matriz de Impactos Ambientales.....	161
5.3 Evaluación de Impactos Ambientales.....	165
5.4 Plan de Manejo Ambiental.....	166
5.5. Programa de Seguimiento y Mitigación.....	166
<b>Capítulo VI</b>	
6. Estudio Financiero de Agroturismo “Hacienda Jatumpamba”.....	168
6.1 Activos.....	169
6.2 Activos Corrientes.....	180
6.3 Activos Fijos.....	180
6.4 Pasivos y Capital Social.....	181
6.5 Remuneraciones, Sueldos.....	183
6.6 Estado de Resultados Proyectados.....	187
6.7 Flujo de Caja.....	189
6.8 VAN.....	190
6.9 TIR.....	191
6.10 Costo-Beneficio.....	191
6.11 Punto de Equilibrio.....	191
<b>Capítulo VII</b>	
7.1 Conclusiones.....	131
7.2 Recomendaciones.....	131
7.3 Bibliografía.....	132

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 01 Clasificación de los Atractivos Turísticos.....	16
Cuadro # 02 Inflación Año 2009-2010.....	21
Cuadro # 03 Producto Interno Bruto.....	23
Cuadro # 04 Distribución demográfica de la Población de la Parroquia de San José de Minas.....	24
Cuadro #05 Educación de San José de Minas .....	25
Cuadro #06 Asistencia a un Establecimiento de Enseñanza.....	26
Cuadro # 07 Nivel de Instrucción.....	27
Cuadro # 08 idioma que se habla en San José de Minas .....	29
Cuadro # 09 Lengua que se habla en San José de Minas.....	30
Cuadro # 10 Criterios de Segmentación.....	46
Cuadro # 11 Tamaño de la muestra.....	47
Cuadro # 12 Probabilidad de confianza...	48
Cuadro # 13 Encuestas a Realizar.....	49
Cuadro # 14 Edad Encuestados.....	53
Cuadro # 15 Género de los Encuestados .....	54
Cuadro # 16 Conocimiento de la Hcda Jatumpamba.....	55
Cuadro # 17 ¿Sabe que es el Agroturismo?.....	57
Cuadro # 18 Personas Encuestadas que han practicado Agroturismo.....	58
Cuadro # 19 Personas encuestadas dispuestas a adquirir los paquetes Agroturísticos.....	59
Cuadro # 20 Disposición de tiempo de visita.....	60
Cuadro # 21 Servicios que se podría dar las personas	61
Cuadro # 22 Visita por parte de las personas encuestadas hacia la Hcda Jatumpamba .....	62
Cuadro #23 Personas que acompañan a los visitantes.....	64
Cuadro #24 Valor que estarían dispuestos a pagar por actividades Agro turísticas.....	65
Cuadro #25 ¿Por qué medios le gustaría que la Hacienda Jatumpamba se promocionará los servicios agro turísticos.....	66
Cuadro #26 Oferta Balneario Cubí.....	73
Cuadro# 27 Registro Histórico de Visitantes Balneario Cubí.....	74
Cuadro # 28 Proyección de visitantes de la hacienda Jatumpamba.....	74
Cuadro # 29 Proyección de la Oferta.....	75
Cuadro #30 Demanda Actual.....	76
Cuadro # 32 Demanda Insatisfecha.....	77
Cuadro # 33 Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	78
Cuadro #34 Plan de Acción 1.....	84
Cuadro # 38 Plan de Acción 4...	87
Cuadro # 39 Organigrama Estructural.....	110
Cuadro # 40 Organigrama Posicional ..	111
Cuadro #41 Recursos Humanos.....	116
Cuadro# 42 Recursos tecnológicos.....	117
Cuadro #43 Materiales de Oficina.....	118
Cuadro # 44 Lencería.....	119
Cuadro # 45 Batería de cocina.....	120
Cuadro #46 Terreno.....	121

Cuadro # 47 Edificios.....	121
Cuadro #48 Equipos.....	122
Cuadro #49 Accesorios	122
Cuadro # 50 Animales.....	123
Cuadro #51 Alimentación de los animales.....	123
Cuadro # 52 Equipo de cabalgata.....	123
Cuadro # 53 Herramientas - Indumentaria.....	124
Cuadro # 54 Gasto de Constitución.....	124
Cuadro # 55 Estudio Técnico .....	124
Cuadro # 56 Cadena de Valor.....	128
Cuadro # 58 Procesos.....	128
Cuadro # 59 Proceso de Análisis de Entrada .....	130
Cuadro # 60 Proceso de Check in.....	131
Cuadro # 61 Proceso de Siembra y cosecha.....	132
Cuadro # 62 Proceso de Ordeño.....	133
Cuadro # 63 Proceso de Cabalgata.....	134
Cuadro # 64 Proceso de Aves.....	135
Cuadro # 65 Proceso Producción de Alimentos.....	136
Cuadro # 66 Proceso de Alojamiento .....	137
Cuadro # 67 Proceso de Check out.....	138
Cuadro # 68 Proceso de Ventas.....	139
Cuadro # 69 Proceso de Post venta.....	140
Cuadro # 70 Modelo de Ficha ambiental para Identificación Del Proyecto .....	160
Cuadro #71 Matriz de Identificación de Impactos Ambientales.....	161
Cuadro # 72 Matriz de Impactos Ambientales en la hdda Jatumpamba	165
Cuadro # 73 Medidas de Mitigación para la Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba	166
Cuadro # 74 Programa de Seguimiento	166
Cuadro # 75 INVERSION- Recursos	170
Cuadro # 76 Materiales de Oficina	170
Cuadro # 77 Lencería	170
Cuadro #78 Batería de cocina	171
Cuadro # 79 Edificios	172
Cuadro # 80 Equipos	172
Cuadro # 81 Accesorios	172
Cuadro # 82 Equipo de cabalgata	173
Cuadro # 83 Herramientas	173
Cuadro # 84 Semovientes	174
Cuadro # 85 Terreno	174
Cuadro # 86 Caja	174
Cuadro # 87 INVENTARIOS-Recursos	176
Cuadro # 88 Materiales de Oficina	176
Cuadro #89 Lencería	176
Cuadro # 90 Batería de cocina	177
Cuadro #91 Equipos	178
Cuadro # 92 Accesorios	178
Cuadro # 93 Equipo de Cabalgata	178
Cuadro # 94 Herramientas	179
Cuadro # 95 Gasto de Constitución	179
Cuadro # 96 Semovientes	179

Cuadro # 97 Alimentación de Animales	180
Cuadro #98 Anexos - Depreciaciones	181
Cuadro # 99 Financiamiento	181
Cuadro # 100 Remuneraciones	183
Cuadro # 101 Sueldos Proyectados	184
Cuadro # 102 Alojamiento	185
Cuadro # 103 Paquetes Agroturísticos	186
Cuadro # 104 Gastos Administrativos	187
Cuadro # 105 Estado de Resultados Proyectados	188
Cuadro # 106 Flujo de Caja	189
Cuadro # 107 VAN	190
Cuadro # 108 TIR	191
Cuadro # 109 Punto de Equilibrio	192

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 01 Distribución Poblacional de San José de Minas.....	24
Gráfico N° 02 Educación de San José de Minas.....	25
Gráfico N° 03 Asistencia a un Establecimiento de Enseñanza.....	26
Gráfico N° 04 Nivel de Instrucción.....	28
Gráfico N° 05 Parque Recreacional de Jerusalem (Parque Protector).....	40
Gráfico N° 06 Flora de Jerusalem.....	41
Gráfico N° 07 Edad de Encuestados.....	53
Gráfico N° 08 Genero Encuestados.....	54
Gráfico N° 09 Conocimiento de la Hcda Jatumpamba.....	55
Gráfico N° 10 ¿Qué es el Agroturismo?.....	57
Gráfico N° 11 Personas encuestadas que han practicado agroturismo.....	57
Gráfico N° 12 ¿En qué lugar han practicado?.....	58
Gráfico N° 13 Personas Encuestadas dispuestas a adquirir los paquetes Agroturísticos.....	59
Gráfico N° 14 Disposición de tiempo de visita .....	60
Gráfico N° 15 Servicios que podrían dar a las personas.....	62
Gráfico N° 16 Visita por parte de las personas encuestadas la Hcda Jatumpamba.....	63
Gráfico N° 17 Personas que acompañan a los visitantes.....	64
Gráfico N° 18 Valor por las actividades agro turísticas.....	65
Gráfico N° 19 Promoción Agro turística de la Hcda Jatumpamba.....	66
Gráfico N° 20 Ordeño.....	68
Gráfico N° 21 Parcelas.....	69
Gráfico N° 22 Cabalgatas del Macará.....	70
Gráfico N° 23 Aves Garden.....	71
Gráfico N° 24 Tertulias e información.....	71
Gráfico N° 25 Mapa de recorrido de Senderos.....	72
Gráfico N° 26 Mapa de Localización.....	63
Gráfico N° 27 Localización de la hcda Jatumpamba.....	91
Gráfico N° 28 logo Hcda Jatumpamba.....	96
Gráfico N° 29 Afiche.....	97
Gráfico N° 30 Separador de libros.....	97
Gráfico N° 31 Tríptico.....	98
Gráfico N° 32 Postal.....	99
Gráfico N° 33 Pagina Web.....	100
Gráfico N° 34 Esquema de la Planta.....	105
Gráfico N° 35 Senderos de la Hcda Jatumpamba.....	107
Gráfico N° 36 Punto de Equilibrio.....	193

# **CAPÍTULO I**

## **METODOLOGÍA**

### **1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA**

Implementación de agroturismo en “la Hacienda Jatumpamba”, parroquia San José de Minas, cantón Quito, provincia Pichincha.

### **1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Parroquia San José de Minas, se encuentra localizada aproximadamente a 80 Km., de la ciudad de Quito, a treinta minutos de esta Parroquia se encuentra “la hacienda Jatumpamba” la cual está conformada por sesenta hectáreas de las cuales, treinta corresponden a tierras agrícolas y treinta a montañas y barrancos, esta propiedad es utilizada para realizar plantaciones y sembríos de diferentes productos como: Babaco, Aguacate, Mandarina, entre otros.

Dado el desarrollo de Agroturismo en el país, La Hacienda “Jatumpamba” no ha aprovechado esta clase de turismo, el desconocimiento de su potencial turístico, la falta de visión empresarial al máximo en atracción de turistas nacionales e internacionales, está haciendo que se desperdicie las posibles actividades que se pueden dar con su implementación.

La Hacienda cuenta con diferentes animales de granja como: aves de corral, ganado porcino, equino, y bovino, este último es utilizado para el desarrollo de la actividad lechera, mientras que el equino se utiliza para desplazamientos de las personas además existe diferentes senderos para realizar Trekking existiendo lugares extraordinarios de visita como cascadas y sitios para observación de aves.

Dado los recursos que posee la hacienda "Jatumpamba" y al no existir un aprovechamiento adecuado, se perdería la oportunidad de establecer un nuevo negocio que está en auge en el país.

En virtud de ello se ha visto la necesidad de potencializar la Hacienda "Jatumpamba", con el nuevo concepto de Agroturismo con lo cual se aprovecharía parte de su producción y parte del proceso turístico, dando así un giro al negocio de la hacienda, en dar un servicio complementario a los turistas nacionales e internacionales para la potencialización de lo que tiene el país.

Ante esta situación se vuelve imperativo el desarrollo innovador para aprovechar los recursos turísticos existentes en San José de Minas y en especial de la "Hacienda Jatumpamba", por ello se plantea la introducción del Agroturismo para fomentar el desarrollo turístico de la zona.

Razones por las cuales y de acuerdo al Plandetur 2020 se potenciaría a la hacienda "Jatumpamba", con un proyecto de investigación para la implementación de Agroturismo a través de ciertas herramientas administrativas que permitan dar un direccionamiento estratégico a esta oportunidad.

## **1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál será el beneficio que generará la implementación de Agroturismo en la “Hacienda Jatumpamba”?

## **1.2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

1. ¿De qué manera la investigación de mercado contribuirá para la implementación de Agroturismo en la “Hacienda Jatumpamba”?
2. ¿Cómo logrará el direccionamiento estratégico posicionar el producto de agroturismo en el mercado a través de la aplicación de un plan de marketing?
3. ¿Cómo se identificará la factibilidad técnica que apoyará a viabilizar esta investigación?
4. ¿De qué manera se conocerá los posibles impactos ambientales que pueda causarse con la implementación de Agroturismo?
5. ¿El estudio financiero permitirá determinar la inversión y rentabilidad del proyecto?

## **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Implementar el Agroturismo en la “Hacienda Jatumpamba” para desarrollar el turismo en el sector, mejorar los ingresos económicos y promover la conservación del medio ambiente.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✧ Realizar un análisis de mercado para determinar la potencialidad de recursos turísticos del sector, así como demanda existente.
  
- ✧ Establecer mediante el direccionamiento estratégico la misión y visión de la empresa además de un plan de marketing que contribuya al posicionamiento en el mercado.
  
- ✧ Crear un producto agro turístico el cual demostrará la utilización de todos los recursos que la “Hacienda Jatumpamba” ofrece.
  
- ✧ Analizar los posibles impactos ambientales que se producirán en el sector al implementar Agroturismo.
  
- ✧ Realizar un estudio financiero por medio del cual se establezca la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

### **1.4.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La falta de diversificación de productos turísticos alternativos ha generado un retraso en el desarrollo turístico del Ecuador, que dificulta su posicionamiento como un destino importante en el mundo, los productos tradicionales han generado que se conozca al país únicamente por Galápagos y la Amazonía aislando otros parajes que aportarían a la competitividad que persigue el Ecuador para proyectarse al mundo, ante esta situación se debe dar la oportunidad al crecimiento de otra clase de turismo.

Por medio de la realización del proyecto “Implementación de Agroturismo en la Hacienda “Jatumpamba” Cantón Quito, se desea promover el turismo y crear fuentes de trabajo en el ámbito agrícola, ganadero y turístico del sector.

La Hacienda “Jatumpamba” tiene un gran potencial turístico, contando con tierras hábiles que son cultivadas con los diferentes productos que se dan en este lugar, es así: aguacate, chirimoya, babaco, mandarinas, zapallo, sandias, camote, yucas, naranjas, coles, lechugas, ajíes, guayaba, entre otros. Además cuenta con diferentes atractivos naturales, como una pequeña reserva ecológica, en esta hay una especie introducida que es el eucalipto, también se puede caminar por diferentes caminos o chaquiñanes que hay dentro de la misma, los cuales son para llegar a una cascada la cual tiene una leyenda propia del lugar, en este mismo lugar se puede avistar en todo tipo de aves como: gavilanes, mirlos, cardenales, pájaros carpinteros, etc.

En medio de una montaña existente en la Hacienda “Jatumpamba”, esta la planicie Ugchupamba la cual sirve para cultivar los productos antes mencionados, que son regados por vertientes que nacen de la misma montaña, en este mismo lugar hay otro atractivo, en la cumbre de la montaña esta la Cueva de los Gavilanes donde viven estas aves y se sienten dueños del firmamento abierto, para llegar a este sitio se debe ascender por un chaquiñán que posee la montaña. Existe una conexión de un camino entre Ugchupamba y el río Cala que nace en medio de las montañas de Minas Chupa – Otavalo, que colindan con el sector Jatumpamba, al frente de este río, esta La Playa la cual forma parte de la hacienda “Jatumpamba”, donde se ha implementado una laguna para criar truchas y tilapia las cuales pueden ser pescadas por los turistas que las visiten.

Otra función importante que tiene la hacienda es la producción lechera, teniendo en cuenta todo el proceso de cuidado, alimentación, adecuado para que las vacas

brinden gran cantidad de leche. Las vacas poseen su propio establo donde descansan para dar un buen producto lechero a la madrugada que se les ordeña. La hacienda a la vez posee caballos los cuales sirven para desplazarse a todo los atractivos que posee la misma.

La hacienda cuenta con su propia casa estilo colonial, donde se podrían hospedar los turistas por el tiempo que deseen, para conocer los atractivos que brinda la hacienda, dicha posee su propio horno de pan, donde los turistas pueden disfrutar del hacer pan de campo, también conocerían el trapiche de caña que posee la misma, además de escuchar encantadoras historias de tiempos antiguos del trapiche de caña de la hacienda “Jatumpamba”.

Además se cuenta con el 44% de turistas totales que viajan hacia el noroccidente de la provincia de Pichincha<sup>1</sup>, por conocer distintos paisajes y actividades cotidianas de otros lugares poco conocidos, pero interesantes turísticamente. El turismo se va incrementando por el crecimiento de la parroquia de San José de Minas, la cual cuenta con la visita al año de 3000 turistas entre nacionales y extranjeros esto se recepto en el año 2008.<sup>2</sup>

Razones concomitantes que permiten evidenciar que el Agroturismo en la hacienda “Jatumpamba” puede ser una oportunidad de negocio, que permitan apalancar la emigración de los trabajadores, la falta de productividad agrícola, propiamente de la hacienda, generando con ello una alternativa de solución a este problema, y una potencialización a la naturaleza que posee la hacienda “Jatumpamba”.

---

<sup>1</sup>[http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1056&Itemid=59](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1056&Itemid=59)

<sup>2</sup> [http://www.captur.com/est\\_turisticas.html](http://www.captur.com/est_turisticas.html)

## **1.5. MARCO DE REFERENCIA**

### **1.5.1. MARCO TEÓRICO**

#### **✧ Agroturismo<sup>3</sup>**

El Agroturismo en el Ecuador es conocer de cerca las propiedades de plantas medicinales, el cultivo de productos exóticos como la pitahaya, la uva salvaje, el plátano, la naranjilla, el maracuyá (fruta de la pasión) o las plantaciones del mejor cacao del mundo (Ruta del Cacao); y, de una inmensa variedad de rosas y flores tropicales, que permiten, conocer in situ el ambiente en el que crecen los tesoros de la Pacha Mama o Madre Tierra.

El Plandetur 2020 explica que el agroturismo se lo puede realizar en haciendas, fincas, plantaciones, en Ecuador se realiza en diferentes tipos de plantaciones agrícolas.

#### **El auge del Agroturismo en la región Costa**

Guayaquil tiene varias ofertas para los turistas que deseen visitar haciendas ganaderas o agrícolas. Hay más de quince predios que reciben turistas para ver cultivos, ganado o pasear por el bosque y el río. José Antonio Valarezo es propietario de la hacienda Palmatropic, ubicada en el kilómetro 87 de la vía Guayaquil-Naranjito-Bucay. Se puede observar el ordeño de ganado, cultivo de cítricos y palmito y pasear a caballo.

Alberto Sweet es el propietario de la hacienda San Judas Tadeo, ubicada en el kilómetro 10 vía a Guayaquil-Palestina-Vinces. Se puede observar la llegada de unos cien mil patos salvajes.

Además está la hacienda Jambeli en la vía Guayaquil-Naranjal y la hacienda Las Cañas en la misma zona. En la primera podrá recrearse con el centro de rescate y vida silvestre, donde se reproducen y cuidan especies nativas del Ecuador que se encuentran en extinción. (Revista Explored)

---

<sup>3</sup> <http://www.ecuador.travel/portal-pais/oferta-turistica-del-ecuador/agroturismo.html>

#### ✧ **Atractivo turístico**<sup>4</sup>

Es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene éxito y lugar mediante la existencia de atracciones que motiva al turista a viajar.

#### ✧ **Inventario Atractivo Turístico**<sup>5</sup>

## **METODOLOGÍA PARA ELABORACIÓN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOSTURÍSTICOS (OEA)**

### **EL INVENTARIO**

#### **1.- DEFINICIONES Y CONCEPTOS:**

##### **a) QUÉ SON LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

Bienes y servicios que por intermedio de actividad del hombre y medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

##### **b) QUÉ ES UN INVENTARIO**

Es una recopilación de información de una forma que resulte útil para los fines propuestos.

#### **Análisis de Kotler**

Según Kotler (1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia

---

<sup>4</sup> <http://www.uaim.edu.mx/web-carreras/carreras/turismo%20empresarial/Cuarto%20Trimestre/TURISMO.pdf>

<sup>5</sup> METODOLOGÍA PARA ELABORACIÓN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOSTURÍSTICOS (BASADO EN OEA)

geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

A pesar del desarrollo de la tecnología y con ella el surgimiento de nuevas herramientas para el procesamiento de la información en la toma de decisiones empresariales, los Sistemas de Información de Marketing, concebidos a mediados de la década de los sesenta del siglo pasado como instrumentos de apoyo a la toma de decisiones de Marketing, pueden aportar aún valor a esta finalidad.

Por tal motivo, la necesidad de reflexionar sobre su conveniencia, para mejorar los procesos de toma de decisión gerenciales y de Marketing en las condiciones actuales. Las etapas necesarias en todo proceso de búsqueda de información son:

### **Marketing Mix <sup>6</sup>**

El marketing Mix o mezcla de mercado es la estrategia de penetración o desarrollo de un mercado, segmento o nicho en el exterior. Combina la toma de decisiones con respecto al producto, precio, promoción y distribución.

A nivel de producto, las decisiones se refieren a: calidad, diseño, etiquetado y empaque. El precio o los precios dependerán de las otras variables de la mezcla de mercado, se definirán según la necesidad de penetración a un nuevo mercado como el caso de las hierbas medicinales amazónicas en Italia, o estarán ya establecidos para el caso de las frutas como el banano, o los textiles, entre otros.

La distribución es el recorrido de un bien desde que es fabricado hasta que llega a manos del consumidor o usuario final. Técnicamente se llama canal de distribución a los medios que se utilizan para llegar al consumidor final, por ejemplo, a través de un distribuidor mayorista, detallistas, entre otros.

---

<sup>6</sup>[http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com\\_content&task=view&id=149&Itemid=44](http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&id=149&Itemid=44)

La promoción comprende los medios de difusión y publicidad que se utilizan para crear una imagen del bien o servicio, para crear una necesidad en el consumidor o simplemente mantenerlo informado.

Entonces, la mezcla de mercado es un conjunto de decisiones para posicionarse, desarrollar o consolidar la presencia de una empresa y sus productos o servicios en un mercado, en este caso en el exterior. Las decisiones aisladas sobre precios, promoción, entre otras, no son parte de un marketing Mix eficiente.

### **El Modelo de las "Cinco Fuerzas" de Porter<sup>7</sup>**

Es muy popular el enfoque para la planificación de la estrategia corporativa, propuesto en 1980 por Michael Porter, en su libro **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Según Porter, existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

- 1. Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
- 2. Rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas

---

<sup>7</sup> <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/admon/porter.htm>

publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

- 3. Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o un segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se complica aún más si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tiene sustitutos o son pocos y de alto costo.
  
- 4. Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que pueda haber sustituciones por igual o menor costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.
  
- 5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación. Gracias a la protección que ésta ventaja competitiva, podría obtener utilidades que luego

invertiría en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Porter señaló seis barreras de entrada que serían útiles para que la corporación se asegurara una ventaja competitiva.

**1. Economías de Escala**

**2. Diferenciación del Producto**

**3. Inversiones de Capital**

**4. Desventaja en Costos independientemente de la Escala**

**5. Acceso a los Canales de Distribución**

**6.- Política Gubernamental**

Los servicios ofertados por Agro-Jatumpamba tendrán un precio relevante según las actividades que se desee realizar, sean muchas o pocas, dependiendo lo que el visitante desee, por esta razón se agradecería más en sus gustos, limitando a la competencia, la hacienda Jatumpamba por el momento no posee competencia directa, sino más bien indirecta, pero mantiene la posición de los productos ofertados, de esta manera cuida los recursos financieros presentes, además que Agro-Jatumpamba tiene ventajas sobre sus posibles competidores ya que posee aéreas recreacionales que no han sido explotadas por el hombre, lo que fomentaría su importancia ante la posible competencia. Las leyes gubernamentales vigentes económicas, políticas, sociales apoyan a la creación de nuevas empresas pero a la misma vez exigen de diferentes maneras crecer ante la competencia.

## **Metodología Suma Impacto Ambiental**

### **DENTRO DE LA LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL**

#### **LIBRO VI. DE LA CALIDAD AMBIENTAL**

**SUMA:** abarca el proceso de presentación, revisión, licenciamiento y seguimiento ambiental de una actividad o un proyecto propuesto.

**PRINCIPIOS:** Los principios del Sistema Único de Manejo Ambiental son el mejoramiento, la transparencia, la agilidad, la eficacia y la eficiencia así como la coordinación interinstitucional de las decisiones relativas a actividades o proyectos propuestos con potencial impacto y/o riesgo ambiental, para impulsar el desarrollo sustentable del país mediante la inclusión explícita de consideraciones ambientales y de la participación ciudadana, desde las fases más tempranas del ciclo de vida de toda actividad o proyecto propuesto y dentro del marco establecido mediante este Título.

**ACTIVIDAD O PROYECTO PROPUESTO:** Toda obra, instalación, construcción, inversión o cualquier otra intervención que pueda suponer ocasione impacto ambiental durante su ejecución o puesta en vigencia, o durante su operación o aplicación, mantenimiento o modificación, y abandono o retiro y que por lo tanto requiere la correspondiente licencia ambiental conforme el artículo 20 de la Ley de Gestión Ambiental.

#### **PASOS DE LA METODOLOGÍA SUMA**

##### **1. Modelo de ficha ambiental para Identificación Del Proyecto**

El estudio empieza al llenar la ficha con datos del proyecto a implementarse.

##### **2. Matriz de Identificación de Impactos Ambientales**

Luego se estructura la matriz y se califica

### 3. Medidas de Mitigación

Tomando en cuenta los factores a afectarse se proponen medidas para mitigar impactos adversos al medio.

#### ✧ **Análisis Financiero** <sup>8</sup>

El Análisis Financiero tradicional, muy útil para obtener una primera aproximación de lo que está sucediendo en la empresa, se ha visto enriquecido con nuevas técnicas y sistemas de procesar la información contable. Este enfoque alternativo ha permitido dar respuesta a importantes incógnitas y se ha constituido en una ayuda eficaz para la toma de decisiones.

#### ✧ **VALOR ACTUAL NETO** <sup>9</sup>

Procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .  $I_0$  es el valor del desembolso inicial de la inversión  $n$  es el número de períodos considerado. El tipo de interés es  $k$ . Si el

---

<sup>8</sup> Juan Lara, " Libro de Análisis Financiero"

<sup>9</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)

proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0,  $k$  pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que está proporcionando el proyecto.

## **1.6. HIPÓTESIS GENERAL**

Con la implementación de Agroturismo en la “Hacienda Jatumpamba” se logrará el desarrollo turístico y socioeconómico, mediante el uso racional de recursos naturales, lo cual permitirá el conocimiento y participación de los turistas en las actividades agrícolas y ganaderas.

### **1.6.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

- ✧ Al conocer el macro y micro entorno se establecerá los lineamientos que permitan a la empresa ser líder ante posibles competidores.
- ✧ Si se determina el mercado del proyecto, se facilitará el trabajo con un marketing adecuado para su crecimiento.
- ✧ Con la creación del producto agro turístico se podrá afianzar mejor los conocimientos agrícolas de los pobladores de la “Hacienda Jatumpamba” para la realización de sus actividades diarias.
- ✧ Mediante un estudio de impacto ambiental se podrá establecer la magnitud en relación a efectos negativos o positivos que se generará en el medio ambiente por la implementación del proyecto, así como establecer un plan de mitigación de impactos negativos.
- ✧ Al realizar un estudio financiero se determinará la factibilidad del proyecto agro turístico en la “Hacienda Jatumpamba”

## CAPÍTULO II

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 2.1 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.<sup>10</sup>

Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado.

La Metodología que permitió inventariar los atractivos turísticos fue la manejada por OEA, que presenta diferentes fichas de las cuales se utilizó la de atractivos, y empresas gastronómicas.

---

<sup>10</sup> [http://elac.uca.edu.ni/pd/uestradar/files/844/2497/Manual\\_de\\_Inventario\\_OCT2006.pdf](http://elac.uca.edu.ni/pd/uestradar/files/844/2497/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf)

**Cuadro # 01 Clasificación de los Atractivos Turísticos**

<b>CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS SEGÚN LA OEA</b>			
<b>CATEGORIA</b>	<b>NOMBRE ATRACTIVO</b>	<b>TIPO Y SUBTIPO</b>	<b>FOTO</b>
Sitio Natural	Cascada de El Infiernillo	Caídas de Agua	
Sitio Natural	Rio Cala	Ríos	
Sitio Natural	Bosque de Eucaliptos	Bosques	
Sitio Natural	Montaña Ninamburo	Montaña	
Sitio Natural	Balneario La Calera	Termas	
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Parque Central de San José de Minas	Parques y Plazas	
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Piedra Gigante Tollo Intag	Lugares históricos	
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Tolas de la Hacienda Jatumpamba	Sitios Arqueológicos	
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Trapiche de la Hacienda Jatumpamba	Lugares históricos	

Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Niño del Poguio	Lugares históricos	
Empresa Gastronómica	Restaurante Don Ruiz	Segunda Categoría	
Empresa Gastronómica	Restaurante Jagualla	Segunda Categoría	
Empresa Gastronómica	Cebichería San Vicente	Segunda Categoría	
Empresa Gastronómica	Picantería Centro	Segunda Categoría	
Empresa Gastronómica	Fritadería Lupita	Segunda Categoría	

Elaborado por: Carolina Nicolalde

## 2.2. ANÁLISIS MACROENTORNO Y MICROENTORNO

### 2.2.1 ANÁLISIS VARIABLE SOCIOECONÓMICA

La presente investigación se llevó a cabo para conocer el auge turístico en Ecuador y la transformación de las estructuras socioeconómicas, por la aparición de una categoría nueva de consumidores que no modela su comportamiento, por el contrario, surge espontáneamente, por esta razón se analizó qué es lo que podría afectar exteriormente la realización de dicho proyecto.

### **2.2.1.1 CULTURAL:**

Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Su población sobrepasa los 14 millones de habitantes. De ella, más de cinco millones y medio viven en la Sierra.

Habría que considerar la diversidad étnica y regional del Ecuador para analizar su cultura. Étnicamente esto está marcado por la presencia de mestizos, indígenas, afroecuatorianos, y descendientes de españoles; así como regiones como son la costa, la sierra, el oriente y la región insular, todas estas con especificidades muy ricas.

Ecuador posee gran riqueza cultural, cuenta con leyendas, tradiciones, costumbres, juegos diferentes de cada pueblo, además que cada rincón de Ecuador, tiene diferentes tipos de artesanías.

Uno de los más difundidos eventos a nivel nacional son las fiestas de Quito que se caracterizan por la presencia de las bandas de pueblo y las tarimas de conciertos en diversos puntos de la ciudad. Se celebran ya desde fines de noviembre y culminan el 6 de diciembre, día de la fundación española y el 5 de diciembre durante esta época se celebra la Feria de Quito "Jesús del Gran Poder" así como se efectúan conciertos de diverso tipo de música y desfiles con varias expresiones culturales. Destacan también la presencia de chivas, las cuales transportan a gente bailando al son de una banda de pueblo. En la costa, las fiestas de Guayaquil se caracterizan por desfiles, bailes, conciertos con los grandes artistas del momento, fiestas, exposiciones, se presentan en dos fechas: el 25 de julio y el 9 de octubre.

### **2.2.1.2 ECONÓMICO:**

En Ecuador el Salario mínimo lo fija el Ministerio de Relaciones Laborales. Éste salario comprende jornadas de 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y

mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, de la pequeña industria, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas.. A más del pago mensual existe algunos sobresueldos, estos son:

El Decimo Tercer sueldo.- Se paga en Diciembre para compensar las necesidades de gastos por las festividades de navidad. Es la 12ava parte de todo lo percibido en el año calendario anterior. Aproximadamente us\$240.00 (2010).

El Decimo Cuarto sueldo.- Se paga en Septiembre para compensar las necesidades de gastos por ingresos a clase de las escuelas y colegios. Corresponde un salario mínimo unificado, es decir us\$240.00 (2010).

Pago de utilidades.- Se paga en Abril, corresponde al 15% de las utilidades netas de la empresa. El 10% es pagado por completo a cada trabajador, el 5% distribuidos entre las cargas familiares del trabajador.<sup>11</sup>

Tabla del salario mínimo en Ecuador:

<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
170 US\$/mes	202 US\$/mes	218 US\$/mes	240 US\$/mes

Las principales actividades económicas de la región son la exploración, explotación, procesamiento y transporte de hidrocarburos y la producción agropecuaria y forestal. En los últimos años nuevos cultivos han desplazado algunos tradicionales.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Salario\\_m%C3%ADnimo](http://es.wikipedia.org/wiki/Salario_m%C3%ADnimo)

<sup>12</sup> <http://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea68s/ch010.htm>

## **Inflación:**

Se entiende por inflación el "incremento en el nivel general de precios", la mayoría de los precios de los bienes y servicios disponibles en la economía empiezan a crecer en forma simultánea. La inflación implica por ende una pérdida en el poder de compra del dinero, es decir, las personas cada vez podrían comprar menos con sus ingresos, ya que en períodos de inflación los precios de los bienes y servicios crecen a una tasa superior a la de los salarios.

Para poder visualizar el actual comportamiento de la inflación podemos remitirnos al siguiente cuadro demostrativo y de evolución de la misma a través de los últimos meses:

**CUADRO # 02 INFLACIÓN AÑO 2009-2010**

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %
Septiembre-30-2009	3.29 %
Agosto-31-2009	3.33 %
Julio-31-2009	3.85 %

Junio-30-2009	4.54 %
Mayo-31-2009	5.41 %
Abril-30-2009	6.52 %
Marzo-31-2009	7.44 %
Febrero-28-2009	7.85 %
Enero-31-2009	8.36 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Noviembre-30-2008	9.13 %

Fuente: pagina Web del Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec).

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

### **Producto Interno Bruto:**

El Banco Central de Ecuador pronosticó un crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) del 6,81 por ciento en 2010, pues prevé un mayor dinamismo en la inversión pública, sobre todo en petróleo e infraestructuras.<sup>13</sup>

El Producto Interno Bruto forma parte del total de lo producido dentro del país, el mismo que es como una guía para poder definir qué tan avanzada o retrasada está la producción nacional con relación al resto de países:

---

<sup>13</sup> [http://www.infolatam.com/entrada/ecuador\\_banco\\_central\\_preve\\_crecimiento\\_-17303.html](http://www.infolatam.com/entrada/ecuador_banco_central_preve_crecimiento_-17303.html)

### CUADRO # 03 PRODUCTO INTERNO BRUTO

FECHA	VALOR
Enero-01-2009	3.15 %
Enero-01-2008	5.32 %
Enero-01-2007	2.49 %
Enero-01-2006	3.89 %
Enero-01-2005	6.00 %
Enero-01-2004	8.00 %
Enero-01-2003	3.58 %
Enero-01-2002	4.25 %
Enero-01-2001	5.34 %
Enero-01-2000	2.80 %
Enero-01-1999	-6.30 %
Enero-01-1998	2.12 %
Enero-01-1997	4.05 %
Enero-01-1996	2.40 %
Enero-01-1995	1.75 %
Enero-01-1994	4.70 %
Enero-01-1993	2.00 %
Enero-01-1992	3.60 %
Enero-01-1991	5.00 %
Enero-01-1990	3.00 %

Fuente: pagina Web del Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec).

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

## 2.2.2 ANÁLISIS VARIABLE DEMOGRÁFICA

Los datos que se presentan han sido tomados en base al censo del año 2001 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, conocido como INEC, de la población de San José de Minas; con la finalidad de conocer el potencial demográfico de la parroquia o su deficiencia.

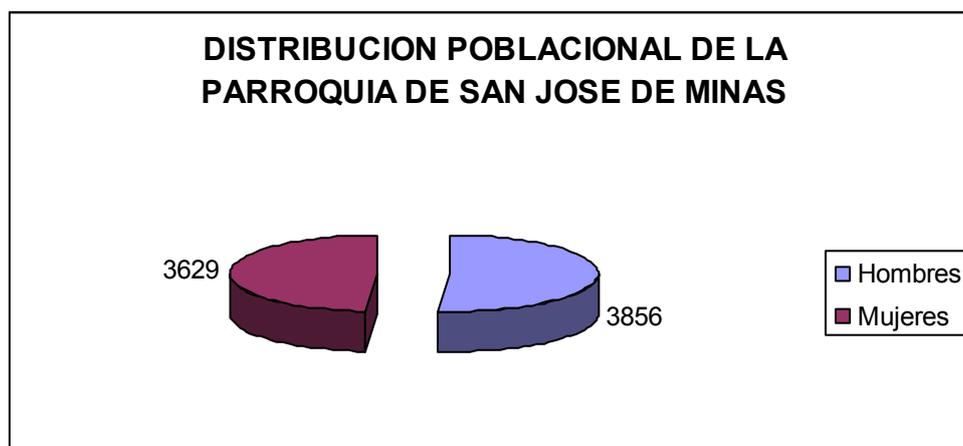
Información como número de población, analfabetismo, actividades económicas, grupos de ocupación, entre otras detallamos a continuación:

### CUADRO # 04 DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL DE LA PARROQUIA DE SAN JOSE DE MINAS		
TOTAL	HOMBRES	MUJERES
7,485	3,856	3,629

Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

### GRÁFICO # 01 DISTRIBUCION POBLACIONAL DE SAN JOSE DE MINAS



Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC

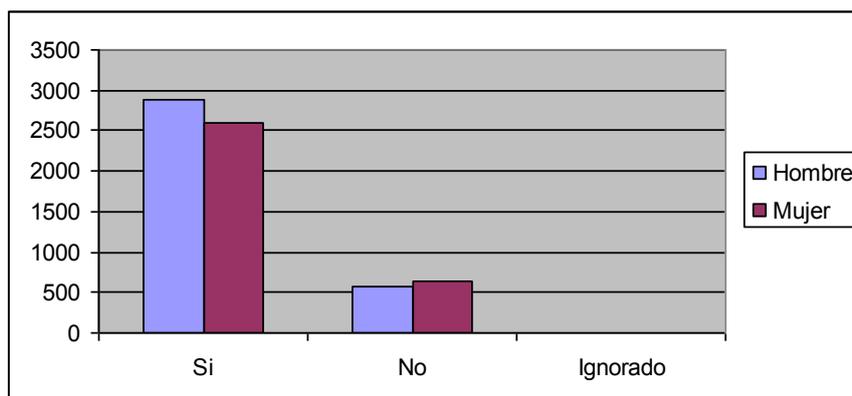
Las estadísticas que damos a conocer a continuación permiten conocer en qué nivel de educación se encuentran los pobladores y como se podrá ayudarlos para que el desarrollo del proyecto sea de mayor beneficio para la Hacienda “Jatumpamba” y la comunidad que la rodea.

**CUADRO # 05 EDUCACIÓN DE SAN JOSÉ DE MINAS**

<b>SAN JOSÉ DE MINAS</b>				
<b>SEXO</b>	<b>SABE LEER Y ESCRIBIR</b>			
	Si	No	Ignorado	<b>Total</b>
Hombre	2,877	565	8	3,450
Mujer	2,594	648	4	3,246
<b>Total</b>	5,471	1,213	12	6,696

Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

**GRÁFICO # 02 EDUCACIÓN DE SAN JOSE DE MINAS**



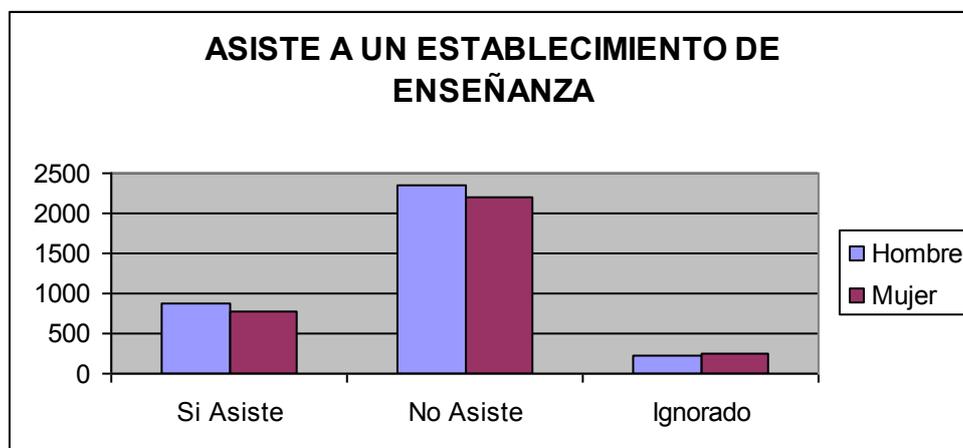
Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

### CUADRO # 06 ASISTENCIA ESTABLECIMIENTO DE ENSEÑANZA

SAN JOSE DE MINAS			
ASISTE A UN ESTABLECIMIENTO de ENSEÑANZA	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Si Asiste	886	780	1,666
No Asiste	2,338	2,211	4,549
Ignorado	226	255	481
<b>Total</b>	<b>3,450</b>	<b>3,246</b>	<b>6,696</b>

Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

### GRÁFICO # 03 ASISTENCIA ESTABLECIMIENTO DE ENSEÑANZA

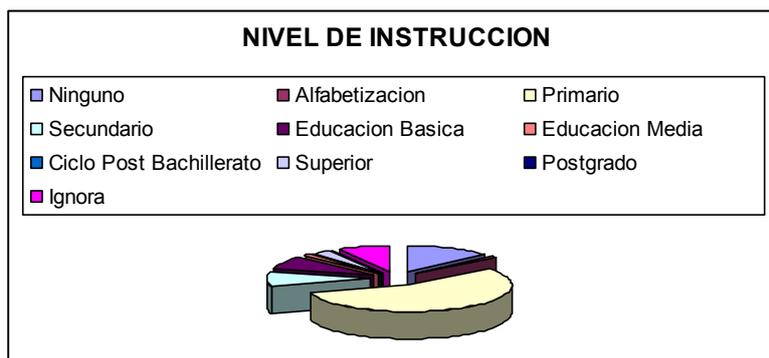


Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

**CUADRO # 07 NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

<b>SAN JOSE DE MINAS</b>			
<b>NIVEL DE INSTRUCCION</b>	<b>SEXO</b>		
	Hombre	Mujer	<b>Total</b>
Ninguno	474	557	1,031
Alfabetización	22	12	34
Primario	1,921	1,638	3,559
Secundario	314	347	661
Educación Básica	285	313	598
Educación Media	42	49	91
Ciclo Post Bachillerato	7	8	15
Superior	95	80	175
Postgrado	8	1	9
Ignora	282	241	523
<b>Total</b>	<b>3,450</b>	<b>3,246</b>	<b>6,696</b>

## GRÁFICO # 04 NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

El nivel de instrucción de las personas de la parroquia de San José de Minas es primario por lo cual las personas están muy poco preparadas, pero eso no impide que puedan tratar con amabilidad a los visitantes.

### IDIOMA QUE HABLAN EN SAN JOSÉ DE MINAS

Uno de los aspectos más importantes que se debe tomar en cuenta es el idioma que manejan los pobladores, esto permitirá identificar el nivel de comunicación que se puede mantener a lo largo del recorrido o explicación en el agroturismo.

**CUADRO # 08 IDIOMA QUE SE HABLA EN SAN JOSÉ DE MINAS**

<b>SAN JOSÉ DE MINAS</b>			
<b>IDIOMA QUE HABLA</b>	<b>SEXO</b>		
	Hombre	Mujer	<b>Total</b>
Solo español	3,325	3,103	6,428
Lengua nativa	156	168	324
Extranjero	7	3	10
Español nativa	299	286	585
Otro	8	6	14
<b>Total</b>	<b>3,795</b>	<b>3,566</b>	<b>7,361</b>

Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

El idioma es importante saber de un lugar ya que por medio de él, se puede conocer del lugar, porque la comunicación previa con las personas que pueden enseñar el atractivo turístico.

## CUADRO # 09 LENGUA QUE HABLA SAN JOSÉ DE MINAS

SAN JOSE DE MINAS			
LENGUA QUE HABLA	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Achuar	1	-	1
Cha'palaa	1	-	1
Quichua	279	272	551
Tsa'fiqui	1	-	1
Kichwa	167	177	344
Ignorado	6	5	11
<b>Total</b>	<b>455</b>	<b>454</b>	<b>909</b>

Fuente: Censo de población y vivienda 2001, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC

### 2.2.3 ANÁLISIS TECNOLÓGICO

En los próximos años existirá una gran inversión en ciencia y tecnología, esta cantidad pasó de 1'898.627,66 en el 2006 a 31'933.301, 23 en el 2009. La perspectiva es incrementar progresivamente la inversión en ciencia y tecnología para potenciar aún más el desarrollo del país.

En el período 2010-2014 la investigación se concentrará en áreas específicas como salud, energía y territorio, sin descuidar las demás áreas prioritarias para el desarrollo regional. Este año el trabajo se concentrará en temas específicos de prioridad nacional

con la articulación entre los diferentes actores mediante redes que permitan integrar distintas universidades, proyectos y propuestas.<sup>14</sup>

La Internet y el uso de celulares se presentan como los dos rubros de mayor crecimiento tecnológico en el Ecuador en los últimos tres años. Según datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), desde 2007 hasta la fecha, el número de usuarios de Internet no conmutado (banda ancha) prácticamente se sextuplicó. Así, de acuerdo con las estadísticas, de 329 mil usuarios que había en 2007 ahora sobrepasan los 1,8 millones de usuarios en todo el país, con una densidad de cobertura del 11,2% a escala nacional.<sup>15</sup>

#### **2.2.4. ANÁLISIS POLÍTICO**

Las metas del turismo sostenible como políticas de Estado de Ecuador buscan diversificar la economía; asegurar igualdad de oportunidades para mujeres y hombres; conservar el ambiente; mejorar la calidad de vida; empoderar y conservar la diversidad de culturas del Ecuador, expresó el Ministro de Turismo.

El Plandetur 2020 es una herramienta con visión sostenible que busca consolidar al turismo como una herramienta eficaz, para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país, para generar oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios, bajo un marco legal e institucional moderno y eficiente.

La implementación de la planificación indicada permitirá posicionar al Ecuador como un destino turístico sostenible, líder altamente diverso, competitivo, seguro y de

---

<sup>14</sup>[http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3479:grandes-perspectivas-de-inversion-en-ciencia-y-tecnologia-en-ecuador&catid=8:economia&Itemid=6](http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3479:grandes-perspectivas-de-inversion-en-ciencia-y-tecnologia-en-ecuador&catid=8:economia&Itemid=6)

<sup>15</sup>[http://www.conatel.gov.ec/site\\_conatel/index.php?option=com\\_content&view=article&id=595%3Acelulares-e-internet-en-una-carrera-sin-trabas-en-ecuador&Itemid=184](http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=595%3Acelulares-e-internet-en-una-carrera-sin-trabas-en-ecuador&Itemid=184)

calidad en el ámbito internacional; así como garantizar la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales.<sup>16</sup>

### **2.2.5 ANÁLISIS LEGAL**

#### **Ley de Turismo del Ecuador**

**Artículo 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Artículo 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

**Artículo 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

---

<sup>16</sup> [http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=464:turismo-sostenible-polca-de-estado-que-asegure-igualdad-de-oportunidades-a-los-ecuatorianos&catid=97:archivos-2007&Itemid=154](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=464:turismo-sostenible-polca-de-estado-que-asegure-igualdad-de-oportunidades-a-los-ecuatorianos&catid=97:archivos-2007&Itemid=154)

El Ministerio de Turismo ha dejado a punto el proyecto de la nueva Ley Orgánica de Turismo, que se socializó con todos los actores involucrados en esta actividad, a partir del viernes 19 de febrero, tras intensas jornadas de trabajo.

Para la asesora jurídica del MINTUR, María Teresa Lara, esta propuesta es una herramienta dinámica e inclusiva, que facilitará el desarrollo del turismo, mediante una adecuada interacción y coordinación entre los sectores inmersos en esta tarea, cuyo accionar privilegiará la protección de los derechos al buen vivir; el respeto de los derechos de la naturaleza; y la posibilidad de generar mayores oportunidades de empleo e ingreso para los ecuatorianos, a través de una oferta de servicios de calidad.

El nuevo instrumento legal recoge temas relevantes como: la Declaratoria de la promoción y desarrollo de las actividades turísticas en el Ecuador como Política Prioritaria de Estado y de interés nacional; el Objeto de la Ley; la Creación del Sistema Nacional de Turismo: Principios y nueva propuesta institucional; Inclusión de nuevas formas de turismo; Servicios turísticos: derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, así como de los turistas que visitan el Ecuador; Régimen de Incentivos a favor del Sector Turístico; Régimen Sancionador; y Otras Innovaciones.

Dentro de este planteamiento, destaca la creación del Sistema Nacional de Turismo, como el conjunto de principios, normas, procedimientos, mecanismos y relaciones organizadas, orientadas al fomento, desarrollo, coordinación y control de la prestación de servicios turísticos, estableciendo los mecanismos de concertación, cooperación, asistencia y solidaridad, entre los órganos y entidades del sector público, privado y de la economía popular y solidaria.

Además se plantea la creación de Comités Consultivos de Turismo: organismos asesores; del Instituto Nacional de Fomento y Promoción del Turismo: entidad de

derecho público, con patrimonio propio e independencia técnica, administrativa y financiera, para la formulación de estrategias y acciones de mercadeo y promoción turística a nivel nacional e internacional.

Este proyecto incorpora también como nuevas formas de turismo reconocidas internacionalmente al Ecoturismo; Enoturismo; Agroturismo; Acuaturismo; Turismo metropolitano; Turismo de aventura; Turismo social; Turismo cultural; y Turismo comunitario.

Dentro del Régimen de Incentivos a favor del Sector Turístico está: la Inclusión en el Catálogo de Oferta Turística; Reinversión de utilidades; Crédito para el Sector Turístico; Capacitación; Facilidades para los viajes de estudio e investigación de estudiantes; Devolución del IVA a favor de los turistas; Devolución del IVA a favor los prestadores de servicios turísticos que vendan paquetes de turismo receptivo; Depreciación acelerada de activos; y, Deducción de gastos.

Adicionalmente, se identifican Incentivos Especiales tales como Devolución de derechos arancelarios a favor de personas naturales o las sociedades o empresas turísticas, que cuenten con proyectos calificados. Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones relacionadas con la prestación de servicios de turismo interno y/o receptivo.

Finalmente, la creación de un sistema de categorización, calidad y certificación; la Identificación de zonas de interés turístico y con vocación turística; y, en general, facilidades para el desarrollo del turismo interno se plantean como innovaciones adicionales.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://andes.info.ec/sociedad/mintur-socializa-con-actores-turisticos-el-proyecto-de-la-nueva-ley-organica-de-turismo-9205.html>

### **2.2.6 ANÁLISIS AMBIENTAL:**

En años recientes, Ecuador ha sufrido cambios severos de temperatura: inundaciones en varias partes del País; sequías en el sur; incendios forestales en los Andes; reducción de la capa de nieve y glaciares en los volcanes nevados; inviernos cortos; por nombrar algunos.

Un pequeño cambio en el promedio de la temperatura tendría un gran impacto en la biodiversidad del Ecuador y en el comportamiento de los demás parámetros climáticos. Las predicciones alertan a una mayor fluctuación de temperaturas y un incremento extremo en el clima.

El Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología del Ecuador elaboró un Informe (18 septiembre del 2000) preocupado por los deshielos en los glaciares de Ecuador, Perú y Bolivia. El retroceso de la masa de hielo y nieve, según se indicó se registra en los montes Chimborazo, Altar, Cotopaxi, Cayambe y el Antisana donde la masa de hielo se contrajo en mas de 200 metros en los últimos años.

Otras cosas que podrían experimentar Ecuador como resultado del cambio climático serían:

- \* Temperaturas fluctuantes, incluyendo extremo calor en invierno;
- \* Pérdida de producción agrícola y forestal debido a los cambios en los parámetros climáticos;
- \* Incremento de riesgo de inundaciones en las zonas costeras bajas, incluyendo el Golfo de Guayaquil y Jambelí;
- \* Incremento en el impacto a los caminos, puentes, edificios e infraestructura en general debido al cambio de las condiciones climáticas;

- \* Más aislamiento de las comunidades alejadas en épocas de fuertes precipitaciones;
- \* Riesgo de colapsar la distribución del agua y evacuación de las aguas en zonas costeras, incluso llegar a desabastecimiento del agua y sequías severas;
- \* Riesgo de contaminación en el agua debido al incremento de bacterias, organismos vivos, tormentas o inundaciones intempestivas, por pérdida de fuentes de agua, otros;
- \* Pérdida de biodiversidad sensible a los cambios de temperatura;
- \* Daño y pérdida del hábitat de la vida salvaje.

## **II. ¿Cuáles son las medidas para mitigar el Cambio Climático?**

Realmente el Plan Global es reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, que se traducen en una serie de iniciativas y acciones que la comunidad puede realizar en Ecuador, así tenemos:

La mayoría de las emisiones desde las casas provienen de los combustibles fósiles usados para generar electricidad y calor y/o frío. Usando energía más eficientemente en casa se reducen nuestras emisiones y la planilla mensual de luz probablemente en un 30%.

- \* Cambiarse a focos ahorradores de luz (de focos incandescentes a fluorescentes) que usan 60% menos energía que uno regular;
- \* Cambiar el termostato de los aires condicionados o calentadores en 2 grados;
- \* Cambiar los filtros de aire de los aires condicionados;
- \* Escoger artefactos eléctricos, en el momento de comprarlos, que sean eficientes energéticamente. Buscar por el sello que indica;

\* Usar menos agua caliente, se necesita mucha energía para calentarla, y prender el calentador sólo 20 minutos;

\* Secar la ropa al sol o en una secadora a gas;

\* Apagar los aparatos electrónicos cuando no se estén usando (TV, computadora, DVD, equipo de sonido);

\* Desconectar los aparatos electrónicos de los enchufes, hay muchos que aunque se apaguen siguen consumiendo energía como los cargadores de celulares, los secadores de pelo, y hasta Televisores;

\* Reciclar en casa papeles, vidrio, fundas plásticas;

\* Comprar productos de papelería reciclados, ahorras hasta un 70% de energía en hacerlos y previenes la deforestación;

\* Planta un árbol, absorben una tonelada de CO<sub>2</sub> de por vida y la sombra de los árboles puede reducir el consumo de aire acondicionado;

\* Cambiar, si se puede, a energías limpias como fotovoltaica, a gas, eólica, etc.;

Adicionalmente, desde que la agricultura es responsable de cerca de un quinto de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero, podemos reducir nuestras emisiones simplemente fijándonos en lo que comemos:

\* Alimentos con menos envolturas;

\* Productos orgánicos;

\* Comprar productos locales o tener un huerto. Los productos agrícolas que se consumen en casa se transportan desde muy lejos, si hay la opción de comprar la producción de locales, hacerlo;

\* Comprar productos frescos y no congelados. Los productos congelados requieren de mucha energía;

\* Comer menos carne!. Metano es el segundo importante gas de efecto invernadero y las vacas son las más grandes Fuentes de emisión de metano. Su dieta de pasto y sus múltiples estómagos causan que produzcan metano, que exhalan en cada respiro.

La tercera parte de nuestras emisiones provienen del uso de nuestros carros, camiones, etc. Aquí algunas sugerencias:

\* Utilizar el transporte público, caminar, hacer “pull” entre varios compañeros de la universidad, oficinas, madres de familia y otros para utilizar un carro;

\* Llevar nuestro vehículo a sus mantenimientos en los talleres;

\* Chequear el aire de las llantas, que si están con la presión correcta evitan el desgaste de éstas, por tanto su producción y reemplazo, así como el consumo de combustible;

\* Si vas a comprar un carro, escoge en el que ofrezca más eficiencia en el uso de combustible, y si es posible el uso de combustibles más limpios (biocombustible, etanol);

\* Tratar de realizar menos uso del vehículo, utilizando medios de telecomunicación;

\* Volar menos.

Por supuesto, que a estas medidas es necesario complementar el trabajo personal de “predicarlas” con nuestros amigos, colegas e inclusive nuestros gobernantes locales y nacionales; conservar nuestros bosques; y cambiarnos a energías limpias.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> [http://www.lexmanzano.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53&Itemid=66](http://www.lexmanzano.com/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=66)

## **2.3 ANÁLISIS DE PORTER**

### **2.3.1 COMPETENCIA**

La competencia es el desempeño idóneo en una o más dimensiones de la dinámica social u organizacional, como las relaciones, la tecnología, las operaciones o la administración, o la correcta funcionalidad una actividad y/o conjunto de tareas inherentes a un proceso de trabajo o negocio, hacia el logro de objetivos propuestos, sobre la base de un conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores.

#### **2.3.1.1 COMPETENCIA DIRECTA**

La parroquia de San José de Minas por encontrarse en la Ruta Escondida <sup>19</sup> es un lugar turístico poco desarrollado, no posee competencia alguna. Éste hecho o factor genera a partir de la aplicación del proyecto como tal y del crecimiento agro-turístico en la zona, considerándola como actividad pionera en un futuro.

#### **2.3.1.2 COMPETENCIA INDIRECTA**

La competencia indirecta es un negocio que ofrece los mismos productos y servicios a un mercado diferente de consumidores.

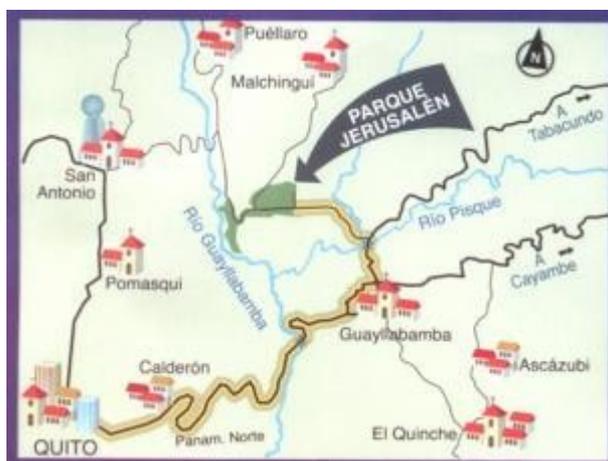
---

<sup>19</sup> Denominada así por el Municipio tomando en cuenta el escaso desarrollo turístico

### **Parque Recreacional Jerusalem (Parque Protector)**

A 28 kilómetros al norte de la ciudad de Quito, en la vía Puéllaro - San José de Minas, se encuentra ubicado un atractivo y recreacional parque y bosque protector llamado "Jerusalem". Este bosque protector xerofítico, posee un suelo árido, gran exuberancia de árboles de algarrobo, campeche, quishar, cholán y molle. Es un hábitat donde se concentran aves de diversos tipos, tamaños y colores. Es la majestuosidad visible de un oasis en pleno desierto y por abrigo por lo acogedor de su clima.

### **GRÁFICO # 05 PARQUE RECREACIONAL JERUSALEM (PARQUE PROTECTOR)**



Ubicación Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem

Tiene un área de 1.110 hectáreas pertenecientes al Consejo Provincial de Pichincha desde 1980. Ubicado en el valle de Guayllabamba, en el cantón Pedro Moncayo a 2.400 m.s.n.m., en la zona de vida denominada matorral espinoso montano bajo, con un promedio de precipitación anual de 600 mm. Existen grandes contrastes climáticos durante el día con temperaturas que oscilan entre 3°C y 32°C siendo la temperatura promedio anual de 13°C. Los suelos de la región son arenosos, y están muy erosionados debido al viento, al agua y a las actividades destructivas del hombre como la tala descontrolada del bosque. Jerusalem posee el único bosque seco tropical de

altura que tiene categoría de bosque protegido en el Ecuador.

**FLORA:** presenta tres formaciones vegetales: Bosque Maduro de algarrobos, Matorral Xerofítico y Bosque en Regeneración, compuesto por especies pioneras.

**FAUNA:** En lo que se refiere a los anfibios es posible observar a la ranita marsupial que pertenece al género *Gastrotheca*. Los reptiles están representados por 2 grupos como la guacsa y los colúbridos con tres especies de culebras como la culebra boba y otras dos especies como *Dipsas ellipsihera* y *Mastygodryas pulchriceps*.

**AVIFAUNA:** Se han registrado treinta y cuatro especies pertenecientes a 31 géneros y 16 familias entre las que se encuentran aves rapaces como el halcón peregrino, el quilico, los colibríes son el grupo más diverso con 4 especies; también hay aves frugívoras que se encuentran principalmente en el área agrícola como el gorrión gigante y guiracchuro. El Bosque Protector Jerusalem forma parte de una de las áreas endémicas para las aves a escala mundial. (Endemic Bird Áreas o EBA por sus siglas en inglés).

#### **GRAFICOS # 06 FLORA DE JERUSALEM**



**AGRICULTURA:** En una área aproximada de 10 Has., existe un vivero de plantas frutales, forestales y ornamentales; huertos de aguacates, cítricos chirimoya y guayaba.

En el vivero de plantas frutales encontramos: aguacate, limón, naranja, mandarina, limón mandarina, limón dulce, limón bicolor, lima, cidra, toronja, chirimoya, ciruelo, guayaba, níspero, chihualcán y nogal

Entre las plantas forestales: laurel, álamos, arupos, ciprés, algarrobo, quishuar, molle, cholán, yalomán, casuarinas, jacarandá, leucaena y campeche.

También cuenta con una variedad de plantas ornamentales: hortensias, cucardas, buganvillas, estrella de panamá, lecheros, trueno, supirosa, jazmín, etc.

El recorrido en el tren resulta muy entretenido y además la guía nos muestra la variedad de flora y fauna existente en el parque. El recorrido pasa por el mirador desde donde se pueden observar tolas funerarias y casi la totalidad de la reserva. El punto final del recorrido del tren está en el quishuar, que es un árbol muy interesante. Al abrazar al quishuar cargas tus energías, por lo que te recomendamos hacerlo cuando visites Jerusalem.

**SERVICIOS:** Canchas deportivas, piscina, área de chozones, tren ecológico, senderos ecológicos, área de camping, pesca deportiva, cabalgatas, venta de plantas, asistencia técnica. Costo \$1,00 Adultos, \$ 0,50 niños, tercera edad y discapacitados. Área de campamento \$1,00 por noche y por persona. Horario: De lunes a viernes de 08h00 a 15h00. Sábados, domingos y feriados de 08h00 a 16h00.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1974>

### **2.3.1.3 CLIENTES**

El cliente es la persona que desea que sus necesidades sean cumplidas satisfactoriamente, por esa razón la labor de la Hcda “Jatumpamba” será manejarla con provecho para él y para la Hacienda.

Los clientes son capaces de crear una demanda utilizando con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

Los clientes potenciales para impulsar el desarrollo del agro turismo en la parroquia de San José de Minas serán los pobladores del Distrito Metropolitano de Quito y turistas extranjeros que deseen conocer acerca del manejo adecuado de la agricultura, del disfrute de los atractivos escondidos de dicha Parroquia, los que conllevarán a un crecimiento turístico, económico y social de la zona.

### **2.3.1.4 PRODUCTO SUSTITUTO**

Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar.

La Parroquia de San José de Minas posee unos pocos balnearios como la Calera, Saavi, Cubí, que son del agrado de los visitantes, dichos balnearios son de orden público, por lo cual pueden sustituir al producto que ofertará la Hcda “Jatumpamba”, por esta razón se ve la necesidad de fortalecer dicho producto, con nuevas técnicas de aprendizaje acerca de agricultura y el entorno que posee la misma en la vida del ser humano.

- Balneario de la Calera el cual es público, donde se puede disfrutar de las propiedades medicinales de los minerales que existen en sus aguas, donde van todas las personas de la comunidad a relajarse y a tomar un refrescante baño en sus aguas termales medicinales. Su entorno natural es lleno de vegetación propia del lugar como orquídeas, bromelias, rosas, entre otras, no se han hecho ninguna instalación, las mismas se encuentran en estado natural.
- Balneario Saavi, posee sus aguas naturales y tiene un entorno natural el cual es privado, posee aguas termales, dicho balneario es alimentado también por el río Cubí.
- Balneario Cubí es un lugar recreativo donde las personas pueden nadar y observar diferente tipo de flora y fauna.

#### **2.3.1.5 PROVEEDORES**

Son proveedores aquellas personas físicas o jurídicas que dan a la empresa las existencias (mercaderías, materias primas, envases, etc.), que posteriormente ésta venderá, transformará o elaborará.

Dentro de los proveedores que podemos considerar son los siguientes:

##### **- Agripac:**

Insumos agrícolas, balanceados para animales.

Av. La Prensa N70-217 y Pablo Picasso, Quito.

**-Pronaca:** Proveerá todo tipo de carnes para la alimentación de los visitantes.

**-Mercado Mayorista:** Se realiza todo tipo de compras como vegetales, verduras, hortalizas.

**-Amenigraf** : Se decidió comprar jabones, shampoo, papel

**-NILOTEX** : Se compró los juegos de sábanas, manteles, fundas de almohadas.

Dirección: Calle Capri E6-200 y Av. Eloy Alfaro

PBX: (5932) 248 1328 FAX: (5932) 247 2041

PO Box: 17-21-01351

e-mail: <mailto:ventas@nilotex.com>

Quito - Ecuador

### **Operadora Turística (Ecuador Traveler)**

La operadora turística Ecuador Traveler se encargará de llevar a los turistas hacia la Hacienda Jatumpamba, para que realicen las actividades Agro turísticas expuestas en los paquetes.

**Dirección:** Centro histórico-Quito

#### **2.3.1.6 ANÁLISIS DEL SECTOR**

El sector de Jatumpamba se encuentra en un área rural donde hay bosques y vegetación no intervenida en gran medida, cuenta con actividades productivas como: la agricultura, ganadería, posee una gran potencialidad turística natural e histórica, la población de este lugar es gentil y dispuesta a incursionar en una nueva opción productiva.

#### **2.4.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los

elementos decisivos del éxito de un empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado”.<sup>21</sup>

El proceso de segmentación para dar a conocer el producto agro-turístico se llevó a cabo por medio de investigación estadística y se complementó utilizando las encuestas, determinando a través de su tabulación el tipo de mercado al cual podría enfocarse, esto permitirá obtener el conocimiento necesario para establecer el adecuado crecimiento del mercado al cual se quiere llegar y conocer el tipo de cliente a quien le interese la propuesta agro-turística.

#### **CUADRO #10 CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN**

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>
<b>Género</b>	Masculino-Femenino
<b>Edad</b>	20-70
<b>Instrucción</b>	Secundaria-Superior
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana - Extranjera
<b>Hábitos de consumo</b>	Gusto por la naturaleza
	Distracción y aprendizaje
<b>Ingresos mensuales</b>	500 usd

Elaborado por: Carolina Nicolalde

<sup>21</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>

### 2.4.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra se define como: “Un subconjunto de elementos de la población. Se toman muestras cuando es difícil o costosa la observación de todos los elementos de la población estadística” (Wikipedia, 2010)

Para la determinación de la muestra se partió de la cuantificación del número de turistas (5600 al año) que visitan la Parroquia San José de Minas-Cantón Quito, de acuerdo a datos proporcionados por la Captur.

Luego de la aplicación de la siguiente fórmula se determinó el número de encuestas que debieron realizarse:

#### CUADRO # 11 TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1)E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Elaborado por: Carolina Nicolalde

Z	Nivel de confianza 95%	1,96
N	Tamaño del universo	5600
e	Error	0,05
p	Probabilidad de Confianza	0,5
q	Probabilidad en contra	0,5

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**Nivel de Confianza.-** Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad.<sup>22</sup>

**Error Muestral.-** Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población, nos da una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo.<sup>23</sup>

**Tamaño del universo.-** Es el conjunto de individuos o elementos que le podemos observar, medir una característica o atributo.<sup>24</sup>

**Probabilidad de Confianza.-** Es la probabilidad de que el verdadero valor del parámetro estimado en la población se sitúe en el intervalo de confianza obtenido.<sup>25</sup>

#### CUADRO # 12 PROBABILIDAD DE CONFIANZA

$$n = \frac{5600 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(5600 - 1) * (0,50)^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

Elaborado por: Carolina Nicolalde

$$n = \frac{5376}{14,9576}$$

Elaborado por: Carolina Nicolalde

<sup>22</sup> <http://www.monografias.com/trabajos12/muestam/muestam.shtml>

<sup>23</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Error\\_muestral](http://es.wikipedia.org/wiki/Error_muestral)

<sup>24</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o\\_de\\_la\\_muestra](http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o_de_la_muestra)

<sup>25</sup> [http://www.fisicanet.com.ar/matematica/estadisticas/ap02\\_intervalo\\_de\\_confianza.php](http://www.fisicanet.com.ar/matematica/estadisticas/ap02_intervalo_de_confianza.php)

Al reemplazar los datos indicados en la fórmula se obtuvo que el número de encuestas que se debe realizar es:

### **CUADRO # 13 ENCUESTAS A REALIZAR**

$$n = 59$$

Elaborado por: Carolina Nicolalde

Para la estructuración del estudio de mercado se utilizó una técnica muy conocida y eficiente como es la Encuesta.

#### **2.4.4 DISEÑO DE LA ENCUESTA**

La encuesta realizada estuvo conformada por 10 preguntas del tipo abiertas, cerradas y de opción múltiple

##### **2.4.4.1 OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Determinar gustos y preferencias de posibles clientes, para saber cómo la Implementación de Agroturismo, ayudará a satisfacer sus necesidades acerca del producto.

## 2.4.4.2 MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD ISRAEL

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

*LA PRESENTE ENCUESTA TIENE POR OBJETIVO IDENTIFICAR EL MERCADO POTENCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS*

---

Fecha: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

**1. Conoce Ud. la Hacienda Jatumpamba en la Parroquia San José de Minas?**

SI.....

NO.....

**2. Sabe Ud. qué es el agroturismo?**

SI.....

NO.....

**3. Si su respuesta es afirmativa, lo ha practicado alguna vez?**

Si..... No.....

En qué lugar.....

**4. Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico para realizar actividades como: cabalgatas, crianza de animales, siembra o cosecha de productos, compartir costumbres y tradiciones existentes en la Hacienda Jatumpamba, San José de Minas?**

SI.....

NO.....

**5. ¿De cuantos días dispondría para visitar la Hacienda y practicar agroturismo?**

Un día.....

Un fin de semana.....

Una semana (5-7 días).....

**6. QUÉ SERVICIOS DESEARÍA SE INCLUYA EN EL PAQUETE AGROTURÍSTICO DENTRO DE LA HACIENDA JATUMPAMBA?**

**PRÁCTICA AGRICULTURA.....**

**ORDEÑO.....**

**CAMINATAS.....**

**COMIDA TÍPICA.....**

**CONVIVENCIA CULTURAL.....**

**7. ¿Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda?**

**Todos los fines de semana.....**

**Cada 15 días.....**

**Cada mes....**

**2 veces por año.....**

**1 vez al año....**

**8. ¿Con quien suele viajar?**

Solo

Amigos

Familia

**9. ¿Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades que incluyan recreación, práctica de agricultura, ordeño y alimentación típica?**

10- 25.....

25- 50.....

50-75.....

Más de 75.....

**10. POR QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA SE PROMOCIONE LOS SERVICIOS DE LA HACIENDA**

PAGINA WEB.....

TRIPTICOS.....

RADIO.....

TV.....

OTRO... CUAL.....

### 2.4.4.3 TABULACIÓN ANÁLISIS DE RESULTADOS

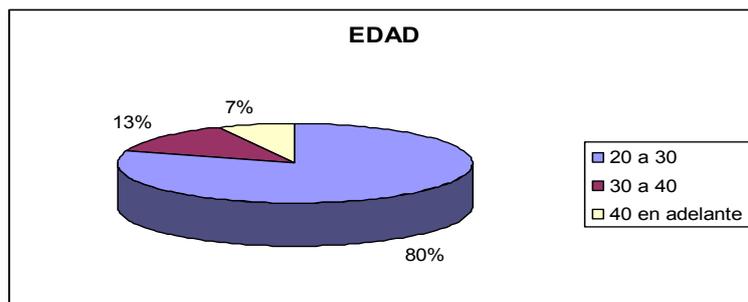
Una vez aplicadas las encuestas a turistas nacionales y extranjeros en diversos lugares del cantón Quito, se obtuvieron los siguientes resultados:

**CUADRO #14 EDAD ENCUESTADOS**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
20-30 años	80%
30-40 años	13%
40 años en adelante	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 07 EDAD ENCUESTADOS**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

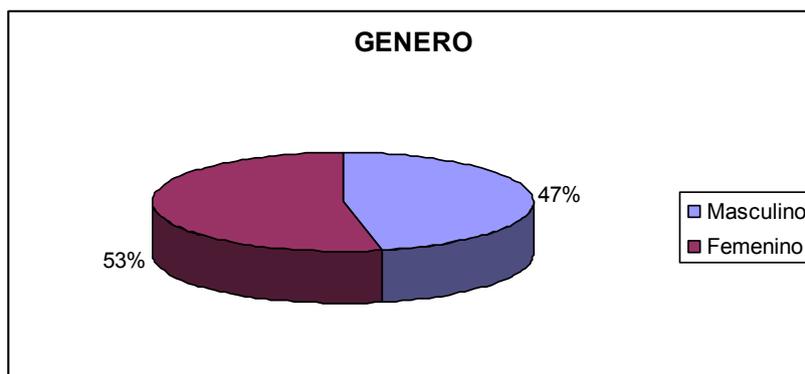
De acuerdo con el gráfico se observa que el 80% de encuestados se encuentra entre los 20 a 30 años, el 13% está entre los 30 y 40 años, teniendo al 7% de 40 años en adelante, estos rangos servirán para identificar las personas que tienen interés por agroturismo

### CUADRO #15 GÉNERO ENCUESTADOS

RESPUESTA	PORCENTAJE
Masculino	47%
Femenino	53%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

### GRÁFICO #08 GÉNERO ENCUESTADOS



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Las encuestas arrojaron un porcentaje del 53% para el género femenino mientras que el 47% corresponde al masculino, estos datos servirán para establecer diferentes tipos de productos.

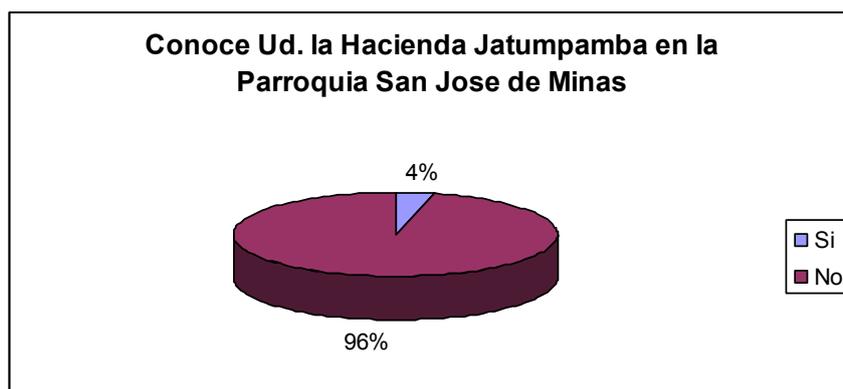
### 1. Conoce Ud. la Hacienda Jatumpamba en la Parroquia San José de Minas ?

**CUADRO # 16 CONOCIMIENTO DE LA HCDA JATUMPAMBA**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	4%
No	96%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 09 CONOCIMIENTO DE LA HCDA JATUMPAMBA**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Los resultados de la encuesta demuestran el desconocimiento de la Hacienda Jatumpamba, por parte del 96% de encuestados, únicamente el 4% conoce o ha escuchado de ella, esto indica que la Hacienda necesitará promocionarse de una manera adecuada para poder tener acogida con su producto Agro turístico.

## 2. Sabe Ud. qué es el agroturismo?

**CUADRO # 17 ¿Qué es el Agroturismo?-Personas Encuestadas**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	67%
No	33%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 10 ¿QUÉ ES EL AGROTURISMO?-PERSONAS ENCUESTADAS**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El 67% de encuestados conocen lo que significa agro-turismo, mientras que el 33% manifestó que no, este resultado demuestra que esta actividad sí ha sido difundida en la ciudad de Quito y así se obtendrá mejores resultados para la propuesta del proyecto.

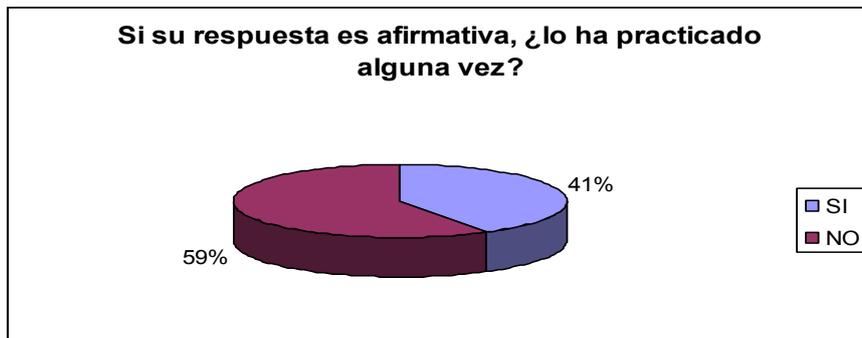
**3. Si su respuesta es afirmativa, lo ha practicado alguna vez?**

**CUADRO #18 PERSONAS ENCUESTADAS QUE HAN PRACTICADO AGROTURISMO**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	41%
No	59%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

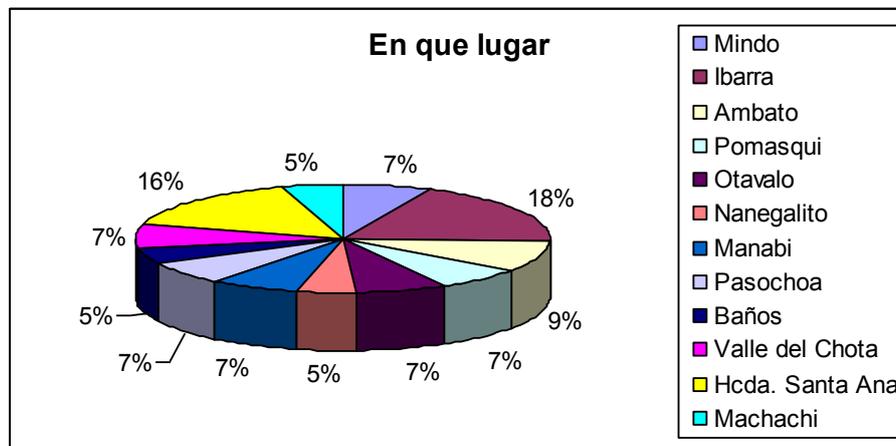
**GRÁFICO # 11 PERSONAS ENCUESTADAS QUE HAN PRACTICADO AGROTURISMO**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Las personas encuestadas han dicho que un 41% si lo ha practicado, mientras que un 59% ha dicho que no lo ha practicado, en ningún lugar.

## GRÁFICO #12 EN QUÉ LUGAR HAN PRACTICADO AGROTURISMO



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Los siguientes son porcentajes de los lugares donde las personas han practicado Agroturismo así : el 7% de los encuestados lo han hecho en Mindo, el 7% en Ibarra, el 9% en Ambato, el 7% en Pomasqui, el 5% en Otavalo, el 5% en Nanegalito, el 7% en Manabí, 7% en Pasochoa, el 5% en Baños, el 7% en el Valle del Chota, el 16% en la Hcda Santa Ana, 5% en Machachi.

El 41% de los encuestados han tenido la posibilidad de practicar el agro-turismo en diferentes lugares campestres, este dato corrobora lo acertado de la ubicación del proyecto en un entorno natural alejado de lo urbano.

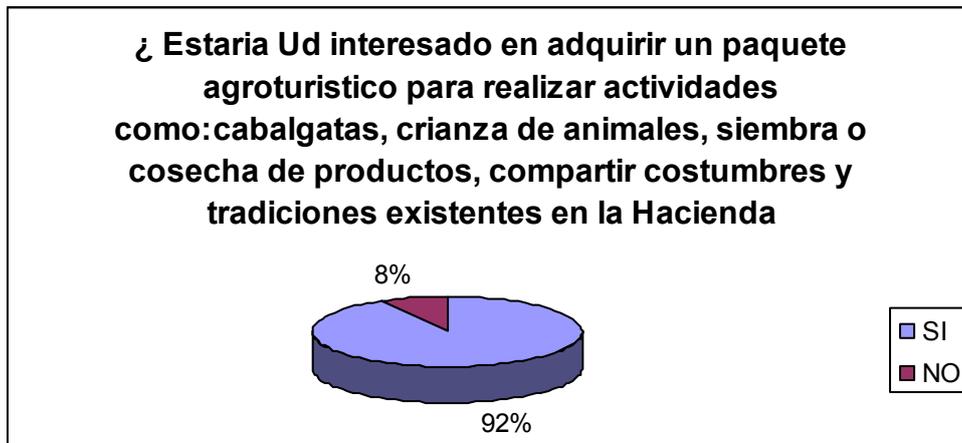
4.- Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico para realizar actividades como: cabalgatas, crianza de animales, siembra o cosecha de productos, compartir costumbres y tradiciones existentes en la Hacienda Jatumpamba, San José de Minas?

**CUADRO #19 PERSONAS ENCUESTADAS DISPUESTAS A ADQUIRIR EL PAQUETE AGROTURISTICO**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	92%
No	8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 13 PERSONAS ENCUESTADAS DISPUESTAS A ADQUIRIR EL PAQUETE AGROTURISTICO**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Según las encuestas realizadas el 8% de las personas dijo que no estarían dispuestos a adquirir el paquete agro-turístico, sabiendo que el 92% de las personas le gustaría realizar actividades agro-turísticas y estaría dispuesto a adquirir dicho paquete, esto indica la viabilidad de las actividades agro turísticas que brinda la Hcda Jatumpamba

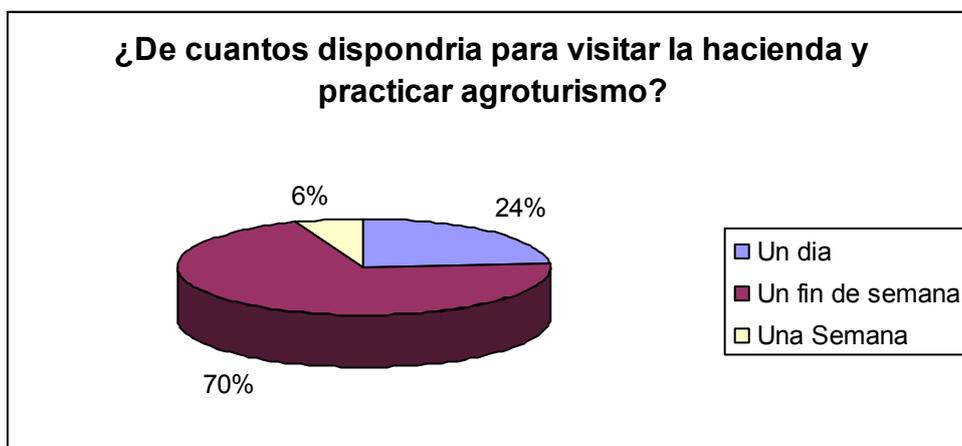
**5.- ¿De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda y practicar agroturismo?**

**CUADRO #20 DISPOSICIÓN DE TIEMPO DE VISITA**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Un día	24%
Un fin de semana	70%
Una semana	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO# 14 DISPOSICIÓN DE TIEMPO DE VISITA**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El 70% de las personas encuestadas dijo que podría disponer de su tiempo para la realización de actividades agro-turísticas, un fin de semana, por lo cual se podrá aprovechar de todas las actividades que la Hacienda brinda, además de conocer lugares maravillosos como los atractivos turísticos que posee, esto permitirá realizar diferentes actividades para promocionar el paquete turístico.

El 24% de los encuestados mencionó que podría visitar un día la Hcda, el 6% una semana.

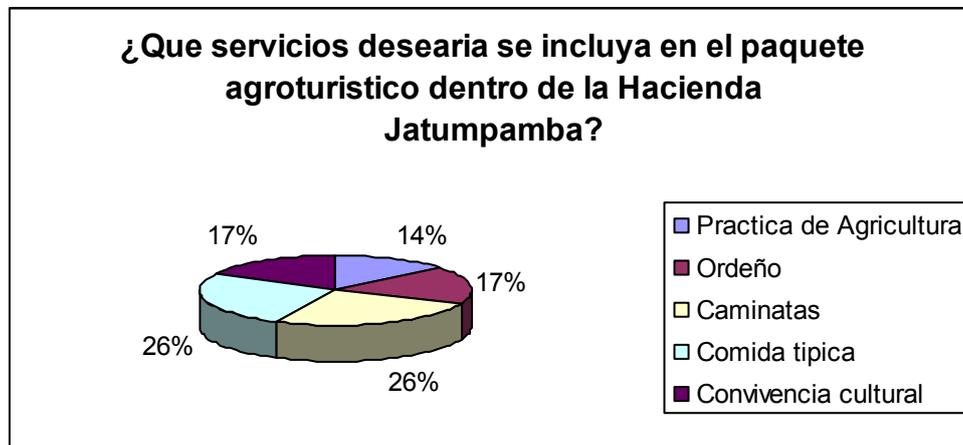
**6.- ¿QUÉ SERVICIOS DESEARÍA SE INCLUYA EN EL PAQUETE AGROTURÍSTICO DENTRO DE LA HACIENDA JATUMPAMBA?**

**CUADRO #21 SERVICIOS QUE SE PODRIA DAR A LAS PERSONAS**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Practica de Agricultura	14%
Ordeño	17%
Caminatas	26%
Comida Típica	26%
Convivencia Cultural	17%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

## GRÁFICO # 15 SERVICIOS QUE SE PODRÍA DAR A LAS PERSONAS



Elaborado por: Carolina Nicolalde

Del total de personas encuestadas el 26% han preferido las actividades de Caminatas hacia los diferentes atractivos turísticos que posee la Hacienda, el mismo porcentaje prefirió la comida típica del lugar, los otros 14% y 17% prefieren la práctica de la Agricultura al igual que la realización del Ordeño y otro 17% se inclina por la convivencia cultural, porque desean aprender un poco más de sus raíces y saber cómo son sus manifestaciones culturales. Dichas actividades beneficiarán la creación del paquete turístico para una mejor organización de lo que necesitan los consumidores.

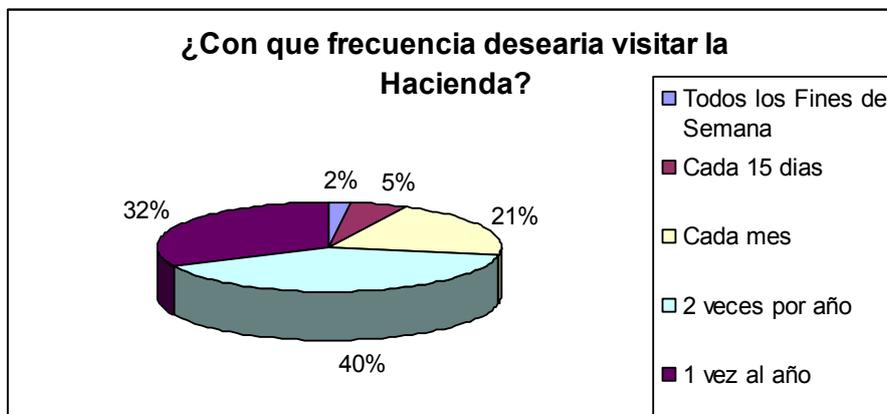
7. ¿Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda?

**CUADRO #22 VISITA POR PARTE DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS A LA Hcda JATUMPAMBA**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Todos los Fines de Semana	2%
Cada 15 días	5%
Cada mes	21%
2 veces por año	40%
1 vez por año	32%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 16 VISITA POR PARTE DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS A LA Hcda JATUMPAMBA**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El 40% de las personas encuestadas han visto la necesidad de visitar la Hacienda Jatumpamba para hacer la práctica de Agroturismo, 2 veces por año, para disfrutar la recreación campestre. El 32% de los encuestados prefieren ir a la Hcda 1 vez al año, El 21% de los encuestados preferirían visitar la Hcda cada mes, el 5% ha decidido ir a la Hacienda cada quince días porque le interesaría estar más cercanos a actividades cotidianas campestres y el 2% han preferido ir todos los fines de semana. Estos porcentajes indican la creación de un paquete agro turístico, dependiendo del tiempo de los visitantes.

### 8.- ¿Con quién suele viajar?

**CUADRO #23 PERSONAS QUE ACOMPAÑAN A LOS VISITANTES**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Solo	4%
Amigos	46%
Familia	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO #17 PERSONAS QUE ACOMPAÑAN A LOS VISITANTES**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El 50% de encuestados prefiere viajar con la familia para así aprender juntos nuevas enseñanzas como las del Agroturismo, mientras que el 46% prefiere viajar con amigos, por último un 4% prefiere ir solo a esta actividad. Esto indica cómo se debe manejar a los grupos y ofertar los paquetes turísticos, teniendo diferentes tipos de enseñanzas agro-turísticas de acuerdo al tipo de visitantes.

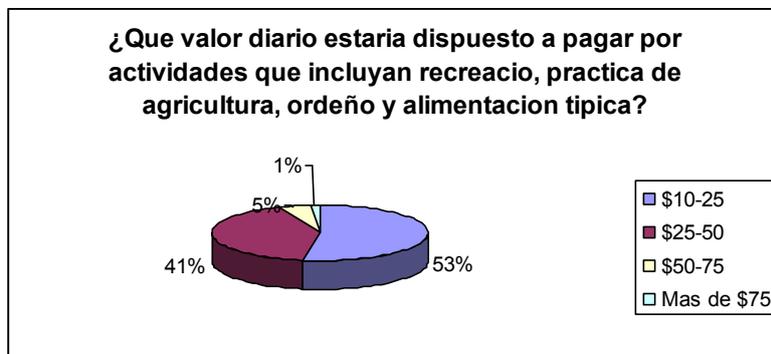
**9. ¿Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades que incluyan recreación, práctica de agricultura, ordeño y alimentación típica?**

**CUADRO #24 VALOR POR LAS ACTIVIDADES AGRO-TURISTICAS**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$10-\$25	53%
\$25-\$50	41%
\$50-\$75	5%
Más de \$75	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO # 18 VALOR POR LAS ACTIVIDADES AGRO-TURÍSTICAS**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El 53% de la población encuestada, la cual gasta diariamente un promedio de \$10 a \$25. Esto permitirá establecer el precio del producto que se desea ofrecer al público tomando en cuenta su disponibilidad económica.

El 41% de las personas mencionó que podría pagar de \$25 a \$50 por un paquete agro-turístico, el 5% de \$50 a \$75 y el 1% más de \$75.

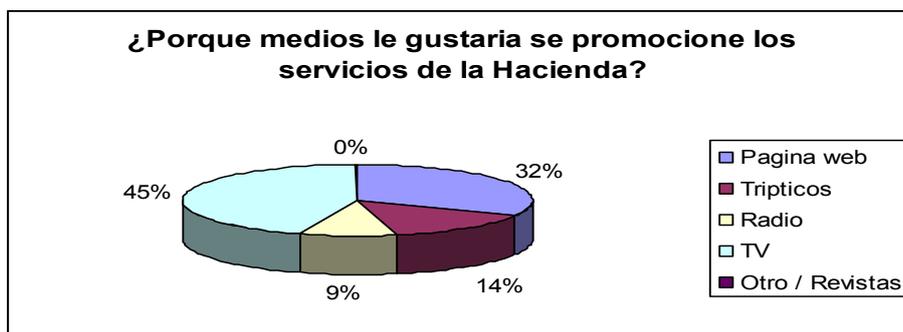
**10.- ¿POR QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA SE PROMOCIONE LOS SERVICIOS DE LA HACIENDA?**

**CUADRO #25. PROMOCIÓN HACIENDA JATUMPAMBA**

<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Pagina Web	32%
Trípticos	14%
Radio	9%
TV	45%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

**GRÁFICO #19 PROMOCIÓN HACIENDA JATUMPAMBA**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

El mayor porcentaje de encuestados representados por el 45% prefiere que se promocióne la Hacienda Jatumpamba por medio de la Televisión, ya que prefieren ver los productos agro turísticos por medio de imágenes, para así lograr su mayor interés por conocer el lugar, las actividades ofrecidas, 32% ha preferido que se haga conocer la Hacienda por medio de una página web, la cual debe ser interactiva para llamar la atención de los clientes, demostrando así lo interesante que posee la Hacienda, agro turística. Esto ayudará a identificar el mercado por el cual puede llegar mucho mejor a sus clientes.

El 14% de las personas manifestó que le gustaría que se promocióne la Hcda por medio de trípticos, el 9% de personas prefirió por radio.

## **2.5.- DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.<sup>26</sup>

El Agroturismo a realizar en la Hcda Jatumpamba contará con diferentes tipos de productos los cuales estarán unificados para realizar las diferentes actividades turísticas.

El paquete turístico que se ofrecerá en la Hcda Jatumpamba, está compuesto por diferentes tipos de productos, entre los que se destacan la agricultura y los atractivos turísticos que posee la Hcda que son los que permiten resaltar la importancia de esta Parroquia.

---

<sup>26</sup><http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

A continuación se presenta las actividades a ofertarse dentro de la hacienda sea en paquetes o como productos agro-turísticos individuales.

- ✧ **Ordeño:** El ordeño manual aparece con el objetivo de que el turista visitante tenga un contacto directo con el animal enseñando los diferentes procedimientos que conlleva el ordeño manual.

Para esto se contará con 5 vacas lecheras y la actividad se realizará en las primeras horas de la mañana, el material necesario será dotado por el propietario de la hacienda “Jatumpamba”.

#### GRÁFICO # 20 ORDEÑO



- ✧ **Agro-Jatumpamba:** Las pequeñas parcelas de tierra serán utilizadas para sembrar los productos de la zona como son col, lechuga, brócoli, cilantro, chihualcán, fresa y tomate de árbol, babacos.

Chihualcán.- Perteneciente a la familia de las papayas (Caricáceas), su nombre científico es *Cariácea Pubescens*. Algunos de los sinónimos de ésta planta son: Tapaya de altura

(Bolivia), Cammon, Chilacuan, Chilicuan, Papaya de tierra fría, Papaya silvestre, Higuillo, Papayola, Papayuela, Tapa-culo (Colombia), Papayo (Chile), Chamburo, Chihualcán (Ecuador, Perú), Papayito de los Andes, Papayola (Venezuela).

Fruto oblongo-obovoide, ancho apiculados, anaranjados, pulposos, ácidos, muy fragantes, algo atenuados hacia la base y oscura, y obtusamente pentágonos, otras veces profundamente 5-surcados, a veces semejantes a frutos de cacao, 6-15 cm de largo por 3-10 cm ancho, a veces aún más grandes.



**GRÁFICO # 21 PARCELAS**



✧ **Cabalgatas del Macará:** Las cabalgatas se las realizará al momento que el visitante desee, éstas servirán para visitar los diferentes atractivos naturales que están alrededor de la Hcda. Se podrá recorrer toda la misma o el camino que lleva al río o hacia Uchupamba, cada recorrido tiene la duración de hora y media.

### GRÁFICO # 22 CABALGATAS MACARÁ



**Aves Garden:** este servicio es una granja de animales que muestra el cuidado, crianza y alimentación de gallinas, gansos, ovejas, patos, conejos, cuyes y cerdos. Se puede además conocer el hábitat de las aves del lugar y realizar actividades cotidianas como dar el alimento a las mismas u observar el proceso de incubación de las gallinas del corral así como ver a sus crías, e indicar cuál es el proceso de crecimiento de las mismas.

**GRÁFICO # 23 AVES GARDEN**

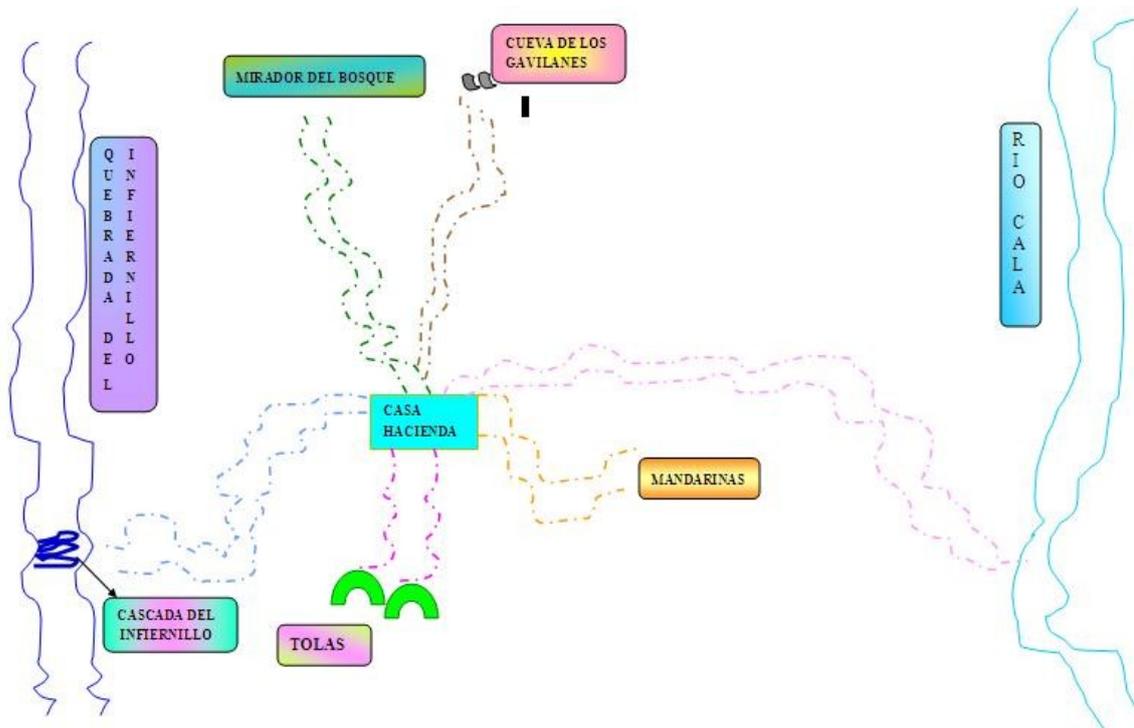


❖ **Tertulias e Información:** aquí se concentrarán los visitantes donde se les explicará todos los servicios y actividades que les ofrecemos durante se estadía en una pequeña sala. Dicho centro de interpretación es de 6 x 5 metros, el cual posee bancas donde sentarse y su ambiente es rustico, todo lo que se expone en esa sala es hecho de madera. y acogedor. el centro de Interpretación contará con personas que podrán explicar todos los productos, mediante su experiencia y conocimiento del mismo, aunque también a los visitantes se les dará trípticos con toda la información del paquete turístico.

**GRÁFICO # 24 TERTULIAS E INFORMACIÓN**



## GRÁFICO # 25 MAPA DE RECORRIDO SENDEROS



Elaborado por : Carolina Nicolalde

### 2.6 OFERTA Y DEMANDA

#### 2.6.1.- OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comprar lo que sea, en un determinado momento. <sup>27</sup>

La Parroquia de San José de Minas no posee muchos lugares de recreación, por lo cual la única oferta constituye el Balneario Cubí, el cual se encuentra de

<sup>27</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

Quito a 1 hora y media, dicho Balneario cuenta con piscinas y un tobogán, está bien organizado y las personas disfrutan de nadar y aparte pueden acceder a las aguas del río Cubí, la capacidad de las instalaciones es 13 personas como máximo.

Por este motivo y al no existir el desarrollo turístico en la Hacienda, la Oferta se estableció con respecto a las visitas al Balneario Cubí.

La Competencia Directa para la Hcda Jatumpamba Agro turísticamente no existe en la Parroquia San José de Minas.

**CUADRO # 26 OFERTA BALNEARIO CUBI**

<b>OFERTA BALNEARIO CUBI</b>	
<b>DIAS</b>	<b>VISITANTES</b>
Lunes	5
Martes	3
Miércoles	5
Jueves	3
Viernes	5
Sábado	10
Domingo	8
<b>Total</b>	<b>39</b>
Mes	156
Año	1728

**FUENTE:** Propietario Balneario Cubí-Julio Flores

**CUADRO #27 REGISTRO HISTÓRICO DE VISITANTES BALNEARIO CUBI**

<b>Registro Histórico de Visitantes Balneario Cubí</b>					
	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
	1170	1320	1450	1578	1728
<b>Porcentaje de crecimiento</b>	67,71	76,39	83,91	91,32	100
<b>Porcentajes</b>	0	8,68	7,52	7,41	8,68

**CUADRO # 28 PROYECCIÓN DE VISITANTES A LA HACIENDA JATUMPAMBA**

<b>Proyección de Visitantes a la Hacienda Jatumpamba</b>		
Pax-Semana	Mes	Año
48	244	2928
Fin semana 13		

## 2.6.2 PROYECCIÓN DE OFERTA

**CUADRO #29 PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
AÑO	OFERTA PROYECTADA	NUMERO DE TURISTAS DIARIOS
2010	1728	2928
2011	1878	2978
2012	2019	3028
2013	2169	3078
2014	2357	3128

**FUENTE:** Propietario Balneario Cubí-Julio Flores

Los resultados fueron obtenidos de los porcentajes de oferta histórica para poder realizar la proyección de la Oferta mediante hasta de año 2014.

## 2.8.3 DEMANDA

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor.<sup>28</sup>

Para este proyecto se consideró la demanda de acuerdo al número de turistas que visitan la Parroquia de San José de Minas, los cuales suman un total de 5600 al año según datos de la Captur

<sup>28</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda\\_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

## DEMANDA ACTUAL

### CUADRO #30. DEMANDA ACTUAL

DEMANDA	
Visitantes de la Hcda	% de visitantes
5600	92%
<b>Demanda Actual</b>	5152

Elaborado por: Carolina Nicolalde

La demanda se determinó tomando en cuenta el universo de 5600 del cual se tomó el dato de aceptación en las encuestas 92% , dando como resultado una Demanda Actual de 5152.

### PROYECCIÓN DE VISITANTES

Se utilizó el valor del PIB, los precios constantes que bordea el 6- 6.7% aplicado a servicios turísticos y en base a eso se proyectó, para el primer año 5%, 2do año 5,2 el 3er año 5,5 el 4to 6% y el 5to 6,7%.

### CUADRO #31 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PROYECCION DE LA DEMANDA
2010	5152
2011	5410
2012	5691
2013	6015
2014	6376

Elaborado por: Carolina Nicolalde

### 2.8.4 DEMANDA INSATISFECHA

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.<sup>29</sup>

### CUADRO #32. DEMANDA INSATISFECHA

	DEMANDA INSATISFECHA	
OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSTATISFECHA
1728	5152	-3424

Elaborado por: Carolina Nicolalde

<sup>29</sup> <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>

## 2.8.4 DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

**CUADRO #33. PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA BALNEARIO CUBI</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2010	1728	5152	-3424
2011	1878	5410	-3721
2012	2019	5691	-4001
2013	2169	6015	-4298
2014	2357	6376	-4671

Elaborado por: Carolina Nicolalde

Del valor obtenido en Demanda Insatisfecha (3.424), se pretende captar un 95% tomando en cuenta la capacidad de la Hacienda Jatumpamba.

- La Hacienda Jatumpamba podrá ofrecer sus servicios a 13 pax en el paquete de Fines de semana (Uchupamba), teniendo un total de 624, Full Day (Jatumpamba) 10 pax de lunes a sábado, esto produciría al año 2880 visitas para la misma.

## CAPÍTULO III

### DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

“La estrategia empresarial se desarrolla a partir de la planeación. La planeación estratégica abarca las actividades que permiten formular las metas y los objetivos y elegir las estrategias para alcanzarlos. Los resultados finales de la planeación estratégica son los enunciados de la visión, la misión, la estrategia y las políticas. Una **visión** es una imagen idealizada del futuro de la organización.

La **misión** identifica el propósito de la empresa y su lugar en el mundo. La especificación de una misión responde a la pregunta “¿En qué negocio estamos en realidad?” La misión radica más en las realidades del presente que la visión, pero algunas compañías intercambian el uso de los términos. La misión de una empresa puede no resultar evidente para el observador casual.

La planeación en sí no crea la estrategia. Los valores de las empresas también influyen, porque las organizaciones bien administradas tienden a desarrollar una estrategia adecuada a lo que las personas con el poder piensan que es importante”<sup>30</sup>

#### 3.1 MISIÓN

Agro-Jatumpamba es una empresa agro-turística que brinda un servicio eficiente fundamentado en actividades de cabalgata, ordeño, siembra-cosecha de productos de la Hacienda Jatumpamba, ofrece caminatas en senderos para visitar diferentes

---

<sup>30</sup> DUBRIN Andrew, Libro “Fundamentos de Administración” Edición Quinta, Año 2000, International Thompson Editores

atractivos turísticos, permite participar en la crianza de aves de corral, haciendo posible que el turista tenga la satisfacción de interactuar con la naturaleza y su entorno procurando el desarrollo de la actividad turística, manteniendo la responsabilidad social, organizacional y ambiental.

### 3.2 VISIÓN

En cinco años la empresa agro-turística Jatumpamba estará posicionada en el mercado con un reconocimiento a nivel nacional como prestadora de servicios relacionados con actividades de siembra y cosecha de productos, ordeño, cabalgatas, y recorridos, además de fomentar el uso racional y conservación de recursos lo cual asegurará la preferencia de los clientes por la calidad y eficiencia en todas sus operaciones.

### 3.3 VALORES CORPORATIVOS

- ✧ **Organización:** La administración tendrá control y un adecuado manejo de actividades internas lo cual permitirá la eficiente prestación de servicios.
- ✧ **Flexibilidad:** La empresa siempre estará dispuesta a escuchar las sugerencias de los clientes.
- ✧ **Calidad :** En la prestación de servicios que se proporcionará por parte de personal capacitado
- ✧ **Liderazgo:** La empresa resaltará su liderazgo en todas las actividades propuestas dentro del paquete agro-turístico.
- ✧ **Creatividad:** La empresa buscará nuevas formas de aprendizaje práctico y realizable en las actividades agro-turísticas.

- ✧ **Responsabilidad:** Social, económica, ambiental conservacionista, protectora a la naturaleza, la cual se llevará a cabo por parte de la empresa, para obtener beneficios minimizando la afectación al entorno.

### 3.4 OBJETIVOS CORPORATIVOS ESTRATÉGICOS

“Definida la misión se puede definir los objetivos medibles; para definir los objetivos corporativos son básicos los términos financieros, los relacionados con la cuenta de resultados, con la estructura del balance: facturación a alcanzar, beneficios planeados, fondos propios, endeudamiento a largo y a corto. Los objetivos corporativos cada vez aluden más directamente y explícitamente a la respuesta que las empresas deben dar a los grupos de interés y a la comunidad en general.

Los objetivos corporativos, en consecuencia, deberían también formularse a largo plazo - entendiendo por largo plazo, más de dos años - pero, en nuestro criterio, como máximo a cinco años.”<sup>31</sup>

*Agro-turismo Jatumpamba en su planificación estratégica ha definido los siguientes objetivos corporativos estratégicos, basándose en las siguientes perspectivas anuales (tomando un solo año):*

**Financiero:** Asegurar el crecimiento económico de la Hacienda Jatumpamba, con la afluencia continúa de turistas

**Clientes:** Satisfacer las necesidades del cliente, manteniendo un eficiente servicio personalizado para cada actividad propuesta en el paquete turístico.

---

<sup>31</sup> <http://gustavomata.org/wp-content/uploads/2008/05/estrategia-y-competencia-24.pdf>

**Procesos Internos:** Proponer procesos operativos al interior de la hacienda, procurando la prestación eficiente de servicios a través del uso racional de recursos con la menor afectación al medio.

**Perspectiva de Innovación y Aprendizaje:** Proporcionar una capacitación regular a los empleados que serán los responsables de efectuar las actividades correspondientes a cada producto agro-turístico, reforzando el aprendizaje del visitante.

### **3.5 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS:**

Las decisiones estratégicas son las opciones que determinan la dirección y el éxito de las organizaciones.

Las estrategias corporativas para Agro-Turismo en la Hcda Jatumpamba nacerán de los objetivos corporativos antes mencionados, dichas estrategias son:

**Estrategia Financiera:** Cumplir con todas las expectativas que tenga el turista hacia el paquete turístico, buscando el precio adecuado de cada producto y su eficiente promoción.

**Estrategia Clientes:** Capacitar de forma constante al personal responsable de las actividades previstas dentro del paquete agro-turístico.

**Estrategia Procesos Internos:** Se realizará procesos de mejora para cada actividad agro turística, con la finalidad de lograr un óptimo uso de recursos promoviendo una convivencia armónica del turista con la naturaleza.

**Estrategia de Innovación y Aprendizaje:** Realizar actividades de forma dinámica y eficiente con personal capacitado y con iniciativa propia.

### **3.6 PLANES DE ACCIÓN:**

“Fundamentalmente, el enfoque del cuadro de mando integral genera objetivos en las cuatro áreas del negocio, para luego desarrollar planes de acción a fin de alcanzar esos objetivos, siendo el progreso evaluado periódicamente.”<sup>32</sup>

Los Planes de Acción que se presentan a continuación ayudarán a dar un mejor enfoque empresarial a cada actividad del paquete agro turístico.

---

<sup>32</sup> KOURDI Jeremy, Libro “Estrategia (Claves para tomar decisiones en los negocios) 1ª Edición, año 2008

<b>Objetivo 1</b>	Afianzar el crecimiento económico de la Hacienda Jatumpamba, con la afluencia continua de turistas.							
<b>Estrategia 1</b>	Cumplir con todas las expectativas que tenga el turista hacia el paquete turístico, buscando el precio adecuado de cada producto y su eficiente promoción.							
Actividad	Tiempo	Responsable	Recursos				Resultado	Indicador
			Humanos	Materiales	Financieros	Tecnológicos		
Realizar marketing directo utilizando mail para posicionar el producto y su precio en el mercado.	2 semanas	Gerente de marketing y Contabilidad	Gerente de marketing-Contabilidad	Computador, Internet Sistemas Contables	Costo de envío de mails masivos. \$50 aprox. Sistema contable adquisición \$200	Internet, computador	Incrementar Clientes	Correos enviados
Realizar convenios con sitios web para publicar en su espacio, el paquete agro-turístico.	4 semanas	Gerente de marketing	Gerente de marketing	Computador, Internet, papel, impresora	Costo por convenio \$ 100 el día	Computador, Internet	Tener 2 convenios vigentes	Convenios firmados
Realizar sub actividades agro-turísticas con diferentes costos en las actividades propuestas.	2 semanas	Gerente de contabilidad	2 Personas capacitadas en sub actividades	Herramientas agrarias	Costo herramientas variables \$100	Computador, impresora	Mayor aprendizaje para los turistas	Registro de visitas con firma de recepción
Realizar monitoreo de los potenciales clientes anteriormente contactados	3 semanas	Gerente de marketing	Gerente de marketing	Computador	Teléfono \$30	computador	Mayor aceptación del producto agro-turístico	Informe de monitoreo

<b>Objetivo 2</b>	Satisfacer las necesidades del cliente, manteniendo un eficiente servicio personalizado para cada actividad propuesta en el paquete turístico.							
<b>Estrategia 2</b>	Capacitar de forma constante al personal responsable de las actividades previstas dentro del paquete agro-turístico.							
Actividad	Tiempo	Responsable	Recursos				Resultado	Indicador
			Humanos	Materiales	Financieros	Tecnológicos		
Generar un buzón de sugerencias para el cliente que pueda introducirse al producto agro-turístico.	Continuo	Todo el personal	Dep. Producción	Video introductorio	Costo de realización video \$50	Computador, Filmadora	Recopilación de conocimiento	Video introductorio
Mejorar el tiempo de realización de la actividad agraria en función a herramientas nuevas más flexibles	2 semanas	Gerente de Producción	Dep. producción	Herramientas especializadas para cada actividad	Costo de compra herramientas \$100	Computador	Menor tiempo de realización de actividad	La factura de herramientas
Capacitación de personas involucradas con la vida agraria de la comunidad	2 semanas	Gerente de Producción	Dep. producción	Herramientas especializadas para cada actividad	Costo de compra herramientas \$100	Computador	Ahorro del tiempo en la actividad	Listado de participantes

Jatumpamba.								
Instalar un buzón de solicitudes de los turistas para las actividades predeterminadas.	2 semanas	Gerente de Producción	Dep. producción	Papel	Costo \$25	Computador y esferos	Saber cual actividad agrado mas al turista	Registro de sugerencias
<b>Objetivo3</b>	Mejorar los procesos operativos al interior de la hacienda, procurando la prestación eficiente de servicios a través del uso racional de recursos con la menor afectación al medio.							
<b>Estrategia 3</b>	Se realizará procesos de mejora para cada actividad agro turística, con la finalidad de lograr un óptimo uso de recursos promoviendo una convivencia armónica del turista con la naturaleza.							
Actividad	Tiempo	Responsable	Recursos				Resultado	Indicador
			Humanos	Materiales	Financieros	Tecnológicos		
Manejar adecuadamente los procesos que se involucran en estas actividades agrarias	2 semana	Gerente de Producción	Gerente de Producción	Papel	Costo por capacitación de manejos \$50	Computador	Incremento de clientes	Facturas de visitas
Planificación de los procesos de las actividades agrarias	1 semana	Gerente producción	Dep. Producción	Computador	Costo por planificación \$40	Computador	Procesos adecuados	Informe aceptado por Gerencia

**CUADRO # 38 PLAN DE ACCIÓN 4**

<b>Objetivo 4</b>	Proporcionar una capacitación regular a los empleados que serán los responsables de efectuar las actividades correspondientes a cada producto agro-turístico, reforzando el aprendizaje del visitante.							
<b>Estrategia 4</b>	Realizar actividades de forma dinámica y eficiente con personal capacitado y con iniciativa propia.							
Actividad	Tiempo	Responsable	Recursos				Resultado	Indicador
			Humanos	Materiales	Financieros	Tecnológicos		
Motivar la enseñanza de los productos agro-turísticos	Permanente	Gerente Producción	Gerente Producción	Juegos con ideas para ponerlos en practica	Costo por creación de juego \$30	Computador	Aprendizaje más fácil para los turistas	Realización de las actividades mucho mejor
Proporcionar materiales adecuados para el eficiente desempeño de los empleados	1 semana	Gerente producción	Dep. Producción	Herramientas pertinentes a la labor agraria.	Costo materiales \$40	Palas, Azadones, etc.	Operaciones más productivas	Factura de herramientas
Planificar las actividades hacia los turistas interesados en aprender agro-turismo	1 semana	Gerente producción	Dep. Producción	Papel	Costo materiales \$30		Satisfacer al cliente para que palpe la actividad agraria	Registro de las planificaciones
Enseñanza practica y vivencial	1 semana	Gerente producción	Dep. Producción	Herramientas pertinentes a la labor agraria	Costo materiales \$25		Satisfacer al turista por medio del buen manejo de la vida agraria	Documentales para las prácticas agrarias.

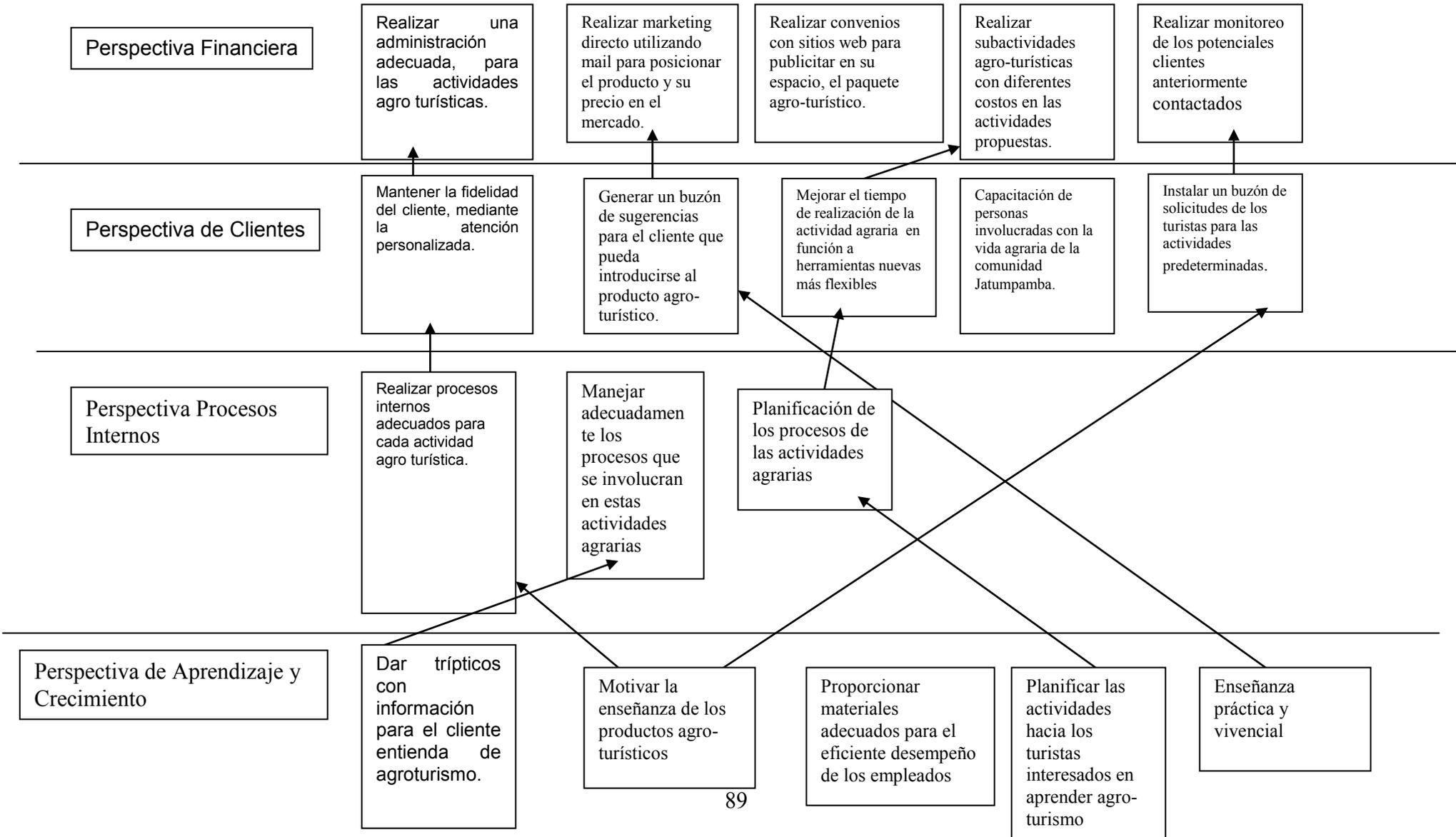
### 3.7 BALANCED SCORECARD <sup>33</sup>

El BSC es una herramienta revolucionaria para movilizar a la gente hacia el pleno cumplimiento de la misión, a través de canalizar las energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas estratégicas de largo plazo. Permite tanto guiar el desempeño actual como apuntar el desempeño futuro. Usa medidas en cuatro categorías -desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos de negocios y aprendizaje y crecimiento- para alinear iniciativas individuales, organizacionales y trans-departamentales e identifica procesos enteramente nuevos para cumplir con objetivos del cliente y accionistas. El BSC es un robusto sistema de aprendizaje para probar, obtener realimentación y actualizar la estrategia de la organización. Provee el sistema gerencial para que las compañías inviertan en el largo plazo -en clientes, empleados, desarrollo de nuevos productos y sistemas más bien que en gerenciar la última línea para bombear utilidades de corto plazo.

---

<sup>33</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Cuadro\\_de\\_mando\\_integral](http://es.wikipedia.org/wiki/Cuadro_de_mando_integral)

**MAPA ESTRATEGICO AGRO-TURISMO-JATUMPAMBA**  
**Cuadro #39** (BALANCED SCORE CARD)



## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA DE AGROTURISMO**

#### **4.1 Macro localización**

La Propuesta Agro turística estará ubicada en Ecuador, en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia de San José de Minas, en la comunidad Jatumpamba, esta Parroquia está cerca de la Provincia de Imbabura.

Para el presente proyecto se ha considerado la potencialidad que presenta la infraestructura de la Hcda Jatumpamba para el desarrollo turístico ya que en primer lugar las instalaciones son amplias y se encuentran en buen estado, requiriendo únicamente algunas pequeñas modificaciones que permitirán implementar el agroturismo, de forma específica se puede mencionar que la casa de hacienda posee un estilo colonial, en cuanto a distribución interna existe una sala de interpretación, comedor, baños, dormitorios, oficina.

En cuanto a áreas externas se ubica el área de ordeño, el corral de los equinos, huertos rodeados por cerramientos de tapial, gallinero y la chanchera, además de senderos para llegar a los atractivos turísticos.

Los senderos que serán para uso de los turistas ya existen cerca de atractivo natural y cultural.

**GRÁFICO #26 MAPA DE LOCALIZACIÓN PROVINCIA PICHINCHA-CANTON  
QUITO-PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS**



Fuente: [www.hcausay.org/images/proyectos/mapa-pichincha.gif](http://www.hcausay.org/images/proyectos/mapa-pichincha.gif)

**4.2.- Micro localización**

La Hcda Jatumpamba de propiedad del Señor José Napoleón Nicolalde Erazo, se ubica a media hora de la Parroquia San José de Minas, y a 2 horas de la ciudad de Quito. Se localiza entre montañas como el Ninamburo que constituye el atractivo más importante de la Parroquia, porque es un volcán apagado, tomando un frente diagonal alejado de las Lagunas de Mojanda.

Para llegar a la Hcda los visitantes pueden tomar en el pueblo de San José de Minas una camioneta que le traslade hacia el lugar, dicho traslado le costará al visitante \$10.

## GRÁFICO #27. Localización de la Hacienda Jatumpamba



Fuente: Google Earth

### 4.2.1 MARKETING MIX

Dentro del marco de la empresa, el marketing debe desempeñar unas funciones determinadas orientadas a analizar y comprender el mercado donde se mueva la empresa, identificar las necesidades de los clientes y favorecer y desarrollar una demanda de los productos de la empresa.<sup>34</sup>

El producto a desarrollar dentro de la parroquia San José de Minas será la Implementación de Agroturismo en la Hcda Jatumpamba, en la cual se ofertará servicios de ordeño, siembra y cosecha en parcelas de tierra demostrativas, cabalgatas hacia los diferentes atractivos turísticos y un criadero de animales de granja.

---

<sup>34</sup> <http://www.mujeresdeempresa.com/marketing/marketing000401.shtml>

#### 4.2.1.1 PRODUCTO



#### PAQUETE JATUMPAMBA FULLDAY

##### ITINERARIO

9:00 Llegada la hacienda Jatumpamba

9:10 Explicación sobre las técnicas de sembríos

10: 00 Actividades de agricultura

- Siembra
- Cosecha de los productos orgánicos

11:00 Visita a los corrales

- Explicación sobre las aves de corral
- Participación en forma de alimentar a las aves

12:30 Almuerzo

13:30 Caminata

- Sendero de la mandarinas
- Recolección de los frutos

15:30 Ordeño

17:00 Fin de las actividades

##### Incluye:

Instrumentos para las actividades

Almuerzo

Guía



## **PAQUETE UCHUPAMBA 2 Dias-1 Noche**

El 1er día los visitantes llegarán a la Hacienda Jatumpamba

09:00 bienvenida,

09:10 Caminata de la Cascada de El infiernillo,

13:30 Almuerzo

14:30 práctica de alimentación a los chanchos

15:30 caminata hacia el mirador del Bosque,

16:00 la Cueva de los Gavilanes

16:30 Visita los sembríos,

17:00 Practica de Ordeño,

19:00 cena

El 2do día

07:00am desayuno

08:00am Cabalgata al rio Cala

10:00am regreso a la Hcda,

10:30am el Trapiche

12:00pm almuerzo

13:30 caminata de las Tolas arqueológicas

15:00pm fin de las actividades.

**Incluye:**

Instrumentos para las actividades

Almuerzo

Guía

Alojamiento

**HACIENDA JATUMPAMBA**

✧ **Ordeño**

✧ **Agro-Jatumpamba**

✧ **Cabalgatas del Macará**

✧ **Aves Garden:**

✧ **Tertulias e Información**

La capacidad máxima existente en la Hcda Jatumpamba es de 73 pax semanales, tomando en cuenta que existen diferentes servicios que ofrecemos al visitante para su elección.

**4.2.1.2 PLAZA**

La Hcda Jatumpamba se encuentra localizada en la Parroquia San José de Minas, cantón Quito, provincia Pichincha.

#### 4.2.1.3 PRECIO

El paquete Agro turístico Jatumpamba de \$35 y Uchupamba \$60 incluyen IVA, los mismos que fueron costeados mediante costo operación de cada actividad y la disposición de pago de las personas encuestadas.

A continuación se observa detalladamente el precio de cada actividad por paquete.

<b>FULL DAY AGRO JATUMPAMBA</b>	
Explicación de los sembríos	3,50
Practica del Turista con los sembríos	4,00
Explicación de las aves de corral	3,50
Practica de alimentación a las gallinas y pollitos	4,00
Almuerzo de los Turistas	10,00
Cosecha de las mandarinas	5,00
Practica del Ordeño	5,00
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>35,00</b>

<b>AGRO JATUMPAMBA 2 Días - 1 Noche</b>	
Caminata hacia la cascada del Infiernillo	3,00
Almuerzo de los Turistas	10,00
Practica de alimentación a las chanchos	1,00
Caminata hacia el Mirador del Bosque	1,50
Visita a la Cueva de los Gavilanes	1,50
Visita a los sembríos	1,50
Practica del Ordeño	5,00
Cena	8,00
Descanso	8,00
2° Día	
Desayuno	5,00
Cabalgata al Rio Cala	1,50
Caminata alrededor del Rio Cala	1,50
Visita del Trapiche	1,50
Degustación del jugo de caña	1,50
Almuerzo de los Turistas	8,00
Explicación de las Tolas Arqueológicas	1,50
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>60,00</b>

#### 4.2.1.4 PROMOCIÓN

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La Hcda “Jatumpamba” se promocionará mediante vallas publicitarias a las afueras de la ciudad

de Quito y la entrada de la Parroquia de San José de Minas, a la vez se dará a conocer los productos Agroturísticos por (email, catálogos, webs, etc.).<sup>35</sup>

**Gráfico #28 Logo**



**Gráfico #29 Afiche**



<sup>35</sup> <http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml>

### Gráfico #30 Separador de Libros



*Una experiencia  
de vida. Agro turística*

*Rodeado de  
naturaleza, conoce sus  
beneficios,  
lo que la tierra nos ofrece,  
en la casa  
hacienda.*

*Además recorre  
senderos  
que te permiten ver  
lugares hermosos.*

Reservaciones:  
02-2492-719  
visite nuestro sitio web:  
[www.agro-jatumpamba.com.ec](http://www.agro-jatumpamba.com.ec)

Provincia de Pichincha,  
Cantón Quito,  
Parroquia San José de  
Minas

Gráfico #31 Tríptico

**ATRATIVOS NATURALES**

- Mirador del Bosque
- Cascada de el Infiernillo
- Río Cala
- Cueva de Gavilanes
- Mandarinas
- Tolas

“Tierra, aire,  
agua, fuego:  
principios de la vida...  
Biodiversidad:  
principio de  
la riqueza  
de la vida”.

Karla Sanabria

Provincia de Píobincha, Cantón Quito,  
Parroquia San José de Minas

Disfrutando de la naturaleza,  
conoce sus beneficios,  
lo que la tierra nos ofrece,  
en la casa hacienda.

Además recorre senderos  
que te permiten ver los lugares  
hermosos  
que la rodean.

Reservaciones:  
02-2492-719  
visite nuestro sitio web:  
[www.agro-jatumpamba.com.ec](http://www.agro-jatumpamba.com.ec)

La infraestructura de la Hacienda Jatumpamba es de estilo colonial, cuenta con una área de ordeño y de descanso de los animales, además se puede cabalgar.

Parte de la infraestructura son los huertos los cuales están rodeados por cerramientos de tapial, la tierra que está en los huertos es llena de humus adecuado para todo tipo de sembríos, cerca de ellos esta el gallinero y la chanchera donde se puede observar la práctica de alimentar a estos animales.

Los senderos para llegar a los atractivos turísticos son muy llamativos.

*Una experiencia de vida Agroturística*

**Paquetes Turísticos**

PAQUETE 1

FULL DAY AGRO JATUMPAMBA	
Breve introducción al Agroturismo	
Explicación de los sembríos	
Practica del Turista con los sembríos	
Explicación de las aves de corral	
Practica de alimentación a las gallinas y pollitos	
Almuerzo de los Turistas	
Cosecha de las mandarinas	
Practica del Ordeño	
<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>

PAQUETE 2

AGRO JATUMPAMBA 2 Días - 1 Noche	
Breve introducción al Agroturismo	
Caminata hacia la cascada del Infiernillo	
Almuerzo de los Turistas	
Practica de alimentación a las chanchos	
Caminata hacia el Mirador del Bosque	
Visita a la Cueva de los Gavilanes	
Visita a los sembríos	
Practica del Ordeño	
Cena	
2° Día	
Desayuno	
Cabalgata al Río Cala	
Caminata alrededor del Río Cala	
Visita del Trapiche	
Degustación del jugo de caña	
Almuerzo de los Turistas	
Explicación de las Tolas Arqueológicas	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50,00</b>

**Grafico #32 Postal**



## Grafico #33 Página Web



Provincia de Pichincha,  
Cantón Quito,  
Parroquia San José de Minas

**inicio**



**quienes  
somos**



**actividades**



**atractivos  
turísticos**



**Como  
llegar**



**paquetes  
turísticos**



**galería**



**reservaciones**

*Una experiencia  
de vida Agro turística*

Visite nuestra casa hacienda,  
rodeada por hermosa  
naturaleza.

# galería



Copyright © 2010 Todos los derechos reservados - diseñado por: andycal

## Eslogan

### *“Una Experiencia de vida Agro turística”*

Los colores que se tomaron en cuenta para la publicidad de Agro-Jatumpamba se relacionan con la tierra y vegetación con lo cual se pretende captar la esencia del servicio y promover la afluencia hacia la Hacienda.

#### 4.2.2 Diseño de la Planta

La división de las diferentes áreas dentro de la Hcda Jatumpamba, se ha tomado en cuenta según las actividades planificadas de tipo agro turístico.

Dichas actividades se las realizará dentro de la **casa de Hacienda Jatumpamba** y fuera de la misma, la casa cuenta con:

- ✧ **Cuatro dormitorios** que servirán para la pernoctación de los turistas, y que actualmente han sido acondicionados. Cabe mencionar que el turista podrá descansar en la Hcda en un ambiente de paz y tranquilidad ya que se encuentra alejada de lo urbano y sin ruidos grotescos como los aviones y circulación continua de vehículos.

Se cuenta con un número de 6 dormitorios del tipo individual, doble y habitaciones múltiples cabe mencionar que se los puede acoplar según la necesidad de cada familia o turistas en general. El alojamiento es para doce personas.

- ✧ La **cocina** tiene las dimensiones de 6 metros por 4 metros de ancho, se contara con 2 personas que procederán a realizar las preparaciones de los diferentes platos, la decoración de la cocina es tipo rustica propia de la casa de Hacienda, reestructurado, en el lado posterior de la cocina esta el comedor el cual posee un área de 6 metros de largo por 5 metros de ancho, con capacidad para doce personas, se cuenta con una sola mesa de comedor y doce sillas, teniendo en cuenta tres sillas extras, la reestructuración del comedor les de estilo moderno, manteniendo el ambiente natural del campo, con objetos de decoración antiguos de diferentes épocas, como lámparas de querosenes, fotos antiguas de antepasados, juegos de espuelas de bronce, monturas clásicas de la época de los años 1950, se contara con la ayuda de un mesero, para servir los platos, la comida que se servirá es la típica de la Hacienda con productos propios de la Hacienda, entre legumbres, frutas, carnes, huevos, y la deliciosa fritada.
  
- ✧ Tertulias e Información es el sitio donde el turista recibirá una inducción la cual servirá para explicar al turista lo que va a conocer del agroturismo y un concepto sencillo del mismo. El **guía** procederá a explicar cuál será el uso de cada huerto y la fácil tecnificación de palabras que habrá para un mejor entendimiento por parte del turista.
  
- ✧ Existirá una **oficina** de trabajo, la cual ayudará a organizar las actividades planificadas en cada producto. Esta Oficina se localiza en la parte frontal de la casa, sus dimensiones son de 2 metros de ancho por 2 metros de largo.
  
- ✧ También existen otras áreas exclusivas al aire libre, como son huertos los mismos que se utilizaran para la siembra y cosecha de los productos:

babaco, acelgas, moras, maíz, fréjol, arveja, caña de azúcar, zanahoria, remolacha, entre otros productos, cabe señalar que los productos variarán según las temporadas de siembra y cosecha de cada uno.

- ✧ El **gallinero** es el lugar donde habitan las aves de corral entre ellos: gallinas, patos, gansos. El gallinero tiene un área de 10 metros de largo por 5 metros de ancho metros como se puede apreciar en el mapa operativo, lo que se desea realizar con esta área es el aprendizaje de los turistas en relación a cuidado, alimentación y reproducción de las aves, proporcionando la oportunidad de alimentar a las aves, (Morochillo, balanceado), también podrán observar el proceso de incubación de las aves.
  
- ✧ La **chanchera** posee una extensión amplia de 9 metros de ancho y 9 metros por largo, se ubica en los alrededores de la Hcda en la misma cohabitan puercos jóvenes y adultos a los cuales se brinda diferente alimento dependiendo su crecimiento, los turistas tendrán la oportunidad de poder alimentar a los cerdos, esta chanchera posee todas las herramientas necesarias y espacios bien distribuidos así por ejemplo cuenta con un área adecuada para descanso, otra para colocar el alimento sin que el turista necesite entrar a la chanchera.

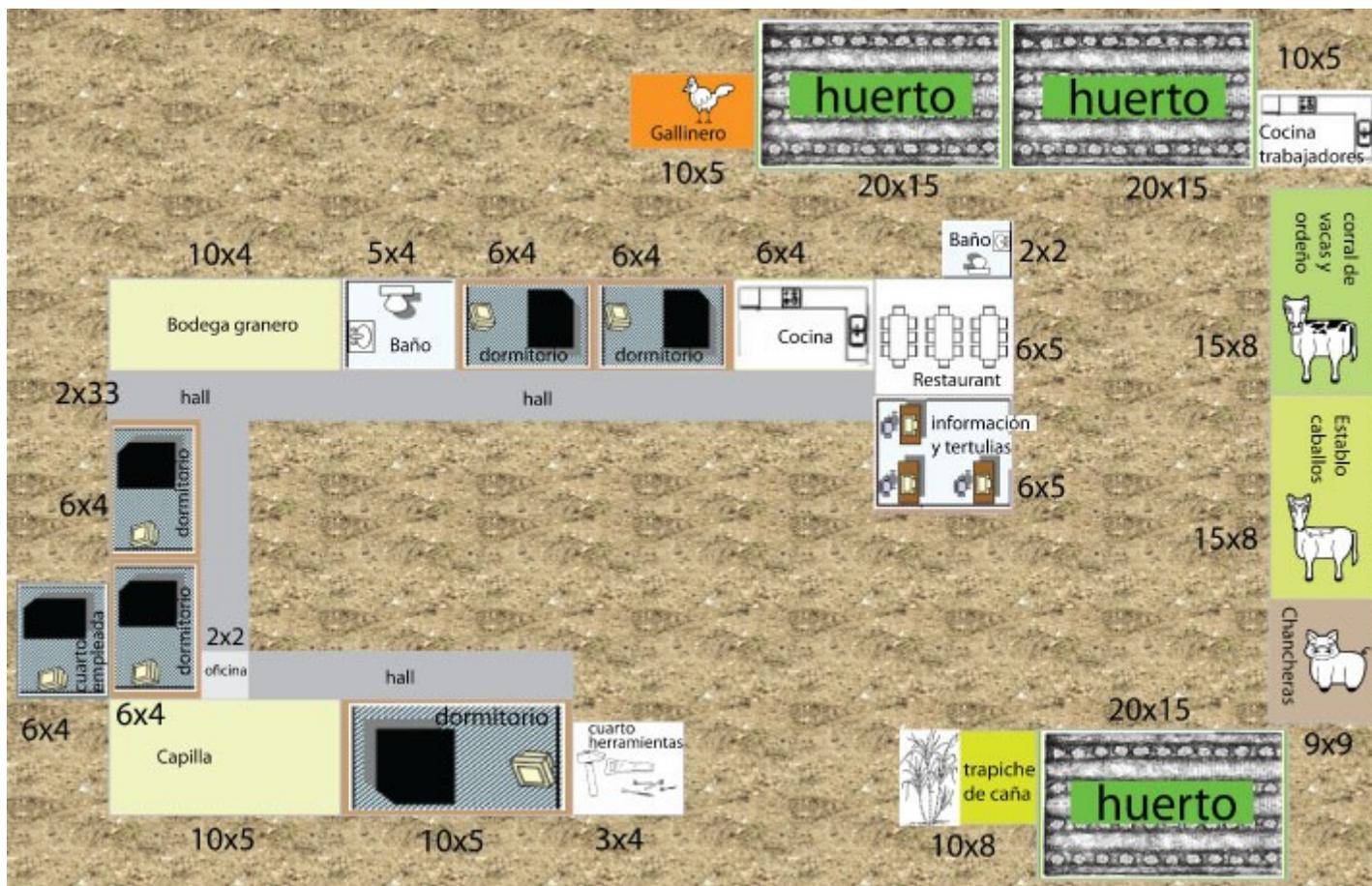
Si el turista tiene suerte puede presenciar la forma como se faena un cerdo mayor, para poder realizar la típica fritada Jatumpambeña hecha en una paila que ha pasado de generación en generación.

- ✧ El **ordeño** está un poco más alejado de la Hcda, a 200 metros de distancia, teniendo como dimensiones 15 metros de largo por 8 metros de ancho, porque en este lugar se encuentra el corral de vacas el cual sirve para pastorear de mejor manera, además cuenta con todos los materiales para la correcta actividad de extracción de la leche lo cual permitirá mostrar de mejor manera al turista el proceso de ordeñar.
  
- ✧ El **corral de los equinos** es muy amplio (15m de largo y 8m de ancho) este se localiza a 80 metros del ordeño de las vacas, aquí pueden descansar los animales luego de haber realizado las diversas cabalgatas ofertadas en Jatumpamba por senderos establecidos.
  
- ✧ El **trapiche** es el lugar donde el turista podrá disfrutar del sabor de un buen jugo de caña, recién cosechada, también podrá manejar el trapiche, porque es de tipo manual, para la mejor comprensión de su uso en la antigüedad.

Para una mejor ilustración de la propuesta Agro turística, se presenta a continuación un esquema de todas las áreas que se utilizarán para brindar los servicios turísticos.

La dimensión total del proyecto es decir en la Casa de Hacienda es de 540 metros y las zonas incluidas para los servicios es de 300.000 metros a utilizar.

### GRÁFICO #34 ESQUEMA DE LA PLANTA



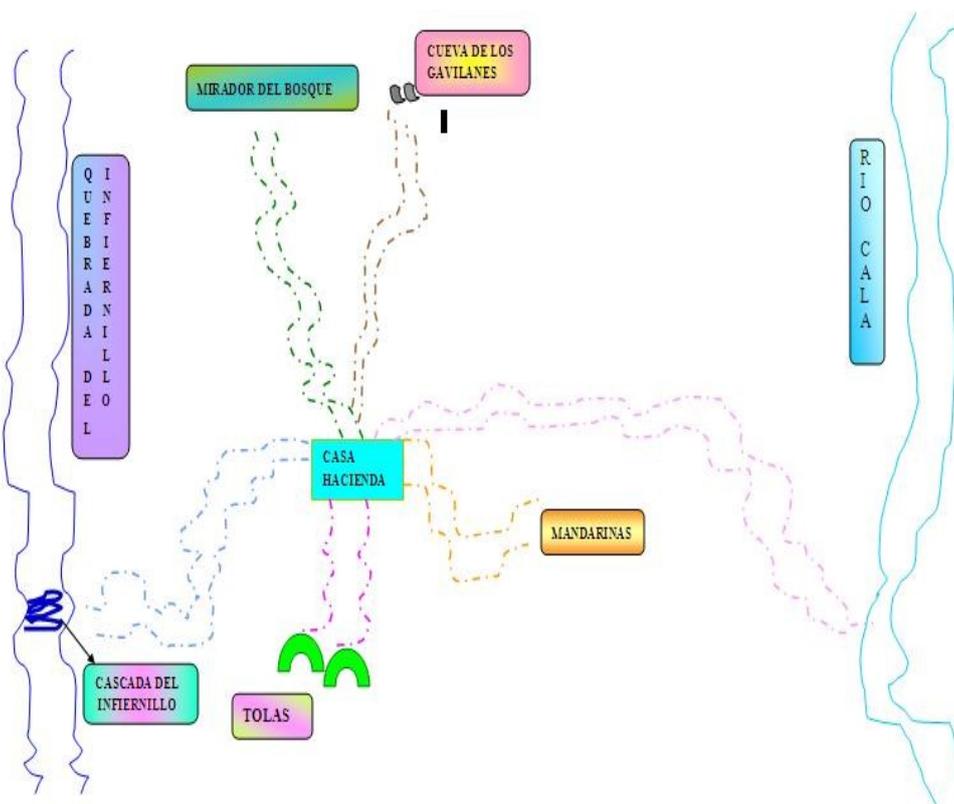
Elaborado por: Carolina Nicolalde

Los **Senderos** que se presentan a continuación son los más importantes e interesantes que posee la Hcda Jatumpamba, porque en los mismos se presentan atractivos turísticos esplendorosos la vista del visitante, dichos senderos son propios de la Hcda, por lo que no se ha tenido que trabajar en su construcción, porque son de tipo natural. Los senderos que se encuentran en el mapa son:

- ✧ **La Cueva de los Gavilanes:** Se ubica en la parte alta de la montaña de Ugchupamba sirviendo como mirador, además permite observar el nido de los Gavilanes, este recorrido se iniciará en la casa Hcda teniendo una duración de 1 hora de caminata incluido el retorno.
  
- ✧ **El Mirador del Bosque** es otro lugar cercano la Hcda que permite observar las lejanías del paisaje que esta alrededor de la misma, también se puede apreciar de mejor manera su frente, por estar la montaña majestuosa del Ninamburo, este recorrido durará 40 minutos.
  
- ✧ **La Quebrada del Infiernillo** se localiza en la parte posterior de la Hcda, para llegar a la Cascada que se encuentra internamente se necesita bajar caminando con precaución por el sendero natural que posee el mismo, este recorrido durará aproximadamente 2 horas de ida y 2 horas de regreso.
  
- ✧ **El Río Cala** es aquel que brinda sus aguas para poder nadar o para la crianza de truchas haciendo una pequeña laguna cerca del mismo, este Río esta a una hora de distancia de la Hcda al mismo, también permite realizar Trekking al momento de realizar la subida de la caminata, porque se puede regresar por otros lugares como la montaña de Ugchupamba, este recorrido durará 4 horas entre ida y regreso.

- ✧ **Las tolas** se ubican en las cercanías a solo 15 minutos, las tolas esconden misterios incaicos, porque cuando llueve torrencialmente se descubre vestigios arqueológicos como vasijas de barro o hachas pequeñas, el turista podrá apreciarlas en el pequeño museo que posee la Hcda.
- ✧ **El Sendero de las mandarinas** se ubica cercano al ordeño, donde el turista puede practicar la cosecha de las mejores mandarinas de la Parroquia de San José de Minas, llevando un canasto y un gancho para lograr bajarlas y saborearlas, este recorrido al inicio es de 30 minutos, pero al llegar pueden los turistas realizar la cosecha demorándose el tiempo que deseen.

**GRÁFICO #35. Senderos de la Hacienda Jatumpamba**



Elaborado por : Carolina Nicolalde

Para comenzar a hablar de lo que es un sendero Natural, es necesario explicar el significado del término “interpretación ambiental”. Se entiende por interpretación ambiental, una actividad educativa cuyo objetivo es dar significado y presentar características acerca de los objetos presentes en el lugar donde se lleva a cabo la actividad, ya sea por medio de la experiencia (in situ) o contando con medios ilustrativos, y que no se limita simplemente a comunicar información.

Un sendero natural es una senda o vereda construida especialmente para llevar a cabo la interpretación ambiental dentro de ella. Puede ser un trillo cualquiera en el cual un guía explica a los visitantes ciertos rasgos o características de este, utilizando para ello un cierto conjunto de normas establecidas para la interpretación ambiental.

Los senderos naturales cumplen también la función de permitir una mayor apreciación de parte del visitante por el área silvestre que visita.

### **Tipos de senderos:**

Pueden clasificarse los senderos naturales desde tres puntos de vista diferentes:

- ✧ Según el tema que se trate a través del sendero, según el tipo de guía establecido para el sendero y según el uso que el visitante le dé al sendero.

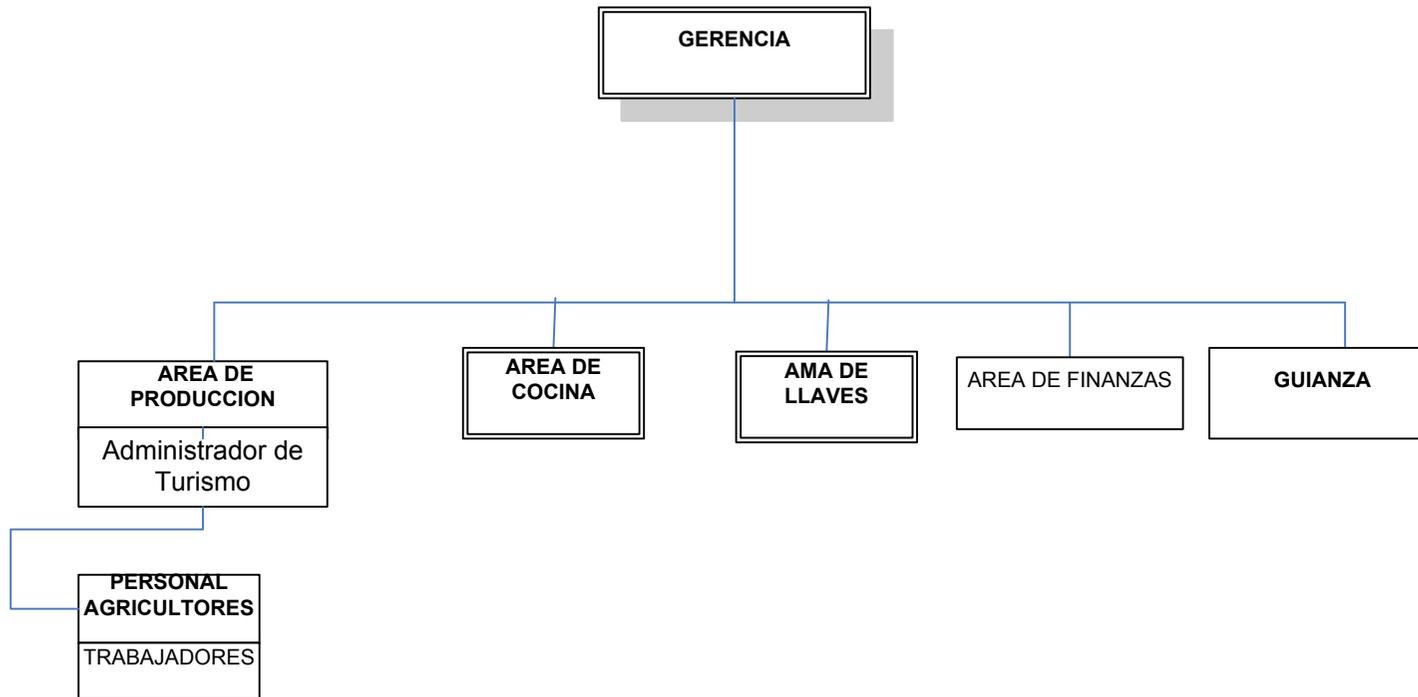
Otra clasificación existente para senderos naturales se basa en el tipo de guía que se ofrece para cada caso. Así se puede hablar de senderos guiados, en el caso de aquellos en los cuales un guía o interpretador acompaña al visitante y expone el mismo la interpretación del sendero. (POLINI Chaverri Adelaida, Los Senderos Naturales: ¿QUE SON?)

El tipo de Sendero que en la mayoría de los atractivos posee la hacienda Jatumpamba, ha sido abierto por la población antiguamente, por esta razón no hay senderos con señalizaciones, los visitantes conocerían estos atractivos con la ayuda de un guía, para que les explique cada atractivo.

### 4.3 Estructura Organizacional de Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba

#### 4.3.1 Organigrama Estructural

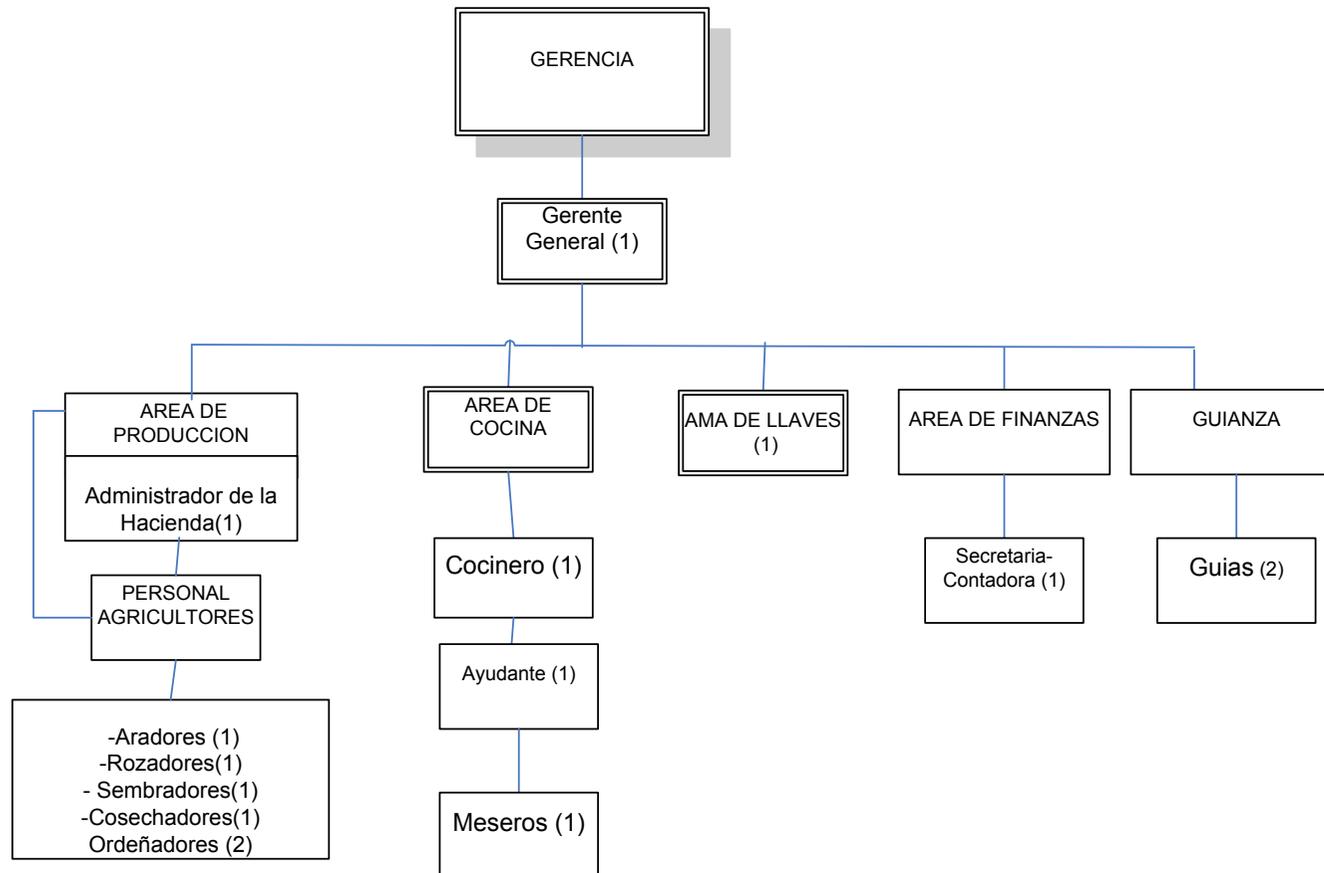
Cuadro #39 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por Carolina Nicolalde

### 4.3.2 Organigrama Posicional de Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba

Cuadro # 40 Organigrama Posicional



Elaborado por: Carolina Nicolalde

### **4.3.3 Organigrama Funcional**

En el organigrama funcional se define cada una de las actividades a desempeñar dentro de la organización.

#### **Gerencia:**

##### **Gerente General**

- ❖ Designar todas las posiciones gerenciales.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ❖ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- ❖ Asesorar y participar en la formulación de la política de personal
- ❖ Dar a conocer las políticas de personal y asegurar que se cumpla por completo.
- ❖ Establecer el perfil y diseño de puestos
- ❖ Reclutar y seleccionar al personal.
- ❖ Determinar los términos y condiciones de empleo.
- ❖ Controlar se cumplan los diversos aspectos legales y requisitos establecidos por la ley y la empresa en materia de contratación de personal.
- ❖ Desarrollo y gestión de la estructura y política salarial
- ❖ Supervisar la correcta confección de las planillas de remuneraciones del personal
- ❖ Desarrollo y gestión de la política y administración de beneficios sociales.
- ❖ Controlar el cumplimiento del rol vacacional

## **Administrador de la Hacienda**

- ✧ Pronosticar la demanda del producto, indicando la cantidad en función del tiempo.
- ✧ Comprobar la demanda real, compararla con la planteada y corregir los planes si fuere necesario.
- ✧ Establecer volúmenes económicos de partidas de los artículos que se han de comprar o fabricar.
- ✧ Determinar las necesidades de producción y los niveles de existencias en determinados puntos de la dimensión del tiempo.
- ✧ Comprobar los niveles de existencias, comparándolas con los que se han previsto y revisar los planes de producción si fuere necesario.
- ✧ Elaborar programas detallados de producción.
- ✧ Planear la distribución de productos.

## **Rozador**

- ✧ Rozar la maleza del huerto.

## **Arador**

- ✧ Arar el terreno antes de la siembra

## **Cosechador**

- ✧ Cosechar los productos según la temporada de cada producto.

## **Sembrador**

- ✧ Sembrar los diferentes productos

## **Ordeñadores**

- ✧ Ordeñar las vacas de higiénicamente, habiendo lavado la ubre con agua hervida, posterior se realizara la succión de la leche mediante el ordeño.

## **ÁREA DE FINANZAS:**

### **Secretaria-Contadora**

- ✧ Revisar los libros diarios o jornal
- ✧ Apertura de los libros de contabilidad
- ✧ Analizar los estados financieros
- ✧ Certificar la plantilla de pago de impuestos
- ✧ Elaborar reportes financieros
- ✧ Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- ✧ Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.
- ✧ Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- ✧ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- ✧ Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- ✧ Establecer metas y objetivos. Es importante aclarar que las metas son a largo plazo o sea, son más idealistas, es como decir que la meta puede ser, llegar ser

el número uno en un mercado determinado, mientras que los objetivos son más precisos y a plazos más cortos.

- ✧ Calcular la demanda y pronosticar las ventas. Este proceso es de vital importancia y deber realizarse en el mismo orden en que se ha citado, de forma que primero calculemos cual es la demanda real del mercado y considerando nuestra participación en el mismo, podamos pronosticar nuestras ventas. Dicho pronóstico debe ser lo más preciso posible porque de esto depende otros compromisos, como la compra de materia prima, el pago a suplidores o cualquier otro compromiso con acreedores.

## **ÁREA DE COCINA**

### **Cocinero**

- ✧ Se ocuparán de la condimentación de los víveres, con sujeción al menú y regímenes alimentarios que se les facilite.
- ✧ Tendrán a su cargo la despensa diaria, cuidando de los artículos suministrados por la despensa-almacén, que irán extrayendo a medida que los necesiten para la confección del menú.
- ✧ Estarán atentos al número de raciones ordinarias, especiales y extraordinarias que diariamente les comunicará la Administración, así como el horario en que se ha de retirar el desayuno, almuerzo, merienda y cena para cada planta, tanto por lo que se refiere a enfermos, como al personal de servicios con derecho a manutención.

### **Meseros**

- ✧ Lleva ya sea alimentos o bebidas a las mesas de un bar o restaurante

## Ama de llaves

- ✧ Limpieza de habitaciones

## Guías

- ✧ El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

## 4.4 Recursos

### 4.4.1 Humanos

**CUADRO #41 RECURSOS HUMANOS**

RECURSOS NECESARIOS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Secretaria-Contadora	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Administrador Agropecuario	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Rosadores	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Aradores	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Sembradores	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Ordeñadores	2	\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Cosechadores	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Ama de Llaves	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Cocinero	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Meseros	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Ayudante	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Guías Turísticos	2	\$ 240,00	480,00	\$ 5.760,00
Total a Pagar	15	\$ 3.700,00	\$ 4.180,00	\$ 50.160,00

Elaborado por: Carolina Nicolalde

#### 4.4.2 Tecnológicos

**CUADRO #42 RECURSOS TECNOLOGICOS**

<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Toshiba Satellite	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora Multifunción Canon mp250	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Fax	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Calculadoras	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Celular GSM NOKIA 5800	1	\$ 630,00	\$ 630,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 1.780,00
Elaborado Por: Carolina Nicolalde			

#### 4.4.3 Materiales de Oficina

**CUADRO # 43 MATERIALES DE OFICINA**

<b>RECURSOS MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Archivadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Suministros		\$ 400,00	\$ 400,00
Escritorios	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Lámparas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Reloj de Pared	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Papelera Hoja Lata	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 686,00

Elaborado Por: Carolina Nicolalde

#### 4.4.4 Lencería

**CUADRO #44 LENCERIA**

	<b>LENCERIA</b>		
<b>ALMOHADAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
90X50	16	6,92	110,72
<b>Subtotal</b>			110,72
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>Juego de Sábanas</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.TOTAL</b>
<b>Llanas Claras</b>			
1 1/2 pl.	10,96	6	65,76
2 pl.	12,83	2	25,66
<b>Subtotal</b>			91,42
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>PROTECTORES DE COLCHON SIN LATERAL</b>			
	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
1PL	1	18,08	18,08
1/1 2 PL	6	18,08	108,48
2PL	2	18,12	36,24
<b>Subtotal</b>			162,80
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>Protector de Almohada No Acolchado</b>			
90x50	CANTIDAD	VALOR	V.TOTAL
	12	2,5	30
<b>Subtotal</b>			30
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>MANTEL (para 8 personas)</b>	<b>\$35</b>
---------------------------------	-------------

#### 4.4.5 Área de Cocina

##### CUADRO # 45 AREA DE COCINA

<b>BATERIA DE COCINA y UTENSILIOS DE COCINA</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.TOTAL</b>
TRAMONTINA batería de cocina de 5 piezas	229,96	3	689,88
CUCHARETA PARA ARROZ ACERO INOX	6,54	3	19,62
CUCHARON	2,21	3	6,63
CUCHILLO CARNICERO	22,85	2	45,7
CUCHILLO PARA LEGUMBRES Y FRUTAS	4,77	2	9,54
PELA PAPAS	1,54	3	4,62
PICADOR DE VEGETALES	703,97	2	1407,94
ABLANDADOR DE CARNE	724,2	1	724,2
BATIDORA	472,72	2	945,44
LICUADORA	350,7	2	701,40
JUEGO DE CUBIERTOS (6)	20	4	80
JUEGO DE VASOS (8)	40	3	120
<b>Subtotal</b>			<b>4754,97</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

#### 4.4.6 Actividades Agro-Turísticas

##### 4.4.6.1 Terreno

**CUADRO # 46 TERRENO**

<b>Terreno</b>	<b>CANTIDAD M2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Terrenos	300000	0,26	76800,00
<b>TOTAL TERRENOS</b>			<b>76800,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

##### 4.4.6.2 Edificios

**CUADRO # 47 EDIFICIOS**

<b>Edificios</b>	<b>CANTIDAD M2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Casa hacienda	543	63,00	34,209
Bodega	40,00	38,00	1,520
Tertulias e Información	30,00	38,00	1140,00
Gallinera	45,00	38,00	1,710
Chanchera	7,10	38,00	269,80
Compostera	1,50	38,00	57,00
Basurero hormigón	1,50	38,00	57,00
Baños	10,00	38,00	380,00
<b>TOTAL EDIFICIOS</b>	<b>135,10</b>		<b>39,342,80</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.3 Equipos

**CUADRO # 48 EQUIPOS**

<b>Equipos de Comunicación</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	
		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Direc tv	1	100,00	100,00
Teléfono celular	1	250,00	250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>350,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.4 Accesorios

**CUADRO # 49 ACCESORIOS**

<b>Maquinaria</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	
		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Tanque de agua	1	500,00	500,00
Ducha eléctrica	1	54,00	54,00
<b>TOTAL</b>			<b>554,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.5 Animales

**CUADRO # 50 ANIMALES**

<b>Animales</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caballos	6	500,00	3000,00
Gallinas	20	12,00	192,00
Cerdos	4	100,00	400,00
Gansos	6	25,00	150,00
Patos	3	6,00	30,00
Vacas	5	436,00	2180,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>5952,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.6 Alimentación de animales

**CUADRO # 51 ALIMENTACION DE ANIMALES**

<b>Alimentación animales</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Morochillo entero (quintal)	2	16,00	32,00
Sal molida (quintal)	2	10,00	20,00
Semillas de hortalizas Fundas	4	0,25	1,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>63,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.7 Cabalgata

**CUADRO # 52 EQUIPO DE CABALGATA**

<b>Cabalgata</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Montura	6	400,00	2400,00
Freno y bosalillo	6	80,00	480,00
Herraduras x 4	6	3,00	18,00
Telero o alfombra	6	25,00	150,00
<b>Subtotal</b>			<b>3048,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.8 Herramientas e Indumentaria

**CUADRO # 53 HERRAMIENTAS**

<b>Herramientas</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Azadón	5	9,00	45,00
Lampa punta redonda	5	9,88	49,90
Aspersor	3	30,00	90,00
Tijera podadora	2	36,00	72,00
carretilla	2	50	100,00
barra	2	15	30,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>386,50</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

<b>INDUMENTARIA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Costo Total</b>
Botas de Agua	\$ 5,00	20	\$ 100,00
Poncho de Agua	\$ 3,00	20	\$ 60,00
<b>Total</b>			<b>\$ 160,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.6.9 Gasto de Constitución

#### CUADRO # 54 GASTO DE CONSTITUCIÓN

<b>Gastos de Constitución</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Gastos de Constitución	1	3818,33	3818,33
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>3818,33</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.4.7 Estudio Técnico

##### CUADRO # 55 ESTUDIO TECNICO

<b>Estudios Técnicos</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Arquitecto, Planos arquitectónicos	1	1500,00	2200,00
Diseño Logotipo	1	250,00	250,00
Hojas Volantes	200	0,48	96,00
Publicidad//Internet/trípticos/afiches	1	500	500
<b>TOTAL ESTUDIOS TÉCNICOS</b>			<b>3046.,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

#### 4.5. Cadena de Valor

##### CADENA DE VALOR SEGÚN PORTER

El propósito de implementar la cadena de valores en Agro-Jatumpamba es obtener una ventaja competitiva a través del análisis de cada uno de los procesos, la optimización de recursos.

Estos procesos se participarán a clientes externos o consumidores finales e internos, entendiendo a estos últimos como los empleados, compañeros de trabajo o las personas que integrarán la compañía como también los proveedores y futuros aliados.

**ABASTECIMIENTO**

**DESARROLLO TECNOLÓGICO**

**RECURSOS HUMANOS**

**INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA**

**LOGISTICA  
ENTRADA**

- Análisis del  
Entorno

Animales

**OPERACIONES**

- Check In
- Siembra Cosecha
- Ordeño de Vacas
- Cabalgatas
- Criaderos
  
- Producción de  
Alimentos
- Alojamiento

**LOGISTICA  
SALIDA**

- Check out

**MARKETING**

- Ventas

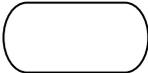
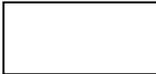
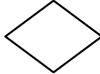
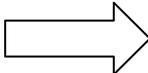
**SERVICIOS**

- PostVenta

#### 4.5.1 PROCESOS

#### SIMBOLOS DE LA NORMA ANSI PARA ELABORAR DIAGRAMAS DE FLUJO

Cuadro #58. Diagramas de Flujo

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término
	Actividad/ Operación
	Decisión o alternativa.
	Archivo.
	Espera/ Demora
	Inspección
	Transporte/ Movimiento

FUENTE: SLIDESHARE

Un diagrama de flujo siempre tiene un único punto de inicio y un único punto de término. Además, todo camino de ejecución debe permitir llegar desde el inicio hasta el término.

Las siguientes son acciones previas a la realización del diagrama de flujo:

- ✧ Identificar las ideas principales a ser incluidas en el diagrama de flujo. Deben estar presentes el dueño o responsable del proceso, los dueños o responsables del proceso anterior y posterior y de otros procesos interrelacionados, otras partes interesadas.
- ✧ Definir qué se espera obtener del diagrama de flujo.
- ✧ Identificar quién lo empleará y cómo.
- ✧ Establecer el nivel de detalle requerido.
- ✧ Determinar los límites del proceso a describir.

Los pasos a seguir para construir el diagrama de flujo son:

- ✧ Establecer el alcance del proceso a describir. De esta manera quedará fijado el comienzo y el final del diagrama. Frecuentemente el comienzo es la salida del proceso previo y el final la entrada al proceso siguiente.
- ✧ Identificar y listar las principales actividades/subprocesos que están incluidos en el proceso a describir y su orden cronológico.
- ✧ Si el nivel de detalle definido incluye actividades menores, listarlas también.
- ✧ Identificar y listar los puntos de decisión.
- ✧ Construir el diagrama respetando la secuencia cronológica y asignando los correspondientes símbolos.

- ✧ Asignar un título al diagrama y verificar que esté completo y describa con exactitud el proceso elegido.<sup>36</sup>

#### 4.5.2 LOGÍSTICA ENTRADA

**CUADRO # 59 PROCESO DE ANALISIS DE ENTRADA**

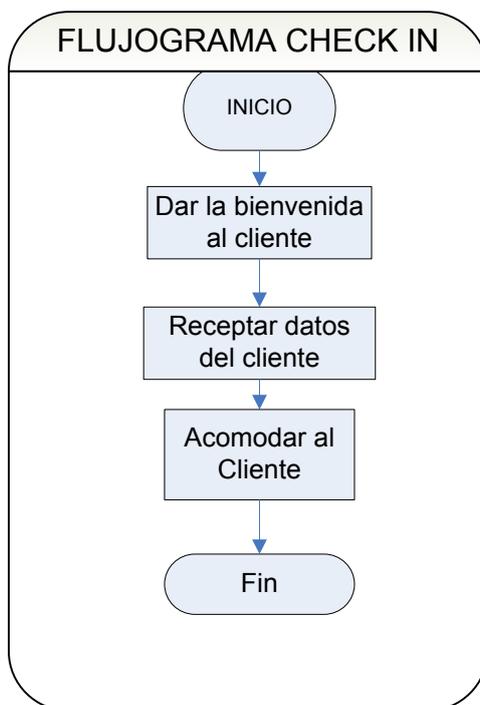


<sup>36</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama\\_de\\_flujo](http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo)

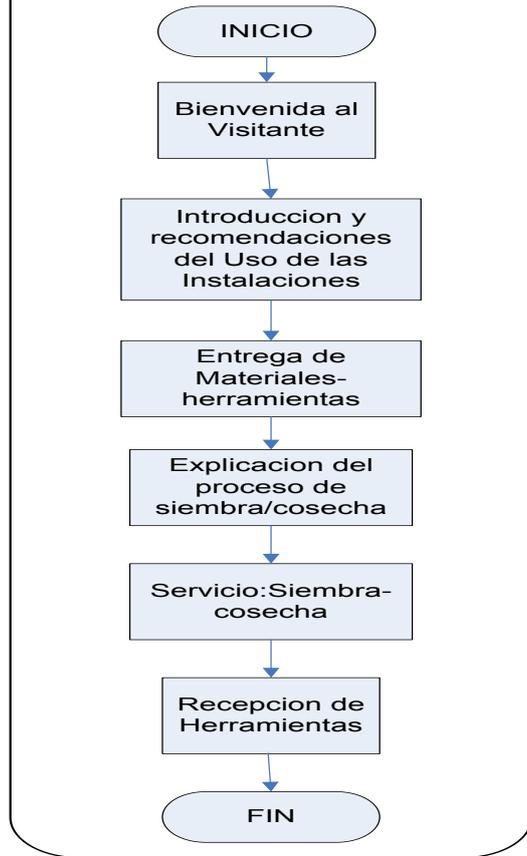
### 4.5.3 OPERACIONES

- ✧ El departamento de Producción deberá buscar los procesos adecuados para poder manejar las actividades de producción es así que los proveedores deben cumplir con las expectativas que se busca para llegar de manera eficiente o satisfactoria al turista.

**CUADRO # 60 PROCESO DE CHECK IN y # 61 PROCESO DE SIEMBRA-COSECHA**

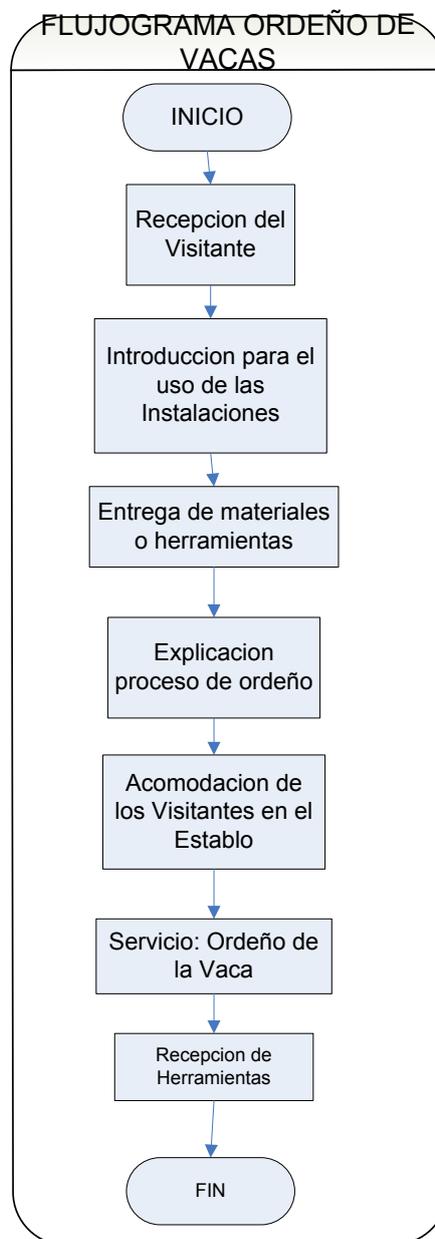


**FLUJOGRAMA SIEMBRA-  
COSECHA**



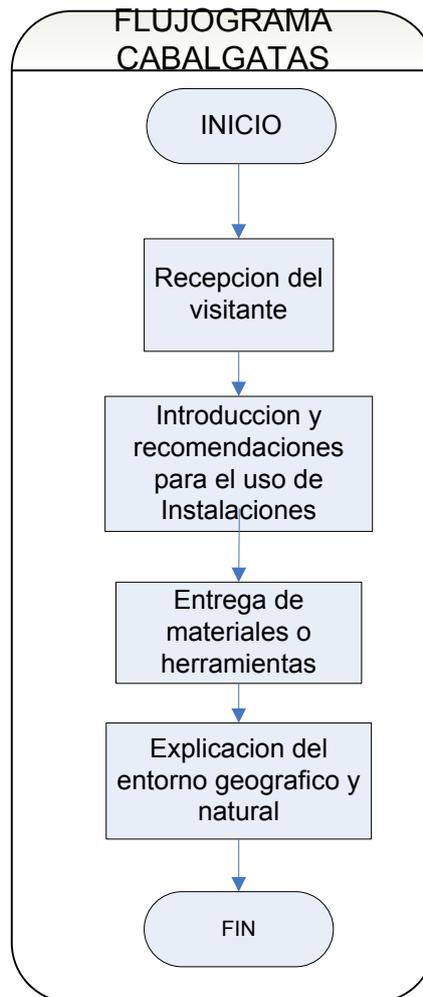
- ✧ -La persona encargada del proceso de ordeño debe tener en cuenta el horario más conveniente para efectuar la actividad ya que de ésta manera se facilitará el pastoreo del ganado logrando una mejor alimentación, también se procurará mantener el orden en las herramientas utilizadas para proporcionar un imagen organizada y atractiva hacia el turista.

**CUADRO # 62 PROCESO DE ORDEÑO DE VACAS**



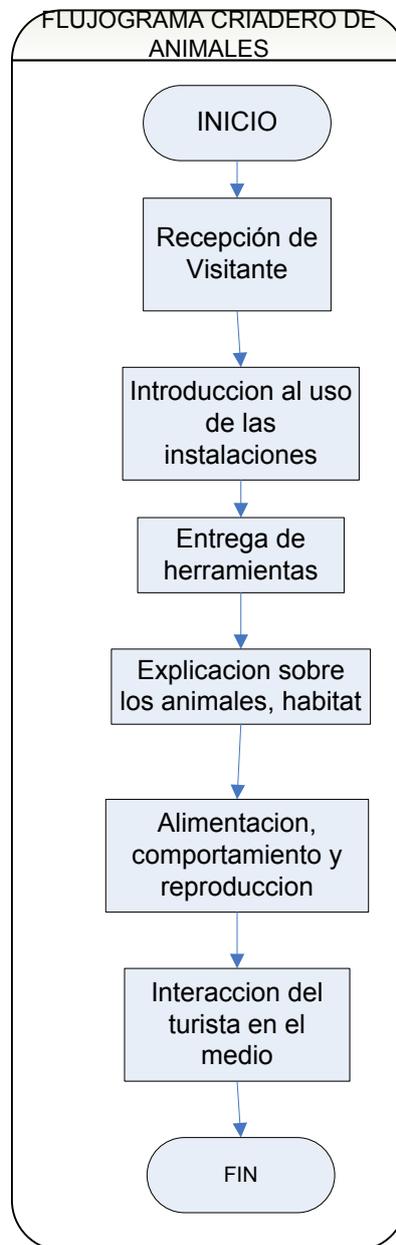
- ✧ El guía debe contemplar todos los productos a ofrecer, por eso debe saber todos los procesos que estos llevan, y explicar todas sus cualidades al turista.

**CUADRO # 63 PROCESO DE CABALGATA**



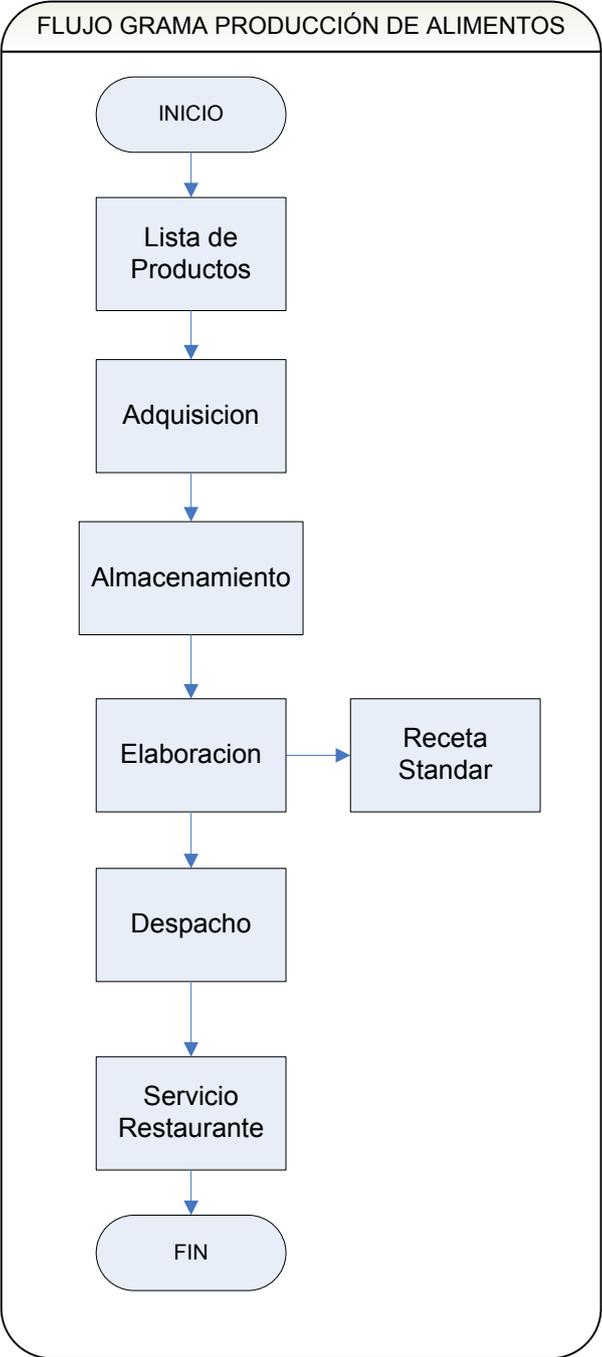
Elaborado por: Carolina Nicolalde

## CUADRO # 64 PROCESO DE CRIADERO DE ANIMALES



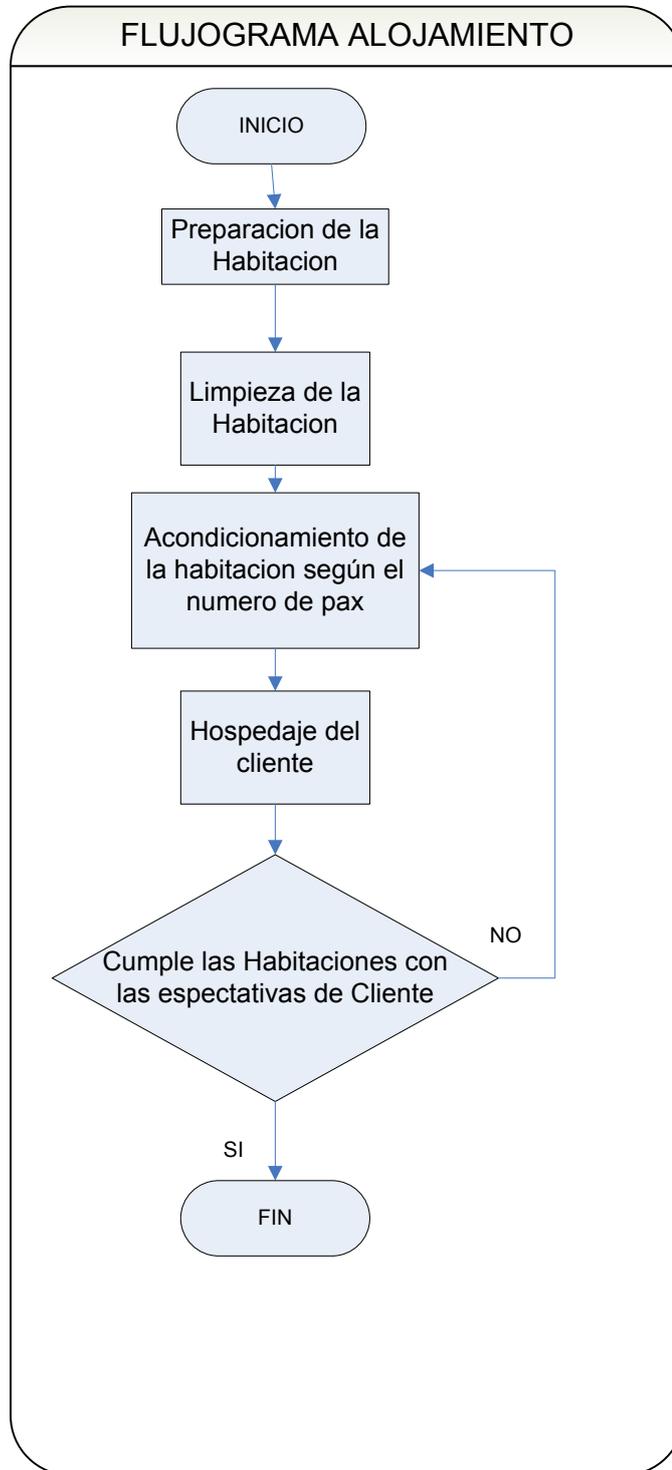
Elaborado por: Carolina Nicolalde

**CUADRO # 65 PROCESO DE PRODUCCION DE ALIMENTOS**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

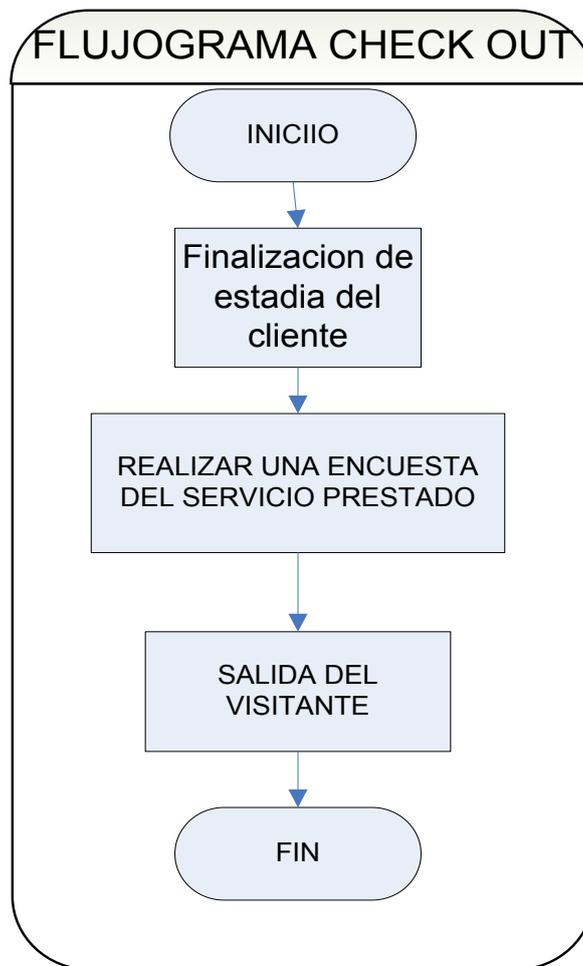
**CUADRO # 66 PROCESO DE ALOJAMIENTO**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

#### 4.5.4 LOGISTICA DE SALIDA

CUADRO # 67 PROCESO DE CHECK OUT

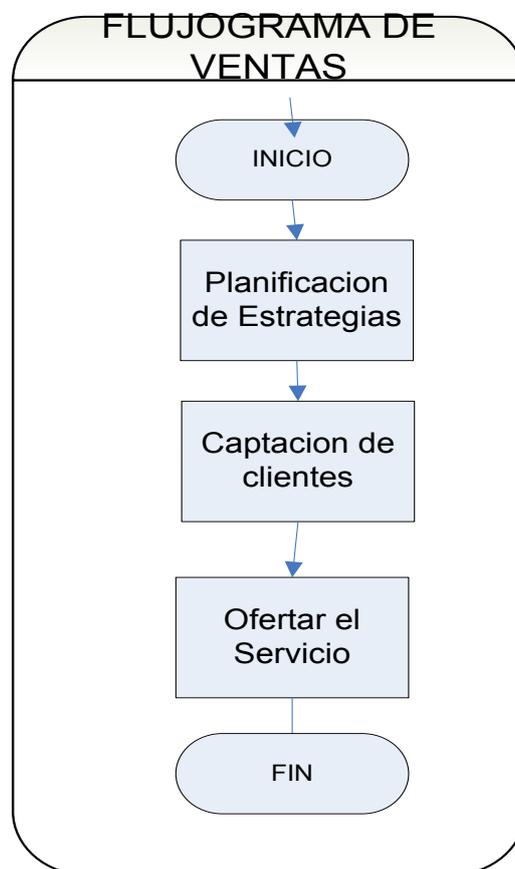


Elaborado por: Carolina Nicolalde

#### 4.5.5 MARKETING

- ✧ El departamento de Ventas es el encargado de llevar los procesos adecuados para la captación de clientes y además de planificar las estrategias apropiadas para hacer más fácil el uso del producto, por una fácil interpretación.

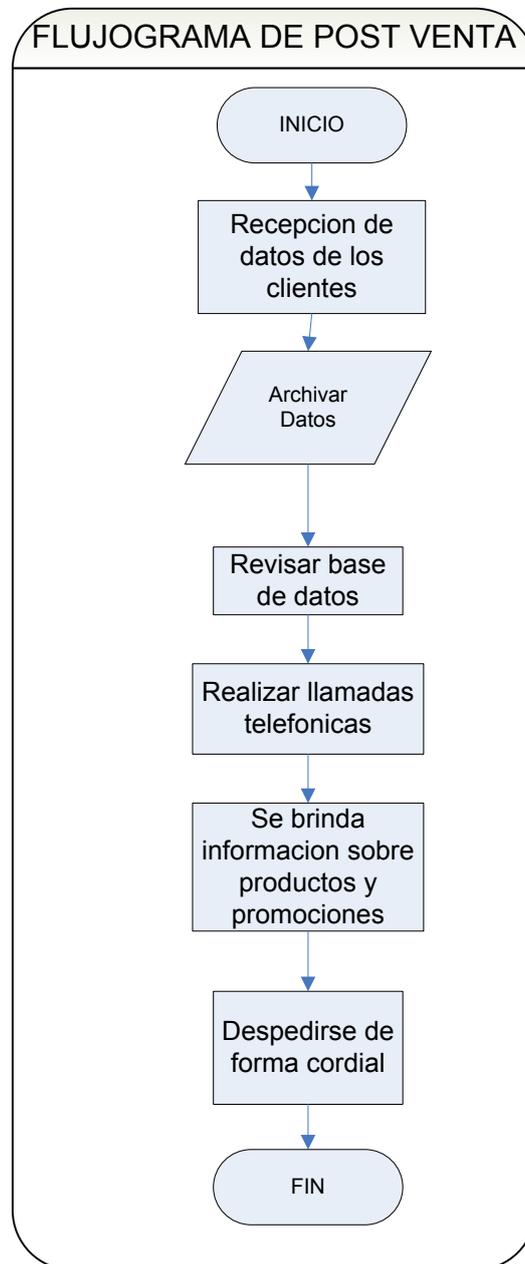
**CUADRO # 68 PROCESO DE VENTAS**



Elaborado por: Carolina Nicolalde

#### 4.5.6 SERVICIOS

CUADRO # 69 PROCESO DE POST VENTA



Elaborado por: Carolina Nicolalde

## CAPITULO V

### ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La Evaluación de Impacto Ambiental se define como un conjunto de técnicas que tienen como propósito fundamental el manejo de las actividades humanas de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.<sup>37</sup>

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo las intrusionas en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde nuestro punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la pérdida de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico.<sup>38</sup>

Utilizando la metodología SUMA (Sistema Único de Manejo Ambiental) se realizó un estudio y evaluación de los posibles impactos ambientales que se producirán con la Implementación de agroturismo, para poder realizar posteriormente un Plan de Mitigación que permita controlar y minimizar la afectación al medio.

A continuación se presentan: la ficha de identificación del proyecto, ficha de identificación de impactos y la ficha de evaluación de impactos, finalmente se incluye un Plan de Manejo Ambiental para el sector de Jatumpamba.

---

<sup>37</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n\\_de\\_impacto\\_ambiental](http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_impacto_ambiental)

<sup>38</sup> <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosBasicosImpactoAmbiental>

## 5.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### Modelo de Ficha ambiental para Identificación Del Proyecto

Cuadro #70

<b>Nombre del Proyecto:</b> Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba	<b>Código:</b>
	<b>Fecha:</b> 15-07-2010

<b>Localización del Proyecto:</b>	<b>Provincia:</b> Pichincha
	<b>Cantón:</b> Quito
	<b>Parroquia:</b> San José de Minas
	<b>Comunidad:</b> Jatumpamba

<b>Auspiciado por:</b>	<input type="checkbox"/> Ministerio de:
	<input type="checkbox"/> Gobierno Provincial:
	<input type="checkbox"/> Gobierno Municipal:
	<input type="checkbox"/> Org. de inversión/desarrollo: (especificar)
	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Otro:</b> Financiamiento propio (especificar)

**Tipo del**

**Proyecto:**

- Abastecimiento de agua
- Agricultura y ganadería
- Amparo y bienestar social
- Protección áreas naturales
- Educación
- Electrificación
- Hidrocarburos
- Industria y comercio
- Minería
- Pesca
- Salud
- Saneamiento ambiental
- Turismo
- Vialidad y transporte
- Otros:
- (especificar)

**Descripción resumida del proyecto:**

Se pretende implementar Agroturismo en La Hacienda Jatumpamba en la cual se dará a conocer atractivos turísticos mediante recorrido en senderos, además de participar en actividades como ordeño y cultivos, se contará con servicio de alojamiento y alimentación para atención de turistas.

**Nivel de los estudios**  Idea o pre factibilidad

**Técnicos del proyecto:**  Factibilidad

Definitivo

**Categoría del Proyecto**  Construcción

Rehabilitación

Ampliación o mejoramiento

Mantenimiento

Equipamiento

Capacitación

Apoyo

Otro (especificar) Desarrollo Turístico

<b>Datos del Promotor/Auspiciante</b>		
<b>Nombre o Razón Social:</b> Carolina Nicolalde		
<b>Representante legal:</b>		
<b>Dirección:</b> El Condado		
<b>Barrio/Sector:</b> Los Cipreses	<b>Ciudad:</b> Quito	<b>Provincia:</b> Pichincha
<b>Teléfono:</b> 022492719	<b>Fax:</b>	<b>E-mail:</b> carito_1a3@hotmail.com

### Características del Área de Influencia

#### Caracterización del Medio Físico

#### Localización

<b>Región</b>	<input type="checkbox"/>	Costa
<b>geográfica:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sierra
	<input type="checkbox"/>	Oriente
	<input type="checkbox"/>	Insular
<b>Coordenadas:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Geográficas
	<input type="checkbox"/>	<b>UTM</b> ( Proyección Universal transversa de Marketor)
Superficie del área de influencia directa:		
	Inicio	<b>Longitud</b>
		<b>Latitud 0-</b>
		78
		16
	Fin	<b>Longitud</b>
		<b>Latitud 0-</b>
		78
		02
<b>Altitud:</b>	<input type="checkbox"/>	A nivel del mar
	<input type="checkbox"/>	Entre 0 y 500 msnm
	<input type="checkbox"/>	Entre 501 y 2.300 msnm
	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre 2.301 y 3.000 msnm
	<input type="checkbox"/>	Entre 3.001 y 4.000 msnm
	<input type="checkbox"/>	Más de 4000 msnm

## Clima

<b>Temperatura</b>	<input type="checkbox"/>	Cálido-seco	Cálido-seco (0-500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Cálido-húmedo	Cálido-húmedo (0-500 msnm)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Subtropical	Subtropical (500-2.300 msnm)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Templado	Templado (2.300-3.000 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Frío	Frío (3.000-4.500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Glacial	Menor a 0 °C en altitud (>4.500 msnm)

## Geología, geomorfología y suelos

<b>Ocupación actual del Área de influencia:</b>	<input type="checkbox"/>	Asentamientos humanos
	<input checked="" type="checkbox"/>	Áreas agrícolas o ganaderas
	<input type="checkbox"/>	Áreas ecológicas protegidas
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bosques naturales o artificiales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fuentes hidrológicas y cauces naturales
	<input type="checkbox"/>	Manglares
	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas arqueológicas
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riqueza hidrocarburíferas
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riquezas minerales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas de potencial turístico
	<input type="checkbox"/>	Zonas de valor histórico, cultural o religioso
	<input type="checkbox"/>	Zonas escénicas únicas
	<input type="checkbox"/>	Zonas inestables con riesgo sísmico
	<input type="checkbox"/>	Zonas reservadas por seguridad nacional
	<input type="checkbox"/>	Otra: (especificar)

<b>Pendiente del suelo</b>	<input type="checkbox"/>	Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ondulado	El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).
	<input type="checkbox"/>	Montañoso	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.
<b>Tipo de suelo</b>	<input type="checkbox"/>	Arcilloso	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Arenoso	
	<input type="checkbox"/>	Semi-duro	
	<input type="checkbox"/>	Rocoso	
	<input type="checkbox"/>	Saturado	
<b>Calidad del suelo</b>	<input type="checkbox"/>	Fértil	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Semi-fértil	
	<input type="checkbox"/>	Erosionado	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique)	
	<input type="checkbox"/>	Saturado	
<b>Permeabilidad del suelo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.
	<input type="checkbox"/>	Medias	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.
	<input type="checkbox"/>	Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.

<b>Condiciones de drenaje</b>	<input type="checkbox"/> Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias
	<input checked="" type="checkbox"/> Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
	<input type="checkbox"/> Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve

## Hidrología

<b>Fuentes</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Agua superficial	
	<input type="checkbox"/> Agua subterránea	
	<input type="checkbox"/> Agua de mar	
	<input type="checkbox"/> Ninguna	
<b>Nivel freático</b>	<input type="checkbox"/> Alto	
	<input type="checkbox"/> Profundo	
<b>Precipitaciones</b>	<input type="checkbox"/> Altas	Lluvias fuertes y constantes
	<input checked="" type="checkbox"/> Medias	Lluvias en época invernal o esporádicas
	<input type="checkbox"/> Bajas	Casi no llueve en la zona

## Aire

<b>Calidad del aire</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Pura	No existen fuentes contaminantes que lo alteren
	<input type="checkbox"/>	Buena	El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año. Se presentan irritaciones leves en ojos y garganta.
	<input type="checkbox"/>	Mala	El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquio-respiratorias. Se verifica irritación en ojos, mucosas y garganta.
<b>Recirculación de aire:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Buena	Brisas ligeras y constantes Existen frecuentes vientos que renuevan la capa de aire
	<input type="checkbox"/>	Buena	Los vientos se presentan sólo en ciertas épocas y por lo general son escasos.
	<input type="checkbox"/>	Mala	
<b>Ruido</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Bajo	No existen molestias y la zona transmite calma.
	<input type="checkbox"/>	Tolerable	Ruidos admisibles o esporádicos. No hay mayores molestias para la población y fauna existente.
	<input type="checkbox"/>	Ruidoso	Ruidos constantes y altos. Molestia en los habitantes debido a intensidad o por su frecuencia. Aparecen síntomas de sordera o de irritabilidad.

## Caracterización del Medio Biótico

### *Ecosistema*

- Páramo
- Bosque pluvial
- Bosque nublado
- Bosque seco  
tropical
- Ecosistemas  
marinos
- Ecosistemas  
lacustres

### **Flora**

<b>Tipo de cobertura</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Bosques
<b>Vegetal:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Arbustos
	<input checked="" type="checkbox"/>	Pastos
	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultivos
	<input type="checkbox"/>	Matorrales
	<input type="checkbox"/>	Sin vegetación
<b>Importancia de la</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Común del sector
<b>Cobertura vegetal:</b>	<input type="checkbox"/>	Rara o endémica
	<input type="checkbox"/>	En peligro de extinción
	<input type="checkbox"/>	Protegida
	<input type="checkbox"/>	Intervenida
<b>Usos de la</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alimenticio
<b>vegetación:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Comercial
	<input type="checkbox"/>	Medicinal
	<input type="checkbox"/>	Ornamental
	<input type="checkbox"/>	Construcción
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fuente de semilla
	<input type="checkbox"/>	Mitológico
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):

### Fauna silvestre

<b>Tipología</b>	<input type="checkbox"/>	Micro fauna
------------------	--------------------------	-------------

	<input checked="" type="checkbox"/> Insectos
	<input type="checkbox"/> Anfibios
	<input type="checkbox"/> Peces
	<input type="checkbox"/> Reptiles
	<input checked="" type="checkbox"/> Aves
	<input checked="" type="checkbox"/> Mamíferos
<b>Importancia</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Común
	<input type="checkbox"/> Rara o única especie
	<input type="checkbox"/> Frágil
	<input type="checkbox"/> En peligro de extinción

## Caracterización del Medio Socio-Cultural

### Demografía

<b>Nivel de consolidación</b>	<input type="checkbox"/>	Urbana
<b>Del área de influencia:</b>	<input type="checkbox"/>	Periférica
	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural
<b>Tamaño de la población</b>	<input type="checkbox"/>	Entre 0 y 1.000 habitantes
	<input checked="" type="checkbox"/>	1.001 habitantes
	<input type="checkbox"/>	Entre 10.001 y 100.000 habitantes
	<input type="checkbox"/>	Más de 100.00 habitantes
<b>Características étnicas de la Población</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Mestizos
	<input checked="" type="checkbox"/>	Indígena
	<input type="checkbox"/>	Negros
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

## Infraestructura social

<b>Abastecimiento de agua</b>	<input type="checkbox"/> Agua potable
	<input type="checkbox"/> Conex. domiciliaria
	<input checked="" type="checkbox"/> Agua de lluvia
	<input type="checkbox"/> Grifo público
	<input type="checkbox"/> Servicio permanente
	<input type="checkbox"/> Racionado
	<input type="checkbox"/> Tanquero
	<input type="checkbox"/> Acarreo manual
	<input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Evacuación de aguas servidas</b>	<input type="checkbox"/> Alcantari. sanitario
	<input checked="" type="checkbox"/> Alcantari. Pluvial
	<input checked="" type="checkbox"/> Fosas sépticas
	<input type="checkbox"/> Letrinas
	<input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Evacuación de aguas Lluvias</b>	<input type="checkbox"/> Alcantari. Pluvial
	<input checked="" type="checkbox"/> Drenaje superficial
	<input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Desechos sólidos</b>	<input type="checkbox"/> Barrido y recolección
	<input checked="" type="checkbox"/> Botadero a cielo abierto

	<input type="checkbox"/> Relleno sanitario <input type="checkbox"/> Otro (especificar):
<b>Electrificación</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Red energía eléctrica <input type="checkbox"/> Plantas eléctricas <input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Transporte público</b>	<input type="checkbox"/> Servicio Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Servicio intercantonal <input type="checkbox"/> Rancheras <input type="checkbox"/> Canoa <input type="checkbox"/> Otro (especifique):
<b>Vialidad y accesos</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vías principales <input checked="" type="checkbox"/> Vías secundarias <input type="checkbox"/> Caminos vecinales <input type="checkbox"/> Vías urbanas <input type="checkbox"/> Otro (especifique):
<b>Telefonía</b>	<input type="checkbox"/> Red domiciliaria <input type="checkbox"/> Cabina pública <input checked="" type="checkbox"/> <b>Ninguno</b> Base fija de celular

## Actividades socio-económicas

<b>Aprovechamiento</b>	<input type="checkbox"/>	Residencial
<b>y</b>		
<b>uso de la tierra</b>	<input type="checkbox"/>	Comercial
	<input checked="" type="checkbox"/>	Recreacional
	<input checked="" type="checkbox"/>	Productivo
	<input type="checkbox"/>	Baldío
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):
<b>Tenencia de la tierra:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Terrenos privados
	<input type="checkbox"/>	Terrenos comunales
	<input type="checkbox"/>	Terrenos municipales
	<input type="checkbox"/>	Terrenos estatales

## Organización social

	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer grado	Comunal, barrial
	<input type="checkbox"/>	Segundo grado	Pre-cooperativas, cooperativas
	<input type="checkbox"/>	Tercer grado	Asociaciones, federaciones, unión de organizaciones
	<input type="checkbox"/>	Otra	

## Aspectos culturales

<b>Lengua</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Castellano
	<input type="checkbox"/>	Nativa
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):
<b>Religión</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Católicos
	<input type="checkbox"/>	Evangélicos
	<input type="checkbox"/>	Otra (especifique):
<b>Tradiciones</b>	<input type="checkbox"/>	Ancestrales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Religiosas
	<input checked="" type="checkbox"/>	Populares
	<input type="checkbox"/>	Otras (especifique):

## Medio Perceptual

<b>Paisaje y turismo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas con valor paisajístico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Atractivo turístico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Recreacional
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

## Riesgos Naturales e inducidos

<b>Peligro de Deslizamientos</b>	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría deslizarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos.
<b>Peligro de Inundaciones</b>	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona se inunda con frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona, prácticamente, no tiene peligro de inundaciones.
<b>Peligro de Terremotos</b>	<input type="checkbox"/>	Inminente	La tierra tiembla frecuentemente
	<input type="checkbox"/>	Latente	La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca de o se ubica en fallas geológicas).
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La tierra, prácticamente, no tiembla.

Elaborado por Carolina Nicolalde

**5.2 MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS:** En base a esta matriz se pudo realizar la matriz de Evaluación de Impactos Ambientales:

**Cuadro #71 MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES**

**MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES**

Actividades del proyecto			Planificación				Construcción			Operación			Total	
Componentes ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitantes	Uso Instalación	Mantenimiento		
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2	
		Desechos sólidos y líquidos	x	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	4
		Erosión	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	x	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	4
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Eutroficación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aire	Ruido	x	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	4
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2	
		Perdida cobertura vegetal	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	3
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	3
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Migración de especies	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	3
	Ecosistemas	Alteración de habitats	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	3
		Alteración de paisajes	0	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2

Socio Económico Cultural	Población Local	Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2	
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	0	x	0	x	2
		Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	0	0	x	x	x	x	x	4
		Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	0	0	x	x	x	x	x	4
<b>Total</b>		<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>50</b>		

**Total Posibles Interacciones:** 230

**Total Interacciones:** 50

Elaborado por Carolina Nicolalde

### 5.3 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

**Cuadro #72 MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES EN LA IMPLEMENTACION DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA JATUMPAMBA**

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES IMPLEMENTACION DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA JATUMPAMBA**

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
			1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
<b>1. Planificación</b>	1.1 Reconocimiento del Sitio	suelo	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
		aire	Ruido		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
	<b>Subtotal</b>																			<b>-4,00</b>	
<b>2. Construcción</b>	2.2 Ejecución de la obra	suelo	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
		aire	Ruido		1	0,5	1	0,5			2	-1		1			-4,00				
		población local	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	0,5	1	1			1	1		1			2,50				
			Provisión de fuentes de empleo		1	0,5	1	0,5			1	1		1			2,00				
	<b>Subtotal</b>																			<b>-1,50</b>	

<b>3. Operación</b>	3.1 Ingreso de visitantes	Suelo	Compactación	1	0,5	1	2	1	-1	1	-3,50
			Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
		Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
		Aire	Ruido	1	0,5	1	0,5	2	-1	1	-4,00
	ecosistemas	Flora	Pérdida de la biodiversidad	1	0,5	2	1	1	-1	1	-3,50
			Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	2	1	1	-1	1	-3,50
			Interrupción de procesos reproductivos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Cambio de patrones de conducta	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Migración de especies	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Alteración de habitats	Alteración de habitats	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Alteración de paisajes	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Poblacion Local	Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	1	2	1	1	1	1	4,00
			Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	2	1	1	1	1	4,00
	Provisión de fuentes de empleo		1	1	1	1	1	1	1	3,00	
	3.2 Uso de las instalaciones	suelo	Compactacion	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Desechos Solidos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Agua	Desechos Solidos y Liquidos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Aire	Ruido	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Flora	Perdida de la biodiversidad	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Perdida de la cobertura vegetal	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Interrupción procesos reproductivos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
		Fauna	Interrupcion procesos reproductivos	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Cambio de patrones de conducta	1	1	2	1	1	-1	1	-4,00
			Migración de especies	1	1	2	1	1	1	1	4,00
		Ecosistemas	Alteracion de paisajes	1	1	1	1	1	-1	1	-1,00
			Alteración de habitats	1	1	1	1	1	-1	1	-1,00
Poblacion Local		Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	1	1,00	
		Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	1	1	1	1	3,00	
3.3 Mantenimiento		Suelo	Desechos Solidos y Liquidos	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2,00

	Aire	Ruido	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2,00
	Flora	Perdida de la cobertura vegetal	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
	Fauna	Interrupcion procesos reproductivos	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
		Migración de especies	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
	ecosistemas	Alteración de habitats	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,50
	Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	2	1	1	1	1	4,00
		Impacto en los valores culturales y comunitarios	1	1	2	1	1	1	3	6,00
		Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	1	1	1	1	3,00
	Subtotal									-1,3
			<b>6.80 MODERADO</b>							

Elaborado por Carolina Nicolalde

## **5.4 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

Se denomina plan de manejo ambiental al plan que, de manera detallada, establece las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en desarrollo de un proyecto, obra o actividad; incluye también los planes de seguimiento, evaluación y monitoreo y los de contingencia. El contenido del plan puede estar reglamentado en forma diferente en cada país.

Es el plan operativo que contempla la ejecución de prácticas ambientales, elaboración de medidas de mitigación, prevención de riesgos, de contingencias y la implementación de sistemas de información ambiental para el desarrollo de las unidades operativas o proyectos a fin de cumplir con la legislación ambiental y garantizar que se alcancen estándares que se establezcan.<sup>39</sup>

El Plan de manejo ambiental para la Hacienda Jatumpamba incluye dos programas que son:

**1. PROGRAMA DE MITIGACIÓN Y SEGUIMIENTO:** Permite establecer medidas que minimizen o controlen la afectación al medio ambiente, a la vez permite verificar que se realice las actividades propuestas.

### **PLAN DE MANEJO AMBIENTAL PARA LA HACIENDA JATUMPAMBA**

El proyecto de implementación de agroturismo una vez aplicada la metodología SUMA dio como resultado 6.80 lo cual equivale a un impacto ambiental MODERADO, sin embargo se estableció un programa de mitigación de impactos negativos con el fin de minimizar las afectaciones al medio.

---

<sup>39</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_de\\_manejo\\_ambiental](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_manejo_ambiental)

**Cuadro #73 PROGRAMA DE MITIGACIÓN Y SEGUIMIENTO**

FASE	IMPACTOS	MITIGACION	INFORMACIÓN NECESARIA
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contaminación del suelo y agua por desechos sólidos y líquidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivar el uso de basureros</li> </ul>	Basureros colocados
Construcción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contaminación del suelo y agua por desechos sólidos y líquidos</li> <li>Ruido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reutilizar materiales para adecuaciones y establecer escombrera</li> <li>Controlar el horario de trabajo, personal y maquinaria empleada</li> </ul>	Escombrera habilitada  Informe de trabajo
Operación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compactación</li> <li>Contaminación del suelo y agua por desechos sólidos y líquidos</li> <li>Ruido</li> <li>Pérdida cobertura vegetal</li> <li>Interrupción procesos reproductivos animales</li> <li>Migración de especies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de acceso por senderos establecidos</li> <li>Establecer basureros de diferentes colores para promover la clasificación de desechos</li> <li>Controlar el acceso de vehículos</li> <li>Charlas de concienciación ambiental para respeto de lugares frágiles y la importancia de escuchar los sonidos de la naturaleza</li> <li>Colocar letreros ecológicos promoviendo el respeto a la naturaleza</li> <li>Adecuación de compostera</li> <li>Realizar estudio de capacidad de carga turística</li> </ul>	Informe de visitantes /día  Basureros colocados  Informe acceso vehículos/día  Lista participantes charlas  Letreros colocados  Área destinada a compostera  Observación hábitos y existencia especies  Estudio realizado

## **CAPITULO VI**

### **Estudio Financiero**

En este capítulo se tomará en cuenta todos los procedimientos de inversión a realizarse, considerando dentro de esto a los gastos administrativos en los cuales se detalla el sueldo a percibir por parte de cada uno de los miembros de la compañía; asimismo los costos directos e indirectos en que se incurrirá ya que con estos se logrará identificar la cantidad de dinero necesario para saber el costo de los servicios que ofrecerá la Hacienda Jatumpamba, conociendo el rendimiento, factibilidad con aplicación de indicadores como el VAN, la TIR, Costo Beneficio.

También se considera los activos fijos en los que la Hacienda deberá invertir, así como infraestructura.

### **INVERSIÓN**

#### **6.1 Activos**

En la presente tabla se resume los activos que se posee para la implementación de la Propuesta de Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba.

**CUADRO #75 RECURSOS**

<b>RECURSOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Toshiba Satellite	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora Multifunción Canon mp250	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Fax	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Calculadoras	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Celular GSM NOKIA 5800	1	\$ 630,00	\$ 630,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 1.780,00
Elaborado Por: Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 76 MATERIALES DE OFICINA**

<b>RECURSOS MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Archivadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Suministros		\$ 400,00	\$ 400,00
Escritorios	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Lámparas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Reloj de Pared	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Papelera Hoja Lata	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 686,00

Elaborado Por: Carolina Nicolalde

**CUADRO #77 LENCERIA**

	<b>LENCERIA</b>		
<b>ALMOHADAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
90X50	16	6,92	110,72
<b>Subtotal</b>			110,72
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>PROTECTORES DE COLCHON SIN LATERAL</b>			
	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
1PL	1	18,08	18,08
1/1 2 PL	6	18,08	108,48
2PL	2	18,12	36,24
Subtotal			162,80
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>Protector de Almohada No Acollado</b>			
90x50	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
	12	2,5	30
<b>Subtotal</b>			30
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>MANTEL (para 8 personas)</b>	\$35
---------------------------------	------

<b>Juego de Sabanas</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.TOTAL</b>
<b>Llanas Claras</b>			
1 1/2 pl.	10,96	6	65,76
2 pl.	12,83	2	25,66
<b>Subtotal</b>			91,42
Elaborado por Carolina Nicolalde			

#### **CUADRO # 78 BATERIA DE COCINA**

<b>BATERIA DE COCINA y UTENSILIOS DE COCINA</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.TOTAL</b>
TRAMONTINA batería de cocina de 5 piezas	229,96	3	689,88
CUCHARETA PARA ARROZ ACERO INOX	6,54	3	19,62
CUCHARON	2,21	3	6,63
CUCHILLO CARNICERO	22,85	2	45,7
CUCHILLO PARA LEGUMBRES Y FRUTAS	4,77	2	9,54
PELA PAPAS	1,54	3	4,62
PICADOR DE VEGETALES	703,97	2	1407,94
ABLANDADOR DE CARNE	724,2	1	724,2
BATIDORA	472,72	2	945,44
LICUADORA	350,7	2	701,40
JUEGO DE CUBIERTOS (6)	20	4	80
JUEGO DE VASOS (8)	40	3	120
Subtotal			4754,97
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 79 EDIFICIOS**

<b>Edificios</b>	<b>CANTIDAD M2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Casa hacienda	543	63,00	34,209
Bodega	40,00	38,00	1,520
Tertulias e Información	30,00	38,00	1140,00
Gallinera	45,00	38,00	1,710
Chanchera	7,10	38,00	269,80
Compostera	1,50	38,00	57,00
Basurero hormigón	1,50	38,00	57,00
Baños	10,00	38,00	380,00
<b>TOTAL EDIFICIOS</b>	<b>135,10</b>		<b>39,342,80</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 80 EQUIPOS**

<b>Equipos de Comunicación</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Direc tv	1	100,00	100,00
Teléfono celular	1	250,00	250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>350,00</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 81 ACCESORIOS**

<b>Accesorios</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tanque de agua	1	500,00	500,00
Ducha eléctrica	1	54,00	54,00
<b>TOTAL</b>			<b>554,00</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 82 EQUIPO DE CABALGATA**

<b>Cabalgata</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Montura	6	400,00	2400,00
Freno y bosalillo	6	80,00	480,00
Telero o alfombra	6	25,00	150,00
<b>Subtotal</b>			<b>3030,00</b>
Elaborado por: Carolina Nicolalde			

<b>INDUMENTARIA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Costo Total</b>
Botas de Agua	\$ 5,00	20	\$ 100,00
Poncho de Agua	\$ 3,00	20	\$ 60,00
<b>Total</b>			<b>\$ 160,00</b>
Elaborado por: Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 83 HERRAMIENTAS**

<b>Herramientas</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Azadón	5	9,00	45,00
Lampa punta redonda	5	9,88	49,90
Aspersor	3	30,00	90,00
Tijera podadora	2	36,00	72,00
carretilla	2	50	100,00
barra	2	15	30,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>386,50</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 84 SEMOVIENTES**

<b>Animales</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caballos	6	500,00	3000,00
Gallinas	20	12,00	192,00
Cerdos	4	100,00	400,00
Gansos	6	25,00	150,00
Patos	3	6,00	30,00
Vacas	5	436,00	2180,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>5952,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

**Terrenos****CUADRO # 85 TERRENO**

<b>Terreno</b>	<b>CANTIDAD M2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Terrenos	300000	0,26	76800,00
<b>TOTAL TERRENOS</b>			<b>76800,00</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**Caja****Cuadro # 86**

<b>CAJA</b>	
Remuneraciones	12540
Aporte Patronal	1523,61
Servicios Basicos	120
Alimentación Animales	189
<b>Total</b>	<b>14372,61</b>
Financiamiento	85637,47
Capital Corriente	71264,86

### Cuadro #87 Inversión

INVERSIÓN	
Caja	71264,86
<b>ACTIVOS</b>	
MATERIALES DE OFICINA	686,00
BATERIA DE COCINA	4754,97
EDIFICIOS	39342,80
EQUIPOS	350,00
ACCESORIOS	554,00
SEMOVIENTES	5952,00
EQUIPO DE CABALGATA	3190,00
RECURSOS TECNOLÓGICOS	1780,00
LENCERIA	429,94
HERRAMIENTAS	386,50
TERRENO	76800,00
TOTAL ACTIVO	134226,21
TOTAL INVERSION	205491,07

El Activo de la Hcda Jatumpamba da un total de 205491,07, teniendo en cuenta que estos valores obtenidos, son iguales a la inversión que se está realizando.

BALANCE DE SITUACION INICIAL				
ACTIVOS		TOTAL	PASIVOS	TOTAL
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVO CORRIENTE	0
Capital de Trabajo	85.637,47		Documentos por Pagar	0
			Porción corriente CP	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>85.637,47</b>		
			<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>
ACTIVO NO CORRIENTE				
ACTIVO FIJO			PASIVO LARGO PLAZO	
Terreno	76.800,00			
Edificios	39.342,8			
			<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>0,00</b>
TOTAL ACTIVO FIJO NETO				
ACTIVO DIFERIDO		116.142,80	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0,00</b>
Gastos de constitución	3818,33			
			PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO		3818,33	Capital Social	
			Resultados	
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>119.961,13</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>205.598,60</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>205.598,60</b>		
			<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>205.598,60</b>

## 6.2 Activos Corrientes

En los activos corrientes se detallan, las cuentas de libre disponibilidad que tiene la compañía es decir los inventarios de materias primas como sal, semillas monturas, etc, los mismos que servirán para cumplir con las actividades de la empresa como se ve a continuación el mayor valor económico representan los semovientes que a la vez serán utilizados para cumplir con el fin social del mismo.

Vale destacar que los inventarios de semovientes están valorados a valor de mercado, los que refleja que los costos no sean irreales y que en este caso representan la factibilidad del proyecto.

Las herramientas que a continuación se detalla y que se encuentran dentro de los activo corrientes son las que se utilizarán en las actividades que se desarrollarán en la visita a la hacienda es decir cuando tengan que sembrar semillas.

### CUADRO #87 RECURSOS

<b>RECURSOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Toshiba Satellite	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora Multifunción Canon mp250	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Fax	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Calculadoras	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Celular GSM NOKIA 5800	1	\$ 630,00	\$ 630,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 1.780,00
Elaborado Por: Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 88 MATERIALES DE OFICINA**

<b>RECURSOS MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Archivadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Suministros		\$ 400,00	\$ 400,00
Escritorios	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Lámparas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Reloj de Pared	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Papelera Hoja Lata	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 686,00

Elaborado Por: Carolina Nicolalde

**CUADRO #88 LENCERIA**

<b>LENCERIA</b>			
<b>ALMOHADAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V.TOTAL</b>
90X50	16	6,92	110,72
<b>Subtotal</b>			110,72

Elaborado por Carolina Nicolalde

<b>PROTECTORES DE COLCHON SIN LATERAL</b>			
	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>V. TOTAL</b>
1PL	1	18,08	18,08
1/1 2 PL	6	18,08	108,48
2PL	2	18,12	36,24
Subtotal			162,80

Elaborado por Carolina Nicolalde

<b>Juego de Sabanas</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Llanas Claras</b>			
1 1/2 pl.	10,96	6	65,76
2 pl.	12,83	2	25,66
<b>Subtotal</b>			91,42

Elaborado por Carolina Nicolalde

<b>Protector de Almohada No Acolchado</b>			
90x50	CANTIDAD	VALOR	V.TOTAL
	12	2,5	30
<b>Subtotal</b>			30
Elaborado por Carolina Nicolalde			

<b>MANTEL (para 8 personas)</b>	<b>\$35</b>
---------------------------------	-------------

#### **CUADRO # 90 BATERIA DE COCINA**

<b>BATERIA DE COCINA y UTENSILIOS DE COCINA</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.TOTAL</b>
TRAMONTINA batería de cocina de 5 piezas	229,96	3	689,88
CUCHARETA PARA ARROZ ACERO INOX	6,54	3	19,62
CUCHARON	2,21	3	6,63
CUCHILLO CARNICERO	22,85	2	45,7
CUCHILLO PARA LEGUMBRES Y FRUTAS	4,77	2	9,54
PELA PAPAS	1,54	3	4,62
PICADOR DE VEGETALES	703,97	2	1407,94
ABLANDADOR DE CARNE	724,2	1	724,2
BATIDORA	472,72	2	945,44
LICUADORA	350,7	2	701,40
JUEGO DE CUBIERTOS (6)	20	4	80
JUEGO DE VASOS (8)	40	3	120
Subtotal			4754,97
Elaborado por Carolina Nicolalde			

#### **CUADRO # 91 EQUIPOS**

<b>Equipos de Comunicación</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Direc tv	1	100,00	100,00
Teléfono celular	1	250,00	250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>350,00</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

#### **CUADRO # 92 ACCESORIOS**

<b>Maquinaria</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tanque de agua	1	500,00	500,00
Ducha eléctrica	1	54,00	54,00
<b>TOTAL</b>			<b>554,00</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 93 EQUIPO DE CABALGATA**

<b>Cabalgata</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Montura	6	400,00	2400,00
Freno y bosalillo	6	80,00	480,00
Telero o alfombra	6	25,00	150,00
<b>Subtotal</b>			<b>3030,00</b>
Elaborado por: Carolina Nicolalde			

<b>INDUMENTARIA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Costo Total</b>
Botas de Agua	\$ 5,00	20	\$ 100,00
Poncho de Agua	\$ 3,00	20	\$ 60,00
<b>Total</b>			<b>\$ 160,00</b>
Elaborado por: Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 94 HERRAMIENTAS**

<b>Herramientas</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Azadón	5	9,00	45,00
Lampa punta redonda	5	9,88	49,90
Aspersor	3	30,00	90,00
Tijera podadora	2	36,00	72,00
carretilla	2	50	100,00
barra	2	15	30,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>386,50</b>
Elaborado por Carolina Nicolalde			

**CUADRO # 95 GASTO DE CONSTITUCIÓN**

<b>Gastos de Constitución</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Gastos de Constitución	1	3818,33	3818,33
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>3818,33</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

**CUADRO # 96 SEMOVIENTES**

<b>Animales</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caballos	6	500,00	3000,00
Gallinas	20	12,00	192,00
Cerdos	4	100,00	400,00
Gansos	6	25,00	150,00
Patos	3	6,00	30,00
Vacas	5	436,00	2180,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>5952,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

**CUADRO # 97 ALIMENTACIÓN DE ANIMALES**

<b>Alimentación animales</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Morochillo entero (quintal)	2	16,00	32,00
Sal molida (quintal)	2	10,00	20,00
Semillas de hortalizas Fundas	4	0,25	1,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>53,00</b>

Elaborado por : Carolina Nicolalde

RECURSOS T.	1780
M.Oficina	686
Lenceria	429,94
Bateria de cocina	4754,97
Equipos	350
Accesorios	554
Equipo de Cabalgata	3190
Herramientas	386,5
Alimentacion Animales	53
Gastos de constitucion	3818,33
Total	16002,74

### 6.3 Activos Fijos

#### Cuadro # 98

#### ANEXOS DEPRECIACIONES

<u>DETALLE</u>	<u>VALOR</u>	<u>%</u>	<u>VIDA UTIL</u>	<u>CUOTA DEPRECIACION ANUAL</u>
<b>I ACTIVOS FIJOS</b>				
EDIFICIOS	39342,8	69,97	20	3746,93
MAQUINARIA Y EQUIPO	8010,38	14,25	10	1456,43
MUEBLES Y ENSERES	4074,02	7,25	10	740,73
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	980	1,74	3	490,00
<b><u>TOTAL</u></b>	<b>52407,20</b>			<b>6434,10</b>
GTOS. CONSTITUCIÓN	3818,33	6,79	5	1272,78
<b><u>TOTAL ADMINISTRACION</u></b>	<b>3818,33</b>			<b>1272,78</b>
<b><u>TOTAL GENERAL</u></b>	<b>56225,53</b>	<b>100,00</b>		<b>7706,87</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

El presente cuadro refleja el desgate de los activos utilizados para llevar a cabo la propuesta de agroturismo, además demuestra su cuota anual de depreciación; el valor más representativo es el de edificios que representa a la casa de hacienda ya existente y la maquinaria instalada que juntos representa 84.22% del total de activos que demuestra la factibilidad del proyecto, ya que no existirá endeudamiento para lograr cubrir con el punto de equilibrio deseado.

#### 6.4 Pasivos y Capital Social

Las Aportaciones se realizarán por parte de cada socio, teniendo en cuenta que el propietario dará la casa de hacienda y el terreno, los demás socios aportarán con 12592,61 cada uno.

#### CUADRO #99 FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO			%
<b>Abuelitos</b>		<b>117342,8</b>	<b>57,10</b>
<b>Edificios</b>	<b>39342,8</b>		
Terrenos	<b>78000</b>		
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		<b>88148,27</b>	<b>42,90</b>
MARIA NICOLALDE	12592,61		6,13
MONICA NICOLALDE	12592,61		6,13
NANCY NICOLALDE	12592,61		6,13
IRMA NICOLALDE	12592,61		6,13
GABRIELA NICOLALDE	12592,61		6,13
NAPOLEON NICOLALDE	12592,61		6,13
CAROLINA NICOLALDE	12592,61		6,12
<b>TOTAL</b>	<b>88148,27</b>	<b>205491,07</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: Carolina Nicolalde

Del total de la inversión el 57,10% corresponde al aporte de los socios mayoritarios, la diferencia cubren los socios minoritarios con dinero en efectivo.

6.5 Remuneraciones Cuadro # 100

**TABLA DE REMUNERACIONES ADICIONALES**

	Sueldos	Año sueldos	Tercer sueldo	Cuarto Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total
Gerente General (1)	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	240,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 729,00	\$ 8.219,00
Secretaria-Contadora (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Administrador Agrpecuario (1)	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	240,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 583,20	\$ 6.623,20
Rosador (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Arador (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Sembrador (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Ordeñadores (2)	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	240,00	\$ 480,00	\$ 240,00	\$ 699,84	\$ 7.899,84
Cosechador (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Ama de Llaves (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Cocinero (1)	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	240,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 583,20	\$ 6.623,20
Meseros (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Ayudante (1)	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 4.069,92
Guias Turisticos (2)	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	240,00	\$ 480,00	\$ 240,00	\$ 699,84	\$ 7.899,84
<b>Total</b>	\$ 4.180,00	\$ 50.160,00	\$ 4.180,00	3120,00	\$ 4.180,00	\$ 2.090,00	\$ 6.094,44	\$ 69.824,44

En este cuadro se observó la Tabla de Remuneraciones la cual indica el sueldo de cada empleado de la Hacienda Jatumpamba, además se realiza la proyección del pago de remuneraciones a los trabajadores durante el primer año de labores que es 69824,44.

**Cuadro # 101 SUELDOS PROYECTADOS**

<b>SUELDOS PROYECTADOS</b>				
Inflación acumulada (Año 2010)	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>8,83%</b>	\$ 544,15	\$ 592,20	\$ 644,49	\$ 701,40
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 435,32	\$ 473,76	\$ 515,59	\$ 561,12
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 522,38	\$ 568,51	\$ 618,71	\$ 673,34
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 435,32	\$ 473,76	\$ 515,59	\$ 561,12
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 261,19	\$ 284,26	\$ 309,35	\$ 336,67
<b>8,83%</b>	\$ 522,38	\$ 568,51	\$ 618,71	\$ 673,34
<b>TOTAL</b>	\$ 4.287,90	\$ 4.666,52	\$ 5.078,58	\$ 5.527,02

Para cumplir con la planificación de ventas planteada se requiere realizar con el siguiente presupuesto que se refiere a los paquetes turísticos vendidos.

## CUADRO #102 ALOJAMIENTO

ALOJAMIENTO	
CAPACIDAD INSTALADA POR DIA	60pax y 13pax Huéspedes
CAPACIDAD MAXIMA POR AÑO	2880y 624 Huéspedes
PORCENTAJE DE ACEPTACION	92%
OCUPACION DE TEMPORADA ALTA	100%
OCUPACION EN TEMPORADA BAJA	80%

Elaborado por: Carolina Nicolalde

La capacidad instalada por día se manejará en la Hacienda Jatumpamba de la siguiente manera: se tendrá en cuenta los paquetes ofertados, los mismos que captarán diferente número de visitantes, el Paquete Agro Jatumpamba por la semana recibirá a 60 pax de lunes a sábado y el paquete Ugchupamba recibirá los fines de semana a 13 pax los cuales pernoctarán, haciendo las diferentes actividades al día siguiente.

Los paquetes que se ofertarán son los siguientes:

**Cuadro # 103 PAQUETES AGROTURÍSTICOS**

**PAQUETE # 1**

<b>FULL DAY AGRO JATUMPAMBA</b>		<b>TIEMPOS</b>
Explicación de los sembríos	0,25	30 MIN
Practica del Turista con los sembríos	0,75	60MIN
Explicación de las aves de corral	0,25	30MIN
Practica de alimentación a las gallinas y pollitos	0,25	60MIN
Almuerzo de los Turistas	2,50	60MIN
Cosecha de las mandarinas	0,50	120MIN
Practica del Ordeño	0,50	90MIN
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>5,00</b>	

**PAQUETE # 2**

<b>AGRO JATUMPAMBA 2 Días - 1 Noche</b>		<b>TIEMPOS</b>
Caminata hacia la cascada del Infiernillo	0,50	3hrs30
Almuerzo de los Turistas	2,50	1hora
Practica de alimentación a las chanchos	0,25	1hora
Caminata hacia el Mirador del Bosque	0,25	30 min
Visita a la Cueva de los Gavilanes	0,25	30 min
Visita a los sembríos	0,25	30 min
Practica del Ordeño	0,25	1 hora
Cena	2,50	1 hora
Descanso	2,50	
2° Día		
Desayuno	1,50	1 hora
Cabalgata al Rio Cala	0,75	1 hora
Caminata alrededor del Rio Cala	0,25	1 hora
Visita del Trapiche	0,25	1 hora
Degustación del jugo de caña	0,25	30min
Almuerzo de los Turistas	2,50	1 hora
Explicación de las Tolas Arqueológicas	0,25	1 hrs:30
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>15,00</b>	

Los Costos Variables para la obtención de una utilidad rentable, serán vendidos a \$35 y \$60 cada paquete, según el siguiente detalle.

<b>FULL DAY AGRO JATUMPAMBA</b>	
Explicación de los sembríos	3,50
Practica del Turista con los sembríos	4,00
Explicación de las aves de corral	3,50
Practica de alimentación a las gallinas y pollitos	4,00
Almuerzo de los Turistas	10,00
Cosecha de las mandarinas	5,00
Practica del Ordeño	5,00
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>35,00</b>

<b>AGRO JATUMPAMBA 2 Días - 1 Noche</b>	
Caminata hacia la cascada del Infiernillo	3,00
Almuerzo de los Turistas	10,00
Practica de alimentación a las chanchos	1,00
Caminata hacia el Mirador del Bosque	1,50
Visita a la Cueva de los Gavilanes	1,50
Visita a los sembríos	1,50
Practica del Ordeño	5,00
Cena	8,00
Descanso	8,00
2° Día	
Desayuno	5,00
Cabalgata al Rio Cala	1,50
Caminata alrededor del Rio Cala	1,50
Visita del Trapiche	1,50
Degustación del jugo de caña	1,50
Almuerzo de los Turistas	8,00
Explicación de las Tolas Arqueológicas	1,50
<b>TOTAL + IVA</b>	<b>60,00</b>

#### **Cuadro # 104**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldos Empleados	69824,44
Publicidad	3046
Herraduras	18
<b>Total Gastos</b>	<b>72888,44</b>

## 6.6 Estado de Situación Projectados

Para proyectar las ventas se ha considerado un crecimiento anual del 10% de los productos agro turísticos en la hacienda Jatumpamba como se detalla a continuación.

### Cuadro # 105

#### ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

DETALLE	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ventas	138.240,00	150.446,59	163.731,03	178.188,48	193.922,52
Costo de Ventas	20.880,00	22.723,70	24.730,21	26.913,88	29.290,38
Utilidad Bruta	117.360,00	127.722,89	139.000,82	151.274,59	164.632,14
Gastos Administrativos	72.888,44	79.324,49	86.328,84	93.951,68	102.247,61
Utilidad neta	44.471,56	48.398,40	52.671,98	57.322,91	62.384,53
15%	6.670,73	7.259,76	7.900,80	8.598,44	9.357,68
Utilidad neta antes 15%	37.800,83	41.138,64	44.771,18	48.724,48	53.026,85
25%	9.450,21	10.284,66	11.192,80	12.181,12	13.256,71
Utilidad Neta de ejercicio	28.350,62	30.853,98	33.578,39	36.543,36	39.770,14

Elaborado por: Carolina Nicolalde

Los turistas que adquirirán de lunes a sábado el paquete Jatumpamba de valor \$35 serán de 10 pax diarios siendo en su totalidad por año 2880.

Los turistas que adquirirán el fin de semana el paquete Ugchupamba de valor \$60 serán de 13 pax siendo en su totalidad por año 624.

## 6.7 FLUJO DE CAJA

### CUADRO #106

FLUJO DE CAJA						
Ingresos	0	1	2	3	4	5
Inversion Inicial	(205.491,07)					
Paq \$35		100.800,00	101088	121.975,00	134.190,00	147.595,00
Paq \$60		37.440,00	37.730,00	41.525,00	45.705,00	50.270,00
Total de ingresos		138.240,00	138.818,00	163.500,00	179.895,00	197.865,00
Egresos						
Sueldos y Beneficios		69.824,44	75.989,94	82.699,85	90.002,25	97.949,44
Servicios Basicos		480,00	522,38	568,51	618,71	673,34
Publicidad		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Total de egresos	(205.491,07)	70.804,44	77.012,32	83.768,36	91.120,96	99.122,79
Saldo Ingresos - egresos	(205.491,07)	67.435,56	61.805,68	79.731,64	88.774,04	98.742,21
Depreciaciones		56225,53	56225,53	56225,53	56225,53	56225,53
Total Flujo de Caja		123.661,09	118.031,21	135.957,17	144.999,57	154.967,74

Elaborado por: Carolina Nicolalde

En este cuadro se observa los ingresos y egresos de los 5 años que durará el proyecto. Vemos que en cada paquete turístico que ofrece la empresa cada año va

aumentando las visitas de los turistas, esto se debe a que la atención y el servicio prestado son de buena calidad; en los 3 primeros años se recupera el préstamo solicitado y se obtiene una utilidad que va aumentando año a año.

## 6.8 VAN

### Cuadro # 107

VALOR ACTUAL NETO							
	0	1	2	3	4	5	Total
Flujo de Caja Neto	-205491,07	123661,09	118031,208	135957,17	144999,574	154967,743	677616,785

\$300.809,91

Elaborado por: Carolina Nicolalde

En este cuadro se observa que la sumatoria de los porcentajes utilizados para el Flujo de Caja, dan como resultado 300.809,91 lo que significa que cumple con lo dispuesto que debe ser mayor a 1 el van para ser rentable el proyecto.

## 6.9 TIR

### Cuadro # 108

Elaborado por Carolina Nicolalde

TASA INTERNA DE RETORNO							
	0	1	2	3	4	5	Total
Flujo de Caja Neto	- 205491,07	123661,09	118031,208	135957,17	144999,574	154967,743	677616,785

56%

En este cuadro se observa que la Tasa Interna de retorno 0,56 sabiendo que es menor a 1, y por esta razón el proyecto es recomendable.

## 6.10 COSTO / BENEFICIO

Primer Paquete

Costo = 5

Beneficio 35= 700%

Esto quiere decir que si hay un beneficio del 700% cada año en el primer paquete.

Costo = 15

Beneficio 60 =400

En este año hay un beneficio del 400% por lo tanto ya empresa va a crecer.

## 6.11 Punto de Equilibrio

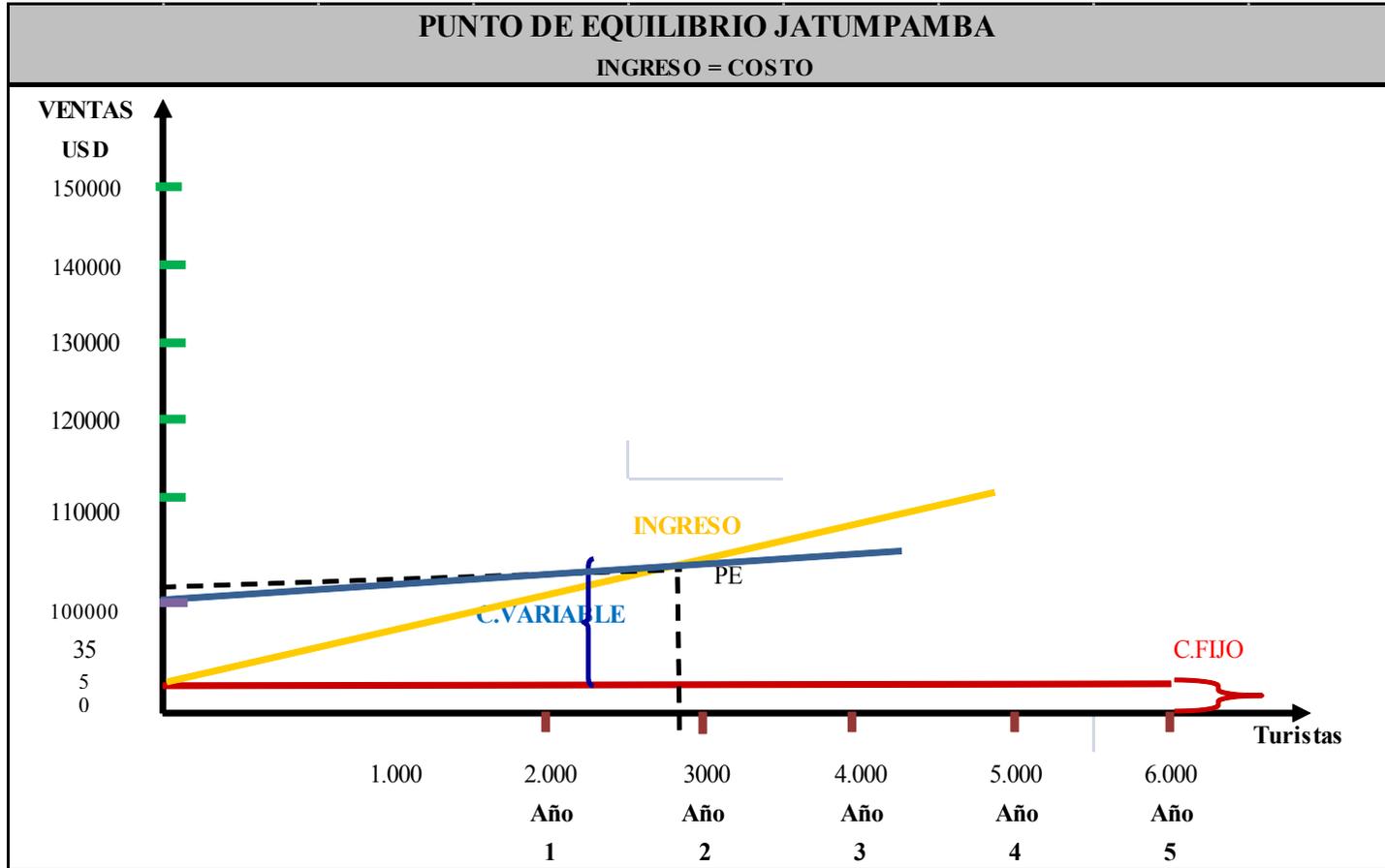
El punto de equilibrio se tomará por el número de turistas y en dólares para los cinco años, que se establecen a continuación, donde se presentan los costos fijos, variables, ingresos y demás rubros utilizados para el cálculo del mismo.

**Cuadro # 108**

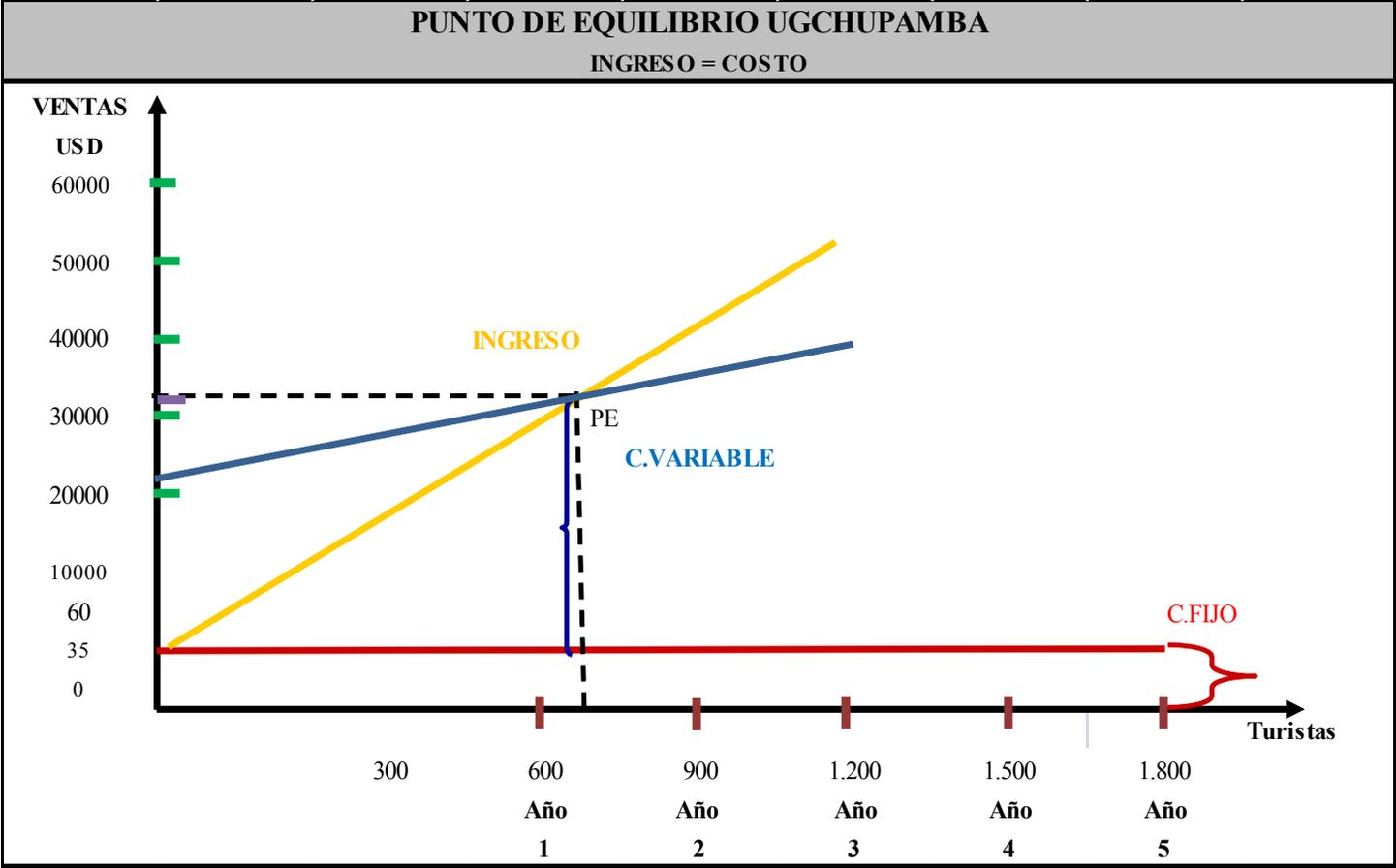
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
DETALLE	1	2	3	4	5
TURISTAS Paq \$35	2.880,00	3.168,00	3.485,00	3.834,00	4.217,00
Ingresos Jatu	100.800,00	110.880,00	121.975,00	134.190,00	147.595,00
Costo Fijo (5)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Costo Variable	14.400,00	15.840,00	17.425,00	19.170,00	21.085,00
TURISTAS Paq \$50	624,00	686,40	755,00	831,00	914,00
Ingresos Ugchu	37.440,00	41.184,00	45.300,00	49.860,00	54.840,00
Costo Fijo (35)	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Costo Variable	9.360,00	10.296,00	26.425,00	29.085,00	13.710,00

Los ingresos del proyecto se han establecido a través del total de visitas de turistas al año por la tarifa de los paquetes vendidos, se han clasificado cada Paquete Agroturísticos, la tarifa de los paquetes será 35 dólares y 60 dólares respectivamente en el primer año, y los siguientes años.

Grafico # 36



Elaborado por: Carolina Nicolalde



Elaborado por: Carolina Nicolalde

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES:**

- 1.- A través del Estudio de Mercado se determinó la potencialidad agro turística del sector de Jatumpamba así como la demanda específica para este tipo de turismo.
- 2.- Para el posicionamiento en el mercado se propuso un direccionamiento estratégico con el establecimiento de misión, visión y un plan de marketing ajustado a las necesidades del proyecto.
- 3.- La propuesta de Implementación de Agroturismo incluye la oferta de actividades incluidas en los diferentes paquetes agros turísticos, elaborados tomando en cuenta los atractivos más importantes.
4. El estudio de impacto ambiental permitió determinar que la implementación del agroturismo generará impactos positivos a nivel social, pero también se prevén impactos negativos para los cuales se estableció un plan de manejo ambiental que minimice las afectaciones adversas al medio.
5. El estudio financiero determinó la factibilidad del proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar un seguimiento y monitoreo constante sobre la calidad de servicios prestados para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente.
- Es necesario elaborar un estudio de capacidad de carga para evitar el deterioro del recurso.

## BIBLIOGRAFIA

- ✧ KOTLER Philip, "Marketing para Turismo", Tercera Edición, Editorial PEARSON, Volumen 1, 2004.
- ✧ Juan Lara, "Libro de Análisis Financiero"
- ✧ METODOLOGÍA PARA ELABORACIÓN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOSTURÍSTICOS (BASADO EN OEA)
- ✧ SELENER Daniel y MARSH Robín, "Guía Practica para su Huerto Familiar Orgánico", Cuarta Edición, Editorial CARVAJAL, Volumen 1, 1997.
- ✧ CORDERO María Isabel; SÁNCHEZ Alonso, "Turismo rural, agroturismo, turismo verde, casas rurales: guía práctica de derechos, obligaciones y legislación" 1ª ed. edición (06/2003), Ex-Libris Ediciones, S.L.
- ✧ RADA Cándido. Admin. "En turismo Comunitario y Ecológico", Quito-Ecuador. 2005
- ✧ CEBALLOS Lascuráin Héctor, "Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible, Editorial Diana, México 1998
- ✧ Comisión Asesora Ambiental de la Presidenta de la República (CAAM) "Políticas Ambientales Básicas del Ecuador", Quito-Ecuador. 1993-1998
- ✧ CROSBY. A. "Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas Rurales y Naturales", Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística", Madrid-España, 1996
- ✧ PATZELT Erwin. "Flora del Ecuador" Ediciones del Banco Central del Ecuador, Quito-Ecuador. 1985
- ✧ PAEZ Juan Carlos, "Introducción a la Evaluación del Impacto Ambiental". Comisión Asesora Ambiental de la Presidencia de la República (CAAM). Quito-Ecuador. 1996

## LINKOGRAFIA

- ✧ <http://www.ecuador.travel/portal-pais/oferta-turistica-del-ecuador/agroturismo.html>
- ✧ <http://www.uaim.edu.mx/webcarreras/carreras/turismo%20empresarial/Cuarto%20Trimestre/TURISMO.pdf>
- ✧ [http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=209](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=209)
- ✧ [http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com\\_content&task=view&id=149&Itemid=44](http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&id=149&Itemid=44)
- ✧ <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/admon/porter.htm>
- ✧ [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_neto](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto)
- ✧ <http://destinosactuales.wordpress.com/2009/01/13/vocabulario-del-turismo/>

# ANEXOS

## FICHAS DE ATRACTIVOS NATURALES

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE</b>  Cascada de Chirisacha	<b>2.FICHA N°</b>  A001	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>  :	
<b>4.CATEGORÍA</b>  Sitios Naturales	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  Caídas de Agua		
<b>6.UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, en el sector de Anagumba			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b>  Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b>  En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b>  En bus, hasta el pueblo de la Parroquia y Camioneta (30 minutos cascada)	<b>11.Tiempo:</b>  2 horas y media
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  La altura en que se encuentra este atractivo es de 2460 m.s.n.m, posee un clima templado acogedor para conocer el atractivo, su flora y fauna es la siguiente: liebres, comadrejas, zorros, lechuzas, aves de rapiña, gorriones, palomas, pequeños pájaros de distintos colores, gatos monteses, perdices, árboles: eucaliptos, helechos, bromelias, entre otras.			

Es un paisaje pintoresco con montes a su alrededor, teniendo en cuenta sus 30m de altura aproximadamente, la cascada contrasta con el bello panorama andino con que cuenta el lugar.

**13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:** Las personas utilizan este lugar para darse:

- ✧ Un refrescante baño
- ✧ Relajación por escuchar las aguas
- ✧ Caminatas
- ✧ Acampar a sus alrededores

**14. HORARIOS**

24H00

**15. PRECIOS**

Entrada libre

**16. PROPIETARIO**

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (Asisten turistas Nacionales)

**Fin de Semana** (Asisten turistas Nacionales y Extranjeros)

**Feridos Largos** (Asisten turistas Nacionales y Extranjeros)

**Vacaciones** (Asisten turistas Nacionales y Extranjeros)

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO****22. SERVICIOS:**

- Estacionamiento** ( Público, para buses y carros pequeños)
  
- Comida** ( Platos típicos de la Parroquia : fritada, cuy asado, lomos de res asados, entre otros)
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras

- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público** de los pobladores de la Parroquia de San José de Minas
  
- Pago con tarjeta de crédito
  
- Otros

---

### **23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar, este es un residuo solido.

---

### **24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación de la información a pobladores de la parroquia de San José de Minas

**25. OBSERVACIONES**

La cascada es de acceso libre, la misma no ha sido explotada turísticamente, por lo que no hay registros de visitantes, solo que la gente de la Parroquia va hacia ese lugar a relajarse.

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde**27.Fecha** 06-01-2010

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE</b> Cascada de El Infiernillo		<b>2.FICHA N°</b> A002	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Caída de agua	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, en la Hacienda "Jatumpamba".			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y L	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio, y Camioneta (30 minutos a la cascada desde la Parroquia)	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y media
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La altura en que se encuentra este atractivo es de 2430 m.s.n.m, posee un clima templado y subtropical, acogedor para conocer el atractivo, su flora y fauna es la siguiente: liebres, comadrejas, zorros, lechuzas, aves de rapiña, gorriones, pequeños pájaros de distintos colores, gatos monteses, perdices, árboles: helechos, bromelias, orquídeas, musgos y líquenes, entre otras.			

Esta cascada se encuentra entre dos montañas, que forman un gran encañonado divisándose la cascada confundiéndose con el monte existente.

Se puede llegar a la cascada por medio de un sendero natural.

**13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:** Los turistas pueden tener

un:

- Refrescante baño en la cascada
- Observación de aves autóctonas y el paisaje pintoresco

**14. HORARIOS**

8:00 A 17:00

HORAS

**15. PRECIOS**

**16. PROPIETARIO**

Napoleón Nicolalde

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (Turistas nacionales)

**Fin de Semana** (Turistas extranjeros)

**Feriados Largos** (Turista nacional y extranjero)

**Vacaciones** (Turista nacional y extranjero)

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

## **22.SERVICIOS:**

- Estacionamiento** ( para buses y carros pequeños)
  
- Comida** ( platos típicos de la Parroquia, fritadas, cuy, caldo de patas entre otras)
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades

- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público
  
- Pago con tarjeta de crédito** (Pago en efectivo)
  
- Otros

#### **24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación de la información a pobladores de la parroquia de San José de Minas

#### **25. OBSERVACIONES**

La cascada es de acceso libre, la misma no ha sido explotada turísticamente, por lo que no hay registros de visitantes, y es cascada virgen.

**26. Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27. Fecha** 06-01-2010

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE</b> Río Cala		<b>2.FICHA N°</b> A 003	<b>3.FICHAS</b> <b>ASOCIADAS :</b> 002-003
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Ríos	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, en la Hacienda "Jatumpamba".			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado, Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio camioneta alquilada ( 30 minutos mas desde la Parroquia)	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y media
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  El Río Cala es parte fundamental de la vida en la comunidad Jatumpamba, el cual nace en las montañas de Anagumba y Minas Chupa, encontrándose en sus orillas unas pequeñas playas naturales con árboles nativos, en donde existen pequeños criaderos de truchas, dicho rio es el más grande Jatumpamba, sus aguas se a alimentar al Guayllabamba. Las aguas provienen desde Minas Chupa otro poblado cercano a Jatumpamba, las cuales son naturales de la montaña. El clima en la parte del rio es templado, su flora es variada de			

flores y árboles frutales, su fauna es variada desde zorrillos que pasean en sus alrededores y aves que revolotean en sus contornos. El río sirve para los pobladores como un balneario natural.

**13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- Camping
- Pesca Deportiva

**14. HORARIOS**

24 HORAS

**15. PRECIOS**

**16. PROPIETARIO**

Napoleón Nicolalde

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (Turistas nacionales)

Fin de Semana

Ferriados Largos

Vacaciones:

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

## 22.SERVICIOS:

- Estacionamiento:** Hay un parqueadero para carro, y camionetas alquiladas.
  
- Comida
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades

Venta de souvenir, información sobre el recurso

Folletos informativos

Teléfono público

Pago con tarjeta de crédito

Otros

### **23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

En un futuro existirán daños al medio ambiente por desechos líquidos y sólidos dejados por los turistas que vayan hacia este lugar.

### **24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación de la información acerca del entorno del río, con los pobladores de Jatumpamba.

### **25. OBSERVACIONES**

El Río Cala es de estado virgen.

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27.Fecha** 06-01-2010

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE</b> Montaña Ninamburo		<b>2.FICHA N°</b> A004	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Montaña	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada ( 30 minutos)	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  La montaña Ninamburo es un mirador natural el cual posee la altura de 2240 m.s.n.m, su clima es frio, su vegetación es pastizales, es clima frio, y hay muchos armadillos y zorrillos en la montaña, desde el cual se aprecia la población de San José de Minas y otras poblaciones aledañas (Atahualpa, Chavezpamba, Perucho, San Antonio de			

Pichincha).

La historia de la montaña Ninamburo se traslada a un relato de unos curas de la Parroquia San José de Minas los cuales decían que en la parte superior de la montaña existía un hueco, donde se caía un animal y no se volvía a verlo nunca más, se presume que dicha montaña sea de origen volcánico. Es majestuosa su naturaleza primaria de donde nacen nuestras fuentes de agua para toda la parroquia

**13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- Caminatas hacia su alrededor y llegar a su cumbre
- Ciclismo
- Cabalgatas

**14. HORARIOS**

24H00

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO**

Carlos Arias

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (Visita de turistas nacionales)

**Fin de Semana** (Visita de turistas nacionales y extranjeros)

**Feridos Largos** (Visita de turistas nacionales y extranjeros)

**Vacaciones** (Visita de turistas nacionales y extranjeros)

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO****22. SERVICIOS:**

- Estacionamiento:** Hay un parqueadero para buses, carros y camionetas alquiladas.
  
- Comida
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras

- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público**
  
- Pago con tarjeta de crédito
  
- Otros

### **23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Los efectos negativos que se podrían dar son demasiados residuos sólidos dejados por los turistas.

### **24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

La Investigación se la realizo con la ayuda de los pobladores del sector.

**25. OBSERVACIONES**

La montaña no ha tenido ningún tipo de explotación, solo se utiliza como potreros para la ganadería.

**26. Ficha realizada por** Carolina Nicolalde**27. Fecha** 06-01-

2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Cueva de Gavilanes	<b>2.FICHA N°</b> A005	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b> 002-003-005	
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Lugares de observación de Flora y Fauna	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, Hacienda "Jatumpamba"			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada  (30 minutos)	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y media
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  Los Gavilanes de Jatumpamba son aves amigables con el ser humano, vistos desde lejos. Cazán parados en las ramas de los árboles. Una vez que ven la presa se lanzan a gran velocidad. Muchas veces en el proceso chocando con las ramas y otros obstáculos y por consecuente sufriendo muchas fracturas en los huesos. Los Gavilanes viven en esta cueva			

por familia son 2 padres y tres bebés.

En la Hacienda "Jatumpamba" se encuentra una montaña llamada Ugchupamba, la cual posee en sus alturas una cueva donde viven gavilanes con sus hijos, se los puede observar en su hábitat. La mejor época del año para poderlos observar es en el verano.

**13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- Caminatas hasta llegar a su cumbre
- Observación de los gavilanes

**14. HORARIOS**

8am a 5pm

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO**

Napoleón Nicolalde

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (visitantes nacionales)

**Fin de Semana** (visitantes nacionales y extranjeros)

**Feridos Largos** (visitantes nacionales y extranjeros)

**Vacaciones** (visitantes nacionales y extranjeros)

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

No hay empresas que operen en este sector

**20. ACTIVIDAD**

**21. CÓDIGO**

## 22.SERVICIOS:

- Estacionamiento:** Existe parqueadero para carros y camionetas alquiladas que cobran \$10 ida y vuelta.
  
- Comida
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar** por medio de un rotulo
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento

- Alquiler de material para realizar actividades
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
- Folletos informativos
- Teléfono celular de la Hacienda Jatumpamba**
- Pago con tarjeta de crédito
- Otros

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Posible migración de especies de gavilanes por visita masiva de turistas, al igual que se puede dar una contaminación por generación de desechos sólidos dejados en el lugar.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

La investigación realizada se la hizo a Napoleón Nicolalde

**25. OBSERVACIONES**

La montaña no ha tenido ningún tipo de explotación, por eso se mantiene el hábitat de los gavilanes.

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27.Fecha** 06-01-2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Bosque Primario los Eucaliptos	<b>2.FICHA N°</b> A006	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b> 002-003-005-006	
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Bosques	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, Hacienda "Jatumpamba"			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada 30 MIN. Para llegar al atractivo	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y media
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> En la Hacienda "Jatumpamba" existe un bosque secundario de eucaliptos el cual posee una gran variedad flora y fauna, posee diferentes senderos para llegar a la cúspide de la montaña donde se encuentra.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b>  -Caminatas  - Observación de animales			

<b>14. HORARIOS</b>  24 horas	<b>15. PRECIOS</b>  libre	<b>16. PROPIETARIO</b>  Napoleón Nicolalde  <b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>  <b>Semana</b> (turistas nacionales y extranjeros) <b>Fin de Semana</b> (turistas nacionales y extranjeros) <b>Feriados Largos</b> (turistas nacionales y extranjeros) <b>Vacaciones</b> (turistas nacionales y extranjeros)		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>  No hay empresas que operen en este sector		<b>20. ACTIVIDAD</b>    <b>21. CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Estacionamiento</b> (parqueadero público para carros pequeños)  <input type="checkbox"/> Comida  <input type="checkbox"/> Alojamiento  <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas		

- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna**
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público
  
- Pago con tarjeta de crédito
  
- Otros

<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar, desechos sólidos.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>		
Investigación realizada al señor Napoleón Nicolalde		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
El bosque no ha sido turísticamente visitado.		
<b>26. Ficha realizada por</b> Carolina Nicolalde		<b>27. Fecha</b> 06-01-2010
<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE</b>	<b>2. FICHA N°</b>	<b>3. FICHAS ASOCIADAS :</b>
Balneario de aguas termales la Calera	A007	
<b>4. CATEGORÍA</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>	
Sitios Naturales	Termas	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas		
<b>7. ACCESO</b>		
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>		
La Parroquia de San José de Minas cuenta con el Balneario de la Calera el cual es público, donde se puede disfrutar de las propiedades medicinales de los minerales que existen en sus aguas, donde van todas las personas de la comunidad a relajarse y a tomar un		

refrescante baño en sus aguas termales medicinales. Su entorno natural es lleno de vegetación propia del lugar como orquídeas, bromelias, rosas, entre otras, no se han hecho ninguna instalación, las mismas se encuentran en estado natural.

**13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- Las personas se pueden dar un refrescante baño con sus aguas medicinales

**14. HORARIOS**

24 horas

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO**

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** (turistas nacionales)

**Fin de Semana** (turistas nacionales)

**Feridos Largos** (turistas nacionales y extranjeros)

**Vacaciones** (turistas nacionales y extranjeros)

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

**22. SERVICIOS:**

**Estacionamiento** (publico para buses y carros pequeños)

- Comida
- Alojamiento
- Visitas Guiadas
- Talleres
- Rutas auto guiadas
- Señalización para llegar** (rótulos en la carretera)
- Señalización interna
- Limpieza y Recogida de basuras
- Servicios Higiénicos
- Seguridad, Mantenimiento
- Alquiler de material para realizar actividades
- Venta de souvenir, información sobre el recurso

<input type="checkbox"/> Folletos informativos  <input type="checkbox"/> Teléfono público  <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito  <input type="checkbox"/> Otros		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>  Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>  Investigación realizada a los pobladores de la Parroquia		
<b>25. OBSERVACIONES</b>  El Balneario es un lugar turístico poco visitado.		
<b>26.Ficha realizada por</b> Carolina Nicolalde		<b>27.Fecha</b> 06-01-2010
<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1.NOMBRE</b>  Balneario Saavi	<b>2.FICHA N°</b>  A008	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4.CATEGORÍA</b>  Sitios Naturales	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  Termas	

<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas.		
<b>7. ACCESO</b>		
<b>8. Desde:</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10. Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada ( 30 minutos hasta llegar al atractivo)
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La Parroquia de San José de Minas cuenta con el Balneario Saavi, posee sus aguas naturales y tiene un entorno natural el cual es privado, posee aguas termales, dicho balneario es alimentado también por el río Cubí.		
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b>		
- Los visitantes pueden darse un refrescante baño natural.		
<b>14. HORARIOS</b>  24 horas	<b>15. PRECIOS</b>  libre	<b>16. PROPIETARIO</b>  Pepe Saavedra
		<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>		
Semana (turistas nacionales y extranjeros)		
Fin de Semana (turistas nacionales y extranjeros)		
Feriados Largos (turistas nacionales y extranjeros)		
Vacaciones (turistas nacionales y extranjeros)		

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO****22. SERVICIOS:**

- Estacionamiento** (parqueadero público para carros pequeños)
- Comida** (platos típicos del lugar como las fritadas y caldo de gallina)
- Alojamiento
- Visitas Guiadas
- Talleres
- Rutas auto guiadas
- Señalización para llegar** (Rótulos en el camino)
- Señalización interna
- Limpieza y Recogida de basuras**

<input type="checkbox"/> <b>Servicios Higiénicos se puede acceder en el mismo lugar</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Seguridad, Mantenimiento</b> para las piscinas del lugar	
<input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades	
<input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso	
<input type="checkbox"/> Folletos informativos	
<input type="checkbox"/> Teléfono público	
<input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito	
<input type="checkbox"/> Otros (Dinero en efectivo)	
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar, estos son desechos sólidos	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>  Investigación realizada a los pobladores de la Parroquia	
<b>25. OBSERVACIONES</b>  El Balneario es un lugar turístico que está siendo explotado.	
<b>26.Ficha realizada por</b> Carolina Nicolalde	<b>27.Fecha</b> 06-01-2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Bosque protector de la Microcuenca del Río Cambugan		<b>2.FICHA N°</b> A009	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Sitios Naturales		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Bosques	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas.			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada ( 30 minutos hasta atractivo)	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La Parroquia de San José de Minas cuenta con el Bosque protector de la Microcuenca del Río Cambugan, el cual posee diversidad de flora y fauna, su principal atractivo son los centenarios árboles Podocarpus (olivos), cedros, robles, entre otros.			
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✧ CAMINATAS</li> <li>✧ FOTOGRAFÍA</li> </ul>			

<b>14. HORARIOS</b>  24 horas	<b>15. PRECIOS</b>  libre	<b>16. PROPIETARIO</b>   <b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>  Semana (turistas nacionales y extranjeros) Fin de Semana (turistas extranjeros) Feriados Largos (turistas nacionales y extranjeros) Vacaciones		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>  No hay empresas que operen en este sector		<b>20. ACTIVIDAD</b>    <b>21. CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS:</b>  <input type="checkbox"/> Estacionamiento (parqueadero publico)  <input type="checkbox"/> Comida  <input type="checkbox"/> Alojamiento  <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas		

- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público
  
- Pago con tarjeta de crédito
  
- Otros (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar, residuos sólidos.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación realizada a los pobladores de la Parroquia.

**25. OBSERVACIONES**

El Bosque es virgen porque no es muy explotado turísticamente.

**26. Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27. Fecha** 06-01-2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Parque Central de San José de Minas		<b>2.FICHA N°</b> A010	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b> :
<b>4.CATEGORÍA</b> Museos y Manifestaciones culturales e históricas		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Parques y Plazas	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas.			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada y Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  La Parroquia de San José de Minas cuenta con un hermoso Parque Central para acceder a este lugar las personas pueden guiarse por medio de la señalización que están en toda la carretera, el Estado del Parque esta reformado con la ayuda del municipio de Quito, con una vista espectacular hacia su santuario. En el Parque Central se encuentra diversidad de plantas ornamentales y árboles que embellecen su entorno, además se encuentra un busto			

del Mariscal Antonio José de Sucre donado por Venezuela en honor a la escuela Cumana perteneciente a la Parroquia.

**13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- ✧ DESCANSO
- ✧ FOTOGRAFIA
- ✧ RECREACION
- ✧ RECORRIDOS

**14. HORARIOS**

24 horas

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO**

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** ( Turistas nacionales)

**Fin de Semana** (turistas extranjero y nacional)

**Feriados Largos** (turistas extranjero y nacional)

Vacaciones

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

## 22.SERVICIOS:

- Estacionamiento** (publico)
- Comida** (autóctono del lugar como fritada entre otros)
- Alojamiento
- Visitas Guiadas
- Talleres
- Rutas auto guiadas
- Señalización para llegar
- Señalización interna
- Limpieza y Recogida de basuras
- Servicios Higiénicos
- Seguridad, Mantenimiento
- Alquiler de material para realizar actividades

Venta de souvenir, información sobre el recurso

Folletos informativos

Teléfono público

Pago con tarjeta de crédito

Otros (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación realizada a los pobladores de la Parroquia.

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27.Fecha** 06-01-2010

**FICHA DE ATRACTIVOS**

**1.NOMBRE**

Santuario de Nuestra Señora de la Caridad.

**2.FICHA N°**

A011

**3.FICHAS ASOCIADAS**

:

<b>4.CATEGORÍA</b> Museos y Manifestaciones culturales e históricas	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Lugares históricos
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas.	
<b>7.ACCESO</b> <b>8.Desde:</b> Quito <b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada <b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio <b>11.Tiempo:</b> 2 horas Camioneta alquilada	
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> <p>La Parroquia de San José de Minas posee el Santuario de Nuestra Señora de la Caridad, el cual fue construido en el año 1939, su estructura es tipo moderna colonial en su interior, comenzando la construcción con mingas de bueyes para acarrear piedras desde la Hacienda Anagumba y de otros sitios, varios años duró la construcción, una obra monumental para los pobladores, su unión y fuerza pudieron consolidar la majestuosa obra, terminándola en el lapso de veinte años que cuentan los pobladores. La iglesia se vuelve interesante por las leyendas que cuentan los pobladores de sus comienzos de construcción como la hicieron.</p>	

<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b>  ✧ Visita al Santuario de la Virgen de la Caridad. ✧ Fotografía ✧ Misas		
<b>14. HORARIOS</b>  Todos los días de 8am-4pm	<b>15. PRECIOS</b>  libre	<b>16. PROPIETARIO</b>   <b>17. PERSONA DE CONTACTO</b> Cura de la Parroquia
<b>18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>  <b>Semana</b> (turistas nacionales)  Fin de Semana  <b>Feriados Largos</b> (turistas nacionales y extranjeros)  Vacaciones:		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>  No hay empresas que operen en este sector	<b>20. ACTIVIDAD</b>	
<b>21. CÓDIGO</b>		
<b>22. SERVICIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Estacionamiento:</b> Publico		

- **Comida:** Platos típicos de la Parroquia como la fritada
  
- **Alojamiento** ( una hostería existe en la Parroquia)
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- **Señalización para llegar** (por medio de rótulos)
  
- **Señalización interna**
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso

<input type="checkbox"/> Folletos informativos  <input type="checkbox"/> <b>Teléfono público</b> de la iglesia  <input type="checkbox"/> Pago con tarjeta de crédito  <input type="checkbox"/> Otros (Dinero en efectivo)		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>  Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>  Cura párroco de la iglesia de San José de Minas		
<b>26.Ficha realizada por</b> Carolina Nicolalde		<b>27.Fecha</b> 06-01-2010
<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1.NOMBRE</b>  Piedra Gigante TolloIntag	<b>2.FICHA N°</b>  A012	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>  :
<b>4.CATEGORÍA</b>  Museos y Manifestaciones culturales e históricas	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  Lugares históricos	

<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, Hacienda "Jatumpamba"		
<b>7. ACCESO</b>		
<b>8. Desde:</b>	<b>9. Vía, tipo y estado:</b>	<b>10. Medio de acceso:</b>
Quito	En buen estado Pavimentada, Lastrada	En bus, Carro propio Camioneta alquilada
<b>11. Tiempo:</b> 2 horas y medio		
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La Leyenda de la piedra Gigantesca TolloIntag, los Incas venían trayéndola desde el Imbabura para colocarla en el Río Guayllabamba, dicha piedra media 20m de largo, era en forma de plancha, los Incas la alaban con grandes cadenas de oro, en ese tiempo se dio la llegada de los Españoles, entonces los Indios dejaron abandonando la piedra en la comunidad de Jatumpamba. Hoy en día se puede observar una pequeña meseta abierta de tierra, se dice que ahí está enterrada la piedra.		
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b> - Caminatas hacia la piedra gigantesca		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>
24 horas	libre	Napoleón Nicolalde
		<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>

**18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana (visitantes nacionales)**

Fin de Semana

**Feridos Largos** (visitante extranjero)

Vacaciones

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20.ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

**22.SERVICIOS:**

**Estacionamiento:** Publico

**Comida:** Platos realizados en la Hacienda "Jatumpamba"

Alojamiento

Visitas Guiadas

Talleres

Rutas auto guiadas

- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos:** Hacienda "Jatumpamba"
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público
  
- Pago con tarjeta de crédito
  
- Otros (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar, desechos sólidos

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Recopilación de datos al señor Napoleón Nicolalde

**25. OBSERVACIONES**

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27.Fecha** 06-01-2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Tolas de la Hacienda "Jatumpamba"		<b>2.FICHA N°</b> A013	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Museos y Manifestaciones culturales e históricas		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Yacimientos Arqueológicos	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, Hacienda "Jatumpamba"			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y medio
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  Las tolas y pirámide de Jatumpamba cuentan que se aliñaban con las tolas de Alance, Pirca, San Vicente de Tomacucho (otro sector de la Parroquia San José de Minas), estas eran sitios de observación, los mismos que se aliñaban con la montaña Catequilla, porque los Incas eran bastante avanzados en tecnología. Las tolas eran sitios de enterramiento para personas de jerarquía alta, estas tolas no han sido estudiadas por nadie, por eso no se saben la información de donde son las mismas.			

<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b>		
- Caminatas		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>
24 horas	Libre	Napoleón Nicolalde
		<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>		
Semana (turistas nacionales y extranjeros)		
Fin de Semana (turistas nacionales y extranjeros)		
Feriados Largos		
Vacaciones:		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20. ACTIVIDAD</b>	
No hay empresas que operen en este sector		
<b>21. CÓDIGO</b>		
<b>22. SERVICIOS:</b>		
<input type="checkbox"/> <b>Estacionamiento:</b> Publico		
<input type="checkbox"/> <b>Comida:</b> Platos realizados en la Hacienda "Jatumpamba"		

- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas** por los dueños de la propiedad
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos:** Hacienda “Jatumpamba”
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público

Pago con tarjeta de crédito

**Otros** (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Investigación realizada al señor Napoleón Nicolalde

**25. OBSERVACIONES**

Las tolas son un lugar aun no visitado turísticamente.

**26. Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27. Fecha** 06-01-2010

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> Trapiche de la Hacienda "Jatumpamba"		<b>2.FICHA N°</b> A014	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Museos y Manifestaciones culturales e históricas		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Lugares históricos	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas, Hacienda "Jatumpamba"			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada, Lastrada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas y medio
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> Anteriormente la Hacienda "Jatumpamba" se dedicaba a la molienda de caña durante todo el año, a la elaboración de panela con el pasar de los años y la escasez de mano de obra, pero todavía la conservan.			
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b> - Caminata			

- Observación de la molienda de la caña de azúcar		
<b>14.HORARIOS</b> 24 horas	<b>15. PRECIOS</b> libre	<b>16. PROPIETARIO</b> Napoleón Nicolalde  <b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
<b>18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>  Semana ( <b>turista nacional y extranjero</b> ) Fin de Semana Feriados Largos Vacaciones:		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>		<b>20.ACTIVIDAD</b>
No hay empresas que operen en este sector		
<b>21. CÓDIGO</b>		
<b>22.SERVICIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Estacionamiento:</b> Publico  <input type="checkbox"/> <b>Comida:</b> Platos realizados en la Hacienda "Jatumpamba"		

- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos:** Hacienda “Jatumpamba”
  
- Seguridad, Mantenimiento
  
- Alquiler de material para realizar actividades
  
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
  
- Folletos informativos
  
- Teléfono público

Pago con tarjeta de crédito

Otros (Dinero en efectivo)

### 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

### 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

Investigación al dueño de la propiedad

### 25. OBSERVACIONES

El trapiche es un lugar aun no visitado turísticamente.

26. Ficha realizada por Carolina Nicolalde

27. Fecha 06-01-2010

### FICHA DE ATRACTIVOS

#### 1. NOMBRE

Niño de Poguio

#### 2. FICHA N°

A015

#### 3. FICHAS

ASOCIADAS

#### 4. CATEGORÍA

Museos y Manifestaciones culturales

#### 5. TIPO Y SUBTIPO

Lugares históricos

e históricas			
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada	<b>10. Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada	<b>11. Tiempo:</b> 2 horas
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b>  Antiguamente en San José de Minas no tenían agua potable los pobladores, la gente se abastecía del agua para comer y beberla de un sitio cercano llamado el Poguio de Agua, donde fluía el agua para abastecer las necesidades, alguna vez hubo una gran sequía y el Poguio se seco y la gente imploró al niño Dios que los ayudara. Dice la leyenda que empezó a llorar el niño y a verter agua para la gente, por eso en la actualidad existe un Niño Divino en el Poguio de Agua.			
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:</b> - Caminata y visita al Poguio de agua.			
<b>14. HORARIOS</b> 24 horas	<b>15. PRECIOS</b> libre	<b>16. PROPIETARIO</b>	<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>

**18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

Semana

**Fin de Semana** (turistas nacionales y extranjeros)

Feridos Largos

Vacaciones:

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20.ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

**22.SERVICIOS:**

**Estacionamiento:** Publico

Comida

Alojamiento

Visitas Guiadas

Talleres

Rutas auto guiadas

Señalización para llegar

- Señalización interna
- Limpieza y Recogida de basuras
- Servicios Higiénicos: Públicos
- Seguridad, Mantenimiento
- Alquiler de material para realizar actividades
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
- Folletos informativos
- Teléfono público
- Pago con tarjeta de crédito
- Otros** (Dinero en efectivo)

### **23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>			
<b>25. OBSERVACIONES</b> El Poguio de Agua aun no es un lugar turísticamente visitado.			
<b>26.Ficha realizada por</b> Carolina Nicolalde			<b>27.Fecha</b> 06-01-2010
<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE</b> La Santísima virgen de la Caridad		<b>2.FICHA N°</b> A016	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Museos y Manifestaciones culturales e históricas		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Lugares históricos	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas			
<b>7.ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada	<b>11.Tiempo:</b> 2 horas

**12. DESCRIPCIÓN:** Cuenta la leyenda que la primera iglesia de la Parroquia de San José de Minas, tenía un oratorio en las cercanías de las minas de piedra, cal, azogue y arena; como también se presume existió minas de oro, en la Hcda. De Irubí existía una imagen de la Santísima Virgen de la Caridad, en vista de que se construyó la iglesia de San José de Minas, los feligreses decidieron llevarla a la iglesia de la Parroquia. La leyenda dice que la virgen no se enseñaba en la nueva iglesia y que regresaba a la capilla antigua. Por tres ocasiones la regresaron a la Parroquia de San José de Minas, a la tercera vez la encadenaron para que no se vuelva a ir; dentro de los milagros cuentan que los pobladores (había una invasión de miles de ratas, estaban acabando las cosechas de maíz, la gente se encomendó a la virgencita, que llegó a terminar con esta plaga).

**13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- Caminata y visita a la Santísima Virgen de la Caridad

**14. HORARIOS**

24 horas

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO**

**17. PERSONA DE CONTACTO**

**18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

**Semana** ( turistas nacionales y extranjeros)

Fin de Semana

Feridos Largos

Vacaciones:

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO****22. SERVICIOS:**

- Estacionamiento:** Publico
  
- Comida
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras

- Servicios Higiénicos: Públicos
- Seguridad, Mantenimiento
- Alquiler de material para realizar actividades
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
- Folletos informativos
- Teléfono público
- Pago con tarjeta de crédito
- Otros** (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Robalino Coba, José María. "Historia de San José de Minas", Sociedad Amigos de la Genealogía, Quito, Volumen 2, Septiembre 24 de 1993

**25. OBSERVACIONES**

La Santísima Virgen de la Caridad aun no es un lugar turísticamente visitado.

**26. Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27. Fecha** 06-01-2010

## FICHA DE ATRACTIVOS

<b>1.NOMBRE</b> Fundación de San José de Minas	<b>2.FICHA N°</b> A017	<b>3.FICHAS</b> <b>ASOCIADAS</b>
<b>4.CATEGORÍA</b> Acontecimientos Programados	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Fiestas Populares	
<b>6. UBICACIÓN:</b> En la Parroquia de San José de Minas		
<b>7.ACCESO</b>		
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> En buen estado Pavimentada	<b>10.Medio de acceso:</b> En bus, Carro propio Camioneta alquilada
		<b>11.Tiempo:</b> 2 horas
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La Fundación de San José de Minas es el 14 de Septiembre: fiestas de Parroquialización, sus principales eventos son: pregón bailable, entrada de la chamiza, elección y coronación de la reina, novena, eucaristía, posta atlética Quito - San José de Minas, festival de la canción nacional el Morochillo de Oro, albazo mineño, mañana cultural, apertura de la expo-feria agrícola-artesanal, desfile procesional del chagra, toros populares, gran concurso de gallos.		

**13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:**

- bailes populares
- recreación
- disfrute desfiles
- gastronomía típica
- fotografía

**14. HORARIOS**

24 horas

**15. PRECIOS**

libre

**16. PROPIETARIO****17. PERSONA DE CONTACTO****18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

Semana

Fin de Semana

**Feriodos Largos** (turistas nacionales y extranjeros)

Vacaciones:

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD**

No hay empresas que operen en este sector

**21. CÓDIGO**

## 22.SERVICIOS:

- Estacionamiento:** Publico
  
- Comida:** Platos típicos de San José de Minas como cuy con papas, camote, Pepa de zambo (zarza), choclo, habas, fritada y mote.
  
- Alojamiento
  
- Visitas Guiadas
  
- Talleres
  
- Rutas auto guiadas
  
- Señalización para llegar
  
- Señalización interna
  
- Limpieza y Recogida de basuras
  
- Servicios Higiénicos: Públicos
  
- Seguridad, Mantenimiento

- Alquiler de material para realizar actividades
- Venta de souvenir, información sobre el recurso
- Folletos informativos
- Teléfono público** del pueblo
- Pago con tarjeta de crédito
- Otros (Dinero en efectivo)

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

Por contaminación (basura no degradable) dejada en el lugar.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Robalino Coba, José María. "Historia de San José de Minas", Sociedad Amigos de la Genealogía, Quito, Volumen 2, Septiembre 24 de 1993

**25. OBSERVACIONES**

**26.Ficha realizada por** Carolina Nicolalde

**27.Fecha** 06-01-2010

## EMPRESAS DE GASTRONOMÍA

<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Restaurante Don Ruiz ; Calles: Segundo Aguirre y 9 de Octubre (P. San José de Minas)	<b>2.Ficha N°</b> G001	<b>3.Fichas Asociada</b>
<b>4. Fono:</b> 2 302-605	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>
<b>7.Opera desde:</b> hace 3 años		
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda Categoría		
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u>Núcleo de población</u> Carretera <input type="checkbox"/>		
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u>Edificio moderno</u> <input type="checkbox"/>		
<b>11.CAPACIDAD</b>		
Capacidad Restaurante	40 personas	
Capacidad salones		
Capacidad Terraza		
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b> <input type="checkbox"/> <b>Restaurante con especialidades locales</b> (cuy con papas, camote, Pepa de zambo)		

(zarza), choclo, habas, fritada y mote)

- Restaurante cocina internacional
- Bar
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago: en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

3 personas : no son profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (nacionales)

Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18. Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

<b>EMPRESAS DE GASTRONOMÍA</b>										
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Restaurante-Marisquería, Chef Guss Calles: Rigoberto Herrera (P. San José de Minas)	<b>2.Ficha</b>  <b>Nº</b>  G002	<b>3.Fichas</b>  <b>Asociada</b>								
<b>4. Fono:</b> 2 302-610	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>								
<b>7.Opera desde:</b> 1 año										
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b>  Segunda Categoría										
<b>9. Ubicación :</b>  Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>										
<b>10. Tipo de edificio:</b>  Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>										
<b>11.CAPACIDAD</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 30%; height: 25px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Restaurante</td> <td style="padding: 5px;">60 personas</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad salones</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </table>					Capacidad Restaurante	60 personas	Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	60 personas									
Capacidad salones										
Capacidad Terraza										
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Restaurante con especialidades locales y mariscos</b> (cuy con papas, camote, Pepa de zambo (zarza), choclo, habas, fritada y mote, ceviches).										

- Restaurante cocina internacional
- Bar
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

5 personas, no profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (turista nacional)

Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:**

06-01-2010

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA										
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Restaurante Rincón del Jagualla Calles: 9 de Octubre (P. San José de Minas)		<b>2.Ficha N°</b> G003								
<b>3.Fichas</b> Asociada										
<b>4. Fono:</b> 2 302-608	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>								
<b>7.Opera desde:</b> 4 años										
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda categoría										
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u>Núcleo de población</u> Carretera <input type="checkbox"/>										
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> <u>Edificio con estilo tradicional</u> <input type="checkbox"/> Edificio moderno <input type="checkbox"/>										
<b>11.CAPACIDAD</b>										
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>30 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad salones</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td> </td> </tr> </table>					Capacidad Restaurante	30 personas	Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	30 personas									
Capacidad salones										
Capacidad Terraza										
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>										
<input type="checkbox"/> <b>Restaurante con especialidades locales</b> _(cuy con papas, camote, Pepa de zambo										

(zarza), choclo, habas, fritada y mote).

- Restaurante cocina internacional
- Bar
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

4 personas no profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (turistas nacionales)

Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-

01-2010

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA											
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Heladería y Pastelería Pasti Pan Calle: 24 de Mayo (P. San José de Minas)		<b>2.Ficha N°</b> G004	<b>3.Fichas</b> <b>Asociada</b>								
<b>4. Fono:</b> 2 302-608	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>									
<b>7.Opera desde:</b> 4 años											
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda categoría											
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>											
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>											
<b>11.CAPACIDAD</b>											
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>10 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad salones</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td> </td> </tr> </table>						Capacidad Restaurante	10 personas	Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	10 personas										
Capacidad salones											
Capacidad Terraza											
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>  <input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar											

- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago: en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

1 persona no profesional

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana (turistas nacionales)**
- Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA			
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Bar Cebichería San Vicente Calle: Hermógenes Herrera y 24 de Mayo (P. San José de Minas)		<b>2.Ficha N°</b> G005	<b>3.Fichas</b> <b>Asociada</b>
<b>4. Fono:</b> 2 302-600	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>	
<b>7.Opera desde:</b> 7 años			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda categoría			
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>			
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>			
<b>11.CAPACIDAD</b>			
Capacidad Restaurante	30 personas		
Capacidad salones			
Capacidad Terraza			
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>			

- Restaurante:** Almuerzos y ceviches
- Restaurante cocina internacional
- Bar** (cervezas y vinos)
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

7 personas no habido capacitaciones, no profesional

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
  
- Semana

Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-

01-2010

## EMPRESAS DE GASTRONOMÍA

<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Picantería Centro Calle: Gabriel García Moreno (P. San José de Minas)		<b>2.Ficha N°</b> G006	<b>3.Fichas</b> <b>Asociada</b>										
<b>4. Fono:</b> 2 302-605	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>											
<b>7.Opera desde:</b> 3 años													
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda categoría													
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>													
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio con estilo tradicional</b></u> <input type="checkbox"/> Edificio moderno <input type="checkbox"/>													
<b>11.CAPACIDAD</b>													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; height: 20px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad</td> <td style="padding: 5px;">24 personas</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Restaurante</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad salones</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </table>						Capacidad	24 personas	Restaurante		Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad	24 personas												
Restaurante													
Capacidad salones													
Capacidad Terraza													
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>													
<input type="checkbox"/> <b>Restaurante:</b> Encebollados y Almuerzos <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar (cervezas y vinos) <input type="checkbox"/> Estacionamiento													

- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

5 personas no habido capacitaciones, no profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (turista nacional)
- Semana Santa
- Ferriados** (turista nacional y extranjero)

Navidad

Verano

**15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18. Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

## EMPRESAS DE GASTRONOMÍA

**1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:** Fritadería Lupita

Calle: Gabriel García Moreno y Rigoberto

Herrera (P. San José de Minas)

**2.Ficha N°**

G007

**3.Fichas**

**Asociada**

**4. Fono:** 2 302-611

**5.e-mail**

**6.Web**

**7.Opera desde:** 8 años

### 8. TIPO Y CATEGORÍA

Segunda Categoría

### 9. Ubicación :

Aislado

Núcleo de población

Carretera

### 10. Tipo de edificio:

Edificio histórico

Edificio con estilo tradicional

Edificio moderno

### 11.CAPACIDAD

Capacidad	40 personas
Restaurante	
Capacidad	
salones	
Capacidad	
Terraza	

### 12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

- Restaurante:** Almuerzos y Fritadas con Choclo y Pinchos
- Restaurante cocina internacional
- Bar
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

3 personas no habido capacitaciones, no profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana

**Semana** (turista nacional)

Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

<b>EMPRESAS DE GASTRONOMÍA</b>		
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Daniel's Burguer Calle: 24 de Mayo (P. San José de Minas)	<b>2.Ficha N°</b> G008	<b>3.Fichas Asociada</b>
<b>4. Fono:</b> 2 302-607	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>
<b>7.Opera desde:</b> 2 años		
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b>  Segunda categoría		
<b>9. Ubicación :</b>  Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>		
<b>10. Tipo de edificio:</b>  Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>		
<b>11.CAPACIDAD</b>		
Capacidad Restaurante	24 personas	
Capacidad salones		
Capacidad Terraza		
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Restaurante:</b> Almuerzos, Caldo de Patas, Seco de Pollo, entre otros  <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional		

- Bar
- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

5 personas no habido capacitaciones, no profesionales

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana
- Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

<b>EMPRESAS DE GASTRONOMÍA</b>										
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Picantería Lucita Calle: 9 de Octubre (P. San José de Minas)	<b>2.Ficha N°</b> G009	<b>3.Fichas Asociada</b>								
<b>4. Fono:</b> 2 302-601	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>								
<b>7.Opera desde:</b> 2 años										
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Primera categoría										
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>										
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>										
<b>11.CAPACIDAD</b>										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; height: 20px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Restaurante</td> <td style="padding: 5px;">20 personas</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad salones</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </table>					Capacidad Restaurante	20 personas	Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	20 personas									
Capacidad salones										
Capacidad Terraza										
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>										
<input type="checkbox"/> <b>Restaurante:</b> Encebollados y fritadas al gusto <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Estacionamiento										

- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

4 personas no habido capacitaciones, no profesional

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana
- Semana Santa
- Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA												
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Picantería El Buen sabor Calle: 24 de Mayo (P. San José de Minas)		<b>2.Ficha N°</b> G010										
<b>3.Fichas Asociada</b>												
<b>4. Fono:</b>	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>										
<b>7.Opera desde:</b> 1 año												
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda Categoría												
<b>9. Ubicación :</b> <b>Aislado</b> <input type="checkbox"/> Núcleo de población                      Carretera <input type="checkbox"/>												
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <b>Edificio moderno</b> <input type="checkbox"/>												
<b>11.CAPACIDAD</b>												
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad</td> <td>24 personas</td> </tr> <tr> <td>Restaurante</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad salones</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td> </td> </tr> </table>					Capacidad	24 personas	Restaurante		Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad	24 personas											
Restaurante												
Capacidad salones												
Capacidad Terraza												
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>												
<input type="checkbox"/> <b>Restaurante:</b> Encebollados <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar												

- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago:** en efectivo
- Otros

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

5 personas, no profesionales, no habido capacitaciones

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (turistas nacionales)
- Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

<b>EMPRESAS DE GASTRONOMÍA</b>										
<b>1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> Restaurante El Chaparral Calle: Segundo Aguirre (P. San José de Minas)	<b>2.Ficha N°</b> G011	<b>3.Fichas Asociada</b>								
<b>4. Fono:</b> 2 302-615	<b>5.e-mail</b>	<b>6.Web</b>								
<b>7.Opera desde:</b> 15 años										
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Segunda Categoría										
<b>9. Ubicación :</b> Aislado <input type="checkbox"/> <u><b>Núcleo de población</b></u> Carretera <input type="checkbox"/>										
<b>10. Tipo de edificio:</b> Edificio histórico <input type="checkbox"/> Edificio con estilo tradicional <input type="checkbox"/> <u><b>Edificio moderno</b></u> <input type="checkbox"/>										
<b>11.CAPACIDAD</b>										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; height: 20px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Restaurante</td> <td style="padding: 5px;">40 personas</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad salones</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </table>					Capacidad Restaurante	40 personas	Capacidad salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	40 personas									
Capacidad salones										
Capacidad Terraza										
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>  <input type="checkbox"/> <b>Restaurante:</b> Almuerzos, fritadas, Lomos de Res a la Parrilla y de Cerdo entre otros <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar										

- Estacionamiento
- Comida para llevar
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros auxilios
- Formas de pago: en efectivo
- Otros

---

### **13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

5 personas no habido capacitaciones

---

### **14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

- Fines de semana
- Semana** (turistas nacionales y extranjeros)
- Semana Santa

Feriados

Navidad

Verano

**15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

Boca oreja

A través de operadora (cuáles)

De hoteles y hosterías

Promoción directa propia

Página Web

Reservan con anticipación

Reservan por  teléfono o  Internet

Otros

Medio de transporte

**18.PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

Todo el año

Temporal (indicar época)

**19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

**(permisos, registros y/o licencias)**

- Permiso de sanidad, RUC.

**18.Ficha realizada por:** Carolina Nicolalde

**19 Fecha:** 06-01-2010

## CONSTITUCIÓN LEGAL DE Agro-Jatumpamba

La empresa será constituida a manera de una compañía de responsabilidad Limitada, esto debido a que iniciará como una microempresa.

### **Pasos:**

1. Nombre

2. Agroturismo Jatumpamba Cía. Ltda.

3. Número mínimo y máximo de socios.

La empresa estará constituida hasta por 6 socios.

4. Capital Mínimo.

El capital es constituido por \$ 205491,07 aportado en partes iguales por los socios participantes. Dichos socios son donadores de un porcentaje económico que constituye los \$ 12592,61 esto produce que el proyecto tenga financiamiento propio.

5. Superintendencia de compañías.

Elevar la minuta a escritura pública

6. Solicitud de aprobación

Presentar tres copias certificadas de la escritura de constitución de compañía al Superintendente de Compañías o su delegado, y adjuntar la solicitud suscrita por el abogado requiriendo el contrato constitutivo.

7. Registro mercantil.

Estatuto elevado a escritura pública; nombramiento del representante legal y Registrar los bienes muebles.

8. SRI y Permisos.

RUC

Permisos de municipio.

**Constitución de la Compañía Ilimitada**  
**“Agroturismo Jatumpamba”**

Celebrada por Carolina Gabriela Nicolalde Romero

**Clausula primera.- Comparecientes.**

En la ciudad de Quito a los 20 días de Agosto del 2010, comparecen a la celebración y otorgamiento de la escritura pública la señorita: Carolina Gabriela Nicolalde Romero, de estado civil soltera, de profesión Ingeniera en Administración Hotelera y Turística, siendo mayor de edad, hábil para contratar y obligarse por sus propios derechos, domiciliada en Quito, Provincia de Pichincha, expresa su voluntad de constituir una compañía limitada “Agro-Jatumpamba” la misma que se registrará por las leyes de la República del Ecuador y por los estatutos que constan en las siguientes clausulas:

**Clausula segunda.- Declaración de voluntad:**

Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hace, una compañía de Responsabilidad Limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

**Clausula Tercera.- Estatuto Social de la Compañía:**

**TÍTULO I.- DEL NOMBRE, DURACIÓN, DOMICILIO Y OBJETO SOCIAL.-**

**ARTICULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN Y DURACIÓN.-** La Compañía que se constituye por este acto se denomina “Agroturismo Jatumpamba Cia. Ltda.”. El plazo de duración de la Compañía es de treinta años contados a partir de la fecha de inscripción de la presente escritura en el Registro Mercantil, el mismo que podrá ser prorrogado o reducido de acuerdo a la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO: el domicilio principal de la Compañía será la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha en la Parroquia San José de Minas, comunidad Jatumpamba y realizando la actividad dentro de la comunidad de Jatumpamba.

ARTÍCULO TERCERO.- OBJETO SOCIAL: La Compañía que se constituye por este acto tendrá como objeto social el siguiente: a) Brindar el servicio agro turístico en medio de la naturaleza , según la necesidad de los clientes; b) Podrán los turistas realizar actividades agro-turísticas que se encuentren dentro de los paquetes c) Los turistas podrán llevarse los frutos que cosechen, previa su compra; d) Se contará con alimentación para los turistas; e) los turistas podrán quedarse a pernoctar dependiendo del paquete agro turístico; f) Se contará con una sala de interpretación para los turistas que deseen inducirse al mundo agro-turístico; g) Todos los materiales que se necesitaran para la siembra y cosecha serán provistos por la misma Hcda. La Compañía para el cumplimiento de su objetivo podrá realizar toda clase de actos civiles o de comercio o convenios en cuanto sea necesario y conveniente para cumplir con el objeto social determinado en los Estatutos. Además la compañía tendrá la capacidad amplia y suficiente de que gozan los sujetos de derechos de conformidad con las leyes, pudiendo ejecutar cualquier otra operación, acto o negocio jurídico y celebrar toda clase de contratos, sean civiles, mercantiles de cualquier naturaleza sobre bienes muebles e inmuebles, que estén relacionados con los intereses y fines de la sociedad, pudiendo inclusive participar como accionista de otras sociedades anónimas, o como socia de compañías de responsabilidad Limitada.

## **TITULO II.- DEL CAPITAL SOCIAL.-**

ARTÍCULO CUARTO.- CAPITAL SOCIAL, PARTICIPACIONES E INTEGRACIÓN.- el capital social de la Compañía es de VEINTE UN MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y SEIS MIL, DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$21,866,00) dividido

en veinte mil participaciones sociales del valor nominal de un dólar cada una, las mismas que se encuentra íntegramente suscritas y pagadas. Las participaciones sociales son iguales, acumulativas e indivisibles y no podrán estar representadas en título negociables. La compañía entregará a casa socio un certificado de aportación en el que necesariamente constará el carácter de no negociable y el número de participaciones que por su aporte le corresponden al socio.

ARTÍCULO QUINTO.- DE LA TRASNFERENCIA DE PARTICIPACIONES.- Las participaciones que tiene el socio de esta Compañía son Transferibles por acto entre vivos, transferibles por herencia, en el primer caso en beneficio de otro u otros socios de la Compañía o de terceros si obtuvieron el consentimiento del capital social, estando a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

ARTÍCULO SEXTO.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.- Si se acordare un aumento del capital, los socios tendrán derecho preferente para suscribirlo e proporción a sus aportes sociales y no se podrá tomar resoluciones encaminadas a reducir el capital si ellos implicara la devolución a los socios de la parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.- Los socios tienen los siguientes derechos: a) A percibir los beneficios sociales que les correspondan a prorrata de las participaciones pagadas; b) A suscribir los aumentos de capital que se acordaren en estricta proporción a sus participaciones sociales; c) A participaciones sociales; d) A ser preferidos para la adquisición de las participaciones sociales correspondientes a otros socios, a prorrata de sus participaciones sociales; e) que, en caso de liquidación de la compañía, el remanente del patrimonio social, una vez cumplidas las obligaciones sociales, sea distribuido en estricta proporción a sus participaciones sociales; y, f) Los demás derechos que les confieren a los socios la Ley de

Compañías y este Estatuto. En cuanto a las obligaciones y responsabilidades de los socios, se estará a lo que se establece al respecto en la Ley de Compañías.

**TITULO III.- DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-**

**ARTÍCULO OCTAVO.- NORMA GENERAL.-** La Compañía estará gobernada por la Junta General de Socios que es el máximo organismo y administrada por el Gerente General.

**ARTÍCULO NOVENO.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La Junta General de Socios es la máxima autoridad de la Compañía. Se reunirá ordinariamente dentro de los tres primeros meses posteriores a la finalización de cada ejercicio económico y extraordinariamente en cualquier época cuando fuere convocada. Tanto las juntas ordinarias como las extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la Compañía, previa convocatoria y solo podrán tratar sobre asuntos puntualizados en la misma.

**ARTÍCULO DÉCIMO.- CONVOCATORIA Y CONCURRENCIA.-** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Gerente General. La convocatoria se realizará mediante comunicación escrita y firmada por el Gerente General a cada uno de los socios, con ocho días por lo menos a la fecha fijada para la reunión. En tales ocho días no se contará ni el de la convocatoria ni el de la realización de la junta. Los socios podrán concurrir a la junta personalmente o por medio de un representante. En caso de enviar representante, este deberá comparecer con una carta de poder para cada junta, a no ser que ostente poder legal.

**ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- QUÓRUM Y RESOLUCIONES.-** Para que la Junta pueda instalarse a deliberar válidamente en primera convocatoria será necesario que los concurrentes a ella representen más de la mitad del capital social. En segunda convocatoria, la junta se instalará con el número de socios asistentes, sea cual fuere el porcentaje de capital social que dicho número represente. Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios presentes en la Junta. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- JUNTAS UNIVERSALES.- No obstante lo dispuesto en artículos anteriores, la Junta se entenderá válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente la totalidad del capital pagado de la Compañía, correspondiéndoles a los asistentes suscribir el acta bajo sanción de nulidad, siempre que todos los socios estén de acuerdo en la celebración de la junta.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- DIRECCIÓN Y ACTAS.- Las juntas generales serán dirigidas por el Gerente general, y, en su falta, si así lo resolviere la Junta General, será dirigida por uno de los socios designados por la propia Junta; y, actuará de Secretario el Administrador o, si así se acordare, el socio elegido por la misma Junta. El acta de las deliberaciones y acuerdos de las Juntas Generales llevarán las firmas del gerente General y del secretario de la Junta. Si se tratare de junta Universal, el acta deberá ser suscrita además por todos los socios. De cada Junta se formará un expediente, conforme a lo previsto en la ley de Compañías. Las actas de las Juntas Generales serán llevadas en hojas móviles, escritas legiblemente (a máquina) en el anverso y en el reverso, foliadas con numeración continuada, sucesiva y rubricada una a una por el secretario.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL.- Son atribuciones de la Junta General: a) Nombrar al Gerente General y fijar sus remuneraciones; b) Acordar la remoción del Gerente General; c) Aprobar las cuentas y los balances, así como los informes del Gerente General; d) Consentir en la cesión de las participaciones sociales y en la admisión de nuevos socios; e) Decidir acerca del aumento o disminución del capital social, la prórroga del contrato social y en general todas las modificaciones del Estatuto Social; f) Autorizar la compra y venta de bienes inmuebles y la constitución de gravámenes sobre los mismos; g) Resolver acerca de todos los asuntos relativos a los negocios sociales y tomar las decisiones que juzgue conveniente en defensa

de los intereses de la Compañía; j) Autorizar al Gerente General para que otorguen poderes generales o especiales; k) Autorizar al Gerente General para que obtenga préstamos a nombre de la Compañía, préstamos que pueden solicitarse a cualquier entidad o persona jurídica nacional o extranjera; l) Autorizar la suscripción de contratos cuando estos superen el monto de cinco mil dólares.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.- DEL GERENTE GENERAL Y SUS ATRIBUCIONES.- El Gerente General será designado por la Junta General de Socios, pudiendo ser socio o no de la Compañía. Dura tres años en el cargo y podrá ser reelegido indefinidamente. Son atribuciones del Gerente General: a) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía; b) Convocar a Junta General ordinaria o extraordinaria de socios; c) Actuar de Secretario en la reuniones de la Junta General de socios; d) Suscribir certificados de aportación y las actas de las juntas generales cuando actúe de secretario; e) Cuidar que se lleve en forma adecuada la contabilidad de la Compañía; f) Entregar a la Junta General una memoria anual razonada acerca de la situación de la Compañía, acompañada del balance y del estado de pérdidas y ganancias; g) Cuidar y responder de los bienes y valores así como también de los activos de la Compañía; h) Contratar empleados y fijar sus remuneraciones, sin necesidad de autorización de la Junta General, si la remuneración no excede diez salarios mínimos vitales mensuales, o con autorización de esta si la remuneración excediere de esta cantidad y dar por terminador dichos contratos, cuando fuere el caso; i) Pedir autorización a la junta General para vender o gravar los inmuebles de ellas; j) El Gerente General está autorizado a suscribir con su sola firma cheques por un monto de hasta tres mil dólares y para el caso de montos superiores, con la firma conjunta del socio; k) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- REPRESENTACIÓN LEGAL.- La compañía estará representada legal, judicial y extrajudicialmente por su Gerente General. Esta

representación faculta para realizar gestiones, actos y contratos relacionados al giro o tráfico de la compañía, con las limitaciones establecidas en la Ley de Compañías y en este estatuto social.

**ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.- DE LAS UTILIDADES Y FONDO DE RESERVA.-** Las utilidades obtenidas en cada año se distribuirán de acuerdo con la Ley o a la forma como determine la Junta General de Socios. La Compañía formará un fondo de reserva hasta que alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social, segregando de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento de cada ejercicio económico.

#### **TÍTULO IV.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-**

**ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-** Además de las causas legales, la Compañía podrá disolverse anticipadamente en cualquier tiempo si así lo resolviere la Junta General de socios. En caso de disolución y liquidación de la Compañía, no habiendo oposición, asumirá las funciones de liquidador el gerente General; pero, de existir oposición, la Junta General nombrará uno o más liquidadores y señalará sus atribuciones y deberes. Tanto la disolución como la liquidación se efectuarán conforme a lo establecido en la sección XUU de la Ley de Compañías y su respectivo reglamento.

#### **CLAUSULA CUARTA.- CLAUSULA ARBITRAL.-**

**ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.-** En caso de controversia entre los socios, y la compañía, en la constitución, ejecución del contrato social, la liquidación o disolución de la compañía, estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

<b>RESPONSABL</b>		
E: Carolina Nicolalde		
<b>PESO DE LA PREPARACIÓN: 220g</b>		
<b>NÚMERO DE PORCIONES: 1</b>		
<b>Sopa de Pollo</b>		

AREA OPERATIVA					AREA ADMINISTRATIVA						
INGREDIENT	U. MEDIDA	CANTIDAD	MISE EN PLACE	PREPARACIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO/MIN	SUELDO	U. MEDIDA	CANTIDAD	P.V. P	COST O IMP
Pollo troceado	gr	200,00	Lavar pollo	Poner trozos	Ayudante de cocina	1	240,00	gr	454,00	2	0,88
Cebolla	gr	15,00	Picar cebollas	Poner cebolla en la sopa	Ayudante de cocina	1	240,00	gr	454,00	0,25	0,01
Zanahoria	unidades	1,00	Corte Brunoise	Poner en la olla el corte de zanahoria	Ayudante de cocina	0,5	240,00	unidades	1,00	0,3	0,30

Hierbas	gr	20,00	Lavado y picado	Poner el corte de hierbas en la olla	Ayudante de cocina	1	240,00	gr	454,00	0,25	0,01
Sal	gr	1,00		Mezclar con la sopa	Ayudante de cocina	0,3	240,00	gr	454,00	0,8	0,00
Papas	gr	100,00	Picar papas	Poner en la sopa	Ayudante de cocina	3	240,00	gr	454,00	0,8	0,18
Agua	cc	100,00	Colocar agua en olla	Hervir el agua	Ayudante de cocina	5	240,00	cc	250,00	5	2,00
<b>SUBTOTAL MAT. PRIMA</b>											3,38
<b>3% VARIOS (10% CIF)</b>											5,09
<b>TOTAL</b>											4,63
<b>TOTAL COSTO M.P</b>											5,09
<b>MANO DE OBRA</b>											1,25
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION (30%)</b>											6,87
<b>TOTAL COSTO</b>											6,87

<b>RESPONSABLE:</b>		
Carolina Nicolalde		
<b>PESO DE LA PREPARACIÓN: 220g</b>		
<b>NÚMERO DE PORCIONES: 1</b>		
<b>Fritada</b>		

AREA OPERATIVA						AREA ADMINISTRATIVA					
INGREDIENT	U. MEDIDA	CANTIDAD	MISE EN PLACE	PREPARACIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO /MIN	SUELDO	U. MEDIDA	CANTIDAD	P.V.P	COSTO IMP
Carne de cerdo	gr	300,00	Lavar carne de cerdo	Poner trozos en paila	Ayudante de cocina	1	240,00	gr	454,00	1	0,66
Maduros	unidades	3,00	Freír maduros	Sacar maduros	Ayudante de cocina	1	240,00	unidades	1,00	0,5	1,50
Papas	gr	400,00	Pelar papas	Freír papas	Ayudante de cocina	0,5	240,00	gr	454,00	0,6	0,53
Hierbas	gr	20,00	Lavar y picar	Poner el corte de hierbas en la olla del mote	Ayudante de cocina	1	240,00	gr	454,00	0,25	0,01
Sal	gr	2,00		Mezclar con la	Ayudante de	0,3	240,00	gr	454,00	0,5	0,00

				fritada	cocina						
Mote cocido	gr	100,00	Lavar mote	Hervir mote	Ayudante de cocina	3	240,00	gr	454,00	0,8	0,18
Ajo	unidades	5,00	Pelar ajos	Picar ajos	Ayudante de cocina	5	240,00	unidades	5,00	0,25	0,25
Agua	cc	200,00	Hervir agua	hervir agua	Ayudante de cocina	3	240,00	cc	250,00	3	2,40
<b>SUBTOTAL MAT. PRIMA</b>										5,53	
<b>3% VARIOS (10% CIF)</b>										7,46	
<b>TOTAL</b>										6,78	
<b>TOTAL COSTO M.P</b>										7,46	
<b>MANO DE OBRA</b>										1,25	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION (30%)</b>										10,07	
<b>TOTAL COSTO</b>										10,00	

