

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO
CULTURAL

CARRERA DE ADMINISTRACION Y DIRECCION DE
EMPRESAS HOTELERAS Y TURISTICAS

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE LA CREACION
DE UN PROYECTO ETNOAGROTURISTICO CON
OPCION DE VOLUNTARIADO EN LA ZONA DE
TULIPE AL NOROCCIDENTE DE QUITO**

REALIZADO POR:
NATALIA CAROLINA ACOSTA CASTELO

DIRECTOR:
Lcdo. EDUARDO CISNEROS

QUITO - ECUADOR

AÑO ACADEMICO 2007-2008

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo Acosta Castelo Natalia Carolina, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.



.....
Natalia Carolina Acosta Castelo

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN PROYECTO ETNOAGROTURISTICO CON OPCION DE VOLUNTARIADO EN LA ZONA DE TULIPE AL NOROCCIDENTE DE QUITO

Realizado por el alumno

NATALIA CAROLINA ACOSTA CASTELO

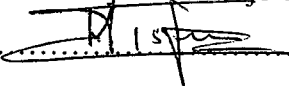
como requisito para la obtención del título de

INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS

ha sido dirigido por el profesor

Lcdo. EDUARDO CISNEROS

quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....

Dr. EDUARDO CISNEROS

Director

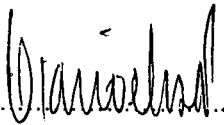
Los profesores informantes

Lcdo. FLAVIO COELLO, y

Lcdo. IGNACIO MANRIQUEZ

después de revisar el trabajo escrito presentado,

lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

.....

Lcdo. FLAVIO COELLO

.....

Lcdo. IGNACIO MANRIQUEZ

Quito, a 15 de septiembre de 2008

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado la sabiduría y el aliento necesario para seguir este camino.

A mi familia en especial a mi madre y a mi hermana por su apoyo a lo largo de todos estos años. A mi esposo por ser mi ayuda incondicional.

Al Decano de la facultad Ing. Rodrigo Irigoyen por su guianza a lo largo de la carrera, al Ing. Diego Arboleda por la continua dedicación a los alumnos y la carrera y a los profesores que me han llevado por este caminar hacia la culminación de mis metas académicas en especial al director de esta tesis Eduardo Cisneros por su dirección y valioso aporte.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación está orientado a propiciar una propuesta de desarrollo Turístico de la localidad de Tulipe , ubicada al Noroccidente de la provincia de Pichincha en la Parroquia Nanegalito a 48 km de la ciudad de Quito , tomando como herramienta principal de este emprendimiento al etnoagroturismo con el fin de aprovechar la basta riqueza cultural que existe en el sector como las piscinas , las tolas , los petroglifos y los culuncos cuyos constructores fueron los Yumbos , etnia indígena comerciantes por excelencia ,viajeros pacíficos preocupados por sobre todas las cosas de la preservación de la naturaleza y de lograr el bien común. Valorando a cada pueblo con quienes intercambiaban sus productos y respetando las diferencias, viéndolas como una oportunidad de crecimiento y aprendizaje mutuo y no como una amenaza. Tomando de la naturaleza lo que necesitaban conviviendo en armonía con ella.

Estos y muchos otros preceptos hacen parte de la cosmovisión de este pueblo que es nuestro legado. Un legado que debemos valorar y conocer.

Además del componente cultural Tulipe es un lugar apto para el desarrollo de la Agricultura tradicional y el manejo de especies de animales menores, bases de la vida rural. Propiciando la interrelación del turista con este modo de vida tranquilo y alejado de las preocupaciones y el bullicio de las grandes ciudades.

El proyecto de etnoagroturismo conjuga estos dos componentes en una oferta innovadora capaz de mejorar la vida de las personas apoyando al desarrollo del turismo en Tulipe generando fuentes de empleo para la localidad y atrayendo un flujo de turistas que benefician a la colectividad.

ABSTRACT

This research work is aimed at promoting tourism development proposals in the town of Tulipe, located in the Northwest province of Pichincha in the Parish Nanegalito to 48 km from Quito, taking as a tool for this endeavor to ethno agro tourism in order to take advantage of enough wealth that exists in the cultural sector as are the ceremonial pools, tolas, petroglyphs and culuncos whose builders were Yumbos, an indigenous ethnic group, traders par excellence, passengers and peaceful people concerned above all things for the preservation of nature and the achievement the common good.

They valued each of the different cultures with whom their products were exchanged and respecting their differences, seeing it as an opportunity for growth and mutual learning and not as a threat, taking from nature what they needed to live in harmony with it.

These and many other precepts are part of the worldview of people that this is our legacy. A legacy that we must evaluate and learn..

Besides the cultural component, Tulipe is a place suitable for the development of traditional agriculture and management of minor animal species animal species minors, foundations of rural life, fostering the interrelationship of tourists to this quiet lifestyle and away from bustle of big cities.

The draft ethno agroturism combines these two components in an innovative offert capable of improving people's lives by supporting the development of tourism in Tulipe generating jobs for the town and attracting an influx of tourists that benefit the community.

JUSTIFICACION

El proyecto etnoagroturístico nace con el fin de la creación de la creación de una oferta turística distinta en la zona de Tulipe que cuenta con atractivos culturales muy importantes y una gran biodiversidad que además de conocerlos el turista tenga la oportunidad de disfrutar del ambiente rural , y ser parte de las actividades de la vida del campo y cada uno de estos procesos , brindándole una experiencia distinta basada en la interrelación del turista con el medio ambiente y la riqueza cultural de la zona , Generando un mejor aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos y mejorando el desarrollo y la calidad de vida de las personas de la localidad.

OBJETIVOS

GENERAL

Determinar la manera en que el proyecto etnoagroturístico con opción de voluntariado puede incrementar el desarrollo turístico de la localidad de Tulipe

Específicos

- Determinar los antecedentes históricos de la zona de Tulipe.
- Analizar la biodiversidad de la zona , como recursos para el proyecto
- Determinar la situación actual del turismo en la zona de Tulipe.
- Analizar la situación del voluntariado en la zona de Tulipe y el Ecuador y si es factible incluirlo en el proyecto o no.
- Determinar la oferta que se debería brindar en el proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto etnoagroturístico.

INDICE

1.- CAPITULO 1	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.1.1 DEFINICION DEL TURISMO	1
1.1.2 HISTORIA DEL TURISMO	4
1.1.3 SITUACION Y DIAGNOSTICO DEL TURISMO Y EN EL ECUADOR	11
1.1.3.1 TURISMO RECEPTOR	11
1.1.3.2 TURISMO EMISOR:	12
1.1.3.3 TURISMO INTERNO	12
1.2 CLASIFICACION DEL TURISMO	15
1.2.1 EL AGROTURISMO	18
1.2.3 TURISMO ETNICO	21
1.2.3.1. TURISMO DE ETNIAS: LOS YUMBOS EN TULIPE	22
1.2.3.1.01 LAS TOLAS	23
1.2.3.1.02 PETROGLIFOS	25
1.2.3.1.03 LOS CULUNCOS	29
1.2.3.1.04 CENTROS CEREMONIALES	30
1.2.3.1.05 MATERIALES CULTURALES DE LA ETNIA	31
1.2.3.1.06 CERAMICA YUMBO DURANTE EL PERIODO FORMATIVO	32
1.2.3.1.07 CERAMICA YUMBO EN EL PERIODO DE INTEGRACION	33
1.2.3.1.08 MATERIAL LITICO	37
1.2.3.1.09 LA CONCHA SPONDYLUS	37
1.2.3.1.10 METALURGIA	37
1.2.3.1.11 TULIPE , VALLE SAGRADO	38
2 CAPITULO 2	40
2.1 ESTUDIO DE MERCADO	40
2.1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA:	40
2.1.2 MARCO TEORICO	41
2.1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO	42
2.1.4 DISEÑO DEL ESTUDIO	42

2.1.5 EJECUCION DE LA INVESTIGACION.....	43
2.1.5.1 RECOLECCION DE DATOS	43
2.1.5.2 FUENTES DE INFORMACION	44
2.1.5.2.1 FUENTE DE INFORMACION PRIMARIA.....	44
2.1.5.2.1.1 METODO DE OBSERVACION	45
2.1.5.2.1.2 METODOS DE COMUNICACIÓN	46
2.1.5.2.2 FUENTES SECUENDARIAS DE INFORMACION.....	46
2.1.5.2.2.1 BASE DE DATOS	46
2.1.5.2.2.2 CENSOS :.....	47
2.1.5.2.2.3 ENCUESTAS SECTORIALES : CAPTUR , MINTUR.....	47
2.1.6 TIPOS DE INVESTIGACIONES	48
2.1.6.1 INVESTIGACION CUALITATIVA	48
2.1.6.1.1 ESTUDIOS EXPLORATORIOS	48
2.1.6.1.1.1 INFORMACION SECUNDARIA	49
2.1.6.1.1.2 SONDEO	49
2.1.6.1.1.2.1 ENCUESTA DE SONDEO.....	50
2.1.6.1.1.2.1.1 DATOS DEL SONDEO TABULADOS.....	51
2.1.6.1.2 ESTUDIOS DE ORIENTACION	54
2.1.6.1.2.1 ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD.....	55
2.1.6.1.2.2 ESTUDIOS PROYECTIVOS	56
2.1.6.1.2.3 ESTUDIOS DE OBSERVACION	56
2.2.6.2 INVESTIGACION CUANTITATIVA	57
2.2.6.2.1 ENTREVISTA PERSONAL.....	57
2.2.6.2.1.1 ENTREVISTA CON EL ANTROPÓLOGO PATRICIO MONCAYO	58
2.2.6.3 PROCESAMIENTO DE DATOS	63
2.2.6.4 ANALISIS DE RESULTADOS.....	63
2.3 ANALISIS DE LA DEMANDA.....	64
2.3.1 AFLUENCIA ESPERADA DE DEMANDANTES	64
2.3.1.1 AFLUENCIA DE VIAJEROS	64
2.3.1.1.1 ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE LOS VIAJEROS.....	66
2.3.1.2 AFLUENCIA DE RESIDENTES LOCALES	67
2.3.1.2.1 ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA DE RESIDENTES LOCALES	68
2.3.2 PERFIL GENERAL DEL CONSUMIDOR A CAPTAR.....	68
2.3.2.1 PERMANENCIA	69

2.3.2.2 VARIABLES SOCIOECONOMICAS	70
2.3.2.3 VARIABLES GEOGRAFICAS :.....	71
2.3.2.3.1 I NGRESO DE EXTRANJEROS POR PAIS DE PROCEDENCIA.....	72
2.3.2.4 NIVELES DE EDUCACION.....	74
2.4. OFERTA.....	76
2.4.1 INVENTARIO DE LA OFERTA SUSTITUTIVA Y COMPLEMENTARIA POR PARROQUIAS.....	76
2.5 .INVESTIGACION Y ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	89
2.5.1 FORMAS DE COMERCIALIZACION:	94
2.6 PRODUCTO.....	94
2.6.1 ECOTURISMO	95
2.6.1.1 LA DEMANDA DEL ECOTURISMO.....	96
2.6.1.2 VOLUNTARIADO	98
3 CAPITULO 3	104
3.1 ESTUDIO LEGAL	104
3.1.1 REQUISITOS Y TRÁMITES PARA OBTENER PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO, PATENTES Y OTROS REGISTROS PARA ACTIVIDADES TURISTICAS.	104
3.1.1.1 TRAMITE PARA CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA	104
3.1.2 REGIMEN LABORAL A OBSERVARSE	107
3.1.3 INSCRIPCIÓN EN EL R.U.C.....	108
3.1.4 TRÁMITES Y REQUISITOS PARA OPERAR	109
3.1.4.1 PATENTES MUNICIPALES	109
3.1.5 AFILIACIÓN A LAS CÁMARAS DE LA PRODUCCION	112
3.1.5.1 AFILIACIÓN CÁMARAS DE TURISMO	114
3.1.6 PERMISO SANITARIO	115
3.1.6.1 CERTIFICADOS DE SALUD DE EMPLEADOS.....	117
3.1.7 LICENCIAS Y CERTIFICACIONES AMBIENTALES	117
3.1.8 OTRAS CONDICIONES Y SUS COSTOS	119
3.1.8.1 TASAS POR REGISTROS DE MARCAS Y PATENTES.....	119
3.1.9 PERMISOS PARA OPERAR	121
3.1.9.01 REGISTRO ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	121
3.1.9.02 LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LEY DE TURISMO)..	122
3.1.9.03 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO.....	124

3.1.9.04 CERTIFICADOS DE SALUD DE EMPLEADOS	124
3.1.9.05 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS.....	125
3.1.9.06 PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (INTENDENCIA DE POLICÍA).....	125
3.1.9.07 DERECHOS AUTORES Y COMPOSITORES	127
3.1.9.08 SECTOR ALOJAMIENTO.....	129
3.1.9.09.1 LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LEY DE TURISMO)	131
3.1.9.10 PUBLICIDAD EXTERIOR	132
3.1.9.10.1 IMPUESTO A LA RENTA.....	139
3.1.9.10.1 PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA	133
3.1.9.10.2 COMPETENCIA PARA EMITIR LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR	133
3.1.9.10.3 REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR	134
3.1.9.10.4 VIGENCIA DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD.....	137
3.1.9.11 REGIMEN TRIBUTARIO.....	138
3.1.9.11.2 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA).....	140
3.1.9.11.3 IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES (ICE).....	141
3.1.9.11.4 .IMPUESTOS MUNICIPALES	141
4 CAPITULO 4	143
4.1 ESTUDIO OPERATIVO	143
4.1.1 LOCALIZACION	143
4.1.2 INSTALACIONES.....	145
4.1.3 BIODIVERSIDAD DE TULIPE.....	146
4.1.3.1 FLORA	146
4.1.3.2 SUELOS	147
4.1.3.3 FAUNA	148
4.1.4 EL AGROTURISMO EN TULIPE.....	149
4.1.4.1 MANEJO DE CULTIVOS AGRICOLAS Y ESPECIES ANIMALES MENORES.....	149
4.1.5 SENDEROS	150
4.1.6 PERSONAL	152
4.1.6.1 ORGANIGRAMA DEL PERSONAL DE PLANTA	153
4.1.6.2 DESCRPCION DE FUNCIONES POR PUESTO DE TRABAJO	153
4.1.6.2.1 PERFILES DE CADA PUESTO	156

4.1.6.2.1.1 TITULO DEL PUESTO: ADMINISTRADOR	156
4.1.6.2.1.2 TITULO DEL PUESTO: GUIA.....	157
4.1.6.2.1.3 TITULO DEL PUESTO: COCINERO O CHEF	158
4.1.7 ADECUACIONES.....	159
5 CAPITULO 5	160
5.1.1 INVERSION INICIAL.....	160
5.1.2 FINANCIAMIENTO.....	161
5.1.2.1 TABLA DE AMORTIZACION.....	162
5.1.3 INGRESOS.....	163
5.1.3.1 VENTA DE PAQUETES	163
5.1.3.2 VENTAS DE PRODUCTOS	165
5.1.4 EGRESOS	165
5.1.4.1 COSTOS DE PAQUETES	165
5.1.4.2 COSTOS DE VENTAS DE PRODUCTOS.....	166
5.1.4.3 GASTOS.....	166
5.1.4.3.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	167
5.1.4.3.2 GASTOS OPERATIVOS.....	168
5.1.4.3.2.1 MANTENIMIENTO	169
5.1.4.3.3 GASTOS DE VENTAS.....	171
5.1.4.3.4 GASTOS FINANCIEROS	172
5.1.5 PRESUPUESTO.....	173
5.1.6 FLUJO DE EFECTIVO.	175
6 CAPITULO 6	176
6.1 CONCLUSIONES.....	176
6.2 RECOMENDACIONES	178
6.3 BIBLIOGRAFIA.....	179
7 ANEXOS	181
7.01 IDENTIFICACIÓN DE LA FLORA EXISTENTE EN LA ZONA.....	181
7.02 IDENTIFICACIÓN DE LA FAUNA EXISTENTE EN LA ZONA	182
7.03 TASA DE CRÉDITO DE LA CFN.....	184
7.04 COSTO DEL PAQUETE 1	185
7.05 COSTO DEL PAQUETE 2	186
7.06 ROL DE PAGOS 2009-2013	187
7.07 COTIZACIÓN TALENTO	218

7.08 COTIZACIÓN MOTION ARTS.....	220
7.09 COTIZACIÓN LA FAMILIA.....	221
7.10 COTIZACIÓN LÍDERES	231
7.11 COTIZACIÓN UNIPROCA	233
7.12 PROMOCIONES 2009-2012	234
8 IMAGENES	
8.01 GRAFICO DE LOS TIPOS DE TOLAS	25
8.02 PETROGLIFO CHIRAPE.....	27
8.03 DETALLE ANTROPOMORFO DEL PETROGLIFO	27
8.05 MAPA DE UBICACIÓN DE LOS PETROGLIFOS.....	28
8.05 PINTURA DE GALO JURADO 2002,CULUNCO	30
8.06 PIEZA ANTROPOMORFA PERTENECIENTE A LA ETNIA DE LOS YUMBOS...35	
8.07 FUSALOYAS O TORTEROS PERTENECIENTES A LA ETNIA DE LOS YUMBOS	36
8.08 CANTAROS UTILITARIOS DE LA CULTURA YUMBO	36
8.09 VISTA DEL COMPLEJO DE PISCINAS DE TULIPE.....	39
8.10 VISTA AEREA TULIPE	144
8.10 YUMBADA	62
8.11 PARROQUIA NANEGALITO.....	76
8.11 UBICACIÓN TULIPE	144
8.12 MUSEO YUMBOS	82
8.12 PÁJARO YUMBO	148
8.13 RÉPLICA DEL PETROGLIFO	82
8.14 PISCINAS CEREMONIALES	82
8.15 PARROQUIA NANEGAL	83
8.16 PARROQUIA PACTO.....	84
8.17 PARROQUIA GUALEA	88
8.18 PAHUMA.....	92
8.19 SENDERO PACAYA	93
9 GRAFICOS	
9.01 INTERES EN AGROTURISMO	51
9.02 HA REALIZADO AGROTURISMO	51
9.03 CAPACIDAD DE PAGO.....	52
9.04 PREFERENCIAS TURISMO	52

9.05 HA VISITADO TULIPE.....	53
9.06 MOTIVACION VISITA TULIPE	53
9.07 QUE VISITO TULIPE	54
9.08 PROYECCION TURISTAS	67
9.09 PERFIL DEL CONSUMIDOR	69
9.10 VARIABLES SOCIOECONOMICAS	70
9.11 INGRESO DE EXTRANJEROS	71
9.12 INGRESO EXTRANJEROS POR PAIS	72
9.12 NIVELES DE PREPARACION ACADEMICA	74
9.13 INGRESOS MENSUALES VS PREPARACIÓN.....	75
9.14 FLUJOGRAMA PERMISO SANITARIO	116
9.15 FLUJOGRAMA LICENCIA FUNCIONAMIENTO	123
9.16 ORGANIGRAMA PERSONAL	153
10 TABLAS	
10.01 TURISTA EN LA ZONA	65
10.02 TABLA OFERTA NANEGALITO	78
10.03 TABLA OFERTA COMPLEMENTARIA NANEGALITO	79
10.04 OFERTA COMPLEMENTARIA NANEGAL	83
10.05 OFERTA PACTO SUSTITUTIVA	85
10.06 OFERTA COMPLEMENTARIA PACTO	87
10.06 OFERTA SUSTITUTIVA GUALEA	88
10.07 OFERTA COMPLEMENTARIA GUALEA.....	89
10.08 TASAS AMBIENTALES	118
10.09 TASAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	120
10.10 TABLA DE REQUISITOS	126
10.11 COSTO SEGUN ESTABLECIMIENTO.....	126
10.12 HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO	127
10.13 PAGO IMPUESTO RENTA.....	140
10.14 TARIFA IVA.....	141
10.15 CONVENIO TRIBUTACION DOBLE.....	142
10.16 TABLA DE INVERSION INICIAL	160
10.17 TABLA AMORTIZACIÓN.....	162
10.18 INGRESO POR VENTA DE PAQUETES.....	163
10.19 INGRESO POR VENTA DE PRODUCTOS	165

10.20	COSTO DE VENTAS.....	166
10.21	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	167
10.22	RESUMEN ROL DE PAGOS.....	168
10.23	GASTO OPERATIVO	168
10.24	COSTO MANTENIMIENTO	169
10.25	MANTENIMIENTO AÑO A AÑO	170
10.26	ROL DE PAGOS A 5 AÑOS.....	170
10.27	GASTO DE VENTAS.....	172
10.28	GASTO FINANCIERO.....	172
10.29	PRESUPUESTO A 5 AÑOS.....	174
10.30	FLUJO DE EFECTIVO	175

1. CAPITULO 1

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Definición del turismo.

Según la OMT **“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de negocio, ocio, otros”**¹

“Se suele definir al turismo como la actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas – agricultura, construcción, fabricación, - y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas.”²

Estos varían de país a país. Sin presentar un producto tangible ni límites definidos ya que esta formada por un sin número de empresas dedicadas al servicio de los viajeros tanto nacionales como extranjeros, estableciendo una conexión entre los establecimientos turísticos y el modo de viajar y las personas.

La importancia del turismo es indiscutida en el ámbito social, económico y político debido a ello ha experimentado un rápido crecimiento. Y para que este no se detenga los empresarios turísticos deben trabajar conjuntamente en la puesta en marcha de acciones comunes para hacer la permanencia del turista³ en el destino lo más placentera posible y se sientan atraídos por su oferta.

Aquí parece ser más visible la interdependencia cada vez mayor de los distintos ámbitos del turismo como son: las agencias de viajes, restaurantes, hoteles, transporte, etc.

¹ El Turismo como actividad económica, OMT primera edición 1998.

² Turismo, Hotelería y Restaurantes, M. Raya José, Izquierdo Santiago.

³ Turista: Aquellos que viajan fuera de su lugar de residencia, Turismo, Hotelería y Restaurantes Fonseca Elena, Izquierdo Santiago.

Pero no solo el sector privado debe brindar condiciones favorables para el turismo , sino también el sector publico encargándose de proveer buenos servicios básicos en los destinos , infraestructura , cuidado del medio ambiente , capacitación de los prestadores de servicios turísticos locales , etc. , para formar una cultura turística que asegure mayor competitividad y mejores precios .

Por otro lado el turismo como industria es un sector que se encuentra en crecimiento que está cada vez más presente en la economía internacional. Muchos países tienen a esta actividad como la que mas divisas les genera. Además existen a partir del siglo XX muchas facilidades para viajar por lo que las personas tienen la necesidad de conocer otras culturas distintas a la suya , que gracias al aumento del poder adquisitivo pueden disfrutar de estancias en paradisíacos lugares tropicales , vacaciones en la nieve , tratamientos estéticos en balnearios y centros termales , entre muchas otras opciones como visitar sitios arqueológicos , ceremoniales y aprender de otras culturas distintas de la suya que a partir de la evolución de las vías de comunicación son cada vez más accesibles.

Según la OMT ⁴ esta actividad pueden ser clasificada a grandes rasgos en:

- Turismo Domestico o interno que abarca a los residentes de un país o destino. Que visitan su propio país.
- Turismo de entrada o receptor: Que abarca a los turistas que vistan un país distinto al de su residencia.
- Turismo de salida o emisor: que abarca a los residentes de un país que vistan otros países.

Combinando las tres categorías pueden dar origen a otros tipos de turismo como son:

- Turismo Interior: que abarca al turismo de entrada y al interno.
- Turismo nacional: que abarca el turismo interno y el de salida.
- Turismo internacional: en la cual esta enmarcado el turismo de entrada y el de salida.

⁴ OMT : Organización Mundial del Turismo

De todos los anteriores el turismo Internacional es el que registra mayores ingresos así en el año 2002 alcanzo los 474.000 millones de dólares⁵ , superando a varios sectores muy importantes en la economía de los países como son: el petróleo, los vehículos de motor, los equipos de telecomunicaciones, los textiles, etc.

Tanto para los países desarrollados, como para aquellos que se encuentran en vías de desarrollo el turismo es un rubro muy importante de generación de empleo y divisas, y un gran contribuyente a los ingresos del Estado.

La OMT estimo que en el año 2002 el 62 % de las actividades turísticas eran realizadas en los países desarrollados, lo que sugiere el hecho de que quienes hacen turismo en mayor proporción se encuentran en países desarrollados que son quienes poseen el tiempo y los ingresos necesarios para viajar .

Como ya hemos visto el turismo es una actividad muy importante para la economía de los países y por ende para las personas pero existen factores negativos tenemos entre los principales, la excesiva ocupación de las playas, la mala planificación de los lugares de temporada y el turismo sexual⁶. Por lo que ya no solamente es un motivante el ingreso que se obtiene de la actividad sino también los análisis socioeconómicos y ambientales con el fin de lograr un turismo sostenible ⁷ que pueda continuar en crecimiento sin convertirse en una amenaza para los destinos turísticos ni las sociedades sino un motor del desarrollo local e internacional.

Desde el punto de vista económico podemos ver que el turismo influye en todos los aspectos del PIB ⁸ de los países. Se lo puede ver reflejado en el ámbito de Consumo ya que los gastos realizados por los turistas entran en esta categoría, En las Inversiones que debe incurrir las empresas destinadas a adecuaciones, construcciones, equipamiento, etc. para brindar sus servicios turísticos y de las Importaciones y Exportaciones cuando se da el caso de que un turista gaste dinero en el destino de alguna forma importa ese servicio y la situación contraria origina una exportación del mismo.

⁵ Turismo, Hotelería y Restaurantes, M. Raya José, Izquierdo Santiago.

⁶ Turismo Sexual: Es una forma de hacer turismo con el objeto de tener relaciones sexuales, Wikipedia enciclopedia libre.

⁷ Turismo Sostenible : Proceso que permite el desarrollo sin deteriorar o degradar los recursos que posibilitan ese desarrollo , reconoce que la tierra posee recursos limitados y que el turismo como otros

⁸ PIB : Producto Interno Bruto

El turismo es una industria que genera divisas en gran medida para las naciones, además a nuestro criterio es el mejor repartidor de las riquezas ya que la actividad turística, crea fuentes de empleo para muchos que se benefician de forma indirecta o directa del turismo que sin lugar a duda propicia el desarrollo de las sociedades creando oportunidades de negocio y disminuyendo la pobreza en gran medida

1.1.2 Historia del turismo

Desde siempre el hombre ha asociado el descanso con el trabajo, al mismo se le dio el sentido de compensación por la fatiga producto del trabajo, traduciéndose en su tiempo libre o de ocio. El que para las culturas arcaicas tenía otra concepción, alternaban el trabajo con las prácticas religiosas y mágicas, logrando un esparcimiento y el descanso físico entre las personas.

Durante varios siglos la vida social estaba marcada por los cambios estacionales se enfrascaban en intensas jornadas de trabajo de siembra y cosecha en este tiempo era el sol y las noches de invierno las que definían los periodos de trabajo o descanso. Sin embargo los juegos no se dejaban para el ocio sino que se mezclaban en las tareas productivas. Lo que no sucedía en las temporadas invernales en las que el hombre tenía que soportar las inclemencias del tiempo.

Por otro lado las civilizaciones que se asentaron en Egipto y Babilonia tuvieron un desarrollo en sus técnicas agrícolas y sistemas de riego lo que condiciono el tiempo libre de una manera diferente dado que el trabajo de la tierra se vio regulado. Por lo que para la civilización Griega. (Según algunos historiadores) el trabajo era despreciado, estaba destinado a los esclavos, en cambio los griegos tenían una visión razonable del trabajo.

“Para ellos no existía el trabajo en abstracto, todo dependía de la clase de tarea y si uno era o no su propio patrón. Al ciudadano no le importaba trabajar junto a los esclavos. La diferencia estaba en que a él le resultaba fácil suspender sus tareas e ir a la asamblea en tanto que el

esclavo carecía de su libertad. Los griegos apreciaban el trabajo no eran excéntricos ni sentimentales en lo que a el respecta”⁹

Este tiempo libre que tenían se lo repartía entre festivales públicos ceremoniales en la práctica del arte, la concurrencia a los teatros y gimnasios, las diversiones, juegos, danzas y adoración a sus dioses. La vida de la aristocracia transcurría muy tranquila y relajada interrumpida en ocasiones únicamente por la guerra.

De esta civilizaron se tienen los primeros antecedentes de los deportes actuales.

En Roma también la vida era muy desigual entre los romanos y los esclavos quienes fueron objeto de los crueles festivales del circo y la arena, además se recreaban en la pantomima y las termas, estas últimas eran los lugares mas concurridos por los romanos donde pasaban la mayor parte del día. El tiempo libre era abundante y aumentaba cada vez mas con la decadencia del imperio a esto hay que añadir que en Roma se interrumpían los negocios al medio día lo que hizo que el tiempo de descanso predomine en esta civilización.

Claro que el exceso del tiempo libre tiene efectos nocivos sobre las sociedades, esto claramente se evidencia en la sociedad romana donde en la búsqueda de la recreación de sus habitantes se llego a extremos de obscenidad, exhibicionismo y crueldad. Pero no todo fue crueldad en el imperio, según datos históricos existía también la costumbre de salir de la ciudad y trasladarse a Baias cerca del puerto militar de Misenum para pasar temporadas de turismo de buen clima y disfrutar de las fuentes termales que allí existían.

Allí y en otros lugares cercanos a Nápoles se llegaron a construir residencias que podrían clasificarse como el primer antecedente de un asentamiento humano dedicado al ocio.

Además los romanos viajaron a Egipto y Grecia, a zonas marítimas y de veraneo, a baños (termas) y sepulcros. Los turistas romanos estaban interesados en la historia y por motivos religiosos llegaron a visitar la Esfinge, las pirámides, el Valle de los Reyes. Tal como en la actualidad lo hacen los turistas de varias partes del mundo.

Quienes en esa época podían permitirse viajar podían conocer las siete maravillas del mundo que estaban referidas en una guía de Grecia que fue escrita antes del inicio de nuestra era. Entre las cuales se contaban la gran pirámide de Keops, los jardines colgantes de Babilonia, la

⁹ Las actividades turistas y recreacionales: el hombre como protagonista, C. Bullón Roberto.

estatua de Zeus en Olimpia (donde se celebraron los primeros juegos olímpicos), el templo de Artemisa en Éfeso que en la actualidad tiene el nombre de Turquía, entre otros.

Con la caída del imperio romano y el advenimiento del cristianismo se llega a la Edad Media que tuvo su eje en el monasterio por lo que quienes vivían en esta estructura social negaban el prestigio, la propiedad y el poder, concibiendo al trabajo como una obligación moral por lo que no conocieron el concepto de ocio o tiempo libre. Las expresiones que se podrían llamar recreacionales estaban enmarcadas en campos para jugar a las bochas, para ejercitarse en tiro al blanco con arco o para correr carreras de caballos también frecuentaban los baños pero a diferencia de los romanos que permanecían allí diariamente ellos lo hacían para asearse cada semana o cada quince días en donde además conversaban, comían y hasta se realizaban curaciones de catarros o resfriados.

Un ejemplo de estos baños fue Badén – Badén, el que registraba un flujo de turistas desde el siglo XV y cuya atracción principal no era las propiedades medicinales y curativas de su agua sino el que hombres y mujeres pudieran tomar su baño juntos en la misma piscina como lo muestra un grabado de Durero del siglo XV, cabe destacar que los turistas que concurrían ahí venían de ciudades cercanas ya que existían pocas vías de comunicación y escasos medios de transporte.

Estas fueron las primeras expresiones de turismo, que tengan una motivación muy distinta al placer debido a que con el imperio también desaparecieron varios de los avances que este había logrado no se mantuvieron los caminos y los que antes eran transitados se volvieron peligrosos e inseguros ocasionando que la mayor parte de las personas permaneciera inmóvil ligada a sus tierras. En esta época no se concebía el viaje por placer como en la sociedad anterior a ella.

Para el hombre medieval las guerras emprendidas por los cristianos de Europa o también conocidas como cruzadas y la religión fue lo que les motivo a viajar al Oriente Medio lo que además motivo peregrinaciones religiosas que eran realizadas por placer sino para llegar a los santuarios de su devoción. El hecho de viajar era tan pesado que no se tomaba sino como algo más que una obligación es por esto que cuando las peregrinaciones a Santiago de Compostela perdieron su importancia muchos pagaban para que fueran otros quienes realizaran la larga travesía en el cumplimiento de sus promesas.

Igualmente para el Autor Roberto Bullón las cruzadas que recorrieron penosas travesías por tierra y por mar desde Europa a Tierra Santa no debieron tener motivaciones turísticas ni el navegante Marco Polo en el siglo XIII. Quien atravesara el Asia por Mongolia y permaneciera 17 años en China. , tampoco los enfermos que se desplazaban desde Grecia para visitar al oráculo a orillas de mar Egeo tuvieron motivaciones turísticas para hacerlo.

Por esta razón se desecha a estos antecedentes remotos como ejemplos de turismo por que las motivaciones de esos viajes son muy distintas a las que desencadenaron el turismo como tal, lo que si acompañó al hombre desde sus inicios fueron las actividades recreacionales, artísticas, producto de su imaginación y creatividad.

Sin embargo durante la Edad Media la gente si viajaba sobre todo desde Venecia que fue un gran punto de partida por el año 1300 de grupos de peregrinos rumbo a Jerusalén un puerto comercial muy importante de la época, y albergue transitorio de tripulaciones y mercaderes. En 1365 había 24 fondas con capacidad para 960 personas cuyos propietarios estaban organizados en un sindicato o corporación que debía reportar cada cuatro días el nombre y la procedencia de sus huéspedes.¹⁰

Luego este registro de huéspedes cambio y ya para 1315 por órdenes de Luís X las fondas que se apropiaren de las pertenencias de algún extranjero muerto debían devolver el triple de lo retenido y por ultimo nace el rudimentario sistema de alojamiento que fue la base para los sistemas actuales. En 1407 en Francia se obligaba a inscribir sobre un libro de policía el nombre de los huéspedes y su procedencia.

En la etapa del Renacimiento surgieron distintas unidades de prestigio y aparecieron los viajes por educación, fueron los Ingleses los que mas practicaron este tipo de turismo quienes tenían como destinos las instituciones de Oxford en Gran Bretaña, Paris el Salamanca, y Bolonia en Italia, esto se hizo muy popular entre la juventud aristócrata y algunos de los miembros de la clase media del siglo XVI. Quienes para poder salir de Inglaterra necesitaban de un pasaporte, y otra documentación similar. Otro impedimento fue la cuestión monetaria, dado que en ese tiempo cada estado europeo tenía su propia moneda para lo cual como método de pago se utilizaron las letras de cambio o cartas de recomendación.

¹⁰ Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista C. Boullon Roberto.

Esto fue conocido como el Grand Tour y se volvió una característica entre los hombres y mujeres de clase media y alta por más de trescientos años quienes en general iban acompañados por un tutor o administrador. Si los viajeros querían reducir los problemas del viaje podían contratar los servicios de alojamiento alimentación, y transporte con los tour – operadores de la época. Voiturin en Francia y Vetturino en Italia, muy parecidos a los establecimientos actuales.

Además del desplazamiento en busca de educación, se registraron viajes de índole religioso quienes eran impulsados por motivaciones de fe y adoración más que placer que eran muy extensos por caminos peligrosos. No se contaba con mapas de modo que dependían del conocimiento y pericia de las escoltas que podían ser financiadas solo por los más pudientes.

Los artistas y artesanos también están entre los viajeros renacentistas, que debían trasladarse continuamente por Europa para trabajar en las construcciones encargadas en su mayoría por los Reyes Católicos de España, de templos, edificios, tumbas e iglesias o pinturas con diseños típicos de la corriente. A ellos también se sumaron los grupos errantes de actores y juglares, quienes más se acercan a la mentalidad del viajero de la actualidad.

Los viajes de largas distancias por motivos de descanso o placer aun no aparecían. La gente en esa época solo dejaba su territorio por necesidad y no por el gusto de hacerlo. Y además los parajes naturales que se consideran en la actualidad como atractivos turísticos sino que eran temidos y poco explorados.

No fue sino hasta el 5 de Julio de 1841 que apareció el primer viaje organizado cuando un tren partió de Leicester a Longborough en Inglaterra llevando un grupo de pasajeros cuyo destino era encontrar nuevos pueblos, nuevas personas y nuevas cosas. Fue dirigido por Thomas Cook¹¹ quien inicio la época del turismo moderno, años mas tarde mediante la Agencia de viajes Cook s Tours, envió su primer grupo de turistas a Glasgow.

Cabe destacar que la invención del ferrocarril favorecía en gran manera al aparecimiento del turismo moderno dando una nueva motivación a las personas para viajar de manera más segura hacia otros destinos. Luego se incluyó el turismo de playa que reemplazo a la concurrencia de los baños o termas de otra época, los principales turistas que concurrían a las

¹¹ Thomas Cook: Ingles, padre del turismo y el primer tour operador de la historia, es decir el primer agente de viajes profesional. Turismo, Hotelería y Restaurantes, M. Raya José, Izquierdo Santiago.

playas eran los enfermos porque el agua del mar se convirtió en popular y medicinal, pero luego llegaron aquellos que iban por placer.

Y más tarde aparecen los viajes transatlánticos por barco que durarían hasta que en el siglo XX hasta que las líneas aéreas capturaran todo el mercado y tuvieran que suspender sus servicios.

No solo la temporada de verano era propicia para el turismo. A finales del siglo XIX aparece el turismo invernal matizado por actividades propias de la estación como el cuidado de la salud en baños termales. El siglo XIX fue un periodo de grandes cambios sociales, y políticos en el mundo, de revoluciones, guerras y agitación popular. Fue un siglo de contradicciones el tiempo libre casi dejó de existir en una época en que el trabajo era considerado ya no como una parte necesaria de la vida sino como un fin primordial.

Aquí y gracias al advenimiento de la maquinaria, surge la Revolución Industrial y con ella una reducción de los ingresos lo que afectó directamente a la Economía de las familias incrementando cada vez más la brecha entre pobres y ricos. Fue solo hacia 1870 aproximadamente que la clase media despreocupada empieza a vivir su Belle Époque¹² que propició un auge de establecimientos como restaurantes, bares, cafeterías, etc.

A principios del siglo XX, gracias al automóvil, al avión y más adelante a la navegación ayudaron a que el interés en el turismo crezca ya que esto hizo posible el acercamiento de los pueblos. Sin embargo este desarrollo del turismo se vio estancado por la primera y la segunda guerra mundial que tuvieron lugar entre 1914 y 1918 y 1939 y 1945 respectivamente. Que se situaron en Europa como escenario propiciando una crisis económica mundial que estancó al turismo y a las sociedades, vino la hambruna y por ende el racionamiento de alimentos que además afectaron en gran manera a la empresa hotelera.

Por la destrucción de carreteras y vías de comunicación, viajar se volvió una realidad muy distante. Y los que dejaban sus lugares de origen se contaban como refugiados de guerra y migrantes que remplazaron al turista de otra época.

¹² Belle Époque : Bella época en francés

Luego de la segunda guerra mundial se desarrolló el turismo de masas que está muy ligado al auge económico de la sociedad en el que la clase media que antes de esto no era lo suficientemente significativa. Siempre ha dependido de la situación o la evolución de la economía occidental por lo tanto existen etapas diferenciadas en la economía que inciden directamente en el turismo.

Luego del periodo bélico, a principios de los años 1960 el turismo retomó el camino que quedó truncado, Aquí aparece un factor determinante para la actividad turística. La estacionalidad. La misma que se evidencia en esa época y se agudiza con el pasar de los años. Por lo que surge la preocupación por tomar medidas para hacerle frente a este fenómeno. Otro de los factores que pudo ser evidenciado en este periodo fue la elasticidad precios y elasticidad renta, debido a las crisis económicas y bélicas que afectaron al turismo más que a cualquier otra industria

Durante el siglo XX luego de la época de entreguerras los turistas pasaron a formar parte de una elite económica fuerte , mientras el resto de la población Vivian una vida de tipo casi sedentaria durante esta época surgieron una serie de destinos turísticos para satisfacer la demanda de los viajeros entre ellos tenemos espacios de montaña , playas veraniegas ubicadas en el norte de Europa , lugares invernales en el mediterráneo y algunos balnearios entre los cuales se destacan San Sebastián , Chamoix , Mont Blanc , etc. .

Las vías de comunicación estaban en buen estado por las que transitaban carros modernos y los mejores trenes como los wagon lit., y los vagones restaurantes. Las motivaciones de viaje de las clases altas eran de carácter interno que buscaba guardar su prestigio frente a sus iguales y otra de carácter externo, la búsqueda de infraestructura turística que no existía en sus países.

Con todo el turismo interno es el que ganaría mas importancia desde el punto de vista económico, dinamizando las sociedades, transformándolas. Así se registraron cifras de un total aproximado de 12 millones de turistas los cuales están repartidos de la siguiente manera Italia encabezaba la lista con 3, 9 millones de turistas con un total de ingresos de 114 millones de dólares, luego viene Alemania con un total de 1,7 millones de turistas y Suiza con 1,5 millones alcanzando 87 millones de ingresos y Francia 2 millones de visitantes.

En la actualidad el hombre desempeña varias actividades entre ellas las de la industrialización y otros la vida en el campo en el que los primeros , debido a su acelerada rutina se han alejado de la naturaleza y se han deshumanizado lo que no sucede con el hombre del campo que alterna sus tareas con una vida más tranquila y relajada que le ofrece su entorno , de este modo para el hombre de ciudad aparece la necesidad de hacer turismo como una escapada de la ciudad , el habito , y la rutina , lo que no sucede con el hombre rural que disfruta diariamente de parajes naturales sin muchas de las preocupaciones ciudadinas tan perjudiciales para sus habitantes .

1.1.3 Situación y diagnostico del turismo y en el ecuador.

El Ecuador es un destino turístico que cuenta con bosques tropicales, glaciares, páramos, selva, playas, ríos, lagos y montañas además de gran cantidad de cultura representada por la diversidad de su gente y majestuosos parajes naturales que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros experiencias turísticas muy diversas.

El sector turístico del Ecuador esta conformado por el turismo receptor, turismo emisor, y turismo interno.

1.1.3.1 Turismo receptor

Este tipo de turismo se refiere a la llegada de turistas extranjeros a territorio ecuatoriano. Ha tenido un incremento significativo, en los últimos años se logró superar las 800.000 visitas internacionales entre el 2003 y finales del 2004, debido posiblemente a la creación de un plan Integral de marketing en el año 2003 ¹³ .

Continuando con su tendencia al alza en el año 2006 se recibieron 860 000 personas. Provenientes de Norteamérica, Europa y MERCOSUR. Mercados prioritarios para el Ecuador. Además se observa el incremento en llegadas de turistas entre el 2004 y 2006 de

¹³ PLANDETUR 2020: Análisis y diagnostico general del turismo del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador.

turistas desde Argentina, Brasil, Canadá, España y Francia. Teniendo como mercado potencial al asiático para el que se están emprendiendo campañas para abrirse mercado en el continente.

1.1.3.2 Turismo emisor

Los ecuatorianos viajan cada vez mas fuera del país sobre todo por motivos de negocios estudios, eventos, también muestran un crecimiento sostenido.

1.1.3.3 Turismo interno

Según el Ministerio de Turismo el volumen del turismo interno alcanza casi los 10 millones de visitantes de los cuales un 3 504.131 o el 36% son excursionistas y 6 354.341 son turistas que al menos han pernoctado una noche fuera de su residencia.

Dentro de los destinos escogidos por los ecuatorianos para hacer turismo están los sitios naturales y playas , ocupando el primer lugar , seguidos (en orden de preferencia) por los balnearios termales , sitios de diversión , sitios de comida, fiestas y mercados , fiestas religiosas , otros , parques , museos , zonas históricas y sitios arqueológicos¹⁴

El Ecuador esta dividido en cuatro regiones turísticas Galápagos, Costa, Andes, Amazonia, que conforman uno de los países mega diversos del planeta de acuerdo a conservación Internacional solo gozan de esa categoría 17 países en todo el mundo que albergan entre el 60 y 70 % de la diversidad del planeta.

Además de toda la riqueza natural el país ofrece algo que muy pocos países tienen que es una diversidad cultural, variedad de lenguas, hospitalidad de su gente con sus tradiciones y cultura en un territorio pequeño (256000 km²) que no podría pasar desapercibido por el visitante. Y que es una fortaleza a la hora de ofrecer un turismo diferente con la posibilidad de una experiencia vivencial.

¹⁴ Encuesta de Turismo Interno (julio 2002 – julio 2003) realizada por el MINTUR

Dado que el turismo es una actividad que ha cobrado gran importancia en el mundo y en el Ecuador. Existe una planta turística que hasta el año 2005 contaba con 12.518 establecimientos turísticos registrados , siendo la actividad predominante la de alimentos y Bebidas (60 %) ,seguido por el alojamiento (23 %) , Agencias de Viajes (9%) y 8% que se reparte entre establecimientos de recreación y esparcimiento , así como también empresas de transporte turístico , salas de juegos , bingos , casinos , empresas de Promoción y publicidad turísticas y un hipódromo .

Que se encuentran repartidas en el territorio nacional el 75 % de los establecimientos de Alimentos y Bebidas están ubicados en 5 de las 22 provincias , que son : Guayas , Pichincha , Azuay , Manabí y Tungurahua con 34, 9 % , 23, 3 % , 7,7 % , 5 ,2 % y 3, 5 % respectivamente y la diferencia (25 %) esta en las otras 17 provincias .

Se contabilizan 7.424 establecimientos de Alimentos y Bebidas de los cuales el 70, 9 % se encuentran en 13 ciudades. Las más importantes son Guayaquil y Quito con una participación de 28, 4 % y 18, 2 % respectivamente.

En cuanto a los alojamientos existentes el 70 % se concentran en 7 de las 22 provincias entre ellas Pichincha (19 , 9 %) , Guayas (14, 1 %) , Esmeraldas (10,5 %) , Manabí (10,1 %) , Tungurahua (6, 3 %) , Azuay (5 , 0 %) e Imbabura (4 , 6 %) , el 30 % restante se encuentra en las otras 15 provincias .

Las agencias de Viajes se encuentran ubicadas en un 76% en 4 de las 22 provincias, estas son Pichincha con un porcentaje de 39,4 % , le sigue la provincia del Guayas con el 23, 4 % , Azuay con 7, 9 % y por ultimo Tungurahua con el 5, 5 % , el restante 24 % esta distribuido en las otras 18 provincias de las cuales resaltan las ciudades de Quito y Guayaquil en las que se encuentran el 57,4 %.

Claramente podemos ver una concentración desigual de los establecimientos turísticos en las provincias del país , por lo que el Ministerio de Turismo , mediante el PLANDETUR 2020¹⁵ busca dinamizar el turismo de tal manera que se pueda contar con una planta turística mas amplia que la actual pero sobre todo que se encuentre distribuida por todo el territorio

¹⁵ PLANDETUR 2020: Herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta el sector turístico y sus necesidades de desarrollo.

nacional para que el turismo se convierta en un agente de desarrollo que alcance a todos tomando en cuenta factores como la calidad, seguridad y competitividad , para diversificarla y reconcentrarla de los sitios tradicionales .

Según los estudios realizados por el Ministerio de Turismo se puede presentar como oferta turística o portafolio de productos con los que en la actualidad cuenta el Ecuador y que deben reunir tres cualidades atractivo , facilidades y accesibilidad así se han planteado las distintas opciones de turismo que los visitantes pueden disfrutar en el Ecuador entre ellas tenemos, los circuitos geniales , sol y playa , turismo comunitario , Turismo cultural , parques temáticos, Ecoturismo y turismo de naturaleza , turismo de deporte y aventura , turismo de salud , Agroturismo , Turismo de convenciones y congresos , turismo de cruceros .

Una vez definidos los productos se ha hecho un análisis de cuales son aquellos que se deben fortalecer de manera prioritaria tenemos que son : el Ecoturismo , el Turismo de Deporte y Aventura , el turismo cultural , Turismo de Cruceros , Agroturismo , Turismo comunitario , Reuniones ,incentivos conferencias y exposiciones , y Turismo de Salud .

Para lograrlo el Ministerio de Turismo mediante el PLANDETUR 2020 propone implementar los espacios turísticos regionales que surgen como categoría de macro-espacios aplicables a la realidad política y geográfica del Ecuador que buscan identificar los destinos con mayor necesidad de infraestructura y facilidades que propicien el desarrollo turístico preferentemente aquellos que se encuentren en nodos o corredores turísticos con presencia de atractivos y desarrollo de producto para que a medida de la madurez de las capacidades locales sea posible conformar Organizaciones de Gestión de Destino (OGD's) para viabilizar la administración y promoción

Además este planteamiento se complementa con la potencialidad turística de los espacios, la localización de áreas protegidas y la ubicación de los mayores índices de pobreza del país.

1.2 CLASIFICACION DEL TURISMO

El turismo es una actividad económica que por efectos de los distintos matices que adopta puede ser clasificado identificando varios tipos de turismo. Las diferencias entre uno y otro pueden ser muy sutiles en muchos casos pero son suficientes para originar una nueva clase de turismo. Según la OMT ***“Existe una ausencia de definiciones conceptuales claras que delimiten la actividad turística y la distingan de otros sectores”***¹⁶

Según Roberto C. Bullón en su libro las Actividades Turísticas y Recreacionales divide al turismo de acuerdo a su procedencia en:

Turismo Receptivo : definiéndolo como el tipo de turismo que recibe un destino realizado por visitantes provenientes de otros países que permanecen por un periodo de tiempo limitado que debe exceder de las 24 horas cuya finalidad de viaje puede ser por comercio , estudios , de salud o de trabajo , siempre y cuando las personas desempeñen una labor temporal .

El turismo receptivo ha alcanzado en los últimos tiempos en los países del tercer mundo principalmente. Un sitio muy importante convirtiéndose en un importante generador de ingresos en algunos casos superando a productos como el café, frutas tropicales, manufactura, y hasta el petróleo, sectores muy importantes en la economía de los Estados.

Turismo emisor: Está conceptualizado como el tipo de turismo en el que las personas, sean estas residentes o nacionales, se trasladan hacia el extranjero. Que desde el punto de vista económico equivaldría a una exportación.

Turismo Interno: Este tipo de turismo lo realizan las personas residentes o extranjeras al interior de un país donde se da el uso o consumo de servicios turísticos correspondientes a la planta turística nacional. Las motivaciones del viaje son diversas, entre ellas están la salud, el esparcimiento, visita a familiares, etc.

Siempre y cuando estas permanezcan más de 24 horas y pernocten en destino caso contrario no se trata de un turista sino de un excursionista.

¹⁶ Introducción al Turismo OMT. Primera edición ,1998 .

En cuanto a una definición más específica tenemos una clasificación más reciente por parte de la OMT la cual define un tipo de turismo distinto de acuerdo al tipo de actividades o experiencias que este brinda al turista llamado Turismo Temático que se ha podido desarrollar de acuerdo a ciertos factores determinantes como son:

- La búsqueda de nuevas experiencias por parte de la demanda
- Las regiones menos favorecidas por el turismo que buscan nuevas formas de atracción en sus destinos para utilizarlos como una herramienta de su desarrollo económico.
- Búsqueda constante de atractivos turísticos.
- Diferenciación de la oferta, crear ventajas competitivas.
- El papel del sector público en el desarrollo turístico temático¹⁷.

El Turismo Temático es una herramienta que ha sido utilizada para desarrollar distintos destinos turísticos y que en ocasiones puede también reflejarse en los restaurantes, bares y hasta en los medios de transporte como es el caso del Orient Express. El tema es muy diverso abarca tanto a un personaje, un juego, una cultura, tradición, como la ficción.

Además puede abarcar parques temáticos ,turismo de salud , histórico artístico , compras , turismo industrial , científico , deportivo , aventura , religioso , social , y los viajes de incentivo .

Tomando en cuenta lo señalado anteriormente se puede dar la siguiente clasificación en función del tema que se haya elegido como actividad turística de visita en el destino.

Turismo Cultural: se basa en destinos que poseen atractivos culturales, ya sean permanentes o temporales como museos, actuaciones teatrales o musicales o características sociales o culturales de un grupo humano específico que posean un estilo de vida tradicional o características propias.

Aquí podemos encontrar como una subdivisión del turismo cultural al etnoturismo, que a nuestro parecer conjuga características específicas de este sector como la etnia, la cultura e historia.

¹⁷ Fuente: introducción al Turismo, OMT. Primera edición ,1998

- Turismo de Aventura : se basa en actividades turísticas al aire libre como la escalada, senderismo , ciclismo , etc. que están en relación con un medio natural y el deporte que brindan una experiencia en si misma que las diferencia de las actividades cotidianas implican un riesgo en muchos casos lo que las hace ser una motivación para experimentar nuevas sensaciones .
- Turismo de Negocios: abarca los segmentos de reuniones, convenciones, ferias o exposiciones que debido a la internacionalización de las empresas, cada vez moviliza más gente.
- Turismo Deportivo: la motivación de este tipo de turista es asistir a eventos deportivos tales como las Olimpiadas, Mundiales de Fútbol, campeonatos, etc.
- Turismo de Salud: se basa en el desplazamiento hacia distintos destinos con el objetivo de recibir tratamientos para cuidar de la salud sean estos de rehabilitación, operaciones, tratamientos de belleza, en los balnearios, spas o centros talasoterapia ¹⁸
- Turismo Rural: abarcan las actividades que realizan en el medio rural, alejados de núcleos urbanos e industrializados dentro de granjas, pueblos, etc. pudiendo tener una experiencia vivencial. Dentro de esta clasificación se encuentra situado el agroturismo
- Ecoturismo: Este tipo de turismo basa su razón de ser en el medio ambiente y su conservación donde la convivencia del hombre con el entorno natural debe ser armónica y mantenida cuidadosamente.

¹⁸ Talasoterapia : método terapéutico que se basa en la utilización del medio marino , algas , agua del mar , barro y otras sustancias extraídas del mar como agentes terapéuticos .

1.2.1 El agroturismo

Está enmarcado dentro del turismo rural ya que se lo desarrolla en el campo, busca fomentar la reactivación de zonas agrícolas económicamente deprimidas que han sido abandonadas por causa de la migración de sus habitantes a las grandes ciudades y que además se han visto afectadas por la industrialización, el urbanismo y la concentración de la actividad económica en el medio urbano.

Es la forma de turismo en el que la riqueza rural es aprovechada para beneficio turístico, el principal atractivo que ofrece al turista son los paisajes cultivados, los animales que son criados en la zona, a través de ello aumentan los ingresos de las poblaciones locales convirtiendo al agroturismo en un mecanismo de desarrollo local y conservación de los escenarios naturales y los cultivos locales.

El término proviene de dos raíces que determinan dos tipos de actividades productivas la agricultura y el turismo que gracias a las iniciativas novedosas se han fusionado logrando el surgimiento de un tipo de turismo que se vale de la riqueza natural de los parajes rurales y sobre todo los agrícolas rescatando los productos que son cultivados y cosechados en el sector y el manejo de animales menores , actividades propias del campo como parte de un atractivo turístico en el que los visitantes puedan participar activamente conjugando la experiencia del turismo con el aprendizaje de la vida en el campo y los procesos agrícolas .

En todos los continentes del mundo han sido los agricultores los responsables de la variedad de plantas y animales de su utilidad y consumo. Ellos los adaptaron a través del tiempo a distintos climas, tipos de crianza, diferente hábitat, diversos usos y preferencias individuales. De esta manera existían parcelas definidas para cultivos específicos pero junto con la explotación diferenciada de la tierra surgieron paisajes de pequeñas dimensiones y gran variedad.

Los proyectos agros turísticos comúnmente están acompañados de otras iniciativas como por ejemplo se aprecian los parques temáticos, turísticos y culturales como los parques paisajísticos de Malasia que cuenta con 1.000 hectáreas, donde se recrea el desarrollo agropecuario del país, existen pequeñas parcelas de cultivo de frutas y verduras endémicas y una parte del parque esta dedicado a actividades agro silvícolas¹⁹

Esta rica variedad y los paisajes culturales pueden ser conservados dentro de áreas protegidas que como su nombre lo indica, previene la deforestación, el mal uso del suelo, etc. Lo que ayuda a tener más control acerca de las actividades agrarias en el sector y la preservación de especies animales endémicos. Estos productos agrícolas pueden ser vendidos, procesados o no a hoteles, hosterías, mercados, restaurantes o directamente a los turistas. Incrementando los beneficios económicos del agroturismo.

Los productos comercializados cobran mayor interés cuando el turista además de poder adquirirlo, tiene la oportunidad de participar en su cultivo, y proceso de producción, Cuanto mas distinta es la variedad de estos productos mayor será el interés del turista en el proyecto, ayudando a crear además una mayor identidad regional.

Pero desde hace 150 años esto ha cambiado, así tenemos en gran cantidad los monocultivos, gracias a los cuales la variedad agropecuaria ha disminuido lo que ha hecho que las especies pierdan su adaptabilidad, robustez y se de un mal uso de la tierra por lo que el agroturismo es un excelente incentivo para que los agricultores mantengan las viejas técnicas, razas y cultivos que permiten al turista familiarizarse con las formas de vida que existen en la zona y su conservación.

¹⁹Agro silvícolas: actividades agrarias con especies nativas de la selva.

Existen condiciones especiales para que el agroturismo pueda desarrollarse y estos son:

- Paisaje natural , poco intervenido , ya que los monocultivos ofrecen pocos atractivos
- Además de la riqueza natural deben existir atractivos culturales, históricos, etc. para poder brindar al turista una experiencia distinta.
- Buenas vías de acceso al atractivo.
- Posibilidades de alojamiento, transporte, restaurantes, etc.
- Aceptación y participación de la población en la actividad agro turística.

Como se ha visto anteriormente el agroturismo manejado con cautela puede ayudar a la conservación de plantas y animales en su hábitat, es por esto que las naciones deben invertir en encontrar e identificar variedades de plantas y animales y aprovecharlos en el agroturismo además de sensibilizar a la población acerca de la importancia de estas especies y comprometerla en su cuidado, conservación y aprovechamiento sostenible.

Esta iniciativa nació en Europa como una alternativa de turismo distinta a las tradicionales como son el destino de playa entre otras que muestran una tendencia a la baja en esos países. Específicamente podemos situar la primera experiencia agro turística en España a mediados de los 70 s cuando la Administración española generó el programa de Casa de Labranza que tuvo una duración muy breve en las regiones norteñas del país. Luego en 1985 se registra otra experiencia de turismo rural similar a la anterior en Asturias que es un ejemplo de cómo la actividad agro turística constituye un motor en la rehabilitación social y económica de las zonas rurales que en este caso atravesaba por un grave proceso de despoblamiento y de reducción de ingresos.

Podemos nombrar otras experiencias en el resto de Europa entre las más importantes están: Francia que cuenta con una amplia oferta agro turística impulsada tanto por la empresa pública como la privada que brindan una estadía en el entorno rural en cabañas, albergues, haciendas. En el caso de Gran Bretaña podemos ver que predominan las estadías en granjas rurales que además ofrecen actividades agrícolas y alimentación. Existen cadenas hoteleras de campo y costa especializadas en agroturismo con estancias en granjas o en castillos

estratégicamente ubicados, mientras en Portugal se da la explotación agrícola en casas de campo en poblaciones rurales.

La experiencia que existe en este campo es aún muy poca , en Latinoamérica encontramos esta iniciativa en Costa Rica que se aprecia con los caballos criollos como un atractivo muy característico de los desfiles a caballo mientras que en las ferias de Perú y Bolivia se ofrecen semillas de productos agrícolas endémicos que atraen mucho a turistas de varias partes del continente y del mundo como es el caso de Colombia con sus fincas cafetaleras en las que reciben y hospedan a los turistas y les hacen partícipes de los procesos productivos del café .

En el Ecuador el agroturismo es un fenómeno muy reciente entre los ejemplos que se han identificado en el PLANDETUR tenemos el Paseo de los sabores: Cacao en el Guayas, Banano y Café y la Ruta de las Flores que abarca a las plantaciones de flores del Ecuador, la ruta Agro turística de la Amazonia que incluye las Provincias de Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza y Morona Santiago, entre otros. .

1.2.3 Turismo étnico

Existe una tendencia mundial del turismo de reencontrarse con culturas ancestrales algunas que ya sea por motivos bélicos o catástrofes naturales han desaparecido y otras que aun subsisten en la actualidad, en este último caso además de conocer la cultura y sus tradiciones, el turista realmente puede compartir con las etnias y vivir por un tiempo como uno más de sus habitantes.

Esta experiencia distinta y única crea una interrelación muy especial entre los turistas y los integrantes del grupo étnico logrando una interacción y participación en la vida de la comunidad o localidad formando parte de sus actividades diarias dando una perspectiva distinta a los turistas de su etnia lo que en nuestra opinión además de brindar una experiencia turística única crea lazos de amistad, solidaridad y tolerancia.

Enriqueciendo a ambos de conocimiento y vivencias únicas. Sensibilizando a los turistas acerca del entorno natural y social en el que se desarrolla o desarrolló la comunidad, sus limitaciones y necesidades.

Debido a cuanto abarca el termino etnoturismo se lo puede confundir fácilmente con turismo cultural²⁰ que de acuerdo a la OMT²¹ se refiere al tipo de turismo que realizan las personas para estar en contacto con las comunidades indígenas y su modo de vida , en cambio el etnoturismo es aquel en que las personas visitan lugares con el fin de conocer una etnia específica que puede seguir existiendo o no que no necesariamente es indígena como vemos en el caso de las colonias alemanas en la ribera del lago Llanquihue en Chile donde presentan su folclor y gastronomía típica en un contexto natural .

1.2.3.1. Turismo de etnias: los yumbos en Tulipe.

Los yumbos fueron la cultura que se asentó en la zona de Tulipe²² que debido a sus características ambientales permitieron la subsistencia de la etnia.

Las mismas que perduran en su mayoría hasta la actualidad. Tratándose de un bosque muy húmedo montano bajo que se caracteriza por encontrarse nublado en invierno y bastante húmedo el resto del año que enmarcan a una exuberante vegetación y riachuelos.

En este entorno natural y muy rico se desarrolló la etnia de los Yumbos aproximadamente a partir del año 800 d.C.

Sus límites eran los siguientes:

Norte: Cuenca del río Guayllabamba

Noreste: pucara de chacapata, meridiano curipogyo y cariyacu

Noroeste: paraguas, saguangel, guayabillas

Sureste: Tandayapa Nono

Este: margen occidental del río Alambi

²¹ OMT: Organización Mundial de Turismo

²² Tulipe: "vendría de dos raíces tuli y de pi o pe, la segunda raíz guarda concordancia con el nombre del pequeño río, mientras que la primera tuli, tula o tul, que corresponde a la palabra quichua tola (recuérdese que en el vocablo quichua no existe la vocal o)." Tulipe y la cultura yumbo arqueología comprensiva del subtrópico quiteño, pág. 70.

Oeste: Ingapi

La ocupación yumbo abarcó 900 Km. 2 que comprenden los actuales territorios de las actuales parroquias de Cantón Quito, entre las cuales están Nanegal, Nanegalito, Guallea, y Pacto.

Estos fueron sitios idóneos para su asentamiento ya que tenían abastecimiento de agua, lugares naturales con vegetación abundante que les sirvió de defensa y fuentes de materia prima para la elaboración de sus rudimentos y artesanías.

Condiciones muy importantes para la subsistencia de cualquier grupo étnico.

Las etnias indígenas en ese tiempo están congregadas en un terreno comunal, con una organización jerárquica, y los yumbos no eran la excepción, existían tres grupos jerárquicos como principal se encontraba el jefe de la etnia, seguido por uno o mas subjeses intermedios, y por ultimo la población que se encontraba subordinada a los dos anteriores una representación clara de dicho tipo social se ve en las tolas de las cuales se hablará en detalle más adelante.

1.2.3.1.1 Las tolas

Las Tolas son pirámides truncas, con una plataforma de forma geométrica en la mayoría e los casos rectangular con rampas o accesos su tamaño es muy variado y va a depender de la jerarquía de las personas que le daban uso las de mayor tamaño pertenecían al jefe o cacique, mientras que las medianas estaban destinadas para el uso de personajes menos importantes que el jefe pero que se encontraban en una escala superior que los habitantes comunes que podían acceder únicamente a las de menor tamaño .

La utilidad de las tolas es muy variada va desde la jerarquización, religiosidad, observación astronómica, geometrismo, control del espacio, integración social y ritualismo funerario, en algunos casos.

Así tenemos las tolas de una y doble rampa así como las que carecen totalmente de ella.

Tolas de doble Rampa

Según las investigaciones realizadas por el equipo del FONSAL²³ publicada en el libro Tulipe y la Cultura Yumbo. Se han identificado algunos complejos que tienen este tipo de construcción entre las que se cuentan el complejo del Mirador o Tolas Andrade que tienen una densidad cerámica moderada tres a cinco fragmentos cada metro cuadrado que constituye una riqueza del sector en la actualidad, las tolas del complejo Naranjo o Porvenir, Tola Romero, Mira flores, tola el Morro Mira flores, tola El Pozo. Esta ultima según los técnicos que estuvieron a cargo de la excavación fue levantada por los Yumbos como una “escultura post mortem” de algún jefe de familia aunque no se encontraron osamentas se le da este posible uso pues en ella habían restos de vasijas, esteras y carbón lo que hace presumir que se trata de un ritual funerario propio de la etnia

Tolas de una Rampa

Son truncadas construidas con cortes longitudinales o transversales que general una forma trapezoidal

Estas son: Tola Coronel; barrio las Tolas, Tola Franco Mena, tola Urcutambo, tolas Alban, San francisco.

Tolas sin rampa

Son las Tolas de El Ladrilla, Salento, Tola Freire, san José de las tolas

Que se encuentran ubicadas en el filo salento entendiéndolo como tal al monte que se extiende desde la Armenia con dirección sur –norte

En la actualidad la zona donde se encuentran las tolas de la cultura de los Yumbos, las personas que habitan allí, en su mayoría colonos se dedican a la ganadería, al cuidado de aves

²³ FONSAL: Fondo de Salvamento del Ecuador , encargado de velar por la conservación del patrimonio cultural del país

y ganado menores, al cultivo de caña de azúcar entre otras actividades que ocupan la vida de las personas que habitan en Tulipe y sus alrededores.

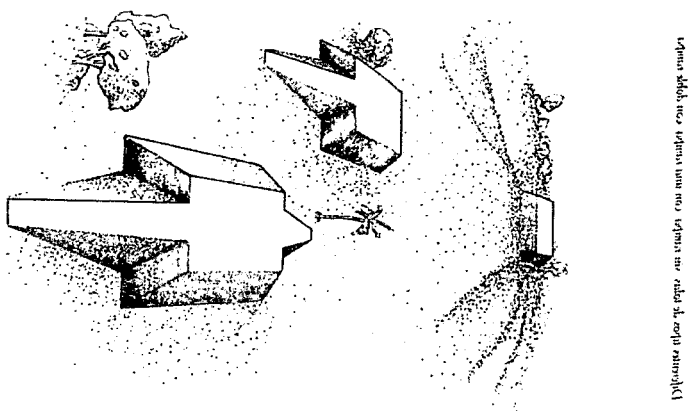


Grafico de los tipos de tolas existentes en la zona de Tulipe. .

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holguer Jara. Pág. 23.

Se creía que las Tolas eran en su totalidad monumentos funerarios pero luego de las excavaciones se ha constatado que no todas cumplían e esta función, y que la etnia de los Yumbos tenían cementerios donde enterraban a sus muertos, “Los cementerios proveen información indirecta sobre los patrones religiosos y sociopolíticos de los pueblos” ²⁴que permiten conocer parte de sus costumbres y creencias.

1.2.3.1.2 Petroglifos

Los petroglifos son figuras o mensajes escritos por la etnia de los Yumbos en las piedras encontradas en su mayoría en las quebradas que circundan al sector de Tulipe, los diseños que aparecen en estas piedras gigantes tratan de retratar la cosmovisión de la Etnia, y su riqueza cultural. Según los científicos que participaron en el estudio hecho por el FONSAL podrían tratarse de figuras espirales repetitivas y de círculos concéntricos donde resalta claramente una figura muy especial que es aquella donde se puede apreciar un hombre divinizado creado básicamente con círculos que como se cree era la figura que utilizaban los grupos indígenas antiguos para representar al Sol, su máxima deidad. Con la diferencia que para este grupo humano esta era representada con forma de hombre lo que para los científicos (Breckhardt

²⁴ Porras 1996 – 1997, Tulipe y la Cultura Yumbo. Jara Holguer

1976) es la” nidad indivisa del principio lo que representa al cosmos como fuente de vida y esencia del ser, es decir el ser estelar es además el hombre procreador”

Estas piedras que fueran el medio de comunicación de los Yumbos para dejar ver su cosmovisión a las demás culturas modernas, son conocidas por los habitantes del sector como la piedra yumbo, o la Churona Yumbo e incluso les atribuyen según la tradición popular poderes sobrenaturales que les han merecido el respeto y hasta cierto punto el temor de los locales.

Pero algunos de ellos no se hallan bien conservados debido a las condiciones ambientales en las que se encuentran , haciendo que sea difícil su lectura y conservación ya que la mayoría se encuentran en quebradas de difícil acceso y con el pasar del agua permanente sobre su superficie se han deteriorado o erosionado . Ese es el caso de los que se han localizado en la quebrada de Charape que han sido determinados por los investigadores del FONSAL como Charape 1 y 2 respectivamente.

Las mismas que en el caso de la primera se pueden visualizar gráficos al parecer de una serpiente formada por espirales que para Milla (1990 tomado de Tulipe y la Cultura Yumbos primera edición FONSAL) es el signo del retorno al principio continuamente.

En el caso del segundo petroglifo citado, se encuentra muy bien conservado y tiene una representación gráfica muy similar al anterior.

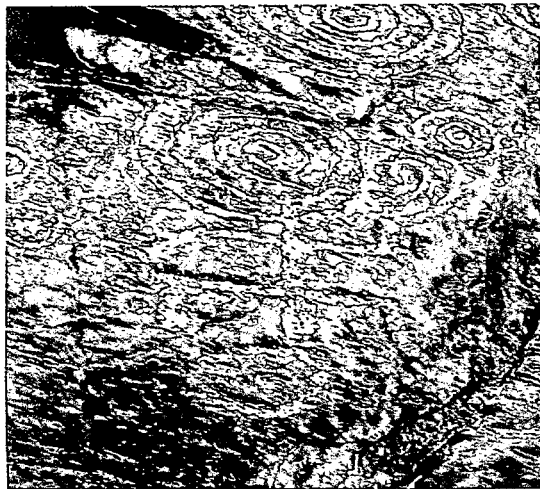
Están también los petroglifos de Santa Teresa y San José (por su ubicación) las primeras se hallan en la quebrada del mismo nombre, se pueden apreciar una figura esta vez de un animal, que parece ser un mono que puede ser una representación de la fauna que rodeaba a la etnia del sector.

El Petroglifo San José a diferencia de los demás no se encuentra ubicado en la quebrada sino en una llanura por lo que su estado de conservación es deplorable, y no quedan registradas marcas claras de figuras en especial por lo que no se puede apreciar el mensaje que aquella contenía solo vestigios de trazos que hacen presumir la presencia de un petroglifo más de esta etnia.



Petroglifo Chirape 1

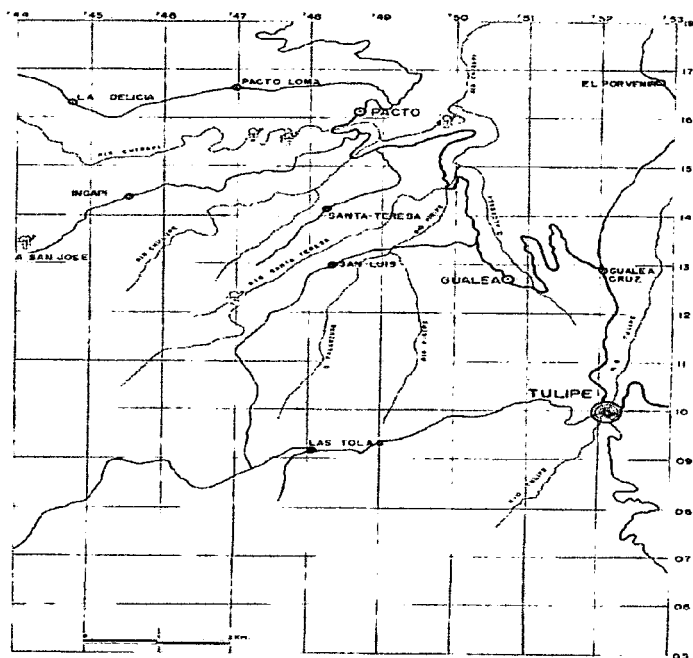
Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo Holguer Jara pág. 31



Detalle antropomorfo del petroglifo Chirape 1

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holguer Jara Pág. 32

Mapa de ubicación de
los petroglifos respecto
del centro ceremonial de
Tulipe.



Mapa de ubicación de los petroglifos en relación a Tulipe .

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holguer Jara pág. 30.

1.2.3.1.3 Los culuncos

Los culuncos son senderos o caminos que fueron usados por el pueblo Yumbo como vías de comunicación y comercio contruidos a manera de trincheras que abarcan todo el territorio Yumbo que aunque muchos se hallan fragmentados son evidencia de las rutas que comunicaban a los yumbos con el resto de los asentamientos.

Evidencia de esto son las rutas Cotocollao –Pacto, la Cotocollao –Cachillacta , la Gualea-Alambi-tambillo, Chacapata-Palmitopamba-Nanegal, San Francisco – La Armenia, entre otras Determinadas por la reciente investigación del FONSAL. Tras lo cual se pudo evidenciar que la ruta La Armenia – Santa Elena – San Vicente (culunco yumbo) es utilizado por los campesinos y finqueros de la zona.

Muchos de ellos atraviesan las cimas de los montes donde se levantan las tolas pero no todos ellos en la actualidad se pueden usar como caminos alternativos a las vías de primer y segundo orden que circundan la zona dado que por la explotación maderera, ganadera y agrícola han sido destruidos. Debido quizás al desconocimiento que existía de la existencia de los llamados culuncos y de su riqueza ancestral, y cultural. Ya que la investigación de la etnia en el sector es muy reciente.

Pero no todos corrieron con la misma suerte existen algunos que han subsistido al paso del tiempo y su embate entre ellos están: los de Pachijal, El Pedregal, santa Teresa, Ingapi , San José y San Juan y los de Saguangal y Guayabillas que bajan a los 500 msnm donde confluyen los ríos Pachijal y San José.

Los culuncos son elementos muy importantes para el pueblo yumbo de conjuntos habitacionales, sembríos centros ceremoniales y fragmentos de la historia de este grupo étnico.



Pintura de Galo Jurado 2002. Reconstrucción hipotética de un culunco con sus transeúntes

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo, Jara Holger Pág. 121

1.2.3.1.4 Centros ceremoniales

Para rendir culto a sus dioses los yumbos construyeron centros ceremoniales estratégicamente ubicados tanto por sus características geográficas como por las cualidades mágicas religiosas.

En este lugar sagrado se elaboraban los calendarios de cosecha, siembra y festividades a través de la observación y estudio del cielo y sus astros (sol y luna)

Estos se encontraban alejados del entorno externo donde vivía la comunidad y eran visitados únicamente durante festividades importantes.

Esta observación astronómica fue la que les ayudo a relacionar el bienestar de su pueblo con los fenómenos de la naturaleza para determinar ciclos de cosecha, sequía o prever la llegada de las aguas que se debía aprovechar para la agricultura. Lo que influyo para la interrelación del pueblo Yumbo con otras etnias.

La Orientación de estos centros ceremoniales era muy importante para la determinación de su construcción a partir de las investigaciones se ha podido observar que este es un aspecto de vital importancia En el centro ceremonial de Tulipe se pueden identificar trazados cardinales que llegan hacia poblados distantes lo que para (Bruckhart 1982 , Milla 1990 y Guayasamín 1996) constituirían una geografía sagrada que puede ayudara identificar los lugares con los cuales la etnia tuvo alguna relación comercial o social .

Existen algunos centros ceremoniales identificados dentro de la cultura de los Yumbos, entre ellos están: El Guayabal, Ayapi, Piripe y Tulipe, de los cuales este último es el más importante.

Otros lugares ceremoniales que han sido utilizados para este fin por etnias indígenas son las cascadas, las mismas que hasta la actualidad son visitadas por los pueblos de la Amazonia como sitio para realizar sus rituales de sanidad y limpieza del cuerpo y espíritu.

Este escenario fue utilizado por los Yumbos con los mismos fines, entre ellas se encuentran la cascada de Pahuma, cascada del Gallito de la Peña.

1.2.3.1.5 Materiales culturales de la etnia

En las recientes excavaciones que realizó el FONSAL en el sector de Tulipe se encontraron importantes vestigios de los que se cree fueron los materiales utilizados por los Yumbos para la fabricación de sus herramientas, utensilios de uso doméstico, y hasta objetos de índole ceremonial o religioso, entre los que se pueden señalar se encuentran la cerámica, piedras trabajadas o conocidas como “lítica”, obsidiana,

Metales, y la concha spondylus, lo que hace presumir de relaciones comerciales con el sector de la costa.

La gran mayoría de los vestigios encontrados, estaban en las entrañas de tierras de propiedad de los finqueros de la zona (80%), que han sido obtenidos mediante el trabajo diario al remover la tierra o por excavaciones clandestinas en algunos casos y el restante 20% proviene de excavaciones realizadas para este efecto por parte de FONSAL lo que hace suponer que es posible que existan piezas características de esta civilización en propiedad de muchas personas más ya que las mencionadas excavaciones clandestinas son muy comunes en esta zona realizadas por los huaqueros²⁵.

²⁵ Huaqueros: personas que se dedican a la excavación de tumbas prehispánicas con el objetivo de vender lo obtenido, dificultando la conservación de la cultura y el conocimiento de la misma, Tulipe y la Cultura Yumbo, Holguer Jara.

1.2.3.1.6 Cerámica yumbo durante el periodo formativo

El periodo formativo nos habla de una sociedad organizada que no solo se dedicaba a la agricultura, caza y pesca, a una forma social que desarrolla el trabajo en la cerámica para sus utensilios y objetos ceremoniales,

La primera cerámica de la que se tiene evidencia en el Ecuador, pertenece a la cultura Valdivia en la Península de Santa Elena que data de 4500 a.C. Se observa gran técnica decorativa y de variadas formas lo que según los entendidos hace suponer la existencia de culturas preexistentes que desarrollaron la alfarería de gran manera y esto se heredó a las culturas siguientes como la Valdivia entre otras de este mismo periodo.

En nuestro caso de estudio de los Yumbos. Llama la atención la dispersión de este material ya que con las excavaciones realizadas por el FONSAL se pudo constatar que no solo se ubicaron en Tulipe sino que se extendió en un rango mayor de al menos 50 km².

Las características que se puede apreciar de la cerámica yumbo es su acabado pulido y pintado en los bordes de las piezas que se cree eran ceremoniales también se puede ver la presencia de pintura roja en bandas, la utilización de incisiones hechas en base a las uñas, caña hueca o canuto, la presencia de líneas finas y gruesas, punteado simple y apliques.

1.2.3.1.7 Cerámica yumbo en el periodo de integración

En este periodo los yumbos desarrollaron varias piezas de cerámica de distinto distintos usos. Así tenemos como características más importantes registradas que los acabados de la parte externa son en su mayoría alisadas uniformemente y en pocos casos se encuentran cerámicas con la parte externa rugosa. Entre ellas se encuentran vasijas, que se pueden clasificar en cuencos, compoteros, cantaros, ollas, fusayolas o torteros, sellos y piezas antropomorfas.

Las vasijas se caracterizan por tener, bordes y labios redondeados pequeños también se evidencian bordes invertidos que se encuentran en artefactos cerrados como ánforas o cuencos, muy típicos de la serranía central. Las bases encontradas son muy simples generalmente cóncavas y convexas sin embargo se pueden observar bases con concavidad hacia el interior de la vasija que puede tener la utilidad de un cántaro.

Los cuencos²⁶ encontrados en el valle de Tulipe de la etnia de los Yumbos son en general muy simples, salvo una que tiene decoración, las demás son planas, y tenían la función de contener alimentos.

Las compoteras por otro lado están conformadas por un plato y un soporte o pedestal, presentando superficies totalmente planas con ausencia total de decoración, siendo este un utensilio que esta presente desde épocas tempranas, en la colonia y posiblemente en la vida republicana.

Otro tipo de vasija que está presente en esta civilización son los cántaros que presentan figuras antropomorfas con apliques decorativos en forma de jarrones alargados muy diversos en diseños y tamaños, también aparecen aquí los cantaros de tipo cerrados que eran aquellos utilizados como parte del ajuar funerario.

Para las actividades domesticas se crearon instrumentos en forma de ollas con superficies alisadas de formas variadas que presentan hollín en su superficie lo que ayuda a asociarlas con las labores domesticas. Presentan en algunos casos figuras antropomorfas con decoración a base de granos de café sobre todo para los ojos.

²⁶ Cuenco: recipientes abiertos generalmente de forma cóncava, corresponden a formas simples casi siempre alisadas.

Las Fusayolas o torteros son pequeñas piezas circulares de cerámica o arcilla, su función estaba estrechamente ligada a la hilandería de algodón que debió ser traído de la costa en su mayoría aunque también existía en menor cantidad al noroccidente de Quito algunas de ellas eran pintadas y utilizadas para fines religiosos o ceremoniales , funerarios o de ornamentación .

Muchas de las etnias indígenas tenían la costumbre de pintar su cuerpo en ocasiones especiales, lo que se podría entender como un tipo de tatuaje primitivo. Los Yumbos no fueron la excepción, para el efecto recrearon los sellos que no eran más que marcas o improntas que manifiestan una pertenencia o un simbolismo espiritual en este caso las marcas que los yumbos ponían en su cuerpo a través de la aplicación de pigmentos vegetales eran, diseños antropomorfos, zoomorfos, espirales, y círculos concéntricos. Que constituían un escudo protector.

Al igual que en los petroglifos se observan espirales que corresponden según se cree a las serpientes enrolladas que se encontraban fácilmente en su medio ambiente , reptil que desde tiempos muy remotos en varias culturas es relacionado con la energía, al agua, la tierra, la mujer y la fertilidad.

Las piezas antropomorfas en esta cultura están presentes como lo están en otras culturas precolombinas en el Ecuador tratando de eternizar la figura humana y sus expresiones religiosas y míticas tanto de la figura masculina como la femenina , encontramos desde las Venus de Valdivia , con sus rostros y peinados estilizados , o los canasteros o coqueros del Carchi entre otros .

Las piezas antropomorfas de los Yumbos tienen facciones muy bruscas y amenazantes conjugando las humanas con las características de ciertos animales como: los monos, felinos, y aves, aquellos con quienes probablemente compartían el medio ambiente. La cerámica tiene un acabado pobre, y erosionado.

De hecho se cree que tenían poderes especiales ya que eran usadas para los rituales y ceremonias y que guardaban el poder de sanar y traer buena suerte es por esto que muchas de estas figuras son conservadas en la actualidad como talismanes o elementos protectores de las casas por los pobladores actuales de la zona.

En conclusión basándonos en lo encontrado durante las excavaciones del FONSAL se pueden señalar ciertas características muy especiales encontradas en las piezas pertenecientes a la cultura Yumbo. Entre ellas esta la presencia de cuencos abiertos y cerrados que presenta generalmente una pasta fina o mediana, casi las gruesas no están presentes y debieron haber sido fabricadas por medio de la técnica del enrollado. La decoración que sobresale es aquella que incluye apliques y pintura así como el punteado, moldeado.

Los utensilios son de poca variación, en general toda la muestra de la cerámica es poco trabajada, más bien, muy primitivo y sencillo, apenas se presentan los alisados en las piezas como acabados.



Pieza Antropomorfa perteneciente a la etnia de los Yumbos.

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo Holguer Jara. Pág. 58



Fusaloyas o Torteros pertenecientes a la etnia de los Yumbos.

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holguer Jara Pág. 57



Cantaros utilitarios de la cultura Yumbo.

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holguer Jara pág. 56

1.2.3.1.8 Material lítico

La etnia Yumbo dio gran uso al material lítico sobre todo para la fabricación de sus herramientas, constituyendo en la materia primas más importante para la fabricación de hachas, puntas de flecha, cuchillos, raspadores, piedras de moler, etc. Además se utilizó en la construcción de sus centros ceremoniales como podemos observar en el centro ceremonial de Tulipe el monumento sagrado más importante de lo Yumbos.

El uso del material lítico siempre he estado relacionado con las sociedades tempranas del hombre, que eran destinadas para dos actividades específicas la cacería y la agricultura sin duda debido a su forma de ruptura y a lo cortante de sus filos. Sobre todo la piedra que utilizaban para su fabricación es el basalto ya que era de mas fácil acceso que otras como la andesitas muy presentes en la elaboración de metales, boleadoras, manos de moler, etc.

1.2.3.1.9 La concha spondylus

Llegaron a poder de los Yumbos a través de los intercambios de esta etnia con otras provenientes de la costa, era utilizadas sobre todo en los ritos funerarios de personajes importantes y como ofrenda a los dioses además en ornamentos de sus festividades y atuendos para ocasiones especiales

1.2.3.1.10 Metalurgia

El metal que por excelencia fue muy apreciado y trabajado por las etnias era el oro, el cobre y la plata, los mismos que eran usados para la fabricación de piezas muy especiales según informes del FONSAL hasta la actualidad existen reportes de quienes habitan en el subtrópico quiteño de hallazgos de instrumentos o artefactos de metal como las narigueras por ejemplo que eran parte del ajuar funerario.

1.2.3.1.11 Tulipe, valle sagrado

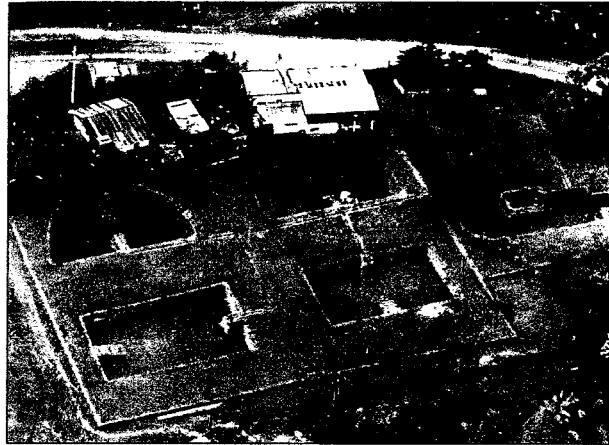
Está ubicado en el noroccidente de la provincia de Pichincha, a 70 Km. de la ciudad de Quito aquí se encuentran las piscinas que son el complejo religioso más importante de la etnia. En el valle de Tulipe.

Se trata de un centro ceremonial rodeado de pequeñas colinas entre las actuales parroquias de Guala y Nanegalito. Desde la parte baja de la cuenca del río Tulipe se encuentra un grupo de estructuras hundidas en forma de piscinas de distintos tamaños que gracias a las condiciones ecológicas, el material y la técnica utilizados en su construcción, así como la espesa vegetación y la ausencia de actividad eólica, se encuentran en buen estado.

Este complejo ceremonial y religioso está conformado por 8 piscinas, de las cuales siete se concentran en una misma área y una de ellas a 500 m hacia el noroeste dentro del valle con formas geométricas destacando entre ellas la forma del felino y de su deidad máxima el sol con gradas, canales de agua, etc. Tomando como elemento básico de sus rituales al agua, se cree que estas piscinas y los ritos que se practicaban allí no solamente eran presenciados por los yumbos sino también por otros grupos étnicos como los panzaleos, puruha, quichua, cochasqui, Huancavilca e Inca que llegaban al lugar en forma de romerías provenientes de otras partes de la Sierra y del Océano Pacífico. Convirtiéndose además en un centro de convergencia cultural.

Las piscinas además están conformadas por acueductos, rampas y muros circundantes como elementos complementarios de este centro ceremonial. Las 6 primeras piscinas muestran un tipo de construcción similar no así la número 7 que por sus características los entendidos la definen como un típico baño Inca cosa que no es de sorprenderse ya que los yumbos eran un pueblo comerciante y viajero por naturaleza por lo que estaban en contacto con distintas etnias, así pudieron haber apreciado las construcciones Incas en Quito, El Callo, Caranqui, Tomebamba, Ingapirca, etc. Lugares donde se asentó y dejó su huella arquitectónica esta sociedad.

Está ubicado a 1 450 metros sobre el nivel del mar y fue un santuario de conocimiento y religiosidad para el pueblo yumbo (800 d.C.-1690 d.C.). Los vestigios arqueológicos que se encontraron demuestran que se trataba de una cultura con conocimientos en astronomía, geometría, arquitectura y manejo del espacio.



Vista del complejo de Piscinas de Tulipe.

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo.

Holguer Jara. Pág. 74

CAPITULO 2

2.1 ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio o investigación de mercados nace de la necesidad de minimizar los riesgos en un servicio o producto que se comercializa o se piensa comercializar en el futuro , para llevarlo a cabo es necesario tomar en cuenta ciertos factores como son la oferta , la demanda , el conocimiento del mercado potencial y objetivo , la medios de comercialización o ventas, entre otros que permitirán conocer el mercado de mejor manera y los requerimientos del mismo para elaborar planes que sean capaces de respaldar las operaciones en el periodo que se presupuesta . Siempre y cuando las necesidades y los resultados económicos lo ameriten

Es muy importante tomar en cuenta que la sola investigación de mercados no constituye garantía suficiente de éxito ya que este dependerá del buen criterio del gerente, pero si es una herramienta muy importante en la obtención de datos para la toma de decisiones de inversión y operación de un negocio que esté en marcha o que se pretenda crear.

2.1.1 Definición del problema

El problema de la investigación es que existe una riqueza natural y potencial turístico subexplotado en la zona de Tulipe , sector muy rico en el entorno natural y especies endémicas así como la cultura de la etnia de los Yumbos específicamente que encierra tradiciones y practicas milenarias y una cosmovisión diferente plasmada en el construcciones como las piscinas y los petroglifos que persisten hasta nuestros días y que constituyen gran atractivo turístico , un recurso muy importante para el proyecto .

Por esta razón se ubicó el proyecto en Tulipe, además debido a que goza de un clima de transición donde podemos encontrar un piso climático apto para la siembra de productos agrícolas tanto de la sierra como de la costa y una gran cantidad de especies animales y plantas como las orquídeas, admiradas en todo el mundo.

El proyecto de la creación de un proyecto etnoagroturístico con opción de voluntariado en la zona de Tulipe al Noroccidente de Quito, tiene como objetivo lograr el desarrollo de la localidad, por medio del turismo, generando cooperación de los voluntarios y turistas que además de conocer las bellezas del sector, puedan involucrarse activamente en los procesos productivos del Rancho.

Creando además fuentes de empleo para la localidad, generando mayores ingresos y mejorando el nivel de vida de los habitantes de Tulipe a través del agroturismo.

2.1.2 Marco teórico

El Marco teórico comprende todos los estudios e información disponible para realizar la investigación del tema propuesto que proporciona información principal para avanzar con propósito de la investigación, entre las que pueden estar los datos obtenidos a través de fuentes primarias o secundarias.

En el caso del estudio del proyecto etnoagroturístico de Tulipe se utilizarán datos obtenidos de fuentes tanto primarias como secundarias, entre las primeras están contempladas las entrevistas con expertos y sondeo, entre las secundarias se utilizarán datos estadísticos obtenidos de fuentes oficiales y bancos de datos.

2.1.3 Objetivos de la investigación de mercado

General

- Determinar la forma en que el proyecto etnoagroturístico con opción de voluntariado puede ayudar al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la zona de Tulipe.

Específicos

- Determinar un mercado objetivo
- Determinar el marketing mix
- Cuando compra el producto
- Que le motiva a comprar
- Tamaño del mercado y tendencias futuras
- Segmentos
- Clientes a identificar (alianzas estratégicas)
- Necesidades y deseos de los clientes
- Expectativas del cliente
- Usuarios (turistas)

2.1.4 Diseño del estudio

Aquí se establecerán los procesos que se deberá cumplir para la recolección de la información necesaria para la investigación de mercados, que deben estar enfocados en dos ejes fundamentales: económico y estadístico, el primero está orientado a los costos o necesidad de recursos, la necesidad de acceder a fuentes de información y tiempo. El segundo en cambio analiza la representatividad de la muestra y la objetividad del método que se haya aplicado.

En el caso del proyecto se ha definido como herramienta de la investigación de mercados al sondeo. Se lo realizará a 30 personas distribuidas entre 20 turistas nacionales y 10 turistas

extranjeros para lo cual se ha ubicado la localización de estudio a la Mariscal por ser un sitio donde se encuentra concentrado el segmento de mercado extranjero que ingresa al país por la ciudad de Quito y existe gran concurrencia de personas nacionales también .

Se realizarán entrevistas tanto a la competencia, como a la oferta complementaria del sector para la obtención de datos valiosos para el proyecto y la investigación de mercados.

2.1.5 Ejecución de la investigación

Es necesario dar a conocer el modo en el que se va a realizar la investigación, las herramientas pertinentes a utilizar para la recolección de datos necesarios como se los va recolectar y los medios para presentarlos con sus respectivas conclusiones.

En el caso del proyecto en estudio la investigación de mercado se ha emplazado dentro de la ciudad de Quito ya que después de las visitas de campo a la localidad de Tulipe, arrojaron como dato que la demanda que se tiene en la actualidad en el sector proviene de la capital. Para la ejecución de la investigación se utilizaran datos estadísticos, datos obtenidos de las entrevistas a profundidad realizadas a la competencia y a personas que están íntimamente relacionadas con el tema. Se utilizaran además técnicas de Observación de la operación turística in situ.

2.1.5.1 Recolección de datos

Esta es una fase de la investigación de mercados que mas dinero y tiempo requiere ya que los datos son su parte básica , para lograrlo es necesario determinar ciertos aspectos como son la clase de información que se requiere , la fuente de la información y el acceso y disponibilidad de la misma . Los datos pueden comprender información primaria y secundaria, entendiéndolas como tal a las primarias a aquellas que son obtenidos directamente de la fuente por el investigador entre los que se tienen a la comunicación directa con las personas, y la observación de los hechos, eventos u objetos también llamado como trabajo de campo.

2.1.5.2 Fuentes de información

Las fuentes de información del negocio pueden ser generadas tanto en el interior como en el exterior del mismo , la información que puede ser obtenida dentro de la organización hace referencia a la experiencia pasada registrada de las distintas operaciones de la empresa relacionadas con el marketing , por ejemplo las ventas , los costos , productos etc.

En lo que respecta a la información exterior tenemos que es esta la razón de ser de la investigación de mercados que como ya se mencionó en el apartado anterior puede ser primaria o secundaria.

Dado que la investigación de mercado en este caso se dirige a un negocio nuevo, que por consiguiente no cuenta con ningún dato histórico de operación, o ventas. Esta se basará en la información llamada externa para obtener los datos necesarios para su realización.

2.1.5.2.1 Fuente de información primaria

Los datos primarios pueden ser obtenidos de varias maneras, clasificándolos de acuerdo al método elegido para su recolección partiendo de esto tenemos, la observación, la comunicación, la experimentación y simulación.

La observación parte del medio visual para registrar datos sobre personas, hechos o cosas. La comunicación utiliza el medio verbal o escrito mientras que la experimentación se encarga de aplicar tratamientos para establecer relaciones de causalidad y por ultimo la simulación aplica modelos de mercado que pueden ser recreados a escala menor en una situación real .

Para la investigación específica del proyecto se utilizarán los métodos de observación y comunicación detallados más adelante.

2.1.5.2.1.1 Método de observación

Como método de recolección de datos la observación es similar a la comunicación pero en este caso es necesario el uso de los sentidos, objetos, hechos, el comportamiento de datos o consecuencias de eventos pasados. El procedimiento de la observación requiere de cinco elementos fundamentales que son

La estructura puede ser cerrada o abierta, la cerrada se la utiliza cuando se requiere obtener datos que completen encuestas de tipo cuantitativo y abierta cuando se requiere de datos para completar un estudio cualitativo que busca identificar comportamientos o desempeños en cuyo caso existe gran libertad de registro y depende en gran medida del criterio del investigador.

En cuanto a la forma de acercarse al encuestado, esta puede ser abierta o encubierta, la primera es aquella en que la personas saben que están siendo observadas y por lo tanto es consciente de la presencia del investigador, el tipo de observación encubierta como su nombre lo indica, es aquella en la que las personas no están conscientes de que están siendo observados lo que ayuda a que no existan inhibiciones o distracciones en el observado.

El tercer elemento de la observación se refiere al momento en el que se registra la información. Este puede ser coincidental o simultáneo. En el primer caso se la hace luego de que ha sucedido un evento en especial como parte de las consecuencias de este y en el otro caso se la registra a la par de la observación.

Como otro elemento se tiene que tomar en cuenta al escenario de observación, el mismo que es natural en la mayoría de los casos pero en ocasiones se aconseja montar un escenario artificial para recrear una situación o en caso de que se requiera acelerar algún acontecimiento en especial importante para la investigación .

El último método se refiere al medio utilizado para registrar la información obtenida, este puede ser manual que se apoya en el aporte de observadores adiestrados para este fin o automático en el cual se utilizan instrumentos electromecánicos, cuando no es factible el empleo de personas por motivos económicos, físicos o psicológicos logrando una mayor objetividad y reduciendo el tiempo requerido para la investigación.

2.1.5.2.1.2 Métodos de comunicación

Las técnicas de comunicación son las mas usadas en la investigación de mercado, basadas en el uso de preguntas habladas o escritas que puede ser por medio de un formulario o mediante entrevistas personales y grabaciones, Esto puede ser realizado por medio de un procedimiento directo o indirecto, en el primero el entrevistado tiene pleno conocimiento del objetivo de la investigación, y el segundo si el objetivo de la investigación es camuflado. Para recopilar los datos se puede realizar una estructura que proporcione una guía especialmente si se trata de una recolección de datos extensa, en cambio cuando se trata de una recolección de datos a profundidad se utilizo el modo no estructurado, abierto o, libre con conocimiento del entrevistado del objetivo de la investigación para así obtener datos objetivos

2.1.5.2.2 Fuentes secundarias de información

Estas pueden estar expresadas en forma de datos, textos, literaturas, teorías, etc. las mismas que han sido recogidas con el fin de servir para otro tipo de investigación pero que es muy útil para el análisis y se tiene acceso a ella. Como ya se ha dicho antes las fuentes secundarias pueden ser de dos formas internas o externas, la información secundaria es muy útil ya que tiene un menor costo que las fuentes primarias, en muchos casos es a través de ellas que se logra definir las soluciones del problema de la investigación, contribuyendo a la definición de la hipótesis, mediante la información secundaria se puede tener el marco muestral o por lo menos resulta muy útil para su elaboración.

2.1.5.2.2.1 Base de datos

Las bases de datos son herramientas muy importantes para la recolección de información esta conformada por censos, marcos de referencia, índice de precios, estadísticas, etc.

2.1.5.2.2.2 Censos

Son levantamientos exhaustivos de información referente a listas de personas, entidades, objetos, etc. que es necesario conocer para planificar las políticas de marketing, los censos mas utilizados son los de población y vivienda realizados por los gobiernos, además de ellos están los censos sectoriales de establecimientos comerciales, fabricas, servicios turísticos entre otros.

Para la investigación se han utilizado datos obtenidos de fuentes como el SIISE que es el sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador e INEC el Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos , para la obtención de datos de la agricultura del país en el primer caso y sobre población en el segundo caso .

2.1.5.2.2.3 Encuestas sectoriales: Captur, Mintur

Las encuestas Sectoriales son mas utilizadas que los censos debido a que estos tienen menor costo que los anteriores, y son más versátiles, estas se usan cuando se requiere saber la medición del costo de la vida, la composición de la canasta de consumo familiar, y el empleo y desempleo del sector manufacturero.

En el caso del proyecto se utilizara como fuentes de datos de encuestas sectoriales a la CAPTUR, Y al Ministerio de Turismo.

Las estadísticas conforman grandes bases de datos que son proporcionados por entidades locales, estatales y gremiales descentralizadas muy usados en los sectores económicos, industriales, comercio exterior, etc.

En el caso del proyecto se ha obtenido información del SETE el cual es el sistema de estadísticas Turísticas del Ecuador

2.1.6 Tipos de investigaciones

La investigación de mercados es una herramienta de corto plazo que ayuda a la gerencia a tomar decisiones, presenta dos enfoques el cualitativo cuando se trata de profundizar en el conocimiento de una de una situación en búsqueda de conceptos o manifestaciones, el enfoque cuantitativo cuando se quiere encontrar la medida de una población.

2.1.6.1 Investigación cualitativa

Este tipo de investigación se utiliza para una fase exploratoria o para proporcionar las bases que orienten el estudio, tiene como objetivo el agregar nuevos elementos de juicio para mejorar el conocimiento de un marco teórico, buscando tener profundidad en el conocimiento de los problemas

2.1.6.1.1 Estudios exploratorios

La investigación exploratoria refleja las ideas básicas para dar inicio a la investigación de mercado, los procedimientos se limitan básicamente al uso de información proveniente de fuentes secundarias no cuenta con una estructura definida , es utilizada para definir el diseño de la investigación y escudriñar nuevas situaciones de marketing , para definir los problemas e identificar como afrontar una investigación posterior .Es el indicado cuando el investigador no conoce nada o esta muy poco informado acerca de la investigación son de bajo costo y pequeña escala, muy flexibles . Según la calidad o cantidad de información recolectada el proceso de investigación puede terminar en la primera fase de recolección de información ya existente, otros utilizan un tipo de encuesta mucho mas profunda y elaborada que requiere mayor dedicación de tiempo y conocimiento en una situación dada y además existe la simulación y analogías . Pueden ir desde sondeos simples hasta estudios de casos

2.1.6.1.1.1 Información secundaria

Los estudios de tipo cualitativo se resuelven mediante el uso de información secundaria disponible, se utiliza cuando la gerencia solamente esta interesada en la consulta del marco teórico, que se puede encontrar en la literatura interna, en los bancos de datos, la misma que puede ser recopilada directamente y servirá para la elaboración de de modelos o esquemas partiendo de la información encontrada.

Las fuentes pueden ser obtenidas a través de entidades públicas y gremiales que manejan estadísticas oficiales, en centros de investigación de universidades, oficinas privadas y empresas nacionales o internacionales.

2.1.6.1.1.2 Sondeo

El sondeo es una consulta parcial que se realiza a un determinado grupo de la población, son parcialmente estructuradas y poco planeadas que buscan tener mayor conocimiento de una situación, validar una encuesta y decidir la realización de una investigación.

Para lo cual es necesario la elaboración de una pequeña encuesta dirigida a un grupo de personas que debido a su experiencia en el tema puedan arrojar datos concluyentes , el caso de validación de encuesta esta es realizada a través de una encuesta piloto que busca determinar los errores en el léxico utilizado y si es comprensible para los entrevistados .

En tercer caso de la realización de la investigación los sondeos son realizados para encontrar información que ayude a la resolución del problema del estudio y para identificar situaciones específicas que pudieran estar causando una alteración en el mercado.

En el caso del proyecto se utilizara el Sondeo con el fin de dar una solución al problema de la investigación y poder tener respuestas acerca del mercado , como este se desempeña , sus motivaciones y requerimientos para lo cual se ha definido al sitio del sondeo como la Mariscal debido a que es muy concurrido por extranjeros y personas nacionales o residentes de Quito , dado que se pudo obtener como dato en el trabajo de campo que es esa la composición básica

de la demanda del noroccidente ,y en especial de la localidad de Tulipe para lo cual se preparara una pequeña encuesta de sondeo que se presenta a continuación .

2.1.6.1.1.2.1 Encuesta de sondeo

- 1.
2. ¿Estaría usted interesado /a en realizar agroturismo.?

SI ----- NO -----

3. ¿ Ha tenido la oportunidad de realizar agroturismo ?

SI----- NO-----

En donde -----

4. ¿Cuánto sería el monto que usted estaría dispuesto a pagar por realizar agroturismo ?

5. ¿Qué atractivos y servicios le gustaría encontrar en un destino agro turístico ?.

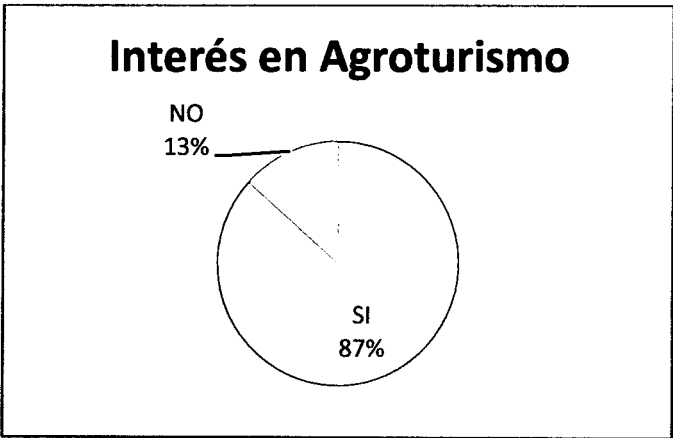
6. ¿Alguna vez ha visitado Tulipe , en el noroccidente ?

SI ----- NO -----

7. ¿Cuál fue su motivación de viaje y que visito ahí.?

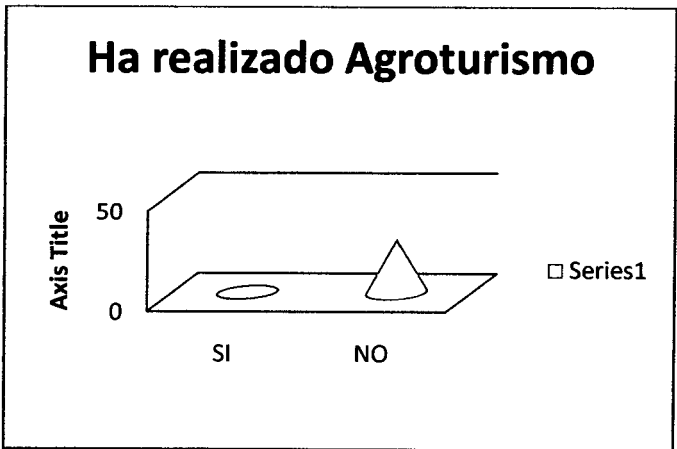
2.1.6.1.1.2.1.1 Datos del sondeo tabulados

1. ¿Estaría usted interesado/a en realizar agroturismo ?

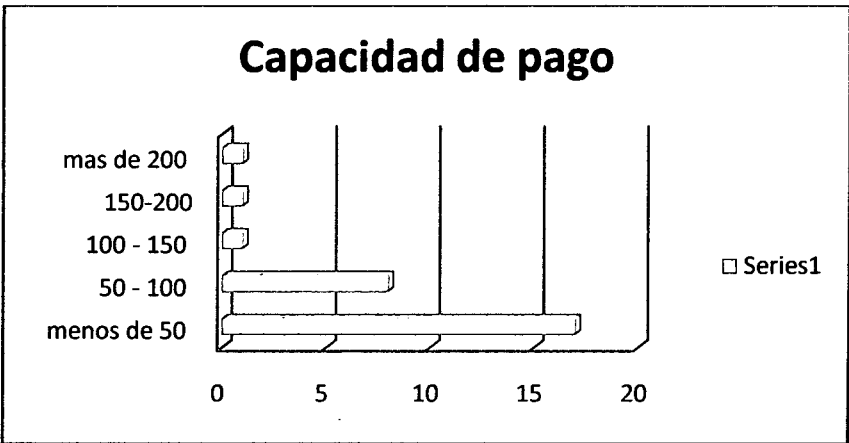


De acuerdo a este dato podemos concluir que existe un mercado que esta interesado en realizar agroturismo (87 %) que es una gran mayoría frente al 13 % que no esta interesado en realizar la actividad.

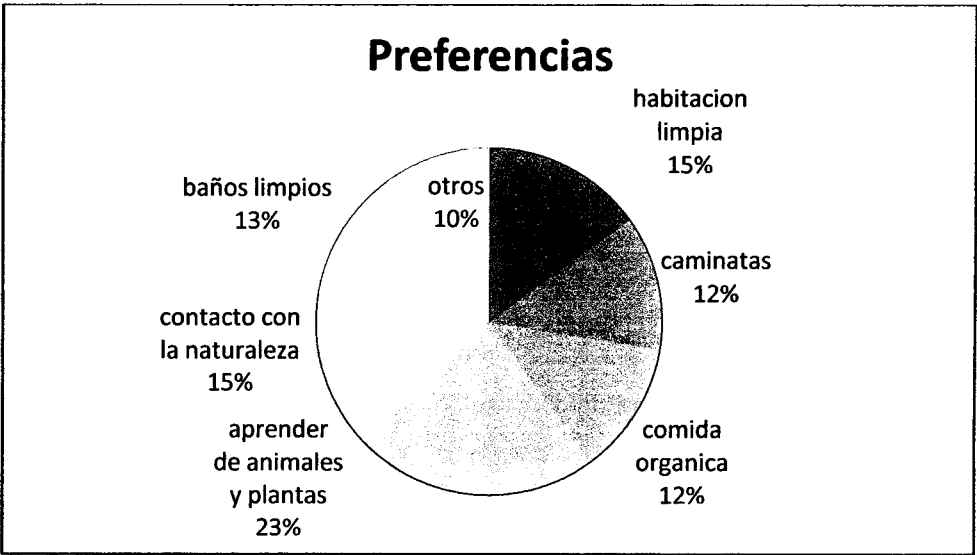
2. ¿Ha tenido la oportunidad de realizar agroturismo?



3. ¿Cuánto sería el monto que usted estaría dispuesto a pagar por realizar agroturismo ?

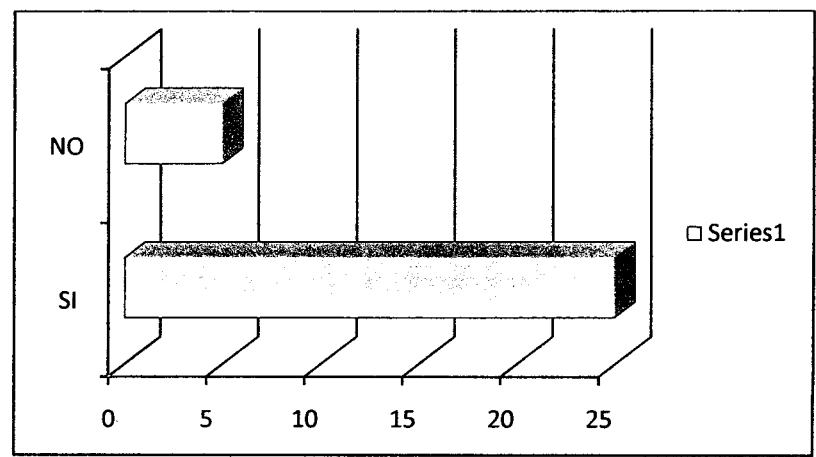


4. ¿Qué actividades y servicios le gustaría encontrar en un destino agro turístico ?

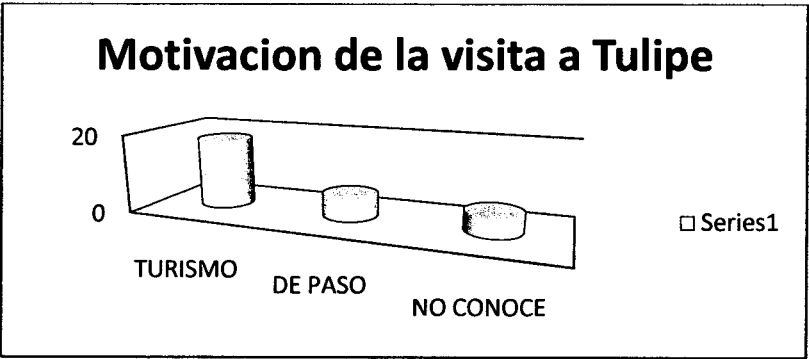


Lo que busca el turista que realiza o estaría dispuesto a realizar agroturismo demanda que exista en su mayoría un aprendizaje de los animales y las plantas (23 %) que es justamente uno de los componentes mas importantes de la actividad lo que denota un conocimiento de este tipo de turismo .

5. ¿Alguna vez ha visitado Tulipe en el noroccidente?

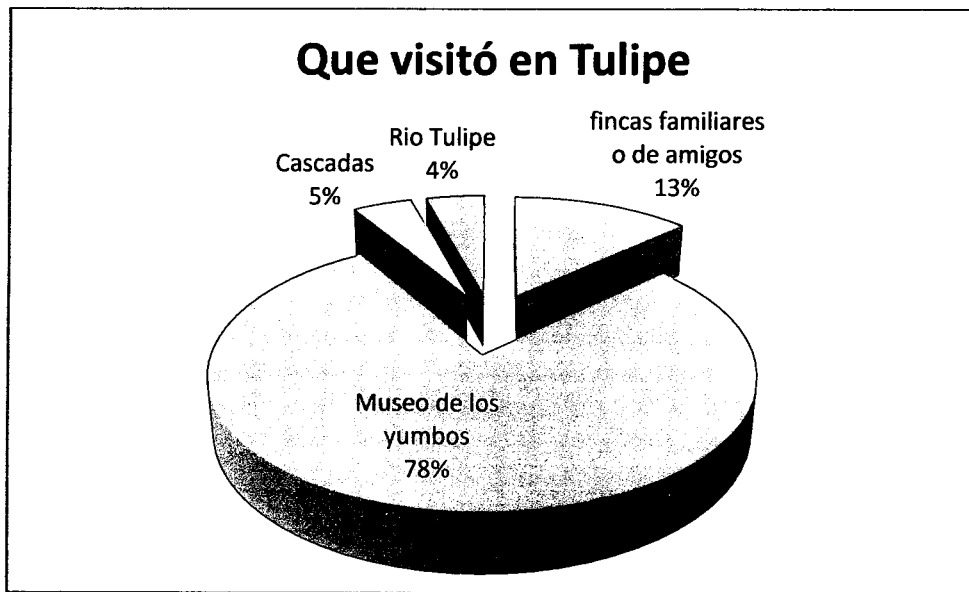


6. ¿Cuál fue su motivación de viaje?



Se obtiene de estos datos que existe una gran mayoría de las personas encuestadas mediante el presente sondeo que ya conocen o han visitado la localidad de Tulipe donde esta ubicado el proyecto , esto es muy positivo ya que no se trata de un destino totalmente desconocido para el turistas pero que debe ser potencializado mediante la publicidad . Este destino a pesar de ser visitado por 20 de las 30 personas encuestadas en la actualidad no existe una planta hotelera por lo que podemos considerarlo como un destino de paso.

7. ¿Qué visitó en la localidad de Tulipe?



El atractivo turístico mas importante es el museo de sitio de los Yumbos que en la actualidad ha dinamizado el turismo en la zona de Tulipe ya que antes del descubrimiento de la cultura yumbo y especialmente del centro ceremonial de Tulipe, motivo por el cual fue construido el museo, no se tiene datos de que haya habido un flujo turístico importante hacia el sector. Mediante este dato podemos observar que el turismo étnico (yumbos) es un componente muy importante que será aprovechado por el proyecto a través de los paquetes a ofertarse.

2.1.6.1.2 Estudios de orientación

Este tipo de estudios hace énfasis en la profundidad de la información obtenida suministrada por unas pocas personas , haciendo uso de la metodología poco estructurada y que requiere de conocimientos de especialistas en el tema , se puede utilizar algunos métodos como la interacción de las personas en las dinámicas de grupo , estos pueden ser directivos o proyectivos de acuerdo al tipo de estudio , este esta siendo muy utilizada en el marketing de nuevas ideas para lanzar nuevos productos y servicios al mercado. Existen cuatro tipos de herramientas para este estudio entre las que tenemos las entrevistas a profundidad, sesiones de grupo o focus group, estudios proyectivos y estudios de observación.

De los que se ha escogido utilizar para el proyecto en este aspecto a las entrevistas a profundidad. Ya que consideramos es la manera mas optima de obtener información de la demanda, competencia, del mercado en si.

2.1.6.1.2.1 Entrevista de profundidad

La entrevista a profundidad es una herramienta mediante la cual el entrevistador trata de obtener la mayor cantidad de información relevante para el estudio esta puede ser no estructurada , que da mayor libertad al entrevistado de desarrollar los temas , aquí el propósito es explorar las áreas de l conocimiento humano , las actitudes , o comportamientos acerca de algo que no se conoce en detalle , la diferencia entre esta y una encuesta es que en la entrevista existe una interrelación entre el entrevistador y entrevistado , cosa que no sucede en la encuesta en que las preguntas están claramente definidas y el entrevistado no puede desarrollarlas mayormente . Al momento de realizar la entrevista, el entrevistador debe estar muy bien capacitado acerca del tema, producto o servicio que se va a consultar. , debe identificar los tópicos que se trataran en la entrevista, crear un ambiente relajado para que se estimule l respuesta libre y la expresión espontanea, explorar las mayores opciones de obtener información, etc.

De acuerdo con el objetivo, la encuesta puede ser enfocada o abierta, en la enfocada el investigador esta cumpliendo una tarea, que ha sido previamente delimitada con el objetivo de determinar las causas de un proceso específico.

Al referirnos a la entrevista abierta, se puede tomar en cuenta como su mayor característica que se da total libertad al entrevistador para conducirla, sin sujeción de ningún tipo a ninguna norma en especial

2.1.6.1.2.2 Estudios proyectivos

El objetivo de este análisis es el de estudiar el comportamiento de las personas, se basa en la psicología clínica y la sociología, presentan importante información para la investigación de mercados, en este caso son aplicadas al consumidor, su motivación y momento de compra en la relación entre la conducta y el subconsciente. El estudio proyectivo en la investigación de mercados tiene cuatro objetivos básicos entre ellos están: la necesidad de determinar el comportamiento humano frente a un proceso de marketing por ejemplo, la decisión de compra, determinar el papel que desempeñan las necesidades psicogenéticas, conocer deseos ocultos no satisfechos del consumidor y analizar las respuestas del consumidor hacia las acciones de marketing.

2.1.6.1.2.3 Estudios de observación

Las técnicas de observación como lo hemos dicho anteriormente tienen como objetivo observar un acontecimiento, situación u objeto para obtener información del mismo, arroja datos complementarios para la investigación pero no muy completos por lo que lo ideal sería acompañar este método con la comunicación puede tener objetivos cualitativos o cuantitativos, para los cualitativos se utilizan en el caso de observar el comportamiento de los clientes frente a un nuevo mercado, registrar los precios de la competencia, determinar inventarios, determinar las actitudes de las personas frente a un nuevo producto, etc., en el caso de los objetivos cuantitativos tenemos los siguientes como por ejemplo cuando se mide la intensidad de tránsito en un cruce vial, justificar un vía ducto, etc. En resumen esto son de tipo cualitativo cuando se quiere registrar un evento, situaciones etc. cuantitativa cuando se quiere elaborar recuentos, frecuencias, y mediciones

2.2.6.2 Investigación cuantitativa.

El objetivo de la investigación cuantitativa es medir un parámetro de la población para llegar al resultado concluyente que logre soportar una decisión, Ya no se trata como en el caso anterior de profundizar en el conocimiento del mercado sino el precisar el peso de cada uno de los estados en términos absolutos. Por ejemplo se presenta cuando en un estudio se orienta a identificar las marcas que participan en el mercado. Pero hay que tomar en cuenta que el estudio cuantitativo se soporta en el estudio cualitativo de la investigación.

Los objetivos para este estudio son: descriptivo, en el caso de que se necesita conocer el perfil de un proceso de mercado, otro de los objetivos es aplicar un control a una respuesta de marketing y determinar la relación entre las causas de mercado y el efecto de mercado.

Las herramientas que se aplican en este caso son las encuestas, los paneles y experimentos.

2.2.6.2.1 Entrevista personal

La entrevista con expertos es un medio muy frecuente y el ideal de obtener información ya que existe una mayor comunicación entre el entrevistador y entrevistado lo que permite intercambiar opiniones y experiencias para poder plantear las preguntas en forma clara y mas comprensible y explorar situaciones distintas a las de la encuesta y posibilita el tomar control sobre el tiempo de duración de la entrevista.

El entrevistador cumple ciertas funciones entre las cuales están el localizar al informante y lograr su colaboración, formular las preguntas en forma clara y registrar las respuestas en forma precisa. Para lo cual el entrevistador debe tener ciertas características que le ayuden a despertar la confianza del entrevistado como por ejemplo la buena presentación y la capacidad para acceder a los entrevistados. Aun cumpliéndolas el entrevistador se enfrentara a dos problemas que hacen muy difícil el acercamiento a los entrevistados, la inseguridad que se vive hoy que se presentan no solo por la amenazas a la integridad de las personas sino por utilizar a las encuestas como medios de ventas no anunciadas.

2.2.6.2.1.1 ENTREVISTA CON EL ANTROPÓLOGO PATRICIO MONCAYO

Dentro de la entrevista personal tenemos a la entrevista con los expertos, la misma que constituye una herramienta importante para el estudio y que en nuestro caso particular del proyecto sustenta el componente cultural que es de gran atractivo para nuestro segmento de mercado según lo demuestra el sondeo presentado.

Director del Museo Billwawer de la Universidad Católica del Ecuador.

1. Quienes fueron los Yumbos.

Como primer punto hay que recalcar que los yumbos pertenecen a un grupo de indígenas que en un inicio parecen ser del grupo étnico de los Tsachilas, que se ubicaron en el Noroccidente. formaron parte de grupos de comerciantes en la Costa y la Amazonia , tal es el caso que se encuentran el mismo tipo de indígenas por el sur de Quito en el sector de la Magdalena donde hasta el día de hoy se celebran sus fiestas muy especiales en las cuales se ve la organización social que manejaban una organización social basada siempre en el elitismo , que significa que eran un grupo escogido de personas que se dedicaban a traer productos de la Costa , la Sierra y la Amazonia, conocen el medio ambiente su entorno , construyeron sus propios caminos van y vienen sin temor en tiempos de lluvia de sol , tiempos de sequia de invierno .

Como segundo punto se tiene que la etnia de los yumbos fue un grupo cohesionado con una concepción de intercambiar productos. Eran personas preparadas para tal efecto con un estado físico envidiable para nuestra época por que ellos podía caminar 8 o 15 días se quedaban en los tambos, lugares que servían de descanso, y sobre todo tenían el conocimiento de la naturaleza, por ella sabían que día tenían que Salir, que regresar a que ritmo caminar, cuanto debían quedarse en determinado lugar.

Tercer punto es la ubicación , que debe haber sido muy especial en esa época , con la que cada grupo étnico tenía su propia organización social , su modo de vida así como sus dioses que eran muy especiales , de esta manera el hablar de los yumbos es hablar de un grupo étnico sumamente importante , cohesionado , elitista y con una fuerte organización social , constructores de los culuncos que en la actualidad están destrozados por que los colonos

empezaron a transitar con caballos por ahí por que eran caminos ya hechos , como lo es el camino Inca , o gran Capac Ñan con la diferencia que ellos lo hacían de piedra y los yumbos en cambio de tierra ,conservando el medio ambiente y usando los arboles , hierbas , ramas , etc. para protegerse del clima , animales , etc.

Y para llevar sus canastos que debieron ser de dos a tres metros, con su cayado. Los culuncos vienen desde Cotocollao, Calacalí, pasan todo lo que es Nanegal, Nanegalito, la Armenia, Mindo hasta llegar al sector de la Isla en Puerto Quito, hoy un bonita hostería. Llegaban a este lugar y tomaban las canoas para ir río abajo hasta la costa para traer sus productos. Tenían tiempos de descanso donde festejaban sus fiestas por ejemplo las que hoy se celebran como el Yamor o fiesta de la cosecha. Y las de la Magdalena llamadas las Yumbadas que proviene del pueblo tradicional de los yumbos y las mantienen por herencia pero se ha perdido la cosmovisión característica del grupo humano ancestral.

2. ¿Los Yumbos conocían y trabajaron el oro?

Debieron haber conocido el oro, pero el oro no era importante para este pueblo se utilizaban para realizar alajas como en el día de hoy como algo suntuario, pero no riqueza, la riqueza de nuestros pueblos proviene de la pacha mama de lo que da la tierra por eso se habla de su cosmovisión de cuidar y preservar la naturaleza que todo se mantenga en completo equilibrio.

3. ¿En que época habitaron los yumbos y cuales fueron los factores que ayudaron a la permanencia de los Yumbos en la zona del noroccidente?

Parece ser que habitaron en la zona en la época de 800 dC en la que se da el intercambio de los productos por la necesidad de su gente que en términos arqueológicos se llama el periodo de integración que se propicia cuando existe mucha población , unos se dedican a la construcción de tolas , al centro ceremonial y otros en cambio comienzan a ser comerciantes como en el caso de la cultura Manteño Huancavilca en la que aparece los grandes balseros del sur que comerciaban productos para su pueblo .

Los factores que influyeron fueron el conocimiento del terreno, del medio ambiente, y además la contextura física, y la alimentación lo que hace que los yumbos puedan permanecer en la zona.

4. ¿Cual es la importancia del Centro Ceremonial de Tulipe y por que ahora se lo rescata tanto?

Fue el centro ceremonial por excelencia de los yumbos, aquí está otro factor, el conocimiento de las épocas de verano e invierno, del cosmos. Las piscinas de Tulipe juegan el papel importantísimo de guiar a Amautas o sabios para aconsejar a la gente que llegaba al centro ceremonial, acerca de tiempos de siembra y de cosecha, en la que se celebraban rituales muy importantes para este grupo étnico por ello hoy había que rescatarlos ya que constituye su capital ceremonial en donde tenían contacto con otras etnias que aprendían de ellos y de su sabiduría.

5. ¿Según las excavaciones del FONSAL se encontró un baño Inca cerca de las piscinas, esto se debe a que existía una influencia por parte de los Incas o ellos conquistaron a este pueblo?

No existió una influencia pero si un contacto entre ambos. Los Incas al llegar al lugar se debieron haber maravillado y aprendieron de ellos, esa fue una gran característica de los Incas, aprendían a donde llegaban se nutrían de la sabiduría de los pueblos y después dominaban, dejando hacer lo que cada pueblo debía hacer utilizando su mismo sistema pero pagando tributos por ello.

6. ¿Cual es el legado que dejaron los yumbos a los actuales pobladores de la zona . y existió un contacto entre los colonos y los yumbos. ?

Ellos si tuvieron contacto entre si, y se beneficiaron de sus conocimientos de la zona y del comercio de los productos, de la reciprocidad andina del intercambio de productos entre las regiones. El legado muy importante que dejan los yumbos es esa reciprocidad, ellos buscaban el bienestar de todos los pueblos viviendo armónicamente sin interferir en sus respectivas actividades. Que hoy en día lastimosamente se han perdido.

7. ¿Siendo esta una etnia tan importante y que ha aportado tanto por todo lo que hemos visto, por que ha quedado fuera del contexto étnico nacional?

En el caso de los Yumbos se dedicaron al comercio, por lo que se perdió la consistencia que se apreciaba otras etnias, no tuvieron la fuerza y se fueron aculturizando por ello después se agruparon en distintos lugares perdiendo su forma de vida inicial.

8. ¿Cual es la importancia de los petroglifos?

Los petroglifos son mensajes escritos en piedra en donde se ve la cosmovisión del pueblo que a través de ellos dejaban rastros de su sociedad, siempre están en relación religiosa simbólica en la que cada uno tiene un significado en los que ellos recuerdan su relación con la naturaleza y la armonía que el día de hoy se trata de interpretar.

9. ¿Por qué es importante conocer a los Yumbos?

En primer lugar el hecho del comercio de los productos , además de la construcción de los caminos , tal es el caso que se cree que Pedro Vicente Maldonado se debió haber fijado en ellos para la construcción de los caminos , y el conocimiento de la naturaleza , el que ellos fueron los pioneros de la comunicación , llevaban y traían los mensajes y sobre todo que estaban preocupados por el bienestar de todos con la reciprocidad andina , el intercambio de productos , de sentimientos y el conocimiento de otros grupos étnicos distintos al suyo y la valoración de los mismos con plena convicción de que nos necesitamos unos a otros para salir adelante .



Yumbada por el equinoccio del 21 de marzo del 2005 en la piscina rectangular numero 2

Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo, Holger Jara Pág. 157

2.2.6.3 Procesamiento de datos

Los datos son la materia prima de la investigación pero para poder ser usados necesitan ser procesados para poder analizarlos e interpretarlos es trasladar los datos del instrumento de recolección a la depuración, clasificación y presentación de la información .Esto posibilita la ejecución de grandes cantidades de datos para convertirlos en información que sea útil para el estudio . Para lo que se debe cumplir con las siguientes tareas: Definición de las variables y códigos que clasifiquen la información análisis estadísticos, elección de medios y herramientas adecuadas para el procesamiento de la información obtenida, Depurarla y presentar informes de la información

2.2.6.4 Análisis de resultados

Aquí luego de la depuración de información se llega al análisis de resultados, en esta fase se debe utilizar herramientas de análisis que deben ayudar a encontrar respuestas objetivas al problema de la investigación.

Existen varias formas de enfocar estos resultados por ejemplo el análisis empírico que se desprende de la observación de los tabulados , ordenaciones , frecuencias , etc. , esta es la interpretación mas usada en la que la calidad de las conclusiones depende de la experiencia y capacidad del investigador , el análisis estadístico utiliza una base de software para evaluar los datos , existe otro tipo de análisis estadístico avanzado que proporciona herramientas estadísticas para manejar grandes cantidades de variables .

2.3 ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda de un estudio de mercado se basa en el grupo de personas que se sienten atraídas a cierto tipo de negocio o producto , y que se constituyen como los usuarios de dicho producto o servicio que pueden ser tanto nacionales como extranjeros en este caso el proyecto de etnoagroturístico , para definir tanto la demanda potencial y efectiva o mercado objetivo , es necesario hacer un análisis basado en un estudio de campo y en las entradas de turistas que se estén interesados en la propuesta del proyecto en particular .

2.3.1 Afluencia esperada de demandantes

La afluencia de la demanda esperada del negocio esta conformada tanto por los turistas o usuarios que llegan desde un sitio distinto al del establecimiento del proyecto como son los extranjeros tanto a los turistas nacionales .Mediante el estudio de campo , y las entrevistas realizadas a las personas involucradas directamente en la actividad turística del sector se pudo obtener el dato de que existen alrededor de 20.000 turistas visitando Tulipe , tomado en cuenta para esta medición al periodo que comprende desde Abril del año pasado , hasta el mes de Abril del presente año . Compuesta de turistas nacionales y extranjeros.²⁷

2.3.1.1 Afluencia de viajeros

Para poder calcular la afluencia de viajeros de determinado destino , es necesario determinar los datos existentes para analizar la demanda del proyecto existen dos escenarios en el caso de que el sitio tenga un desarrollo turístico en el área específica del proyecto y en el caso de que sea un negocio nuevo , se deben analizar la demanda en función de :

Demanda Histórica: En el caso del proyecto etno agro turístico, es un concepto nuevo en el sector por lo que no se cuenta con datos históricos de la demanda en este aspecto.

²⁷ Dato proporcionado por Javier Ávila guía del Museo de sitio de la Cultura Yumbo de Tulipe durante la visita de campo.

Demanda futura: Al no obtener el dato de crecimiento de la demanda hemos mantenido estable sin variación año a año .por lo que se han obtenido los datos que se muestran en el cuadro inferior.

Demanda Potencial: es la cantidad de demanda sobre la demanda futura que podría ser captada por el proyecto, aplicando componentes que debiliten a los oferentes sustitutos para lo cual seria necesario realizar el estudio de la demanda futura.

Demanda Objetivo: Es la demanda que ha sido planteada alcanzar en un espacio de tiempo definido en base a la demanda potencial, la división entre turista nacionales y extranjeros

En el caso del proyecto es fundamental partir por definir la demanda potencial ya que no se cuenta con datos históricos por ser un proyecto nuevo y a partir de ella definir el mercado objetivo o demanda objetiva

TURISTAS EN LA ZONA	20000	20000	20000	20000	20000	Demanda futura	
MERCADO OBJETIVO	1%	1,50%	2%	2,50%	3%		
TURISTAS OBJETIVO	200	300	400	500	600	Demanda potencial	
TURISMO INTERNO	80%	78%	76%	74%	72%		
TURISMO RECEPTIVO	20%	22%	24%	26%	28%		
TURISTAS INTERNOS	160	234	304	370	432		
TURISTAS EXTERNOS	40	66	96	130	168		

La muestra de 20.000 turistas ha sido obtenida mediante la visita de campo en el Museo de los Yumbos en Tulipe, no existen estadísticas en el Municipio o la Dirección Metropolitana de Turismo en la actualidad por lo que no fue posible determinar el crecimiento y se lo mantuvo constante para la proyección que se muestra en el cuadro superior.

2.3.1.1.1 Estacionalidad de la afluencia de los viajeros.

Existe también este factor de estacionalidad en las entradas o arribos de los turistas extranjeros de acuerdo a las estadísticas de entradas de extranjeros que se presentan a continuación.

LLEGADA DE EXTRANJEROS						
	2004	2005	2006	2007	2008	VAR%
	2002	2003	2004			VAR%
						2008/2007
ENE	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9,88
FEB	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6,67
MAR	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4,03
ABR	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0,34
MAY	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8,87
JUN	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4,07
Sub total	389.004	419.390	396.940	450.673	475.984	5,62
JUL	90.882	95.621	89.829	101.088		
AGO	73.697	80.181	77.826	91.309		
SEP	59.541	59.431	65.198	64.966		
OCT	68.377	63.755	66.538	72.365		
NOV	64.036	65.896	65.359	73.273		
DIC	73.390	75.614	78.865	83.813		
TOTAL	818.927	859.888	840.555	937.487		

Fuente: Anuarios de migración Internacional, Dirección Nacional de migración.

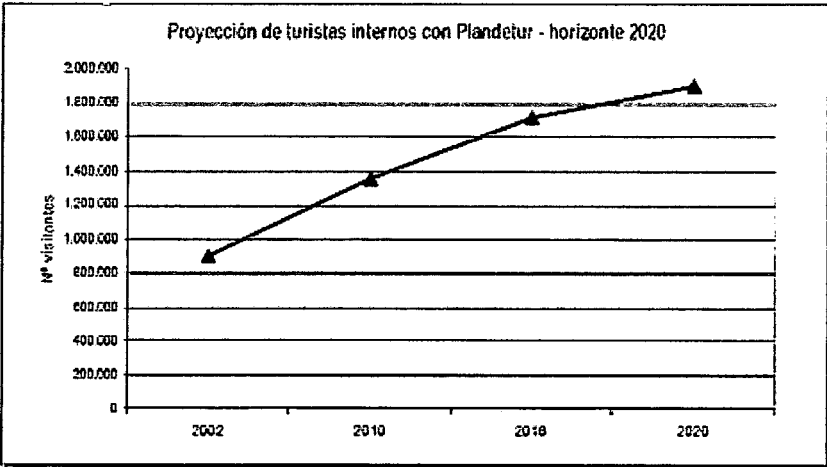
De acuerdo a este cuadro podemos concluir que existe la estacionalidad representada en los datos que varían entre los meses de Enero , febrero , Marzo , Abril , Mayo , Junio , en relación con los meses desde Julio hasta Diciembre , siendo las variaciones mas leves que en la demanda local pero aun así conservan un rango de variación entre mes y mes .

Además al igual que para el turista local se evidencia una estacionalidad semanal no tan marcada como en el caso anterior ya que existe la visita de turistas extranjeros que entrarían

en la clasificación de excursionistas ²⁸, las visitas realizadas por este grupo son en su mayoría , por no decir en su totalidad planificadas por agencias de viajes que lo hacen justamente por la visita del museo de los Yumbos y como un lugar de paso ya que en la actualidad Tulipe no cuenta con una planta turística u hotelera que pudiera acogerlos .

2.3.1.2 Afluencia de residentes locales

Dado que es un destino muy cercano a la ciudad de Quito es de este punto justamente de donde provienen la mayoría de los turistas que se dirigen a Tulipe, sobre todo se trata de familias y de grupos de colegios y escuelas que acuden allí sobre todo para visitar el museo de sitio de la cultura Yumbo que existe en la localidad y que en la actualidad constituye el principal atractivo que motiva dicho desplazamiento.



Fuentes:
Foro Económico Mundial. Informe sobre Competitividad de Viajes y Turismo 2007- Perfil Económico del Ecuador.
Ministerio de Turismo. Gerencia de Planificación/Estadísticas.
Organización Mundial de Turismo. Barómetro Enero 2007.
Elaborado por T&L / PLANDETUR 2020

El cuadro muestra el crecimiento que ha tenido el turismo interno así como su proyección hasta el año 2020 lo que creara una base para identificar a los afluentes locales al proyecto siempre y cuando se tenga el dato de crecimiento de los turistas en la localidad de Tulipe, en

²⁸ Excursionistas: Personas que visitan un lugar distinto al de su residencia por un periodo menor a 24 horas, es decir no pernoctan en el.

caso contrario se mantendrá constante con el fin de definir la demanda, objetivo, y potencial para los próximos 5 años.

2.3.1.2.1 Estacionalidad en la afluencia de residentes locales

Dado que el turismo es una industria que se ve afectada por factores como la estacionalidad es una variable a tomar muy en cuenta en el estudio de mercado del proyecto s_i , en este caso que se refiere a la demanda local podemos basarnos en la experiencia en este campo a nivel nacional en la que se observan mayor demanda turística en el periodo de vacaciones comprendido entre los meses de Junio , Julio , Agosto hasta Septiembre , no así en meses como Enero , Febrero , Marzo , Abril , Mayo en el que el flujo turístico es menor debido justamente a que en este periodo las personas se encuentran en sus labores productivas y educativas lo que dificulta el traslado a los destinos turísticos , hay que tomar en cuenta que en este análisis no se han incluido a los feriados , situaciones que benefician el turismo en gran medida . Sobre todo para este específico sector del noroccidente la estacionalidad de los residentes locales además se evidencia en los días laborables de la semana, registrando un incremento de visitantes para los fines de semana.

2.3.2 Perfil general del consumidor a captar.

Se recurrirá al proceso de segmentación tanto de la demanda local como de la afluencia de los extranjeros para lo cual será necesario realizar estudios analizando factores como demografía, socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábitos de consumo y preferencias de las personas y de personalidad. Lo que además ayudara a determinar las necesidades de instalaciones que convendría añadir en la obra.

De acuerdo a la investigación de mercado y los datos estadísticos que se presentan a continuación, se puede observar que la mayoría de turistas que visitan el Ecuador pertenecen a una clase social media o alta y que además poseen estudios de segundo y tercer nivel. en cuanto a la edad este es un factor muy importante ya que al tratarse de una actividad que requiere cierto grado de esfuerzo físico tanto en las caminatas como en otras actividades que

son la base del agroturismo y tomando en cuenta además la geografía del terreno se concluye que no es un tipo de turismo apto para la tercera edad por lo que mediante estos factores antes expuestos se han definido el mercado objetivo como las personas que se encuentran en un limite de edad máximo de hasta 65 años ,y que además como lo muestra el siguiente cuadro pertenecen a la definición étnica de Mestizos .

NECESIDADES	PROVINCIA	
	PICHINCHA	
	(Abs)	(%)
PANORAMA GENERAL		
Autodefinición Étnica		
Indígena	114.778	5,8%
Mestizo	1.631.635	53,0%
Blanco	140.550	7,2%
Negro	38.540	2,0%
Mulato	39.138	2,0%
Otro	834	0,0%
Total	1.965.471	100,0%

Fuente: www.inec.gov.ec/web/guest/inec_est

2.3.2.1 Permanencia

La permanencia de los turistas en el proyecto dependerá de un estudio de la competencia para poder apreciar el tiempo que prefieren permanecer los turistas dentro del destino y por medio de las encuestas pertinentes que creemos arrojaran datos mas confiables en cuanto al tiempo que podrían los turistas y voluntarios permanecer en el Rancho .

2.3.2.2 Variables socioeconómicas

Esta variable se puede obtener a través de un estudio para definir su nivel de ingreso, edad, número de familia, posesión de casa en particular

Considera su hogar pobre		
Si	323224	45,9%
No	380972	54,1%
Total	704196	100,0%
Con los ingresos del hogar, usted estima que:		
Viven bien	97625	13,9%
Viven más o menos bien	506207	71,9%
Viven mal	100304	14,2%
Total	704196	100,0%
Cuánto dinero necesitan para vivir bien		
Viven bien	1496,34	
Viven más o menos bien	814,34	
Viven mal	531,34	
Total	502,64	

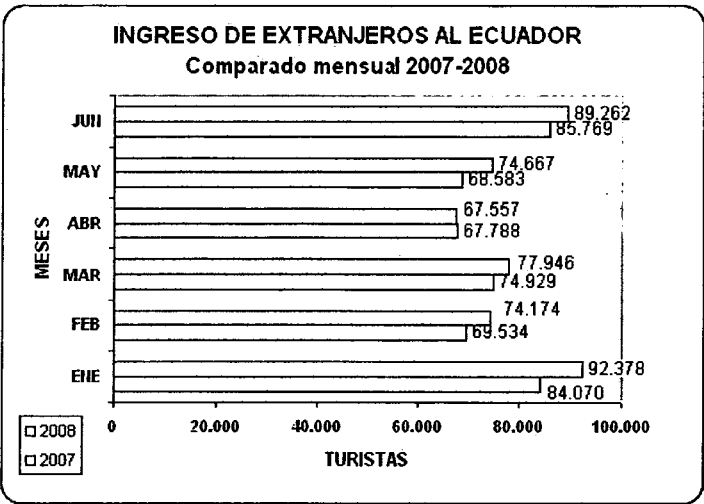
Fuente: www.inec.gov.ec/web/guest/inec_est

De acuerdo a las estadísticas encontradas se ha ubicado a la clase media como mercado objetivo debido a que es la mayoría de la población actual existente en la provincia de Pichincha (71, 9%) y por que dado que es una actividad agro turística no se ha tomado en cuenta a la clase alta ya que estos están en mayor capacidad de tener sus granjas o fincas , la clase baja no fue tomada en cuenta ya que solo hacen turismo las personas que tienen dinero y la posibilidad de hacerlo y además debido al componente agrícola del proyecto que en muchos casos estas personas realizan la actividad como medio de sustento de sus familias o provienen de medios rurales y además no están en capacidades de costear un paquete turístico

2.3.2.3 Variables geográficas

Según datos obtenidos mediante las entrevistas y la observación durante las visitas de campo se logro determinar que la gran mayoría por no decir su totalidad provienen de la ciudad de Quito, en lo que respecta a la afluencia de turistas locales que tomando en cuenta a la población de la ciudad de Quito que según estadísticas abajo presentadas llega al .

En cuanto a la procedencia de los turistas extranjeros se presentan los datos de el mes de Junio del 2008 de ingresos de los mismos al Ecuador que alcanzaron los 89.262 turistas que comparado con los turistas que ingresaron en Junio del 2007 (85. 769) incrementaron en un 4, 07 % como se muestra en el grafico inferior

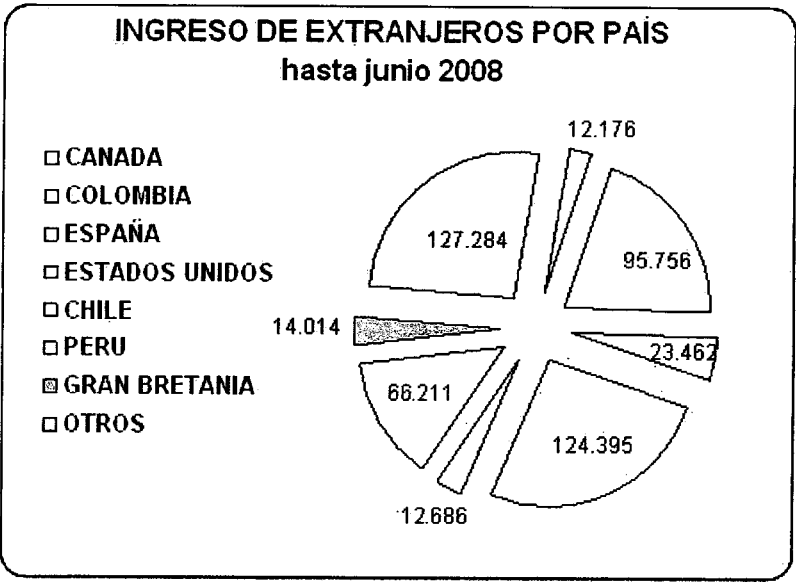


Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.

2.3.2.3.1 Ingreso de extranjeros por país de procedencia

Los visitantes que en mayor medida han ingresado al país se muestran a continuación

- Estados Unidos 26 %
- Colombia 20 %
- Perú 14 %
- España 5 %
- Chile 3 %
- Gran Bretaña 3 %
- Canadá 3 %
- Otros (incluye a 128 países) 26 %



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

c) Variables Motivacionales: Se refiere al motivo del viaje esto puede ser negocios, vacaciones, congresos, convenciones y reuniones. Para el proyecto es muy importante el segmento de turismo o vacaciones para lo que se utilizarán las estadísticas de motivación del viaje e investigación.

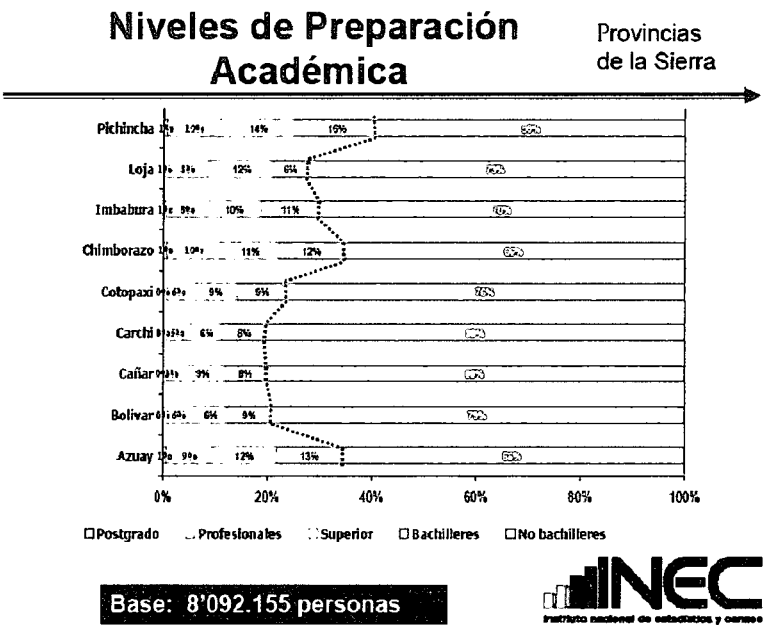
De acuerdo a los datos obtenidos a través del sondeo se pudo constatar que la motivación de las personas que visitan o han visitado en algún momento la localidad de Tulipe es básicamente la de hacer turismo. La mayoría de los cuales se sienten atraídos al destino por el Museo de los Yumbos.

d) Variables de Hábitos, consumo y preferencias de las personas. Se obtendrán a través de las encuestas e investigación de campo.

A través del sondeo se pudieron obtener datos como los gustos y preferencias de las personas con lo cual se pudo identificar que los turistas que están interesados en realizar agroturismo buscan una cercanía con la naturaleza, caminatas, conocer de cultivos de la zona y en cuanto a los servicios, requieren de una habitación cómoda y limpia, un baño limpio y buena comida preparada en base a los productos cultivados en el Rancho Palma Real.

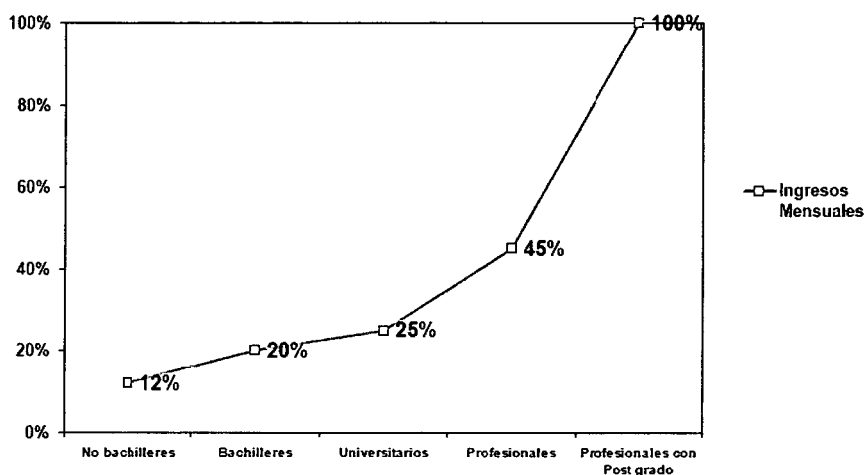
e) Variables de personalidad: las características de la personalidad de los usuarios son importantes para definir el tipo de servicio que se va a brindar. Que se puede obtener mediante el perfil del consumidor antes mencionado.

2.3.2.4 Niveles de educación



Este cuadro estadístico es un cuadro comparativo de la provincia de Pichincha con las demás provincias del País , el mismo que demuestra un mayoría de personas no bachilleres (59 %) , Bachilleres (16 %) , en el nivel superior se encuentran el 14 % de la población , un 10 % son profesionales y solo el 1 % han obtenido un postgrado . Esta información al ser comparada con la correspondiente a las demás provincias se puede notar que tiene los valores mas altos de la tabla , lo que significa que debido a que el proyecto se enfoca en la clase media de la provincia de Pichincha y especialmente en la ciudad de Quito , el perfil de este tipo de turista goza de estudios de bachiller , superior , profesionales y personas que han obtenido un postgrado ya que a pesar de ver que las personas no bachilleres son mayoría no estarían en condiciones de pagar el precio por realizar agroturismo .

Ingresos Mensuales Vs. Preparación Académica



El cuadro estadístico superior hace una comparación entre los ingresos mensuales de los habitantes de la provincia de Pichincha vs su preparación académica, mediante el cual se puede concluir que las personas que mas ingresos mensuales tienen son aquellas que han obtenido un postgrado (100%), Profesionales (45%), y por ultimo los universitarios (25 %) lo que muestra una estrecha relación entre el nivel de educación y los ingresos que reciben las personas cada mes.

2.4 OFERTA

2.4.1 Inventario de la oferta sustitutiva y complementaria por parroquias

Dentro de la oferta sustitutiva podemos señalar que en la localidad de Tulipe no existen proyectos etno agro turísticos, se evidencian ciertas características propias de cada uno de estos tipos de turistas, sobre todo el de etnoturismo en el que incluimos la visita al museo y la participación en actividades propias de la etnia de los Yumbos.

En el camino que lleva a Tulipe existen varios sitios turísticos que prestan distintos servicios como alimentación, caminatas, hospedaje, sitios de camping, etc. que a continuación se detallan de acuerdo a su tipo de actividad y ubicación.

Cuadro de la oferta sustitutiva de la parroquia Nanegalito



Fuente: Guía de ecoturismo Nanegalito-Nanegal –Pacto –Gualea

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	ATRATIVOS	SERVICIOS
Acampada	Esta localizado cerca de la Armenia en la ruta hacia el Rancho Palma Real	Ofrece sitios de camping, senderismo, cañoning, con capacidad para 30 personas.	Alimentación , alojamiento en carpas , transporte Quito – La Acampada
Hostería Jardines del Rio	Se encuentra en el Kilometro 52 de la vía Calacalí – La Independencia	Senderismo, orquideario, plantaciones de Guayaba, naranjilla, papayas, tres pozas para natación.	Alojamiento en cabañas rusticas , restaurante con platos típicos utilizando productos de la zona
Refugio Nasua	Se encuentra en el kilometro 70 de la vía San Miguel de los Bancos	Caminatas a la cascada Santa Rosa, pesca deportiva, observación de orquídeas.	Restaurante al aire libre que sirve platos típicos
Reserva Orquideologica El Pahuma	Se localiza a 43 km del noroccidente de Quito por la vía Calacalí – La Independencia	Reserva Orquideologica, cascadas, observación de aves, caminatas.	Alojamiento, alimentación ,tienda de artesanías parqueadero
Camacpi y Centro de Información y Capacitación :Utopía	Se localiza en la parroquia Nanegalito, barrio Santa Elena a 96 km de Quito.	Proyecto de ecoturismo y protección de los recursos naturales , granja demostrativa ,cabalgatas, caminatas, molienda de caña de azúcar	Alojamiento, salón para eventos, restaurante
Posada Yumbo Cucho	Se encuentra localizada en el	Caminatas diurnas y nocturnas ,rio	Alojamiento ,

	kilometro 53 de la vía Calacalí –la Independencia	Guyacapi (su principal atractivo),senderismo ,	alimentación
Hacienda Pillipe	Localizada en el Kilometro 6 vía Nanegalito –Nanegal	Tolas de la cultura Yumbo , rio Alambi , actividad lechera , granja integral , sembríos de café	Alimentación con platos típicos del sector.
Rumjsjtana	Localizado en Nanegalito Km 1 Vía a Nanegal	Compartir actividades agropecuarias cotidianas y reconocimiento de flora y fauna ,caminatas hacia el rio Alambi , Paseos a caballo	Alojamiento, restaurante, parqueadero, sitio de camping.

Cuadro de la oferta complementaria de la parroquia Nanegalito

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	TIPO DE ESTABLECIMEINTO
Centro ceremonial del Pueblo Yumbo: Tulipe	Esta localizado a 70 km de Quito en la localidad de Tulipe	Museo de Sitio
Paradero los Girasoles	Localizado en el Barrio Santa Elena , a 65 km de Quito	Restaurante comida típica de la zona , Jardín aviario
Las Delicias Yumbas	Localizado en el barrioTulipe , junto al Centro Ceremonial del pueblo Yumbo	Restaurante de comida típica de la zona con viveros ornamentales.

Restaurante Delicias Criollas	Localizado en la parroquia Nanegalito	Restaurante de comida criolla
Asociación de kioscos Nanegalito	Localizados en la parroquia Nanegalito	Restaurantes

La oferta complementaria mas representativa de la parroquia de Nanegalito constituye el museo de los Yumbos que mediante una vista de camp y utilizando el método de la observación se detalla de la siguiente manera.

Siguiendo el recorrido hacia Tulipe pudimos constatar que en la vía, cerca del Pahuma casi no existe oferta turística a excepción de los restaurantes. Llegando a Nanegalito luego de atravesar 70 km de distancia encontramos el centro Informativo Turístico perteneciente a La Asociación de Guías Nativos Yumboñan. La cual provee de importante información turística que sirve a los turistas para planificar su vista al Noroccidente como mapas, trípticos, venta de guías turísticas actualizadas y artesanías propias del sector, la misma que atiende desde las 8 de la mañana hasta las 17:00 pm de Lunes a Domingo se encuentra ubicada en la vía a lado de la policía de Nanegalito, lo que hace muy fácil su acceso y localización para los usuarios. Constituyendo un centro muy importante de promoción de los establecimientos turísticos y los atractivos de la zona.

En Nanegalito encontramos una variedad de restaurantes que ofrecen distintos tipos de comida en este caso predominan las fritadas pero también se puede encontrar trucha y tilapia. A la salida del poblado existe un desvío que conduce a Mindo punto importante de la oferta eco turística de la zona y del país en general, siguiendo por la vía Calacalí – La Independencia s, tomando la y llegamos a la Armenia para luego continuar en dirección a Tulipe para visitar el museo de sitio de los Yumbos que por cierto junto con los culuncos es el mayor atractivo de la zona y fue considerada como la capital de la nación yumbo.

El museo cuenta con varias salas entre ellas esta la de ubicación que como su nombre lo indica da al turista una idea de la localización del pueblo yumbo en relación con el entorno , luego sigue la sala contemporánea que recoge las tradiciones y la forma de vida de la tercera civilización que ocupo y que ocupa hasta el día de hoy estas tierras , los colonos , allí se pude ver como se fabricaba la panela de forma artesanal en unos cuencos de madera con orificios a los extremos con fondo para dejar la panela que seque y tome la forma de un queso , era una

especie de molde los que luego eran envueltos en hojas de platanillo y eran conocidas con el nombre de guagua de panela .

Además se encuentra el trapiche que servía para obtener el licor o aguardiente que era obtenido de la caña de azúcar en la época de los estancos apareció aquí los alambiques clandestinos para comercializarlo sin pagar impuestos. Además de esta actividad los colonos indujeron la ganadería en la zona, por consiguiente la producción lechera que en la actualidad llegan a aproximadamente 5.000 lt diarios. esta actividad es justamente la que ha dado inicio al agroturismo en la zona que en la actualidad no se encuentra totalmente desarrollada debido a que solamente se incluye al destino dentro de paquetes turísticos que se realizan por el noroccidente en los cuales los turistas tienen la posibilidad de visitar las granjas para observar la producción lechera y e quesos artesanales , pero no existe planta turística estructurada en Tulipe , el mismo que cuenta con un restaurante en la entrada del pueblo y no ofrece ningún tipo de alojamiento para los turistas por lo que este también se convierte en un destino de paso .

Siguiendo por el recorrido se llega a una terraza que da una vista panorámica de las piscinas de los yumbos al interior de esa estructura se encuentra la sala museográfica de la cultura de los yumbos la misma que cuenta su modo de vida, sus actividades y fiestas típicas, al terminar la explicación de dicha sala es proyectado un video explicativo de las construcciones características de la etnia como son las tolas y las piscinas que se visitan a continuación.

Para llegar a las piscinas se toma un sendero muy bien definido, mantenido y señalizado que lleva hasta las construcciones las mismas que fueron las primeras en descubrirse por Salomón Frank y Holguer Jara en 1979, esta investigación fue abandonada por falta de apoyo por cuatro años, pero luego fue retomada por Holguer Jara con el apoyo del FONSAL y se construyo el museo que existe hoy en día. Que fueron construidas conscientemente para formar una cruz andina, en el centro del valle convirtiéndolo en su centro religioso más importante. En las mismas que se realizan las Yumbadas, o fiestas tradicionales de los yumbos realizadas en solsticio y equinoccio que vienen de Cotocollao, y Rumicucho las figuras más importantes son el Sacha Runa: Hombre de montaña, que antes debieron estar cubiertos con musgo pero en la actualidad se cubren con lana.

El Cacique mayor con lanza y flecha debido a las actividades de caza y pesca.

Las piscinas eran usadas en pocas ocasiones las mas importantes para los yumbos se dedujo esto ya que no se aprecian hendiduras por las que pudiera salir el agua a excepción de la piscina circular que presenta un orificio para dejar salir el agua por lo que se cree que esa era usada con mas frecuencia que las anteriores .

Luego de observar las piscinas rectangulares se debe seguir un sendero muy bien definido y señalizado con puentes para facilitar el recorrido y muy seguros se pueden observar arboles frutales de guayaba cuya corteza es medicinal para el dolor de estomago , y la fruta es usada para la fabricación de dulces y espumilla , también se puede observar un cierto tipo de bambú o caña guadua que almacenan en su interior mucho agua y que sirven como un material resistente para la construcción de vivienda , puentes , sillas etc. que se pudo observar en el museo durante el recorrido que si existen lugares de descanso bien definidos contruidos justamente con este material además de rótulos informativos .

Luego de un recorrido de aproximadamente 1 km de recorrido se llega a la ultima de las piscinas , la circular antes detallada para lo cual se atraviesa por la comunidad , que ofrece artesanías , dulces de guayaba , helados de frutas , etc. , esto ha dado vida a la comunidad que poco a poco se integra al turismo que esta despegando en Tulipe . Con este proyecto se han beneficiado aproximadamente 24 familias de colonos. En el recorrido de regreso se pudo observar un centro medico, cabinas telefónicas así como las casas de la gente de la comunidad.

Para dar por terminada la visita al museo se ingresa a el por una puerta lateral que da a las piscinas y se retorna al punto de inicio del recorrido.



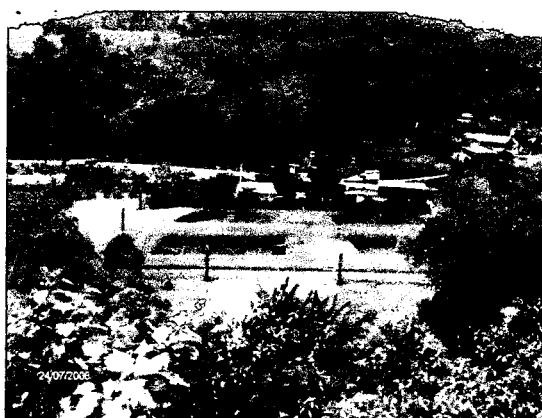
Vista exterior de la sala museográfica de los yumbos

Fuente: Natalia Acosta -2008



Réplica del petroglifo Chirape 1 localizado en la Parroquia de Pacto

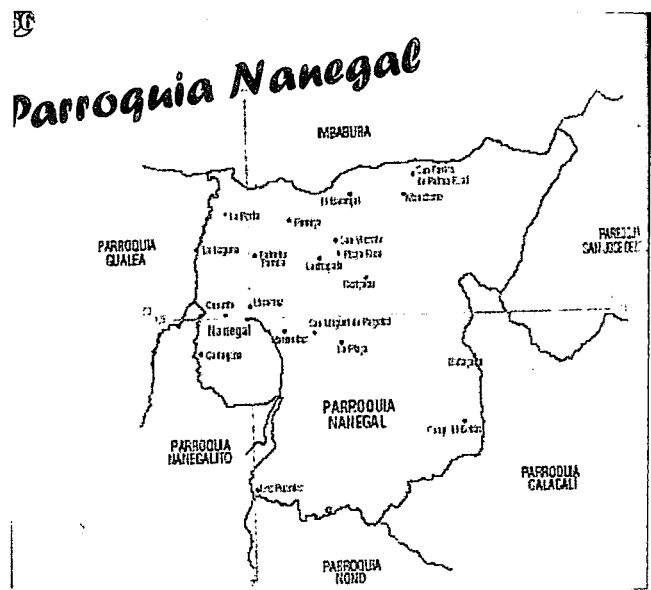
Fuente: Natalia Acosta 2008



Piscinas ceremoniales de los yumbos

Fuente: Natalia Acosta -2008

Cuadro de la oferta sustitutiva de la parroquia de Nanegal



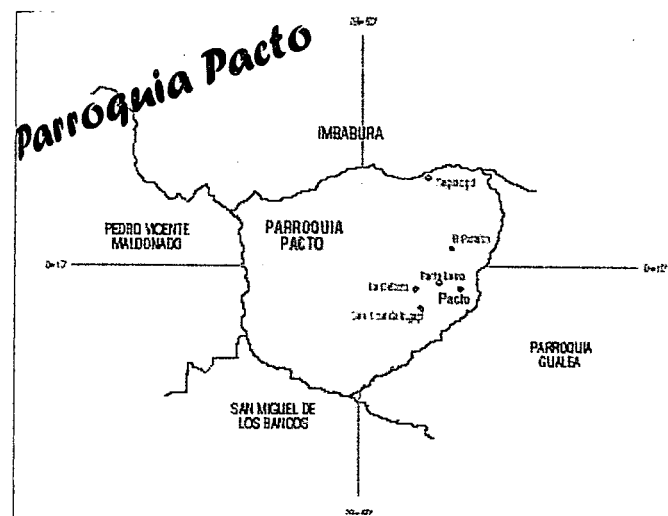
Fuente: Guía de Ecoturismo Nanegalito – Nanegal –Pacto- Gualea

En La parroquia de Nanegal no existe oferta sustitutiva para el proyecto solamente complementaria en las que se registran establecimientos turísticos, registrados en el siguiente cuadro.

Cuadro de la oferta complementaria de la parroquia de Nanegal

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	ATRATIVOS
Cascada La Piragua	Se encuentra a 1 kilometro al este de la parroquia de Nanegal	Cascada de 30 m de altura, observación de pájaros, senderos.
Santa Lucia	Reserva ecológica de 730 ha ubicada en la parroquia de Nanegal cerca de la reserva Maquipucuna en la población de Marianitas.	Cascadas, piscinas naturales, caminatas a través del bosque nublado y por los culuncos, reforestación.

Cuadro de la oferta sustitutiva de la parroquia de pacto



Fuente: La entrada del Maravilloso Mundo del Noroccidente de Pichincha

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	ATRATIVOS	SERVICIOS
Rancho San Andrés	Se localiza en la vía a la población de Urcutambo en el kilometro 2, 5	Caminatas, senderos.	Alojamiento en cabañas construidas con paja y caña guadua muy similares las construcciones de la amazonia, alimentación variada a base de productos de la zona.
Rancho San Jacinto	Se encuentra por la vía a Urcutambo a 3 km de Pacto	Sendero los frutales, cuyo objetivo es dar a	Hospedaje a orillas del rio Chirape , pesca deportiva ,

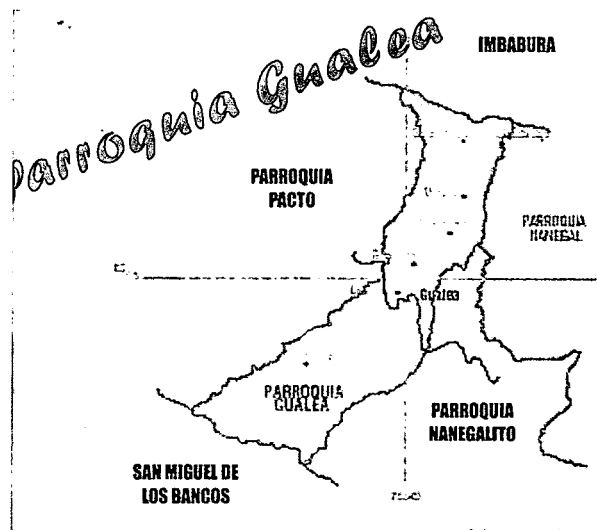
		conocer al turista acerca de cultivos de frutas, además un huerto familiar con distintos tipos de vegetales, molienda de caña de azúcar para la elaboración de panela y melcochas.	canchas , baños en el río , alimentación : ofrecen platos típicos de la zona
Finca Ecológica Los Guayabos	Ubicada a 15 minutos de la cabecera parroquial de Pacto antes de la comunidad Pacto Loma	Producción de panela , elaboración de melcochas , caminatas ecológicas	Lugar de camping , alimentación a base de platos típicos de la zona como son : el ceviche de palmito, caldo de gallina criolla , tilapia , etc.
Finca Campo Libre	Ubicada a 5 km de Pacto en la localidad de Ingapi	Observación de aves, observación del proceso artesanal de la molienda de caña , degustación del jugo de caña , y de frutas como naranjas , limas , pitahayas , guayabas , etc.	No cuenta con servicios complementarios

Cuadro de la oferta complementaria de la parroquia de pacto

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	ATRACTIVOS
Cascada Mariposa Azul	A 21 km de Pacto en la vía a Guayabillas	Cascada de 40 m de alto ye en ellas se pueden practicar deportes como el cañoning y con la caída del agua el visitante puede disfrutar de un hidromasaje natural
Cascada Gallo de la Peña	A 2 km del suroeste de Pacto	Cascada de 5 m de altura y pozas de 5 m de profundidad
Petroglifos	A 200 m siguiendo la cascada del Gallo de la Peña	Los petroglifos o piedra taladas que contienen simbología de los yumbos
Cascada el Progreso	Esta situada en el barrio del mismo nombre al noreste de Pacto en el rio Pishashi	Cascada de 16 m de altura con dos pozas de agua la una de 3 m y de 6m respectivamente en la que se puede nadar, bosque de tagua y orquídeas.
Rio Mashí	En el kilometro 35 en la población Mashí	En los meses de invierno se practican regatas , en los de verano

		natación , llegar en bicicleta al rio
Cascada Saguangal	Se ubica en la población de Saguangal a 750 msnm	Flora y fauna exuberante , tolas de los yumbos , visita a fincas aledañas para agroturismo

Cuadro de la oferta sustitutiva de la parroquia de Gualea



ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACIÓN	ATRATIVOS	SERVICIOS
El Gualanito	Ubicado en la parroquia de Gualea a 20 km de Nanegalito	Finca Lechera , senderos, granja integral donde se observa la producción de cítricos y tilapias , taller de tagua	Alimentación a base de comida típica.
Finca Vacacional San Agustín	Se encuentra ubicada entre Tulipe y las Tolas , en la parroquia de Gualea	Cascada San Carlos, molienda de caña, elaboración de panela, senderos, viveros de café.	Alimentación a base de platos típicos de la zona.

Cuadro de la oferta complementaria de la parroquia Gualea

ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACION	ATRACTIVOS
Comunidad Las Tolas	Pertenece a la parroquia Gualea a 19 km de desde Nanegalito	Tolas, senderos ,
Rio Pachijal	Ubicado en el poblado Ayampi	Baños en el rio, observación del Cortejo del Gallo de la Peña, sendero de dificultad media.

2.5 INVESTIGACION Y ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia del proyecto es aquella que está dentro de la oferta inmediatamente sustitutiva de los bienes o servicios que proporcionara el proyecto , dado que esta es una iniciativa nueva es de tomarse en cuenta a la oferta que exista tanto en la zona como a nivel general , ya que ellas también se consideran como la competencia . Para conocerla se debe analizar. Las formas de comercialización, características físicas y datos generales de operación.

Encontramos que existe en mayor medida competencia indirecta, por las características de los negocios y los servicios que prestan, tomando como área de estudio en este caso a la parroquia de Nanegalito, dado que en la zona específica de Tulipe no se cuenta con proyectos similares al propuesto.

Mediante el método de observación que se realizó en la visita de campo se pudo obtener el siguiente análisis

La observación fue realizada en el trayecto de la vía Calacalí – La Independencia, sector de localización del proyecto y en el sitio del mismo, de la cual se obtuvieron datos como el tipo de oferta turística que existe en el trayecto. En su mayoría son restaurantes de paso y existen unos pocos proyectos de turismo definidos como ecoturismo y en un solo caso comunitario. Como es Yunguilla el cual se encuentra localizado a 300 m de la salida del peaje vía a Calacalí Esta además el Paraíso del pescador cuya principal atractivo es la pesca deportiva de truchas y cabañas.

Avanzando por la vía Calacalí - La Independencia encontramos la Reserva Orquideologica El Pahuma que ofrece caminatas, observación de aves, baños energéticos en las cascadas, orquideario, miradores, además de alimentación en su restaurante, voluntariado y se encuentra en estudio la creación de una granja demostrativa como opción de agroturismo.

En la visita a la reserva se pudo observar que existe una señalización claramente visible de los senderos , y los atractivos en general mediante señalética trabajada en madera de la zona , pero no existe una explicación clara de la dificultad de los senderos y el tiempo de recorrido ,aunque existe un guía capacitado para liderarlo , por lo general pasantes y voluntarios que acoge la reserva para desempeñar esta labor , no se da este tipo de información por lo que hace que cualquier turista sin importar su edad acepte realizar el recorrido sin poder concluirlo como sucedió el día de nuestra visita con una turista extranjera de la tercera edad quien por la dificultad del sendero no pudo continuar hasta el atractivo .

En cuanto a los senderos, pudimos observar que aunque existe señalización estos no están definidos claramente y no cuentan con las seguridades necesarias para el turista debido a que no existan barandas o limites en este sentido que puedan ayudar en el recorrido. El mismo que por las características del terreno es muy empinado y por ende propicio para los accidentes.

Durante la visita no se observaron tachos de basura ni lugares de descanso delimitados para este efecto. Al llegar al atractivo del sendero el cual era la cascada Pacay no se encontró tampoco aquí algún tipo de bancos o cabaña así como tampoco se tenía programada ninguna explicación o actividad entorno a la misma que pudiera agregar un valor a la cascada o a la experiencia de la visita que pudiera servir de incentivo para los turistas y diferenciarla de otras cascadas con las mismas o similares características.

Cuenta además con la venta de recuerdos con el logo de la reserva que se realiza en una cabaña pequeña y rústica que no tiene un letrero que ayude al turista a identificarla y tiene poca oferta en la misma comprendida entre algunas gorras y camisetas cuya presentación no es muy atractiva .

Cerca de la cabaña de recuerdos se encuentra el parqueadero que está muy cerca del restaurante que ofrece platos típicos de la zona mediante la entrevista que se realizó posterior al recorrido con uno de los propietarios y guía Nativo de el Pahuma René Lima se pudieron obtener datos referentes a la demanda del negocio que esta integrada en su mayoría por turistas quiteños y en menor medida por extranjeros provenientes principalmente de Europa y Norteamérica, además de los turistas la reserva alberga a voluntarios , pasantes e investigadores .

Este es considerado un destino de paso por lo que no cuentan con alojamiento para muchas personas.

La Reserva se encuentra dividida en 4 áreas entre ellas se están

- a) Cascadas
- b) Refugios
- c) Sur: zona de amortiguamiento de monitoreo
- d) Carretero: comprende 60 ha. Donde se esta realizando el estudio de un proyecto agro turístico para producir y auto sustentar el consumo del restaurante ya que en la actualidad se abastecen desde la ciudad de Quito.

El alojamiento se lo realiza en una cabaña cerca del orquideario que cuenta con cuatro habitaciones, tres de ellas tienen litera y una cama grande en la planta alta de la cabaña existen habitaciones para pasantes, voluntarios e investigadores que acoge la reserva. El refugio del oso, en los cuales se pueden observar animales endémicos como el gallo de la peña, el oso de anteojos, Tulcán piquilimado, etc.

Que son escenarios de rituales mágico religiosos, de purificación realizado por shamanes, sobre todo en la cascada el Pacaya que junto con las visitas programadas al centro ceremonial de los Yumbos en Tulipe constituyen su oferta etnoturística.

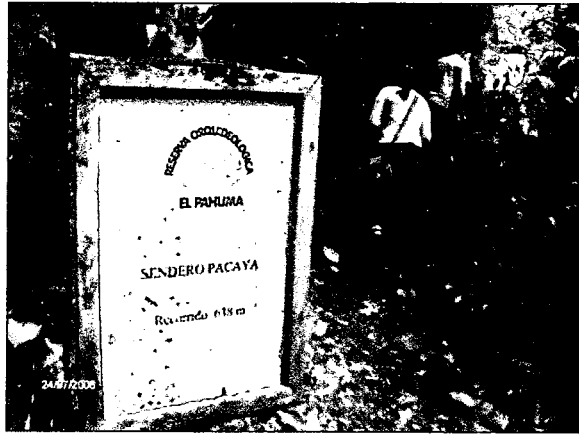
Según la entrevista que se realizó al guía nativo René Lima durante la visita de campo al lugar se pudo conocer que su demanda esta compuesta básicamente por turistas de paso provenientes de la ciudad de Quito entre los cuales se encuentran grupos de colegios y universidades con los que tienen convenio entre los cuales se encuentra el colegio Fernández Madrid, la Universidad Internacional SEK, así como con la fundación Ceiba y en menor cantidad por turistas Europeos y Norteamericanos. De los cuales muy pocos permanecen mas de una noche en el lugar, por lo que es considerado un destino de paso.

La estacionalidad que presenta El Pahuma es similar a la que se puede observar en toda la zona , así tenemos que los días en que hay mas visitas son los fines de semana , no así entre semana en que los turistas son muy pocos , la mayoría de los que acuden a la reserva lo hacen como parte de un tour que parte desde Quito hacia el centro Ceremonial de los Yumbos en Tulipe para lo cual la Reserva es comercializada a través de agencias de viaje ubicadas en la ciudad de Quito y por medio de convenios antes mencionados , la Captur y el centro informativo de turismo ubicado en Nanegalito .



Rótulo de entrada a la Reserva

Fuente: Natalia Acosta -2008



Entrada al Sendero Pacaya en el Pahuma

Fuente: Natalia Acosta 2008

Otro punto importante que hay que tomar en cuenta en el análisis de la competencia es Pacto, dado que esta parroquia se han registrado el mayor numero de establecimientos agro turísticos con componentes ecológicos y étnicos.

A nivel nacional existen otras alternativas de agroturismo como por ejemplo la ruta del café, y del cacao en el guayas así como la ruta agro turística de la Amazonia entre las mas importantes.

Además de la competencia existente en Mindo que en su gran mayoría corresponde al ecoturismo ya que debido a la cercanía del destino y a la promoción que el mismo ha tenido y sigue teniendo se convierte en un potencial competencia, esto ultimo es justamente lo que el falta a Tulipe y por lo que no tiene gran afluencia como el destino antes mencionado. Así como también Pacto en donde se encuentran varios proyectos dedicados al agroturismo que es justamente la actividad turística a la que estará dedicada el proyecto.

2.5.1 Formas de comercialización

Las principales formas de comercialización de la competencia que se han evidenciado a través del internet en el caso de la Reserva Orquideologica el Pahuma, además de agencias de viajes, convenios, y guías turísticas del sector. este es el que mas presencia publicitaria tiene en los medios debido probablemente a la cercanía de la ciudad de Quito y el fácil acceso ya que se encuentra en la carretera , además de acuerdo a uno de sus propietarios el guía nativo Rubén Lema existe una gran gestión publicitaria.

En cuanto a los demás proyectos de agroturismo y ecoturismo de la zona tienen una imagen mas débil en los medios, su mayor eje en lo que a publicidad se refiere es la guía del sector, el centro informativo turístico donde exhiben sus trípticos, volantes y las agencias de viajes.

La forma de comercialización que se ha planteado para el proyecto es a través de agencias de viajes de la búsqueda de convenios con distintos organismos, la publicación de publrreportajes en revistas de gran difusión como son Lideres y la Familia del comercio, guías turísticas del sector y de la provincia en general, promoción del centro informativo turístico de la asociación de guías nativos del Noroccidente de Pichincha Yumboñan. La creación de una pagina web, Fam Trips para las agencias de viajes una vez por año, y trípticos o volantes.

2.6 PRODUCTO

El producto que se ofertara en el proyecto ha sido definido de acuerdo a la determinación de los tipos de turismo que esta en capacidad de ofrecer entre los cuales se encuentran el turismo ecológico o ecoturismo que se refiere a las visitas o viajes de

debido a que las condiciones del lugar se prestan para el desarrollo de actividades ligadas a la conservación y reforestación componentes que han sido incluidos dentro del proyecto mediante el aprendizaje de la siembra con la iniciativa del bosque de los muchachos.

De acuerdo a las encuestas de sondeo se han obtenido datos en relación a las preferencias de las personas y sus necesidades en un destino agro turístico, y tomando en cuenta el tipo de oferta que se puede tener de acuerdo al sector que ofrece condiciones aptas para la realización del Ecoturismo

2.6.1 Ecoturismo

El ecoturismo se refiere a las visitas o viajes de exploración y el aprendizaje de los ambientes naturales es estado silvestre con el propósito de minimizar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente. No existe una definición oficialmente aceptada para definir este termino que en muchas ocasiones se confunde con el turismo de naturaleza por el medio natural en el que se desempeñan las actividades , pero la diferencia fundamental radica en que mientras el turismo de naturaleza , acerca a los turistas al medio natural no se preocupan por los efectos negativos que las visitas puedan causar , mientras que en el caso del ecoturismo busca ser compatible con el medio ambiente y su conservación así como con la estructura productiva y social del lugar que los acoge ,generando recursos para la conservación de la naturaleza y el desarrollo de las comunidades locales .

El ecoturismo esta enmarcado bajo ciertos principios entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

El diseño y gestión de los productos deben integrarse armoniosamente con el paisaje y sus actividades deben estar enfocadas al uso de prácticas amigables con el medio ambiente, compatible con los recursos existentes a fin de minimizar los impactos ambientales.

El desarrollo del ecoturismo debe fomentar la conservación, aportando para su financiación de manera directa como lo son las entradas a los parques nacionales y áreas protegidas o de forma indirecta a través del pago de impuestos o licencias.

Los proyectos de ecoturismo deben buscar mejorar el nivel de vida de las comunidades locales, mediante la mejora en la comercialización de productos, mejora de la infraestructura e impulso a otras actividades productivas, entre otras. Incluyendo a la población local en dichos procesos.

La industria turística debe fomentar la preocupación pública por la conservación del medio ambiente y su preservación pues el desarrollo del turismo sostenible requiere involucramiento de autoridades, operadores, comunidades, organizaciones no gubernamentales, etc. Estos principios son señalados por The Internacional Ecotourism Society que enfatiza el minimizar los impactos negativos, y potenciar los impactos positivos y los beneficios medio ambientales.

2.6.1.1 La demanda del ecoturismo

El hecho de no contar con una definición oficial de la actividad eco turística hace muy difícil el poseer estadísticas que nos den un panorama preciso del número de personas que involucra esta actividad , lo que además recaen una dificultad para medir los impactos de la misma .

Muchas veces este tipo de turismo se incluye como parte del turismo de naturaleza por lo que se cuenta con datos incompletos y no comparables entre un país y otro.

Según la OMT este termino se hace muy variable de una sociedad a la otra

Y al interior e cada una de ellas por lo que no se indicadores precisos, No obstante luego de hacer esfuerzos por lograrlo y poder tener una idea de la situación real y potencial del ecoturismo. Se ha obtenido de acuerdo a la Conservación De la Naturaleza, el ecoturismo inmerso en el turismo de naturaleza ha experimentado un crecimiento anual de 25 y 30 % frente a un crecimiento cultural del 10 a 15 %.

Así en 1988 el turismo que estaba liado a la naturaleza reportaba ingresos de 223 billones de dólares. Por su parte la OMT en el año 1997 expreso que el turismo de naturaleza correspondía al 7% del total de gastos internacionales en viajes, en tanto que en 1999 se expreso que el crecimiento anual de la demanda esta entre el 10 y 30 % generando un ingreso de 30 mil millones de dólares anuales

De acuerdo a las investigaciones realizadas por los estudiosos de este tema podemos situar la demanda del ecoturismo en países como Reino Unido , Alemania , Holanda , Los Países Escandinavos , Canadá , Estados Unidos , y Australia , Así como la mayor cantidad de oferta se encuentra en los países en vías de desarrollo de Centroamérica , Sudamérica , el sur y este

de África y el Sudeste de Asia ,Costa Rica Y Kenia también dependen en gran medida del ecoturismo .

Los eco turistas que visitan estas zonas tienen características que los distinguen de otro tipo de mercado m entre ellas están el nivel de educación, que para este viajero es mas alto del promedio evitando producir impactos negativos, busca información sofisticada e investigación para ampliar sus conocimientos. Además están los factores socio demográficos que no distinguen edad o sexo ya que participan tanto hombres o mujeres de diversas edades pero cabe rescatar que aquellos turistas mayores de 35 años están mas inclinados al ecoturismo que los mas jóvenes debido a su nivel de educaron y su poder adquisitivo o capacidad de gasto.

Y El factor del Nivel Social que esta compuesto por personas pertenecientes a las clases media y media alta y sobre todo se evidencia una Actitud Pro-ambiental ejemplifica en las actividades como la observación de aves, fotografía de flores y fauna silvestre snorkelling en zonas de arrecifes, con las cuales queda claro su interés por el conocimiento de la naturaleza sin interferir en ella, entre otras como la conciencia ambiental y la filosofía de vida, etc. Esta última en la actualidad se encuentra en crecimiento en la población en general.

Dicho interés por la naturaleza y en particular por el ecoturismo se ha visto impulsado por un creciente numero de organizaciones naturalistas , documentales , y publicaciones especiales , importantes para la difusión del mensaje naturalista y el ecoturismo , ejemplo de ello son los casos de documentales como Rain Forest de la Nacional Geographic que incremento la popularidad de Costa Rica en el mercado norteamericano y las vistas de este segmento a este destino especifico así como sucedió con Kenia que registro un incremento en las visitas eco turísticas , luego de la película Out Of. África .

Esta corriente naturalista se ve apoyada por el incremento de los profesionales en el campo de la ecología que da como resultado adultos responsables con el medio ambiente que valoran la naturaleza, y que desean seguir aprendiendo de ella y que han encontrado en el ecoturismo una opción valida para hacerlo.

La tendencia al crecimiento de este segmento turístico se basa en que en la actualidad los turistas buscan nuevos estímulos y parajes tranquilos. Cosa que se les puede proporcionar por medio del proyecto.

2.6.1.2 Voluntariado

El voluntariado ha sido una herramienta eficaz de desarrollo local aplicada en todo el mundo en distintos tipos de proyectos, obteniendo resultados muy positivos. Así encontramos a los Kibutz²⁹ de Israel que trata de una comunidad voluntaria donde la gente vive y trabaja en conjunto sobre una base no competitiva. Cuyo principal objetivo es formar una sociedad independiente económica y socialmente basada en los principios de propiedad comunal³⁰, solidaridad, igualdad y justicia social.

Principios que como hemos mencionado anteriormente son vitales para un voluntariado bien entendido, que como en el caso de Israel ha sido un catalizador para el surgimiento de la economía del país, ayudando a tener una repartición mas justa del trabajo y las riquezas.

En el Ecuador el voluntariado se ha desarrollado en algunas manifestaciones, en el ámbito de desarrollo social tenemos el ejemplo Salinas de Bolívar que bien vale la pena analizar.

Desde hace 30 años ha sido destino de misioneros, voluntarios y turistas que a través de este encuentro con su sociedad y su gente forman nuevos vínculos convirtiéndose en nuevos eslabones de los salineros que a través de la solidaridad, la cooperación, organización, ahorro y trabajo comunitario arduo han logrado crear un modelo de desarrollo local que ya no solo es una utopía sino un modo de vida y que han logrado transformar la pobreza en bienestar.

Salinas es un pueblo andino del Ecuador que esta ubicado a 3560 msnm, sobre las estribaciones occidentales del Chimborazo. Que en los años 70 s contaban con una realidad muy distinta a la que viven hoy, era lugar de terratenientes colombianos de apellido Cordovez que encargaban la dura tarea de la explotación de la mina de sal, que da el nombre a la localidad. A los indignos salineros los mismos que además debían pagar cuotas de atados de

²⁹ Kibutz: en hebreo significa "grupo", es una comuna agrícola israelí.

³⁰ Comunal: Dícese del patrimonio de una comunidad, cuyo beneficio se dedica a la cobertura de gastos públicos, o bien es aprovechado por todos los miembros de la comunidad. Enciclopedia Océano Uno, edición 1991

sal, de servicio total al amo quien si no se portaban bien con el hasta podía quitarles la chacra.

Para los indígenas el patrón o era del todo malo como lo retrata en su libro el padre Antonio Polo. “ *para algunos salineros los patrones eran buenos , se hacían compadres , regalaban dulces en Navidad, acompañaban al medico en Riobamba,*”

Pero en general la situación era de pobreza y desesperanza de tal manera que varios jóvenes, con lagrimas en los ojos , porque si querían a su pueblo; embarcaban en el incierto viaje de la migración hacia las grandes ciudades en busca de mejores oportunidades que en su tierra les era imposible conseguir . El panorama era un montón de chozas de tierra y paja ubicadas desorganizadamente, integradas con el paisaje del páramo, rodeados por los farallones volcánicos.

Con la llegada del padre Antonio Polo ³¹ en Julio de 1971 como parte de un grupo de voluntarios , y quien se quedaría a vivir en Salinas como uno mas de sus habitantes , la situación empezó a cambiar y se vislumbraba otro camino mas brillante para Salinas de Bolívar que gracias a la creación de varios procesos de desarrollo como lo son la cooperativa , su primera herramienta que se mantiene hasta la actualidad y la cual ha permitido fomentar dos núcleos importantes para el desarrollo ,el ahorro para fomentar la visión a futuro y evitar la mendicidad y el crédito , que invita a encontrar una repuesta mas efectiva a las necesidades que las donaciones y que además fomenta el compromiso y cumplimiento . Que se evidencia en el sistema contable que se ha aplicado en la comunidad que a pesar de ser sencillo es eficaz según dice el p . Antonio Polo es el secreto del éxito Salinero

La comunidad se basa en una democracia estructurada que permite la existencia de de reglas sencillas y oportunas , así como controles recíprocos entre dirigentes y asambleas aquí cada persona es considerada como igual y tiene derecho a un mismo voto , sin importar su condición social , religión , o raza , así no existen diferencias ente los mestizos e indígenas .

³¹ P. Antonio Polo F. Sacerdote Salesiano nacido en Venecia en 1939, ejerce su trabajo pastoral y socioeconómico en el Ecuador desde 1970 , después de un corto periodo de tiempo de trabajo en Simiatug llega a Salinas como párroco , durante 30 años ,creando y corrigiendo constantemente ha sido el eje alrededor del cual con la colaboración de muchas instituciones y personas ha tomado vida y fuerza el proceso de desarrollo humano y cristiano que puede observarse en Salinas , que sirve de inspiración para el camino hacia el desarrollo de otras comunidades de la provincia de Bolívar .

Estos principios del cooperativismo con que se inició el proceso de desarrollo en Salinas se mantienen hasta hoy en día . Han tenido transformaciones positivas a lo largo del tiempo como por ejemplo la producción comunitaria y la no repartición individual de los excedentes, que no fueron cambios programados sino frutos espontáneos de la evolución que experimentó esta localidad. que con todo y fracasos como el primer intento por obtener el control de las minas de sal para industrializar su producción en el año 1962 , y el primer fracaso en la creación de la cooperativa de ahorro y crédito en 1967 ha logrado salir adelante creando proyectos como el de hacer una casa comunal , llevar agua entubada a la cabecera parroquial , la cooperativa de ahorro y crédito que se hizo realidad en 1972 , obtención de créditos para el mejoramiento genético de los ovinos y para la construcción de casas , obras comunitarias como la construcción de la carretera que va desde Salinas a la Palma, y otros mas entre ellos la quesería que se pudo llevar a cabo por un acuerdo bilateral entre los gobiernos de Ecuador y Suiza , la compra y venta de hongos secados al aire libre y su exportación a Europa , el Hotel el Refugio , y programas turísticos , la chocolaterías , talleres e hilanderías .

Todos ellos fruto del arduo trabajo de su gente , el cooperativismo pero sobre todo el haber hecho de la palabra compartir un modo de vida edificante , equitativo , humanitario , que ha marcado una diferencia abismal en el competir de este mundo cada vez mas individualista y exasperado .

En la localidad de Tulipe no se ha evidenciado experiencias similares a la de Salinas de Bolívar o algún trabajo voluntario en miras al desarrollo local , pero lo que se quiere lograr con el proyecto es que se de un desarrollo del sector a través del agroturismo , impulsando el trabajo voluntario y el cooperativismo con la localidad y su gente para generar fuentes de empleo , impulsar el turismo en la zona y la comercialización de los productos característicos de la localidad .

Basado en esta experiencia de trabajo cooperativista el proyecto busca integrar este componente por medio de la alternativa de voluntariado, en el que los voluntarios se harán cargo de labores de Guianza ,atención de grupos , cuidado de los animales y huertas . Se pueden albergar a dos personas cada seis meses tomando en consideración que para conseguirlos será necesario realizar convenios con universidades para ser tomados en cuenta dentro para la realización de sus pasantías, teniendo como objetivo a futuro el desarrollo de iniciativas cooperativistas entre el proyecto y la localidad.

De acuerdo a este análisis del sector y el tipo de turismo que se puede realizar, además de la encuesta de Sondeo se ha llegado a definir los siguientes paquetes, que detallamos a continuación

Paquete 1 fines de semana

PRIMER DIA

Salida desde la ciudad de Quito.

Visita al museo de los Yumbos en la localidad de Tulipe

Llegada al Rancho Palma Real.

Refrigerio – instalación del grupo.

Charla de orientación general acerca del Rancho y las actividades a realizarse.

Almuerzo

Tiempo libre

Caminata hacia las áreas de cultivo.

Trabajo con las especies forestales.

Merienda

Fogata de integración.

SEGUNDO DIA

Trabajo con especies animales – ordeño

Desayuno Montañero

Caminata por el sendero del filo de la cordillera para la identificación del medio y las especies nativas como la orquídea

Refrigerio campero

Caminata por el sendero Yumboñan y conocimiento de la cultura Yumbo.

Almuerzo

Tiempo libre – uso de las instalaciones. Cabalgatas, etc.

Recolección de las frutas nativas para la preparación de mermeladas y dulces.

Fogata parrillera. Fin del servicio

Paquete 2 feriado

PRIMER DIA

Salida desde Quito.

Visita al museo de los Yumbos en Tulipe.

Llegada al Rancho Palma Real

Refrigerio – Instalación del grupo.

Charla de orientación del Rancho y de los servicios.

Almuerzo

Tiempo libre – uso de las Instalaciones del Rancho.

Caminata por el sendero hacia las plantaciones de palmito.

Refrigerio

Alimentación del ganado y caballos

Merienda.

SEGUNDO DIA

Ordeño

Desayuno Montañero

Caminata por el sendero 3 hacia el bosque de los muchachos para trabajo de reforestación.

Refrigerio Campero

Cosecha de frutas endémicas para elaboración de dulces y mermeladas.

Almuerzo.

Tiempo libre.

Caminata hacia el filo de la cordillera para la identificación del medio y de especies nativas.

Merienda

Fogata de integración

TERCER DIA

Desayuno

Trabajo con especies animales menores

Caminata hacia

Refrigerio

Caminata por el sendero Yumboñan para la interpretación de la cultura yumbo.

Almuerzo

Tiempo libre

Merienda.

CUARTO DIA

Ordeño

Desayuno

Aprendizaje de los cultivos

Refrigerio

Preparación para la salida hacia a Quito.

CAPITULO 3

3.1 ESTUDIO LEGAL

En lo que respecta a lo legal el proyecto agro turístico esta concebido bajo varias reglamentaciones y leyes de acuerdo a los requerimientos para ponerlo en funcionamiento, debido a que es un proyecto de carácter turístico esta regulado por la ley de Turismo específicamente de los requisitos para los centros turísticos, además se debe tomar en cuenta se trata de un negocio es decir de un tipo de compañía por lo que también se tomara en cuenta a la ley de compañías.

Competencias de Turismo sujetas al Municipio.

3.1.1 Requisitos y trámites para obtener permisos de funcionamiento, patentes y otros registros para actividades turísticas.

3.1.1.1 Tramite para constituir una compañía

1. Reservar el Nombre: se requiere reservar el nombre ,tiene una validez de treinta días **treinta días**, contados desde la fecha de reserva. Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo.
2. Minuta de Constitución de la compañía: la misma que debe estar firmada por un abogado, adjuntado el cuadro de integración de la compañía y su estatuto .
3. Carta de solicitud de aprobación : es suscrita por un abogado , dirigida al Superintendente de compañías , en la que se pide la aprobación del acta de

constitución y su registro , que además debe adjuntarse tres copias de la constitución de la compañía

La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones.

En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las que deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

Con la resolución se debe:

- Solicitar a la Superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma;
- Realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva;
- Registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil;
- Obtener la patente municipal.

Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía que se requiere para la obtención del RUC; con éste se procede a realizar la marginación de las Resoluciones y a realizar la inscripción en el Registro Mercantil, a partir de lo cual la compañía tiene vida jurídica.

Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas (S.R.I.).

Se obtiene un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.)

Bajo este flujo, los costos y tiempos relacionados del trámite son:

Trámite	Tiempo promedio de tramitación	Costo en \$	
		Oficial	Privado
Aprobación de constitución*	2 días		336.00
Publicación extracto**	2 días		61.00
Patente Municipal ***	2 días		
Inscripción cámara o gremio	1 hora		50.00
Registro mercantil ****	4 horas	75.20	
Notaría: anotación marginal	4 horas		11.20
SRI. Obtención RUC	1 hora		
Total aproximado	7- 8días	150.39	458.20
<i>* El tiempo de tramitación corresponde al máximo siempre que no existan errores de forma o presentación de documentos, además comprende costos referenciales notariales y honorarios de abogado.</i> <i>** Valor referencial en la ciudad de Quito.</i> <i>*** No es obligatorio para la constitución de la empresa; pero sí para su funcionamiento.</i> <i>**** Valor calculado para la variación del capital social de \$50,000. A este valor se debe agregar un recargo del 100% por concepto de gastos administrativos.</i> <i>Nota general: Tiempos de tramitación en "Ventanilla Única Empresarial". Valores incluyen IVA (12%).³²</i>			

Fuente: Superintendencia de Compañías e instituciones competentes en cada caso.
Elaboración: UTEPI

Estos tiempos se han reducido en un promedio aproximado de 11 a 9 días, con la creación de la Ventanilla Única Turística, implementada en el año 2004.

3.1.2 Régimen laboral a observarse

Por lo general todo emprendimiento de un negocio requiere que se de la contratación de personal que asuman ciertas funciones ya sea de empleados de servicio o administradores, por esta razón se debe tomar en cuenta para este estudio el tipo de contrato que se aplicaría según sea el caso, para lo que se deberá establecer los perfiles laborales o profesionales. Según las modalidades existentes en el código de trabajo son las siguientes.

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) A prueba;
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;
- f) Por enganche;
- g) Individual, de grupo o por equipo

Para el proyecto en estudio se tomaran en cuenta la contratación por tiempo fijo en el caso del Administrador y personal de planta y los de temporada para el personal ocasional que será requerido como su nombre lo indica durante las temporadas altas o de mayor ocupación.

Se establece un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo,

debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes.

Para lo cual se debe dar cumplimiento a la disposición del Seguro Social Obligatorio que supone la obtención de:

- Obtener el número patronal
- Remitir el aviso de entrada, presentar las planillas que corresponden a los aportes personales y patronales al IESS
- Cumplir con las normas relacionadas.

3.1.3 Inscripción en el r.u.c.

Es condición necesaria la obtención del Registro Único de Contribuyentes. Para el efecto se recurre a las oficinas del Servicio de Rentas Internas SRI, con los siguientes documentos o requisitos:

- Formulario RUC-01-A y 01-B, debidamente llenados y suscritos por el representante legal
- Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución de compañía, inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil
- Original y cuatro copias de la hoja de datos de la compañía emitido por la Superintendencia de Compañías
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, máximo de tres meses atrás, del domicilio actual y del lugar en que realice la actividad económica.
- Identificación del representante legal y del representante legal
- Si son más de ocho socios o accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de cada uno de los socios/accionistas (en formato que se debe obtener en las ventanillas de atención del SRI)
- Carta suscrita por el contador de la empresa, con copia de la cédula de identidad adjunta, que certifique su relación laboral o contractual con el contribuyente.

3.1.4 Trámites y requisitos para operar

3.1.4.1 Patentes municipales³³

El pago del impuesto anual de patentes municipales y la inscripción en el registro de la municipalidad correspondiente, es indispensable “para ejercer una actividad económica de carácter comercial o industrial”. El pago debe realizarse hasta el 31 de enero de cada año o dentro de los treinta días siguientes a la fecha de iniciación de la actividad; tiene validez durante un año. Los requisitos para su obtención son los siguientes.

³³**Base Legal:** Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386 Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001.Art. III 33 al III. 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Diciembre de 2000.

Requisitos:

Personas jurídicas

- Copia de la escritura de constitución de compañía (íntegra)
- Copia de la Resolución de Constitución otorgada por la Superintendencia de Compañías
- Copia de la C.I. de cada uno de los socios
- Formulario declaración de Patente con el dato de la clave catastral (\$0.20)
- Copia de la carta de pago del impuesto predial de cualquier año

A continuación se incluyen las tarifas de patentes municipales de las tres principales ciudades del país:

Quito*	(\$)			%
	Fracción Básica desde	Excedente Hasta	Sobre Fracción. Básica	Sobre Excedente
Sobre valor del Patrimonio Neto o Capital	0.00	10,000.00		1.00
	10,000.00	20,000.00	100.00	1.20
	20,000.00	30,000.00	220.00	1.40
	30,000.00	40,000.00	360.00	1.60
	40,000.00	50,000.00	520.00	1.80
	50,000.00	en adelante	700.00	2.00
Cuenca	400.00	2,500.00	10.00	1.00
Sobre el valor del Patrimonio, activo total para personas no	2,500.00	5,000.00	31.00	0.60
	5,000.00	7,500.00	46.00	0.50

obligadas a llevar contabilidad, y saldo de cartera para bancos O financieras.	7,500.00	10,000.00	58.50	0.40
	10,000.00	24,000.00	68.50	0.20
	24,000.00	50,000.00	96.50	0.10
	50,000.00	250,000.00	122.50	0.08
	250,000.00	500,000.00	282.50	0.06
	500,000.00	1,000,000.00	432.50	0.05
	1,000,000.00	en adelante	682.50	0.04
Guayaquil**				
	Capital		Tarifa básica	
Sobre el valor del capital	0.00 – 12,500.00		\$10.00	
	12,501.00 – 6,2500.00		0.08%	
El impuesto anual de patente a pagar no será superior a \$5,000.00				
<i>*A los valores resultantes se añade el 10% para el servicio de bomberos.</i>				
<i>**Adicionalmente se debe cancelar la tasa de habilitación (de \$30 a \$210 según área de local o establecimiento) para funcionamiento de locales comerciales e industriales.</i>				

Fuentes: Municipios de las ciudades indicadas

Elaboración: UTEPI

Para el estudio deberán ser tomados en cuenta únicamente los valores correspondientes a la ciudad de Quito ya que la parroquia de Nanegal donde esta situado el proyecto depende del Municipio de dicha ciudad , que esta dentro del Distrito Metropolitano de Quito .

3.1.5 Afiliación a las cámaras de la producción

De acuerdo con la **Ley de Compañías**, la afiliación de una empresa o sociedad a la **Cámara de la Producción** correspondiente a la actividad que desempeña es obligatoria. En el caso de que la empresa desarrolle operaciones en varios sectores económicos, la **Superintendencia de Compañías** definirá la Cámara a la que debe afiliarse.³⁴

A continuación se incluyen los valores de afiliación por año, a la Cámara de Industriales de Pichincha, Guayaquil y Cuenca.

Quito*	(\$)			%
	Fracción Básica desde	Excedente Hasta	Sobre Fracción. Básica	Sobre Excedente
Sobre valor del Patrimonio Neto o Capital	0.00	10,000.00		1.00
	10,000.00	20,000.00	100.00	1.20
	20,000.00	30,000.00	220.00	1.40
	30,000.00	40,000.00	360.00	1.60
	40,000.00	50,000.00	520.00	1.80
	50,000.00	en adelante	700.00	2.00
Cuenca Sobre el valor del Patrimonio, activo total para personas no obligadas a llevar contabilidad, y saldo de cartera para bancos O financieras.	400.00	2,500.00	10.00	1.00
	2,500.00	5,000.00	31.00	0.60
	5,000.00	7,500.00	46.00	0.50
	7,500.00	10,000.00	58.50	0.40
	10,000.00	24,000.00	68.50	0.20
	24,000.00	50,000.00	96.50	0.10

³⁴ En Ecuador existen aproximadamente 9 Cámaras de la Producción, entre las que se encuentran: la Cámara de la Construcción, de Minería, de Agricultura, de Industriales, de la Pequeña Industria, de Turismo, de Acuicultura, de Comercio y del Libro (referencia: Superintendencia de Compañías).

	50,000.00	250,000.00	122.50	0.08
		0		
	250,000.00	500,000.00	282.50	0.06
		0		
	500,000.00	1,000,000.00	432.50	0.05
		00		
	1,000,000.00	en adelante	682.50	0.04
	0			
Guayaquil**				
	Capital		Tarifa básica	
Sobre el valor del capital	0.00 – 12,500.00		\$10.00	
	12,501.00 – 6,2500.00		0.08%	
El impuesto anual de patente a pagar no será superior a \$5,000.00				
<i>*A los valores resultantes se añade el 10% para el servicio de bomberos.</i>				
<i>**Adicionalmente se debe cancelar la tasa de habilitación (de \$30 a \$210 según área de local o establecimiento) para funcionamiento de locales comerciales e industriales.</i>				

De acuerdo a sus características el proyecto estará afiliado a la cámara de Turismo y la Cámara de Comercio de la ciudad de Quito debido a que se trata de una actividad turística que a su vez es comercial y para lo cual deberá cumplir los siguientes requisitos para lograr las afiliaciones respectivas. Que dado a la actividad que desempeña el proyecto estará afiliado a la Cámara de Turismo

3.1.5.1 Afiliación cámaras de turismo³⁵

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

Base Legal:

Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción. Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

³⁵ El Tribunal Constitucional mediante Resolución No. 0038-2007-TC, publicada en el Registro Oficial No. 336 de 14 de mayo de 2008, declaró la inconstitucionalidad de varias disposiciones legales que obligaban la afiliación a diferentes cámaras de la producción de manera previa a la constitución de personas jurídicas o el inicio de actividades. Sin embargo se mantiene un alto porcentaje de empresas y actividades vinculadas con estas organizaciones.

3.1.6 Permiso sanitario

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas. Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los **180 primeros días** de cada año, previo el pago de los derechos correspondientes.

Derechos por Servicio:

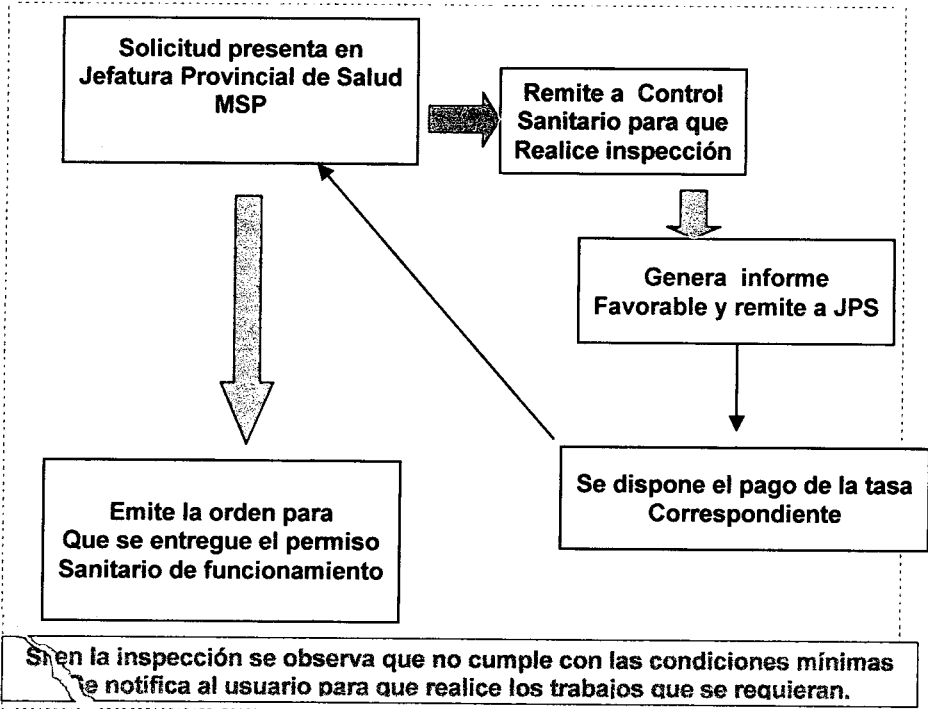
Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar los derechos por servicio fijados en el **REGLAMENTO DE DERECHOS POR SERVICIO POR CONTROL SANITARIO Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO** publicado en el Registro Oficial No. 58 del miércoles 9 de abril del 2003, y su reforma a través de Decreto Ejecutivo No. 341 publicado en el Registro Oficial No. 99 del 6 de junio de 2007; esa es la normativa que en la actualidad es usada por el Ministerio de Salud para la recaudación de tasas.

Requisitos

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.

- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.



Fuente : Abogado Mauricio Trujillo
Estudio jurídico Legal Trade

3.1.6.1 Certificados de salud de empleados

Obligación: Para obtener o renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud, los empleados de los establecimientos sujetos a este procedimiento de control deben obtener certificados de salud otorgados por los Centros de Salud. En el caso de los establecimientos sujetos a control de la Dirección Metropolitana de Higiene, ésta dependencia es la encargada de otorgar estos certificados.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

Tiempo de obtención: quince días, promedio

Costo: En monto de la tasa va de acuerdo al tipo de establecimiento (reglamento)

3.1.7 Licencias y certificaciones ambientales

La Ley de Gestión Ambiental y demás regulaciones del Ministerio del Ambiente establecen que toda actividad o proyecto que pueda causar impactos en el entorno natural y humano, debe contar de forma obligatoria con licencias y certificaciones ambientales.

La calificación previa a la ejecución de cualquier proyecto público o privado está a cargo del Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA), el mismo que está integrado por diferentes organismos seccionales y sectoriales .

La obtención de la licencia ambiental es un requisito indispensable para la ejecución de un determinado proyecto. El procedimiento para obtenerlo se resume a continuación:

- Solicitud de la certificación de intersección o no al Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado, dirigida a la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente.

- Presentación de términos de referencia para el estudio de impacto ambiental y el Plan de Manejo Ambiental. Estos estudios deberán ser socializados con la comunidad que vive en el área de influencia.
- Presentación del estudio de impacto ambiental y del plan de manejo ambiental, los mismos que serán evaluados y aprobados por la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente.
- Solicitud de la licencia ambiental. Su aprobación requiere el cumplimiento de las siguientes condiciones: establecimiento de una cobertura de riesgo ambiental; seguro de responsabilidad civil; y, otros instrumentos que permitan enfrentar posibles incumplimientos en los planes presentados o eventuales contingencias.

La responsabilidad de la aprobación y revisión de los diferentes proyectos puede ser delegada también a instituciones acreditadas como **el Consejo Nacional de Electricidad (CONELEC)**; la Dirección Nacional de Protección Ambiental (DINAPA) del **Ministerio de Energía y Minas**; los Municipios de Quito y Guayaquil; y, los Consejos Provinciales de Loja y El Oro.

A continuación se incluye una referencia de las tasas ambientales por concepto de licencias y certificaciones:

	COSTO
Certificado de intersección en Sistema Nacional de Áreas Protegidas	\$50.0
Licencia Ambiental	0.1% sobre valor del proyecto
Certificado de aprobación de estudios y planes	10.0% de costo de estudios
Seguimiento y monitoreo del PMA (Plan de Manejo Ambiental)	cobertura total de costos*
Trámite total: entre 3 y 12 meses según proyecto	
<i>* Cada técnico cobra alrededor de \$230 diarios.</i>	

Fuente: Ministerio del Ambiente. Elaboración: UTEPI

3.1.8 Otras condiciones y sus costos

3.1.8.1 Tasas por registros de marcas y patentes

De acuerdo con la **Ley de Propiedad Intelectual**, el **IEPI** es la institución encargada de “propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender, a nombre del Estado ecuatoriano los derechos de propiedad intelectual” (Ley de Propiedad Intelectual Art. 3).

Al Consejo Directivo le corresponde aprobar y fijar las tasas que deben cobrarse por los servicios administrativos que presta la entidad.

Las tasas se fijan en base a salarios mínimos vitales generales, tomando en cuenta criterios de proporcionalidad con respecto al costo del servicio y eficiencia, de acuerdo con la Ley. A continuación se incluye una referencia de las tasas por registros y otros servicios de marcas y patentes:

	Marcas	Patentes
Registro, inscripción o concesión derechos	54	108
Solicitudes de renovación	54	
Modificación de registros	28	28
Inscripción de contratos	28	28
Certificado concesión o registro derechos (emisión títulos)	28	54
Certificado búsqueda oficial registro	4	16
Certificado búsqueda oficial solicitudes en trámite	4	16
Acciones o solicitudes cancelación de registros	80	
Exámenes previos concesión o registro*		de 54 – 266
Mantenimiento registros**		28
Mantenimiento solicitud patente en trámite***		28
<i>* El valor final de la tasa lo definirá el Director Nacional de Propiedad Industrial en consideración a cada caso</i>		
<i>Y dentro de los límites previstos.</i>		

*** Pago anual, se lo realiza dentro de los tres primeros meses de cada año.*

****Tasa anual pagadera por años adelantados; vence el último día del mes en que fue presentada la solicitud.*

Fuente: IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual). Elaboración: UTEPI

TRÁMITES Y REQUISITOS PARA OBTENER PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO, PATENTES Y OTRAS AUTORIZACIONES PARA ACTIVIDADES TURISTICAS

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

Base Legal:

Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción. Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Bien sea que se haya optado por iniciar un emprendimiento como persona natural o bien sea como persona jurídica (compañía), se deben considerar algunas condiciones objetivas referidas a los procesos y procedimientos para alcanzar algunos permisos y autorizaciones específicos para, en este caso, desarrollar y ejecutar en el giro de negocios, actividades turísticas.

Para el caso, es necesario tener presente que existe en el área de turismo, una especificación de sectores:

- Sector Alimentos y bebidas
- Sector Alojamiento
- Sector Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo
- Sector Transporte
- Otras Actividades

Los trámites GENERALES Y COMUNES para estos sectores son:

3.1.9 Permisos para operar

3.1.9.1 Registro actividad turística

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo (en los municipios en los que se descentralizó la competencia debe obtenerse en sus dependencias).

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Artículos. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

3.1.9.2 Licencia única anual de funcionamiento (ley de turismo)

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- _ **Patente Municipal**
- _ **Tasa de Turismo**
- _ **Aporte Anual a CAPTUR**
- _ **Permiso de Bomberos.**

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Un solo trámite: En el caso de Quito, con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

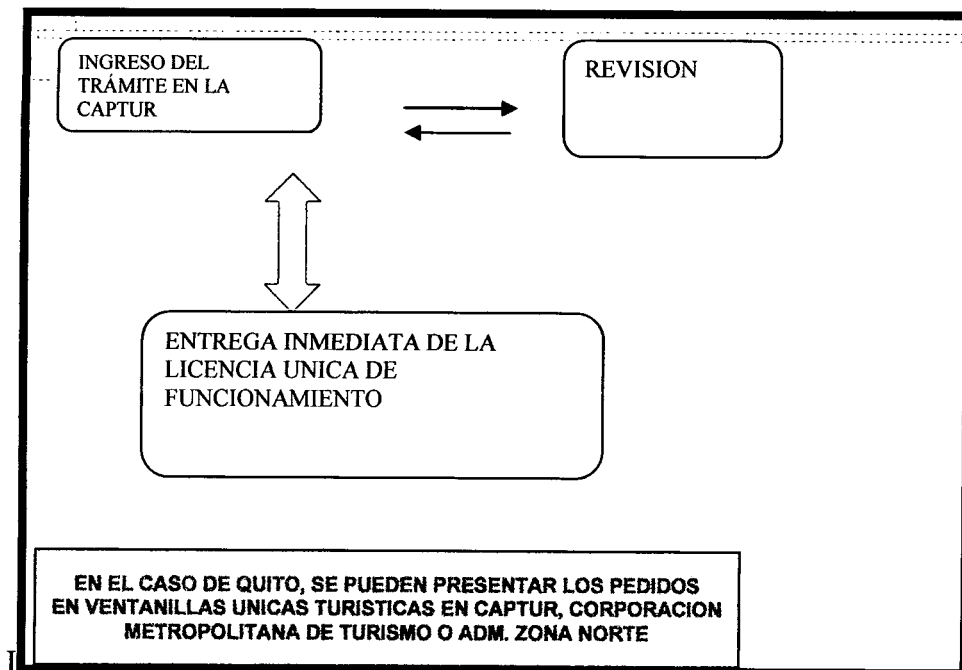
1. Corporación Metropolitana de Turismo
2. Administración Zona Norte
3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.



Fuente : Abogado Mauricio Trujillo
Estudio jurídico Legal Trade

3.1.9.3 Permiso sanitario de funcionamiento

1. El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud³⁶), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

3.1.9.4 Certificados de salud de empleados

Obligación: Para obtener o renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud, los empleados de los establecimientos sujetos a este procedimiento de control deben obtener certificados de salud otorgados por los Centros de Salud. En el caso de los establecimientos sujetos a control de la Dirección Metropolitana de Higiene, ésta dependencia es la encargada de otorgar estos certificados.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año

³⁶ En el caso del Municipio del Distrito Metropolitano, el Ministerio delegó por Acuerdo Ministerial el otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento, de algunos establecimientos, lo cual significa que en esta jurisdicción cohabitan dos entidades con responsabilidad en esta clase de control.

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

3.1.9.5 Permiso del cuerpo de bomberos

Obligación: Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales.

Plazo: hasta 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos (Ventanilla Única)

3.1.9.6 Permiso anual de funcionamiento (intendencia de policía)

Base Legal: Decreto Supremo 3310-B de fecha 8 de marzo de 1979:

“Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamiento según lo que señala el Art. 29 de dicho decreto, que manifiesta: Los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia”

Requisitos para sacar el permiso

REQUISITOS	ESTABLECIMIENTOS
RUC SRI	Todos
Patente Municipal	Todos
Copia de Cédula	Todos
Permiso de Uso de Suelo	Centros de Diversión Nocturna
Permiso de Cuerpo de Bomberos	Centros de Diversión Nocturna

Fuente: Abogado Mauricio Trujillo estudio Legal Trade

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.

Costos según tipos de establecimientos

ESTABLECIMIENTOS	VALOR (DÓLARES)
Restaurante, Cafetería, Bodega de Alimentos, Licorería, Bar-Discoteca, Supermercado, Sala de recepciones, Sala de juego, Bar, Delicatesen, Salón de bebidas, Burguer, Hotel, Motel, Residencial, Café-net, parrilladas, Asadero, Pollos Dorados, Comidas Ligeras, Fonda, Chifa, Pizzería, Panadería, Marisquería, Tercena, Frigorífico, Heladería, Cafetería, Frutería, Legumbres, Tienda, Venta de bebidas, Confitería, Comisariato, entre otros.	15 USD.

Horarios de funcionamiento

Según la ordenanza municipal del Distrito Metropolitano de Quito No 3559, establece los siguientes horarios para todos los establecimientos que prestan los siguientes servicios:

ESTABLECIMIENTO	HORARIO
Tiendas, hoteles , abarrotes, delicatessen, supermercados , café net	Las 24 horas del día
Establecimientos de diversión y tolerancia (bares, discotecas, night club)	Hasta las 03h00 del día siguiente
Licorerías	De 10h00 a 01h00 del día siguiente (Lunes - Sábado)
Hoteles	Las 24 Horas del día

Fuente: Abogado Mauricio Trujillo estudio Legal Trade

Cabe resaltar que en el Distrito Metropolitano rigen estos horarios gracias a un convenio firmado entre el Ministerio de Gobierno y el Municipio de Quito (Consejo de Seguridad y Convivencia Ciudadana). Los horarios en las demás provincias quedan a competencia de las autoridades gubernamentales y seccionales de cada localidad.

3.1.9.7 Derechos autores y compositores

Obligación: Pagar a SAYCE derechos por difusión pública de música.

Plazo: hasta el 30 de abril (con descuento – Convenio FENACAPTUR)

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual; Pliego Tarifario: Res 009 (R.O. 290 de 22/03/01)

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos “S.A.Y.C.E.”, es una entidad de gestión colectiva, de derecho privado, con finalidad social; cuyo deber primordial es preservar los derechos morales y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales y/o extranjeros a los que representa. Son atribuciones de la SAYCE, entre otras:

- Recaudar los derechos económicos o regalías correspondientes al autor, compositor y titulares del derecho conexo que hubieren confiado su administración, producto de la reproducción; distribución pública; importación; traducción, arreglo o transformación; y, comunicación pública de las obras nacionales y extranjeras.
- Establecer las tarifas relativas a las licencias de uso sobre las obras o producciones que conformen su repertorio. Tarifas que serán publicadas en el Registro Oficial por disposición de la Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- Celebrar acorde con la Ley, convenios con organizaciones de usuarios y/o sociedades de gestión colectiva de autores, compositores, artistas y en general con personas jurídicas que representen a autores, interpretes o ejecutantes de obras de interés público nacionales e internacionales de manera bilateral o multilateral, contratos que establezcan tarifas sobre los derechos patrimoniales de autor y conexos.

El pliego tarifario de SAYCE establece, dentro de los derechos económicos (patrimoniales) de los derechos de autor, la cuantía mínima legal a pagarse por la explotación de obras que conforman su repertorio. Este pliego está publicado en el Registro Oficial No. 290 del 22 de marzo del 2001

Requisitos:

Para realizar el pago de estas tarifas es necesario:

- Acercarse a la oficina principal de SOPROFON
- Luego de realizar el pago conforme a la tarifa establecida en el pliego tarifario según cada establecimiento, SOPROFON procede a emitir una factura que representa la *licencia de uso de la música*.
- Se le entrega un ticket “SOPROFON – EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LA MÚSICA” que deberá ser exhibido obligatoriamente en cada establecimiento comercial.

Para poder emprender en cualquiera de los sectores, se deben considerar adicionalmente las siguientes particularidades y referencias

3.1.9.8 Sector alojamiento

En este sector se ubican establecimientos que brindan servicios de alojamiento como hoteles, hostales, apartamentos, hosterías, de acuerdo a las categorías previstas en el Reglamento General de la Ley de Turismo.

Reportes de huéspedes

Base Legal: Código Penal

Plazo: Diario

Requisitos: Cada establecimiento de alojamiento tiene la obligación de elaborar diariamente el reporte de huéspedes, en el formato diseñado por los mismos, que en lo esencial debe contener:

- Nombre del huésped
- Cédula de Ciudadanía, Identidad o Número de Pasaporte
- Habitación número
- Nacionalidad
- Estado Civil
- Profesión
- Procedencia
- Destino
- Fecha de Ingreso
- Fecha de Salida.

Obligación: Remitir reporte de huéspedes a las siguientes instituciones:

- Intendencia General de Policía
- Dirección Provincial de Salud
- Jefatura Provincial de Migración – Departamento de Control Migratorio.
- Dirección Nacional de Investigación
- Seguridad Pública Policía Nacional del Ecuador – Oficina
- Central Nacional de la INTERPOL.³⁷

³⁷ El código Penal prevé: **Art. 605.-** Serán reprimidos con multa de treinta y cinco a sesenta sucres y prisión de un día, o con una de estas penas solamente:

1o.- Los hoteleros, dueños de casa de posada, arrendadores de casas o departamentos amoblados, dueños y directores de casas de juego y empresarios de transporte, que hubieren dejado de inscribir en un registro llevado con ese fin, el nombre, apellido, domicilio, calidad, fechas de entrada y salida de toda persona que hubiere dormido, pasado una noche en su casa, hospedado, concurrido, o viajado, en su caso;

2o.- Los mencionados individuos que dejaren de enviar diariamente los estados que hayan sentado el día anterior en el registro mencionado en el número precedente, a la primera autoridad de policía del lugar, o que dejaren de presentar ese registro cuando fueren requeridos por los empleados o agentes de policía.

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

3.1.9.9.1 Licencia única anual de funcionamiento (ley de turismo)

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servíamos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- _ **Patente Municipal**
- _ **Tasa de Turismo**
- _ **Aporte Anual a CAPTUR**
- _ **Permiso de Bomberos.**

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Un solo trámite: En el caso de Quito, con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

1. Corporación Metropolitana de Turismo
2. Administración Zona Norte
3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

3.1.9.10 Publicidad exterior

Se encuentra publicada en el Registro Oficial No. 401 del 21 de noviembre del 2006, la Ordenanza Metropolitana No. 0186 que sustituye el Capítulo I **“De la publicidad exterior”**, del Título III **“De los rótulos y carteles”** del Libro Segundo del Código Municipal, que fue anteriormente sustituido por la Ordenanza Metropolitana No. 096. En esta Ordenanza se conceptualiza a la publicidad exterior como la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de Organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios.

La publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

3.1.9.10.1 Publicidad exterior fija

La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios privados, públicos o de servicio general.

La autorización para publicidad exterior fija en espacios públicos, será otorgada por el Comité Metropolitano de Publicidad, con fines exclusivos de procurar la dotación y/o rehabilitación de espacio público y, especialmente, la dotación y/o rehabilitación de mobiliario urbano de beneficio para la comunidad. La autorización para publicidad exterior fija en espacios privados, y/o de servicio general circunscritos en una jurisdicción zonal, será otorgada por el Comité de Publicidad de la Administración Zonal respectiva, en que se vaya a instalar el elemento publicitario.

3.1.9.10.2 Competencia para emitir la licencia de publicidad exterior

- La licencia para la instalación de publicidad exterior fija será emitida por la Administración Zonal de la respectiva jurisdicción.
- La licencia para publicidad exterior móvil será emitida por la EMSAT.

3.1.9.10.3 Requisitos para la autorización de la publicidad exterior

1.- Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y Mobiliario Urbano Turístico:

Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y mobiliario urbano, el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c) Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
- d) Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno;
- e) Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleras o entre vallas y carteleras publicitarias.
- f) Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;
- g) Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;
- h) El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria; e,
- i) La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

2.- Instalación de señalización informativa de tránsito o turística.

Para la obtención de la licencia de señalización informativa de tránsito o turística el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c) Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño de la publicidad cumple con la normativa;
- d) Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, que la información a ser instalada no afecta ningún proyecto municipal; y,
- e) La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

3.- Requisitos para autorizaciones concedidas por las Administraciones Zonales:

Para obtener la autorización para la publicidad exterior fija en espacios privados y/o de servicio general se requerirá:

- a) Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa;
- b) Croquis del predio en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del lugar;
- c) Autorización escrita del propietario del inmueble, con reconocimiento de firmas efectuado por autoridad competente, en el que se vaya a realizar la instalación; en caso de propiedad horizontal, la autorización notariada de todos los copropietarios del inmueble (100% de las alícuotas);
- d) Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario;
- e) Patente actualizada del solicitante;

- f) En el caso de vallas, o tótems con altura igual o superior a 6 m., informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura de sustentación;
- g) Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma, así como el seguro por daños a terceros; y,
- h) El compromiso de desmontar la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario, al vencimiento del plazo de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma y la restitución completa de la acera o parterre, respectivo. No podrá dejarse elemento de naturaleza alguna sobre el piso en el que estuvo instalado el medio.

4.- Para la autorización de publicidad exterior fija, con fines de dotación de mobiliario urbano, a instalarse en el espacio público del Distrito Metropolitano, se requerirá:

- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Resumen ejecutivo, texto y gráfico que explique el mobiliario urbano y los medios de publicidad exterior propuestos, la ubicación exacta de su instalación, el diseño de la estructura, materiales y especificaciones técnicas para su construcción, dimensiones, número, formas de pago o compensación de las regalías por el uso del espacio público, plazos y dirección para notificaciones al interesado; y,
- c) El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se reserva el derecho, por los mecanismos que estime pertinente, de obtener otras ofertas tendientes al mejoramiento de las condiciones propuestas por el primer interesado, en un plazo máximo de sesenta días calendario. Luego de terminado el plazo indicado, el Municipio notificará al interesado su aceptación o no.

3.1.9.10.4 Vigencia de la licencia de instalación de publicidad

Toda licencia de instalación de publicidad fija autoriza la implantación de la misma y tiene vigencia de hasta **UN AÑO** contado a partir de su concesión. El titular de la licencia de instalación hará constar en la parte inferior izquierda del medio publicitario, el número del permiso y su fecha de vencimiento. El trámite dura ocho días laborables, en promedio y es condición que todo documento deberá ser original o copia certificada

Renovación del Permiso de Operación y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

Para la renovación del Permiso de Operación y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, las operadoras de transporte terrestre turístico deberán cumplir con los siguientes requisitos y procedimiento:

- Aprobar la revisión técnica vehicular de la CORPAIRE, la que adicionalmente incluirá los requisitos que establezca la EMSAT y la
- CMT;
- Presentar una póliza de seguros de responsabilidad civil y de vida y accidentes personales, la misma que cubrirá a todos los vehículos legalmente registrados en la EMSAT, de conformidad con las coberturas y montos establecidos en la normativa vigente;
- Para el servicio expreso de turismo, se deberá adjuntar el estudio de factibilidad técnica;
- Presentar original y copia de los comprobantes de pago de patente municipal, tasa por Licencia Única Anual de Funcionamiento, Permiso de Operación EMSAT, aporte a la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha CAPTUR.

Cumplidos los requisitos y aprobados los estudios, se entregará el Permiso de Operación, las habilitaciones operacionales, la Licencia Única Anual de Funcionamiento y se procederá a colocar los adhesivos de identificación en cada vehículo.

Sin embargo, no se podrá renovar la Licencia Única de Funcionamiento ni el Permiso de Operación, operadora no ha cancelado las multas que se generaron.

Vigencia: El Permiso de Operación tendrá vigencia por un año, vencido el cual caducará.

Ley de Propiedad Intelectual

La Ley vigente en el Ecuador desde mayo de 1998 garantiza la propiedad intelectual a nacionales y extranjeros con domicilio o no en el Ecuador. De acuerdo con la Ley la propiedad intelectual comprende: (i) los derechos de autor sobre obras literarias, composiciones y publicaciones; la propiedad industrial que comprende: invenciones, dibujos y modelos industriales, información no divulgada y secretos comerciales, marcas de fábricas, nombres comerciales, etc.; y, las obtenciones vegetales.

El **Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)** es el organismo encargado de proteger los derechos de propiedad intelectual consagrados en la Ley y en los tratados y convenios internacionales que haya suscrito el Ecuador.

3.1.9.11 Régimen tributario

De acuerdo con la **Constitución Política del Estado**, VIGENTE, el régimen tributario se basará en los principios de igualdad, generalidad y proporcionalidad. Los impuestos solo podrán ser creados por acto legislativo y no tendrán efectos retroactivos en perjuicio de los contribuyentes. Sin embargo, los aranceles de importación podrán ser fijados o modificados por el Presidente de la República.

El marco legal que norma las tarifas impositivas de los principales impuestos es el siguiente: (i) **Ley de Régimen Tributario Interno**, que regula la aplicación del Impuesto a la Renta (IR), del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE); **Ley Orgánica de Régimen Municipal**, que norma la aplicación del Impuesto Predial Urbano y del Impuesto Predial Rural; La **Ley Orgánica de Aduanas y el**

3.1.9.10.1 Impuesto a la renta

De acuerdo con el artículo 1 de la **Ley de Régimen Tributario Interno**, el Impuesto a la Renta grava **“a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras”**.

Para la aplicación de la Ley se considera renta a los ingresos de fuente ecuatoriana y a aquellos obtenidos en el exterior. Se considera ingresos de fuente ecuatoriana a los “obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios”. Los ingresos de fuente extranjera, en cambio, son los obtenidos por “personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales” (Ley de Régimen Tributario Interno, Art 2).

La base imponible del impuesto es la suma de los **“ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones imputables a tales ingresos”** (Ley de Régimen Tributario Interno, Art 16). Sin embargo, cuando se trate de trabajadores en relación de dependencia la única deducción permitida es la de los aportes a la seguridad social.

La tarifa del impuesto varía según se trate de personas naturales o jurídicas. Para el primer caso se aplica una tabla progresiva (entre el 0% y el 25%) que se ajusta cada año de acuerdo a la inflación, y para el segundo, una tarifa general del 25%³⁸ con una rebaja del 10% sobre las utilidades reinvertidas

³⁸ Esta tarifa se aplica a las utilidades obtenidas durante el ejercicio económico, una vez descontada la distribución del 15% de las utilidades a favor de los trabajadores.

Personas naturales				
		\$	%	
Fracción básica	Exceso hasta	Sobre fracción básica	Sobre la fracción excedente	
0	7,680	0	0	
7,680	15,360	0	5	
15,360	30,720	384	10	
30,720	46,080	1,920	15	
46,080	61,440	4,224	20	
61,440	en adelante	7,296	25	
Sociedades				
tarifa general		25% sobre utilidad líquida		
Reinversiones		15% sobre utilidad reinvertida		
Notas:				
1. Las empresas de explotación y exploración de hidrocarburos pagarán una tarifa mínima del 25%, pudiendo ser más alta si así se establece en los respectivos contratos.				
2. Los extranjeros no residentes en el país, en caso de servicios prestados ocasionalmente satisfarán una tarifa del 25% sobre la totalidad del ingreso percibido.				

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno Elaboración: UTEPI

3.1.9.11.2 Impuesto al valor agregado (iva)

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava “**al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados**” (Ley de Régimen Tributario Interno, Art. 52).

La tarifa general del impuesto es del 12%, aunque existen algunos bienes y servicios gravados con tarifa cero

Los productores de bienes o prestadores de servicios con tarifa del 12% podrán obtener crédito tributario por la totalidad del IVA pagado en la adquisición de las materias primas o insumos necesarios para la fabricación o comercialización de los bienes o servicios mencionados.

Transacción	Tarifa
Sobre el valor de transferencia o importación de bienes muebles	12
Sobre prestación de servicios	12
Sobre las exportaciones de bienes y servicios	0
Productos básicos, educación, salud, importaciones diplomáticas, donaciones, admisión temporal y servicios básicos	0

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno Elaboración: UTEPI

3.1.9.11.3 Impuesto a los consumos especiales (ICE)

El Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) grava el consumo de algunos bienes considerados socialmente restringibles y suntuarios.

De acuerdo con la Ley, la base imponible para los bienes nacionales o importados se calculará **“incrementando al valor ex – fábrica o ex – aduana, según corresponda, un 25% de margen mínimo presuntivo de comercialización”** (Ley de Régimen Tributario Interno, Art. 76). Las tarifas fueron modificadas por la Ley para la Equidad Tributaria, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente el 28 de diciembre de 2007.

3.1.9.11.4 Impuestos municipales

De conformidad con la **Ley Orgánica de Régimen Municipal**, le corresponde a los Municipios cobrar y administrar algunos impuestos de carácter local. Entre los que tienen incidencia directa con el ejercicio de actividades productivas están los siguientes: a la propiedad urbana y rural; a las utilidades de la compra venta de inmuebles urbanos; matrículas y patentes; alcabalas; y (v) espectáculos públicos.

Así mismo, la **Ley del Control Tributario Financiero** faculta a los Municipios a recaudar un impuesto del 1.5 por mil sobre los activos totales de las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad.

8. Convenios para evitar la doble tributación

La decisión 578 de la **CAN** establece el marco jurídico que permite evitar la doble tributación entre los países miembros. Con el mismo objetivo, el Ecuador ha suscrito varios acuerdos bilaterales con los siguientes países.

Convenios para evitar la doble tributación y evitar la evasión fiscal

Alemania	Canadá	Italia
Brasil	Chile	México
Bélgica	España	Rumania
Argentina	Francia	Suiza
<i>Nota: para los países miembros de la Comunidad Andina se aplica la decisión 578.</i>		

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaboración: UTEPI

CAPITULO 4

4.1 ESTUDIO OPERATIVO

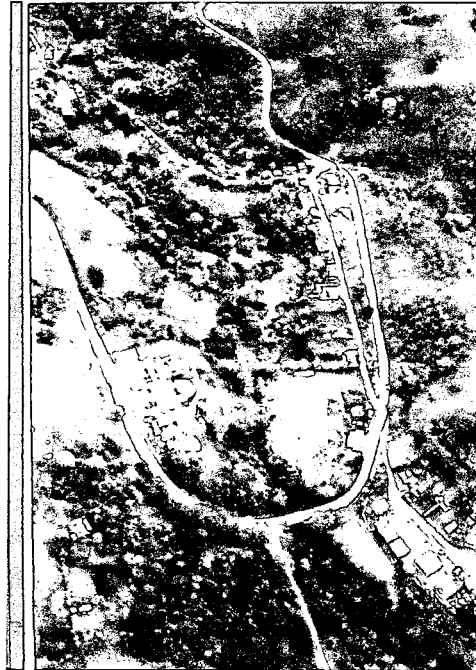
4.1.1 Localización

El proyecto de voluntariado etnoagroturístico está emplazado en la localidad de Tulipe. La misma que está ubicada a 70 km de Quito al noroccidente de la provincia de Pichincha, cantón Quito, Parroquia Nanegal, a 48 km de la ciudad de Quito.

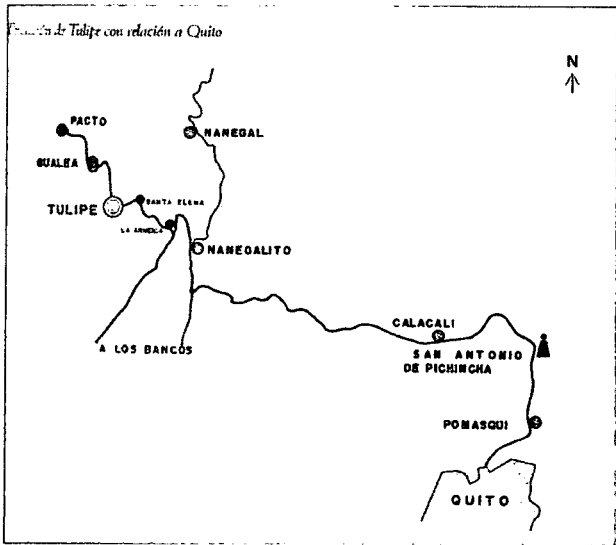
En las estribaciones de la cordillera Occidental en el noroccidente de la provincia de Pichincha, en la república del Ecuador en el cual se ha identificado un ecosistema conocido como Bosque muy húmedo Montano Bajo, El mismo que en las últimas décadas ha sido víctima de un proceso de degradación por efectos de la tala indiscriminada de los árboles y por ende el aprovechamiento excesivo de los recursos maderables. A pesar de que este es un problema común en el sector y que el proyecto busca reducir educando a las personas tanto de la localidad como a los turistas en la importancia de retomar los cultivos tradicionales, a través del agroturismo.

El proyecto se sitúa específicamente en las instalaciones del Rancho Palma Real propiedad que abarca una área de setenta hectáreas, para desarrollar actividades agrícolas productivas y de recreación como son las caminatas, cabalgatas, senderismo y además el conocer la cultura de los yumbos y la vista al Museo de sitio de esta etnia ubicado en Tulipe.

Para acceder a la localidad de Tulipe desde la ciudad de Quito se debe tomar la vía Calacalí – La Independencia hasta el empate que se dirige a la vía lastrada carroable que va desde la Armenia, a 3 km de Nanegalito, hacia las poblaciones de Pacto, -Gualea, luego de pasar por los recintos de la Armenia y Santa Elena se toma el desvío que pasa frente a la escuela del sector que lleva por nombre Alfonso Bellido Moreno, para luego pasar por varias otras fincas y haciendas hasta tomar el camino que lleva el Rancho.



Vista aérea de la localidad de Tulipe en la actualidad Fuente: Tulipe y la Cultura Yumbo. Holger Jara Pág. 15



Mapa de ubicación de Tulipe con relación a Quito

Fuente: Tulipe y la cultura Yumbo. Holger Jara Pág. 69

4.1.2 Instalaciones

El Rancho Palma Real cuenta ya con infraestructura que comprende tres construcciones grandes, de las cuales dos de estas tienen capacidad instalada para albergar a 40 personas, cuentan con baño privado y agua caliente.

En las cuales se utilizó madera pacchi y cedro rojo para su construcción. La más grande de estas tiene dos plantas, en la superior están distribuidas tres habitaciones independientes, dos de ellas cuentan con tres camas, una habitación que alberga cuatro camas, cada una de ellas tiene su candelabro, ya que el Rancho no cuenta con luz eléctrica.

En la planta inferior se observa una pequeña sala de estar abierta que permite el contacto con la naturaleza característica muy típica de las casas de campo que es justamente el estilo que se mantiene en toda la construcción, además cuenta con una bodega pequeña, tres habitaciones con dos y tres literas respectivamente. Un baño con ducha.

Cada una de las camas está completamente equipada con sus colchones, cobertores, almohadas y cobijas. La segunda cabaña tiene dos habitaciones con camas matrimoniales y una cama adicional un baño social con dos duchas de agua caliente, calefón, y tres servicios higiénicos.

Otra construcción más pequeña ha sido adecuada para la cocina y comedor y una bodega para los alimentos. Además de esta se cuenta con una cabaña que tiene la parrilla y un área social para hacer fogatas y disfrutar de un momento de esparcimiento junto al fuego, donde por lo general es preparada la cena en presencia de los turistas, lo que lo hace más atractivo creando un ambiente natural y acogedor.

Cerca de estas construcciones se encuentra el parqueadero, y la guardianía junto a otro pequeño que ha sido asignado para albergar a los animalitos de la granja y muy cerca de él se encuentran los juegos infantiles.

Siguiendo el camino hacia la parte superior del terreno se ha identificado la entrada de tres de los cinco senderos con los que cuenta el Rancho Palma Real, antes de ellos se puede observar una pequeña piscina de piedra que alberga agua de río proveniente de uno de los ojos de agua ubicados cerca del Rancho con bancos de madera a su alrededor.

4.1.3 Biodiversidad de Tulipe

En las estribaciones de la cordillera Occidental, al Noroccidente de la Provincia de Pichincha, se ha identificado un ecosistema conocido como bosque muy húmedo pre montano (bmhpm) (Acosta 1982). Que se halla ligeramente nublado en invierno y bastante húmedo a lo largo del año.

En esta zona que se identifica como la selva tropical húmeda y siempre verde del noroccidente ecuatoriano,³⁹ las precipitaciones promedio están entre los 2.000 y 4.000 mm. Caracterizada por su alta pluviosidad que hace posible que se pueda apreciar una exuberante vegetación durante todo el año. Incluso durante el periodo seco que va desde los meses de Julio a Agosto.

Los meses restantes se aprecia la presencia de lluvias acompañadas de una alta humedad y gran nubosidad así como temperaturas más frescas.

Este piso climático o zona de vida corresponde a una superficie de 3 152.975 ha o sea el 25% del país. En la costa es una franja montañosa que se ensancha de norte a sur para luego estrecharse en esta última dirección. En el oriente se lo encuentra por debajo de los 600 msnm y comprende una zona muy amplia localizada en las estribaciones de la Cordillera Oriental.

4.1.3.1 Flora

La flora es abundante y variada así en sus bosques podemos encontrar abundantes plantas epifitas, briofitas, especímenes pertenecientes a un soto bosque, árboles y palmeras, entre estas ultimas se encuentra la Palma Real, como una de las especies mas características de la zona. Además de plantas frutales, introducidas o endémicas que en muchos casos se cultivan hasta la actualidad, para el consumo de las familias locales, como son el ají, la guaba, la guayaba, caña de azúcar, palmito entre otras.

³⁹ Fauna del Ecuador. Patzelt 1996

La zona tiene grandes atractivos, entre ellos se cuentan a las hermosas orquídeas, de variados tamaños y colores que capturan el interés de muchos por su belleza y capacidad de adaptación al medio. En estado silvestre encontramos también

Naranjillas, palmito, pasto miel, bejucos⁴⁰ o lianas, varias especies maderables etc.

Esto último ha venido a ser muy perjudicial para el bosque ya que gracias a esta característica, se ha convertido en blanco de la tala indiscriminada y un aprovechamiento intensivo de los recursos maderables y de las especies arbóreas. Generando una degradación permanente durante las ultimas cuatro décadas, situación que desafortunadamente ocurre en gran parte de los bosques ecuatorianos.

(Ver anexo 7.02)

4.1.3.2 Suelos

En esta área del noroccidente de Pichincha se han desarrollado varios tipos de suelo sobre las llanuras o pendientes fuertes. Se encuentran los suelos Negros u Pseudos Limosos en la parte superior y amarillenta u oscura en la profundidad. En este tipo de suelo se puede cultivar con cierta dificultad palma africana, plátano y pastizales, debido a la poca luminosidad.

También encontramos significativos depósitos de ceniza volcánica antigua proveniente de las erupciones del volcán pichincha, que han con el paso del tiempo han resultado en suelos negros, muy suaves y esponjosos, aptos para el cultivo de especies como la naranjilla, te y pastizales, ocupando la mayor proporción de terreno los pastizales.

⁴⁰ Bejucos: Plantas trepadoras, endebles, heliotropistas. Se apoyan con zarcillos, chupones, espinas, etc. que se fijan sobre las plantas vecinas y cuando realmente alcanzan la luz del sol, sintetizan la materia orgánica y se desarrollan. Flora del Ecuador Patzelt Erwin .Banco Central del Ecuador 1996.

4.1.3.3 Fauna

En medio de esta exuberante vegetación, existía hasta hace poco una fauna muy variada, que constituían parte de la dieta alimenticia de los habitantes. Pero el panorama en la actualidad es muy diferente ya que gran numero de especies se alejan cada vez mas de la zona o han desaparecido , en los bosques ya solo quedan algunos armadillos , guantas , cusumbos , colibríes , monos , entre otros .

Es muy importante resaltar aquí al *semmornis ramphastinus* o como se lo conoce vulgarmente “Pájaro Yumbo” ave emblemática de los yumbos. De aspecto multicolor y forma particular de trinar, que lo diferencia mucho de las demás especies de aves de la zona. Su plumaje es de colores brillantes (naranja – amarillento), sus ojos están inscritos en un círculo rojo, de pico pesado y del tamaño de una paloma mediana.

Lo que lo hace tan particular además de su aspecto es que convive, y canta en pareja mientras recorre su hábitat natural.

También se puede apreciar una gran cantidad de colibríes que habitan en la zona. Como Colibrí piquicurvo, colibrí verde, etc.

Están también la perdiz, el gavilán, Pava de monte, paloma de monte



Pájaro yumbo.

Fuente: Tulipe y la cultura yumbo. Holger Jara Pág. 18

4.1.4 El agroturismo en Tulipe

Mediante el estudio de campo realizado, se pudo constatar que el agroturismo en la localidad de Tulipe no ha tenido un desarrollo notable que pueda considerarse como una oferta turística relevante en este aspecto, en su mayoría los proyectos de este tipo de turismo están emplazados en Pacto. Por lo que dentro de la localidad del estudio como tal solo se cuentan con visitas programadas por las Agencias de Viajes (que incluyen a Tulipe en su recorrido) hacia las granjas de la zona para aprender sobre la producción lechera y la elaboración artesanal de quesos, lo que consideramos como un inicio de la actividad que puede ayudar a potenciar la zona en este aspecto, que en la actualidad no está lo suficientemente desarrollada.

4.1.4.1 Manejo de cultivos agrícolas y especies animales menores.

Uno de los ejes fundamentales del proyecto es la parte agraria que según la definición tomada del SIISE ⁴¹ incluye la actividad de cultivo, siembras, ganadera, manejo de especies menores así como el suministro de servicios agrícolas e insumos, la pesca y el manejo de suelos y aguas. El proyecto específicamente ha tomado como sus componentes principales en la parte agraria a las actividades de siembra y cultivo, ganadera y de manejo de especies animales menores. Debido a que consideramos, es un gran atractivo para el turista y muy importante para la experiencia vivencial rural que se quiere ofrecer a los voluntarios.

Con esta propuesta se busca hacer uso racional del suelo de aptitud agrícola y ganadera con el cultivo de plátano, frejol, maíz, hortalizas y legumbres, naranjilla, mora y frambuesa a partir de estas últimas se plantea la alternativa de la creación de mermeladas y dulces artesanales tanto para el consumo interno como para la comercialización y el manejo de los pastos para la alimentación del ganado para producción lechera de consumo interno, con la intención de mostrar al visitante que si existen mecanismos de siembra amigables con el medio y el seguimiento, conservación y observación de las plantaciones de distintas especies del Rancho por ejemplo las de palmito, originario de la región selvática y amazónica del Ecuador, ha tenido que pasar por un proceso de adaptación para llegar a ser una especie de cultivo y además un rubro de exportaciones importante sobre todo hacia Francia que es el

⁴¹ SIISE: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador.

principal consumidor . Considerado un producto gourmet es de alto valor en el mercado. Y de las orquídeas silvestres tan apreciadas a nivel mundial.

El componente del manejo de especies animales menores , es también muy importante para el proyecto entre ellas tenemos pollos , pavos , cuyes , conejos , cerdos con los que se pretende sustentar el autoconsumo y el involucramiento de los turistas en las actividades diarias del Rancho como la alimentación , cuidado , etc. .

Adicionalmente el Rancho ofrece las condiciones para la instalación y operación de piscinas de Tilapia y además se ha demostrado que el ambiente resulta propicio para la crianza y cuidado de camélidos americanos como las llamas y llamingos.

Dado que la realización del agroturismo requiere de contar con una experiencia vivencial se ha creado la iniciativa denominada el Bosque de los muchachos destinado a la actividad de siembra y cuidado de las especies arbóreas con la finalidad además de incentivar la reforestación de la zona a la vez de que exista un disfrute de la naturaleza basada en una experiencia vivencial con aprendizaje de ciertas técnicas fundamentales muy sencillas que puedan ser reproducidas en sus casas para el aprovechamiento de cultivos de ciclo corto .

Mediante este proyecto damos la oportunidad al turista y voluntario el ser parte del manejo de la granja así como de formar parte activa en los procesos de elaboración de los dulces artesanales y el ordeño, una actividad propia de las granjas rurales de este sector.

4.1.5 Senderos

El Rancho palma Real cuenta con 5 senderos de distinta dificultad cada uno, que conducen a diversos atractivos como los sembríos de palmito, en el cual además se pueden observar orquídeas en estado silvestre y otras especies de plantas nativas, esta además el sendero del bejuco o lianas que llevan justamente hacia varios de ellos donde el turista puede balancearse y obtener una experiencia muy entretenida y fuera de lo común. Los senderos tienen una capacidad de carga máxima de 15 personas por recorrido, no tanto por su extensión sino tomando en cuenta otros factores como son el manejo del guía, que en experiencias anteriores se le ha dificultado su labor con un grupo mayor.

- SENDERO 1: Localizado en la entrada del Rancho se dirige hacia los sembríos de palmito silvestre en el cual también se puede observar orquídeas en estado silvestre y otras plantas endémicas. El grado de dificultad es medio y toma aproximadamente 45 minutos el recorrido de ida hacia el atractivo.
- SENDERO 2: localizado a metros de las cabañas, llamado el recorrido del final de la cordillera debido a que la caminata se realiza bordeando el terreno del Rancho en sus límites se obtiene una vista espectacular de la zona en el mirador y si esta totalmente despejado también se pueden observar tolas ceremoniales de los Yumbos a lo lejos, así como el aguilucho surcando el cielo.
- SENDERO 3: Este sendero lleva hacia una pequeña pocita de agua formada por la un ojo de agua que se ubica a aproximadamente 50 m de ella es agua pura que se ha filtrado a través de su paso por las rocas hasta llegar allí, es de dificultad media debido a la geografía del terreno y a la duración del mismo que toma aproximadamente 1 hora entre ida y regreso.
- SENDERO 4: El sendero numero cuatro es uno mas pequeño que los anteriores que se dirige a un puente artificial en el que el turista puede descansar en bancas de madera con el sonido del agua que pasa por debajo de el.
- SENDERO 5 : o también llamado el Yumboñan o camino yumbo ya que se cree se trata de un culunco , uno de los tantos que existen en la zona y que actualmente son usados para llevar la leche hacia Tulipe para entregarla a la Nestlé que es quien abarca la totalidad de la producción lechera en este zona , este es justamente el uso que se la da en el momento pero que podría además ser usado por el proyecto para que los turistas caminen por el sendero yumbo mientras entienden algo de su cosmovisión y modo de vida , el recorrido toma alrededor de una hora y media y llega hasta la vía que conduce al pueblo.

Todos los senderos de los que se ha hablado están completamente identificados en distancias y dificultad , pero a pesar de ello aun falta señaletica y algunas medidas para dar seguridad a

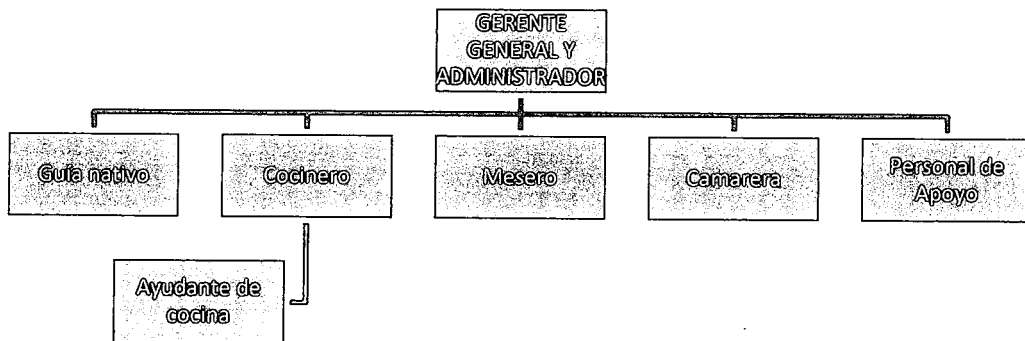
los turistas y botes de basura para garantizar su limpieza , además de un programa periódico de mantenimiento de los mismos que ayuden a cuidarlos y mantenerlos siempre en optimas condiciones para las visitas las mismas que deben ser limitadas a pequeños grupos por cada uno para no tener un impacto negativo por la sobrecarga del atractivo y preservar el ecosistema del bosque muy húmedo pre montano.

4.1.6 Personal

Para la atención a los turistas es necesario contar con personal de planta que estará conformado por un Administrador que además hace las veces de Gerente General , un guía nativo para las caminatas por los senderos , un cocinero para la preparación de los alimentos con su ayudante de cocina que además se encargue del servicio en el comedor , una persona que se encargue de la limpieza de las habitaciones y el personal de apoyo con el que se cuenta en la actualidad para la seguridad de los turistas , cuidado diario de los animales y otras tareas a ellos encomendadas .

Debido a que el turismo es una actividad de carácter estacional, el mismo factor influye en el proyecto por lo que será necesaria la contratación de personas eventuales para cubrir las necesidades de la temporada alta (vacaciones y feriados).

4.1.6.1 Organigrama del personal de planta



4.1.6.2 Descripción de funciones por puesto de trabajo

- **ADMINISTRADOR:**

- ❖ El Administrador del Rancho Palma Real estar encargado de:

- Llevar el control del personal y de la operación.
- Dirigir las actividades dentro del Rancho
- Llevar la contabilidad
- Definir los niveles necesarios de adquisiciones para la operación.
- Planificar las necesidades de promoción y publicidad.
- Supervisión de las habitaciones y las instalaciones en general así como del trabajo del personal.
- Seguimiento post venta.
- Dar incentivos al personal de acuerdo a su desempeño.
- Proceso de selección y contratación del personal.

❖ GUIA NATIVO.

- Recibimiento de los turistas en la ciudad de Quito.
- Atención a los turistas durante el recorrido.
- Guianza a los turistas por los distintos senderos del Rancho.
- Prestar ayuda a los turistas durante el recorrido y dentro de las instalaciones del Rancho.
- Supervisión del comportamiento de los turistas durante el recorrido por los senderos. sobre todo en la limpieza y el cuidado del entorno.
- Apoyo en el servicio dentro del Rancho de acuerdo al nivel de ocupación.
- A cargo de las actividades agrícolas y de manejo de animales menores.

❖ COCINERO

- Preparación de los alimentos para los turistas y el personal
- Limpieza de su área de trabajo
- Informar de las necesidades de adquisiciones al Administrador
- Supervisar el trabajo en la cocina.

❖ AYUDANTE DE COCINA

- Brindar ayuda al cocinero.
- Porcionar los alimentos.
- Picar los vegetales y lavarlos para su posterior cocción.
- Limpieza del área de trabajo.
- Lavar la vajilla y batería de cocina que se encuentre sucia.

❖ MESERO

- Encargado del servicio en el comedor
- Encargado del montaje de las mesas
- Limpieza de su área de trabajo.

❖ CAMARERA

- Limpieza de las habitaciones
- Limpieza de aéreas comunales
- Limpieza de pasillos
- Limpieza de baños comunales
- Lavado de la lencería del Rancho.

❖ PERSONAL DE APOYO

- Encargados de la seguridad del Rancho
- Encargados del cuidado de los animales y plantas.
- Limpieza de establos y corrales y sembríos.
- Apoyo a la operación del rancho en temporada alta.

4.1.6.2.1 Perfiles de cada puesto

4.1.6.2.1.1 Título del puesto: administrador

EDUCACION:

Requiere grado universitario a nivel de Ingeniero en Administración Hotelera

EXPERIENCIA:

Requiere de 2 años de experiencia en administración Hotelera

HABILIDAD MANUAL:

Habilidad para el manejo de equipos de oficina y de vehículos

HABILIDADES HUMANAS:

Requiere de capacidad para trabajar con otras personas, para motivarlas, tanto individualmente como en grupo.

HABILIDADES CONCEPTUALES:

Precisa de capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas.

RELACIONES DEL PUESTO:

Habilidad para las relaciones interpersonales para realizar su trabajo de manera efectiva y establecer una correcta comunicación interna

OTROS CONOCIMIENTOS:

Amplios conocimientos de los aspectos legales, fiscales y laborales. Conocimientos del idioma inglés.

4.1.6.2.1.2 Título del puesto: guía

EDUCACION:

Requiere educación de grado bachiller

EXPERIENCIA:

Puede o no tener experiencia previa

HABILIDAD MANUAL:

Habilidad para el manejo de grupos de personas

HABILIDADES HUMANAS:

Requiere de capacidad para trabajar en grupo

HABILIDADES CONCEPTUALES:

Precisa de capacidad mental de dar solución a conflictos o situaciones difíciles que se puedan producir durante el desarrollo de sus funciones

RELACIONES DEL PUESTO:

Habilidad para las relaciones interpersonales.

OTROS CONOCIMIENTOS:

Conocimientos básicos de idioma ingles

4.1.6.2.1.3 Título del puesto: cocinero o chef

EDUCACION:

Requiere educación universitaria en gastronomía

EXPERIENCIA:

Experiencia previa de dos años

HABILIDAD MANUAL:

Habilidad para el manejo de personal.

HABILIDADES HUMANAS:

Requiere de capacidad para trabajar en grupo.

HABILIDADES CONCEPTUALES:

Precisa de capacidad mental de dar solución a conflictos o situaciones difíciles que se puedan producir durante el desarrollo de sus funciones

RELACIONES DEL PUESTO:

Habilidad para las relaciones interpersonales.

OTROS CONOCIMIENTOS:

Conocimientos básicos de idioma inglés

4.1.7 Adecuaciones

Para que el Rancho Palma Real este en optimas condiciones para recibir turistas se debe hacer una mejora del mobiliario del mismo con sillas y mesas mas cómodas sin romper con el concepto rustico de una casa de campo que es justamente lo que busca el turista en un medio rural .

Se requiere además diseñar un sitio de camping para los turistas que lo requieran, y la zona de parqueo de los vehículos que en la actualidad es muy cerca a la primera cabaña y que además de obstaculizar el paso deteriora la imagen de las cabañas.

Para la elaboración de los dulces artesanales se utilizará la cabaña pequeña cercana a la caballeriza para lo cual se requiere equiparla con algo de batería de cocina, y otros implementos necesarios para su operación

La inversión que se va a hacer para poder operar es de 15. 000 dólares.

CAPITULO 5

5.1 ESTUDIO FINANCIERO.

5.1.1 Inversión inicial

Para el estudio financiero del proyecto es necesario definir cual será la inversión de 15.000 dólares que se detallan en el siguiente cuadro

	INVERSION INICIAL		
RUBROS	V. U	CANTIDAD	V. TOTAL
BATERIA DE COCINA	78,66	5	393,3
ADECUACIONES	5000		5000
LENCERIA	10,4	60	624
MOBILIARIO	1000		1000
CAPITAL DE TRABAJO			5982,7
CONSTITUCION LEGAL	2000		2000
TOTAL	8.089,06		15000

El rubro correspondiente a constitución legal ha sido obtenido del estudio jurídico Legal Trade de propiedad del Dr. Mauricio Trujillo León, el mismo que incluye los honorarios y costos de constitución.

Para poder operar es necesario adquirir ciertas cosas como baterías de cocina entre las cuales se cuentan a ollas y sartenes para la preparación de los alimentos, así como lencería destinados a los baños y el comedor, este ultimo requiere, mejoras como el mobiliario lo que se destina a la compra de mesas, sillas, y muebles auxiliares de madera para mantener el estilo de casa de campo.

Además aparece el rubro de adecuaciones en el que se incluyen las mejoras en senderos en relación a la compra de basureros y barandas para ofrecer seguridad a los turistas, el parqueadero y la señalética interna y externa del Rancho.

El monto total de la inversión Inicial asciende a 15 000 dólares que engloba todos los rubros anteriormente descritos además del capital de trabajo que es indispensable para la operación del negocio y los gastos legales de constitución de la empresa entre los que están los permisos y licencias pertinentes para el proyecto.

5.1.2 Financiamiento

El monto requerido para la operación del proyecto se conseguirá a través de un crédito de la Corporación Financiera Nacional CFN, que es una institución financiera pública autónoma que estimula la inversión y el desarrollo económico del sector de producción del país. Que de acuerdo al crédito de desarrollo da como tasa de interés del 9, 5 % a los cinco años de plazo que se ha propuesto para recuperar la inversión del proyecto arriba descrito

5.1.2.1 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
CAPITAL	15000			
PLAZO EN AÑOS	5			
TASA DE INTERES	9,50%	ANUAL		
CUOTA ANUAL	3.906,55			
PERIODO	PAGO ANUAL	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	CAPITAL REDUCIDO
1	3.907	1.425	2.482	12.518
2	3.907	1.189	2.717	9.801
3	3.907	931	2.975	6.826
4	3.907	648	3.258	3.568
5	3.907	339	3.568	0

La tabla de Amortización lo que nos muestra es como será pagada la deuda de 15. 000 dólares que se hasta con la CFN por consiguiente en la primera columna encontramos el capital adeudado , el plazo de pago que para este monto ha sido estipulado dentro de cinco años , la tasa de interés que es del 9, 5 % (ver anexo 7.03) , y además la cuota anual que ha sido calculada tomando en cuenta los datos anteriores dando un total de 3.906,55 que se mantiene constante para los cinco años .que incluye tanto el interés como el capital , para saber cuanto de este monto es interés y cuanto capital se encuentran las siguientes columnas en la hoja de calculo , en la primera de ellas podemos observar el pago de los intereses de la deuda que no permanecen constantes sino que disminuyen al paso de los años ,

El pago del capital se encuentra calculado en la columna siguiente que corresponde al pago anual menos el pago de los intereses , el mismo que a diferencia del pago de los intereses aumenta En la siguiente columna se ubica el capital reducido que equivale a la diferencia del capital menos lo que se ha pagado de intereses , para el primera año , para el segundo año se toma en cuenta el valor que correspondió al primer año menos los interés pagados del

segundo año y así sucesivamente hasta llegar al a quinto año donde el valor reducido el 0 esto se debe a que en ese tiempo ya la deuda estará cancelada en su totalidad .

5.1.3 Ingresos

5.1.3.1 Venta de paquetes

INGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE 1	PAX	1.200	1.200	1.296	1.296	1.344
PRECIO	POR PAX	89	99	109	119	129
TOTAL VENTA		106.800	118.800	141.264	154.224	173.376
COSTO PAQ 1	POR PAX	50	54	57	61	66
TOTAL COSTO		60.000	64.200	74.190	79.383	88.085
PAQUETE 2	PAX	300	305	310	315	320
PRECIO	POR PAX	149	163	177	191	205
TOTAL VENTA		44.700	49.715	54.870	60.165	65.600
COSTO PAQ 2	POR PAX	85	91	97	104	111
TOTAL COSTO		25.500	27.740	30.168	32.801	35.654

El ingreso del negocio se da por la venta de los paquetes turísticos que han sido definidos como paquetes de fin de semana en el caso del paquete numero uno y de feriado en el caso del paquete numero dos. El precio de los mismos ha sido fijado de acuerdo a un estudio de mercado en el que se midió entre otras cosas la sensibilidad de las personas frente al precio del producto y en la identificación de los costos.

El número de turistas que va recibir el proyecto se ha definido de acuerdo a la investigación de mercado que arrojó el dato de la demanda existente en la zona de Tulipe en la actualidad que asciende a 20. 000 turistas anuales de los cuales el proyecto pretende absorber el 6 % del mercado que suman un total de 25 personas por cada fin de semana que anualmente son 1. 200 personas que se estima mantener hasta el segundo año, para el tercero inician un crecimiento moderado de 27 pax por cada fin de semana que anualmente suman 1.296 que se mantiene hasta el cuarto año, registrando para el quinto un total de 28 pax por cada fin de semana totalizando 1. 344 personas al año, lo que da un total de venta al término de los cinco años de 694.464 para el primer paquete

Para el paquete numero 2 que corresponde a los feriados se han tomado en cuenta los feriados oficiales que suman diez anuales entre los cuales se encuentran , Año Nuevo , Carnaval , Semana Santa , día del trabajo ,etc. . Para los cuales se ha previsto recibir a 30 turistas cada vez que multiplicado por los diez feriados anuales da un total de 300 personas anuales que se espera captar con el proyecto etnoagroturístico. Para el primer año registrando un incremento moderado de 5 personas cada feriado por año hasta llegar a un total de 320 personas para el quinto año. Lo que da un total de ventas del segundo paquete de 275.050 \$

5.1.3.2 Ventas de productos

	VENTAS DE PRODUCTOS					TOTAL
	AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS DE PRODUCTOS	10.000	11.500	13.225	15.209	17.490	67.424

Los ingresos del proyecto provienen además de las ventas de paquetes de las ventas de productos como repelentes, protector solar, cepillos de dientes, gorras, y artículos de uso personal, snacks y bebidas. De acuerdo a lo estimado la venta de los productos del año 1 asciende a 10.000\$ presentado un incremento planteado de acuerdo a políticas del negocio del 15 % teniendo un total anual de 67.424 \$.

5.1.4 Egresos

5.1.4.1 Costos de paquetes

Los paquetes que se ofertan tienen un costo que deberá asumir el negocio para adquirir los materiales y la materia prima necesarias para brindar el servicio, entre estos rubros se encuentran el transporte, la entrada al Museo de los Yumbos en Tulipe, los desayunos, refrigerios, almuerzos y cenas entre las que se incluye una parrillada de despedida correspondientes a cada paquete (ver anexo 7.05)

5.1.4.2 Costos de ventas de productos

El costo de la venta de productos se ha determinado mediante política del negocio en la que se estima el tener un 70 % de costo para obtener un margen de utilidad del 30 % en relación al este rubro.

GASTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS PAQ 1		60.000	64.200	74.190	79.383	88.085
COSTO DE VENTAS PAQ 2		25.500	27.740	30.168	32.801	35.654
COSTO DE VENTAS PRODUCTOS		7.000	8.050	9.258	10.646	12.243
TOTAL COSTOS		92.500	99.990	113.615	122.829	135.982

Este cuadro muestra el total de costos de los paquetes y de la venta de productos hasta el año cinco que es el tiempo de duración del proyecto.

5.1.4.3 Gastos

En cuanto a los gastos del proyecto existen distintos tipos entre los que constan los gastos de ventas, gastos administrativos, gastos operativos y gastos financieros, este ultimo ya que como se explico anteriormente se adquirirá un préstamo a la CFN y este genera gastos o salida de dinero para el negocio.

5.1.4.3.1 Gastos administrativos

Estos son aquellos gastos en que incurre la empresa para poder operar entre los cuales constan rubros como lo útiles de oficina, facturas y las respectivas afiliaciones a la CAPTUR, al Ministerio de Turismo, etc. los mismos que se presentan de forma mensual para el primer año en el grafico posterior.

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
MESES	UTILES DE OFICINA	FACTURAS Y OTROS DOCUMENTOS	AFILIACIONES	TOTAL
ENERO	200	80	393,3	673,3
FEBRERO	200		28,3	228,3
MARZO	200		28,3	228,3
ABRIL	200		28,3	228,3
MAYO	200		28,3	228,3
JUNIO	200		28,3	228,3
JULIO	200		28,3	228,3
AGOSTO	200		28,3	228,3
SEPTIEMBRE	200		28,3	228,3
OCTUBRE	200		28,3	228,3
NOVIEMBRE	200		28,3	228,3
DICIEMBRE	200		28,3	228,3

Los Útiles de oficina se refieren a la papelería básica como son hojas corporativas, sobres, esferos, lápices, cuadernos, etc. Como se puede observar en la tabla superior el pago e las facturas están contemplados únicamente para el mes de inicio del proyecto ya que aquí es donde se requiere adquirirlas y tienen una duración de un año , las afiliaciones que están contabilizadas en la tabla se refiere a las correspondientes a realizarse para la operación como son las que estipula la ley , al Ministerio de Turismo y a la CAPTUR , además de las afiliaciones voluntarias del proyecto entre las que están la afiliación al centro de información turística de Nanegalito como medio de comercialización , se observa un monto mayor de las mismas en el primer mes , ya que se tomo en cuenta para el calculo a los montos de inscripción que deben ser cancelados anualmente por lo que los siguientes meses desde Febrero hasta Diciembre corresponden a los pagos mensuales de dichas afiliaciones .

A todo o anterior es necesario adjuntarle el calculo de sueldos del Administrador que se muestra a continuación, para el efecto se han tomado en cuenta el sueldo a pagar por el mas todos los beneficios de ley como el Decimo tercero, Decimo Cuarto, aporte personal y patronal y el incremento de sueldo anual. (Ver anexo 7.05 y 7.06)

	RESUMEN DE ROL DE PAGOS 5 AÑOS				
RUBROS	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS ADMINSITRATIVOS	6.720	7.945	8.450	8.955	9.400
SUELDOS OPERATIVOS	28.897	33.348	35.354	37.514	40.506
TOTAL SUELDOS	35.617	41.293	43.804	46.469	49.906

5.1.4.3.2 Gastos operativos

Son todos aquellos gastos en que incurre la empresa en su operación. Aquí encontramos la depreciación que para el proyecto es en línea recta, de la propiedad como las construcciones preexistentes, los muebles y los equipos. Ya que este es en línea recta, permanece constante para todos los años .Están también los gastos por mantenimiento y los impuestos anuales. Presentados en las siguientes tablas correspondientes.

	GASTOS DE OPERACIÓN				
	AÑOS				
DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EDIFICIOS 20 AÑOS	2500	2500	2500	2500	2500
MUEBLES 10 AÑOS	2000	2000	2000	2000	2000
EQUIPOS 5 AÑOS	2000	2000	2000	2000	2000
TOTAL DEPRECIACION	6500	6500	6500	6500	6500

Esta depreciación ha sido calculada de acuerdo a las planta y equipo de propiedad del Rancho palma Real para lo que se cuenta con un informe al respecto emitido por el propietario del Rancho de acuerdo al mismo se ha obtenido que el valor estimado.

5.1.4.3.2.1 Mantenimiento

RUBROS		PERSONAL	PINTURA , BROCHAS Y OTROS	MATERIAL DE LIMPIEZA	TOTAL
MESES	ENERO	220	50	100	370
	FEBRERO	220	50	100	370
	MARZO	220	50	100	370
	ABRIL	220	50	100	370
	MAYO	220	50	100	370
	JUNIO	220	50	100	370
	JULIO	220	50	100	370
	SEPTIEMBRE	220	50	100	370
	OCTUBRE	220	50	100	370
	NOVIEMBRE	220	50	100	370
	DICIEMBRE	220	50	100	370
	TOTAL	2420	550	1100	4070

Mantenimiento año 1

El mantenimiento para el proyecto estará a cargo del personal de apoyo que actualmente existe para lo cual se requiere pagar el sueldo correspondiente, proveer de materiales como pintura, brochas, entre otras cosas y de material de limpieza. Totalizando el monto de 4. 4440 \$ anuales. Que tendrán un incremento de acuerdo a la inflación del 7% y del tipo de artículo como se muestra en la siguiente tabla.

MANTENIMIENTO AÑO A AÑO	AÑO				
	1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	4070	4354,9	4659,743	4985,92501	5334,94

Que da un total al quinto año de 5. 334,94

Además de estos gastos aquí también se deben considerar los sueldos del personal operativo , es decir del guía nativo , del cocinero , del ayudante de cocina , la camarera y el mesero que de igual forma que en el caso del Administrador se ha contemplado los beneficios de ley y el incremento anual del sueldo

RESUMEN DE ROL DE PAGOS 5 AÑOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS ADMINSTRATIVOS	6.720	7.945	8.450	8.955	9.400
SUELDOS OPERATIVOS	28.897	33.348	35.354	37.514	40.506
TOTAL SUELDOS	35.617	41.293	43.804	46.469	49.906

5.1.4.3.3 Gastos de ventas

Para poder vender se requiere gastar en esfuerzos publicitarios como la publicidad en la que esta contemplado los rubros correspondientes a la pagina web, trípticos, tarjetas de presentación

Se realizaran seis promociones, por promociones nos referimos a los Fam Trips que estarán destinados a los vendedores de las agencias de viajes con el objeto de darles a conocer el proyecto, lo que ofrece y que aprecien la calidad de los mismos para que puedan desarrollar de mejor manera sus ventas. Los montos correspondientes a ello correrán por cuenta del negocio.

Luego aparece el monto del hospedaje web, este deberá ser pagado cada mes.

También se utilizaran los publrreportajes como una herramienta de ventas, se realizara uno en el mes de Marzo en la revista Lideres, de gran circulación en el país, para captar mercado para los feriados del primero del mes de Mayo y otro publrreportaje que se publicara en la revista dominical La Familia que circula con el diario El Comercio con el objetivo de captar familias durante las vacaciones de colegios y universidades que inician por el mes de Julio.

Las ventas se las realizara desde la ciudad de Quito a través de la pagina web y venta directa para lo cual habrá que contratar una cuenta de internet que junto con el pago telefónico sirvan de instrumentos para receptar reservas de grupos sean estos para fines de semana o feriados.

La gestión de ventas será realizada por el Administrador a quien se le debe dar los montos de Movilización y Alimentación , y cuando la ocasión lo amerite es decir para las temporadas altas se contrataran vendedores ocasionales a quienes también se les deberá reconocer los rubros mencionados anteriormente .

De acuerdo al desempeño de los colaboradores se ha establecido un rubro mensual correspondiente a premios e incentivos que asciende a 100\$ que podrán ser gastados por la personal previa disposición del Administrador lo que da un total al año 2009 de 15.901 \$

				GASTOS DE VENTAS									
RUBROS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PUBLICIDAD	866,8	366,7€	366,7€	366,8	366,8	366,8	366,8	366,7€	366,7€	366,7€	366,7€	366,7€	4901,1
PROMOCIONES	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
HOSPEDAJE WEB	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
PUBLICIDAD REPORTAJES			716,8				443,5						1160,3
TELEFONO/INTERNET	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
MODULACION	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
ALIMENTACION	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
GASTOS PERSONAL OCASIONAL	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
PREMIOS E INCENTIVOS	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
													0
TOTAL	1687	1186,7€	1903,€	1187	1187	1187	1680	1186,7€	1186,7€	1186,7€	1186,7€	1186,7€	15901
Los gastos de publicidad incluyen tripticos , tarjetas de presentacion , pagina web													

5.1.4.3.4 Gastos financieros

				GASTOS FINANCIEROS									
RUBROS	MESES												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
GASTOS B	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120

En este cuadro podemos que además del préstamo que esta determinado en el financiamiento tenemos gastos bancarios mensuales que incluyen rubros con el pago de la tarjeta, chequeras, mantenimiento de la cuenta que sumados dan 10 \$ mensuales, totalizando 120 \$ anuales.

5.1.5 Presupuesto

En el presupuesto presentado en la parte posterior se encuentra unificados todos los ingresos que se obtendrán mediante la operación del proyecto , todos los gastos en los que se deberá incurrir para ponerlo en funcionamiento , como el monto de la inversión , los gastos operativos , administrativos , de ventas y financieros , los costos de ventas de cada paquete y de los productos , los sueldos de cada colaborador , etc. .

Que han sido detalladas anteriormente así aquí se puede observar que existe un total de las utilidades de -3.448 para el primer año, en el segundo año se observa una utilidad de 56 \$, al tercer año las utilidades incrementan en 10. 951 \$, para el cuarto año existe una utilidad de 17. 334, que incrementa al quinto año a 25.347.

De estas utilidades se necesita pagar a la CFN el capital que se detalla para el primer año

PRESUEPUESTO 5 AÑOS						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	-15.000					
INGRESOS						
VENTAS						
VENTAS PAQ. 1		106.800	118.800	141.264	154.224	173.376
VENTAS PAQ. 2		44.700	49.715	54.870	60.165	65.600
COMISIONES GANADAS		1.000	1.200	1.440	1.728	2.074
VENTAS PRODUCTOS		10.000	11.500	13.225	15.209	17.490
TOTAL INGRESOS		162.500	181.215	210.799	231.326	258.540
EGRESOS						
COSTOS						
COSTO DE VENTAS PAQ 1		60.000	64.200	74.190	79.383	88.085
COSTO DE VENTAS PAQ 2		25.500	27.740	30.168	32.801	35.654
COSTO DE VENTAS PRODUCTOS		7.000	8.050	9.258	10.646	12.243
TOTAL COSTOS		92.500	99.990	113.615	122.829	135.982

GASTOS						
GASTOS DE VENTAS						
PUBLICIDAD Y PROMOCION		15.901	17.015	18.206	19.480	20.844
PAGO COMISIONES		6.060	6.741	7.845	8.576	9.559
TOTAL GASTOS DE VENTAS		21.961	23.755	26.051	28.056	30.403
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
SUELDOS ADMINISTRADOR		6.720	7.945	8.450	8.955	9.400
UTILES DE OFICINA		2.400	2.500	2.600	2.700	2.800
FACTURAS SRI		80	85	90	95	100
AFILIACIONES		705	754	807	863	924
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		9.905	11.284	11.947	12.613	13.224
GASTOS OPERATIVOS						
SUELDOS OPEARTIVOS		28.897	33.348	35.354	37.514	40.506
MANTENIMIENTO		4.440	4.751	5.083	5.439	5.820
DEPRECIACION		6.500	6.500	6.500	6.500	6.500
IMPUESTOS ANUALES		200	214	229	245	262
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		40.037	44.813	47.166	49.698	53.089
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES PRESTAMO CFN		1.425	1.189	931	648	339
GASTOS BANCARIOS VARIOS		120	128	137	147	157
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		1.545	1.318	1.068	795	496
TOTAL GASTOS		73.448	81.170	86.232	91.162	97.211
TOTAL EGRESOS		165.948	181.159	199.848	213.992	233.193
UTILIDADES		-3.448	56	10.951	17.334	25.347
RETORNO DE LA INVERSION CFN	-15.000	2.482	2.717	2.975	3.258	3.568
RETRONO DE LA INVERSION PROYECTO	-15.000	-5.930	-2.662	7.976	14.076	21.779

5.1.6 Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
UTILIDADES		-3.448	56	10.951	17.334	25.347
+ DEPRECIACION		6.500	6.500	6.500	6.500	6.500
EFFECTIVO ANUAL		3.052	6.556	17.451	23.834	31.847
PAGO CFN		2.482	2.717	2.975	3.258	3.568
SALDO PARA EL PROYECTO	-15.000	570	3.838	14.476	20.576	28.279
TASA INTERNA DEL RETORNO DEL PROYECTO	18%					
VALOR ACTUAL NETO PROYECTO	0,00					
VALOR ACTUAL NETO DEL RETORNO	15.000,00					

El flujo de efectivo es el dinero que se tiene disponible en metálico, de acuerdo a la tabla superior se tiene que para el año 1 existe una perdida de -3.448, teniendo una ganancia para el segundo año de 56 dólares en el tercer 10.951, en el cuarto 17.334 y pro ultimo en el quinto año 25.347 a esto se le suma la depreciación ya que no constituye una salida real de efectivo de la empresa. , dado que la inversión se obtuvo a través de un préstamo, este debe ser pagado como lo indica la tabla, la resta de estos dos valores constituye el saldo para el proyecto que en este caso puede ser usado como un ahorro de dinero para el periodo siguiente o podría ser reinvertido.

La tasa Interna de Retorno (TIR): Es la tasa de descuento en la que se iguala el valor presente.⁴²

Valor Presente Neto: (VAN): Es el valor presente de los flujos de efectivo menos su inversión inicial ⁴³

⁴² Fundamentos de Administración Financiera Undécima edición, James, C van Horne, John M Whachowics.

⁴³ Fundamentos de Administración Financiera Undécima edición, James, C van Horne, John M Whachowics.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

- Mediante la creación del proyecto etnoagroturístico en la localidad de Tulipe se dará un desarrollo turístico de la localidad debido a que en la actualidad no existe planta turística de este tipo y que mediante la investigación de mercado se pudo constatar que existe un mercado que está dispuesto a realizar esta clase de turismo, pero que no existen en la localidad proyectos que les brinden esta oportunidad.
- Mediante el estudio de la zona se pudo determinar que existen antecedentes históricos muy importantes provenientes de la etnia de los Yumbos recientemente revalorizada por el FONSAL y además mediante el estudio de mercado se observó que constituye el principal atractivo turístico de la localidad de Tulipe, que han dejado un legado importantísimo para los actuales pobladores de la zona y para todos los ecuatorianos.
- La zona de Tulipe es muy rica en flora y fauna endémica y además debido a sus condiciones climáticas y de su suelo es apta para la crianza y manutención de especies de animales menores como son el ganado vacuno, porcinos, gallinas, etc. que junto con los sembríos son vitales para el componente agro turístico del proyecto.
- La situación del turismo en Tulipe no es buena ya que en la actualidad no cuenta con planta turística ni mucho menos hotelera lo que no permite al turista una estadía prolongada convirtiéndolo en un destino de paso.

- No se observa en Tulipe proyecto de voluntariado agro turístico con el componente cultura importante del sector , en lo que respecta al nivel de país la experiencia mas representativa se la encuentra en Salinas de Guaranda , lugar que ha encontrado en el voluntariado la herramienta para lograr su desarrollo y mejorar el nivel de vida de sus habitantes .Debido a la funcionalidad del proyecto no le es factible desarrollar un sistema de voluntariado a la par que el etnoagroturistico ya que la capacidad instalada del proyecto no permite sino albergar un numero máximo de dos voluntarios por vez que formarían parte del personal del proyecto encargándose de la tarea de Guianza y de atención a los turistas , además permitirá una interrelación entre los voluntarios y los habitantes de la localidad fomentando un aprendizaje mutuo .
- Mediante el estudio financiero se determino que el proyecto si es viable debido a que presenta una Tasa Interna de Retorno del 18 %, que es pata para pagar la deuda que se hará con la CFN para obtener la Inversión Inicial, que exige una tasa anual del 9, 5 % lo que deja una tasa de retorno de 18, 5 % para el proyecto, monto que podría ser reinvertido.

RECOMENDACIONES

- Debido a la Geografía del terreno, los senderos existentes en la zona de Tulipe no son aptos para las personas de la tercer edad ya que representan un problema para ellos por el grado de dificultad de los mismos, situación que no se comunica a los turistas pertenecientes a este grupo demográfico, por lo que no culminan el recorrido ni llegan a visitar el atractivo propuesto.
- Es muy importante que para que funciones este y cualquier otro proyecto turístico , exista una constante publicidad de la zona y sus atractivos turísticos ya que mediante las visitas de campo se pudo observar que solamente existe un centro de información turística en Nanegalito que es dirigido por la Asociación de guías nativos Yumboñan con el apoyo de los propietarios de algunos proyectos turísticos , que aunque es una buen a iniciativa requiere además del apoyo del sector publico , en caso concreto la CAPTUR , Y el Ministerio de Turismo .
- Cabe recalcar que para el correcto funcionamiento de este y otros proyectos turísticos se requiere contar con una infraestructura vial y de salud adecuada, como una correcta señalización de las vías y atractivos de la zona.

BIBLIOGRAFIA

- ABRAHAM, Pavin (1191): Movements Kibbutz., pág. 45.
- ARANGUREN Luis Gonzalo (1996): Cartografía del voluntariado primera edición, págs. 200.
- BOULLON C. Roberto (1992) : Las actividades Turísticas y recreacionales ,editorial Trillas , México 195 pág.
- Código laboral del Ecuador.
- FONSECA Elena (2007): Turismo, Hotelería y Restaurantes, editorial Lexus, Barcelona.
- GISPERT, Carlos (1991): Diccionario Enciclopédico Ilustrado. Editorial Océano, segunda edición .págs. 350.
- JARA S. Holguer (2007): Tulipe y la cultura yumbo, Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño 167 pág.
- Ley de compañías del Ecuador.
- Ley de turismo del Ecuador.
- P. POLO Antonio (2007): La Puerta Abierta: 30 Años de aventura misionera y social en Salinas de Bolívar Ecuador. 221 págs.
- Página web www.fite.info/html/ecuador.html
- Página web www.visitaguayaquil.com/122/3181.gye
- PATZELT ,Erwin (1996): Flora del Ecuador Erwin Patzelt, Banco Central del Ecuador Quito 1996 segunda edición págs. 220
- PATZELT, Erwin (1996): Fauna del Ecuador, Banco Central del Ecuador segunda edición. Págs. 220.
- PLANDETUR 2020: Un plan para todos, Ministerio de Turismo del Ecuador.
- SÁENZ Pablo (2001): Identificación de la flora y fauna existentes en el Rancho Palma Real, Tulipe, Ecuador.
- SALOMON Frank (1991) Los señoríos étnicos de Quito en la época de los Incas, editorial Abya Yala 160 pág.
- SALOMON Frank (1991) Yumbos, Niguas, Tsachilas, durante la Época de la Colonia. editorial Abya Yala ,150 pág.
- UCT: (2001): Boletín de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

- VAN H. James (2002): Fundamentos de Administración Financiera, México, editorial Pearson Educación ,11 edición, págs. 743.
- YUMBOÑAN (2005): La entrada al Maravilloso Mundo del Noroccidente de Pichincha, Asociación de Guías nativos Yumboñan, 107 paginas.

7 ANEXOS

7.1 Identificación de la flora existente en la zona

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTIFICO
Cedro	Cedrella Montana
Tangará	Carapa Guianensis
Canelo Blanco	Ocotea Cernua
Matapalo	Cousapoa sp
Aguacatillo	Nectandra
Guayabilla	Psiudium guineense
Lacre	Dacryodes Kukashyana
Colorado	Mauria Birringo
Cedrillo	Guarea Ruagea
Aliso	Alnus Ferruginea
Colca	Brachyotum gracillencens
Guarumo	Cecropia sp
Jigua	Nectandra Reticulata
Sangre de Gallina	Vismia baccifera
Chilca	Baccharis quitoensis
Helecho de árbol	Alsophila sp
Ortiga	Loasa sp.
Camacho	
Mora	Heritella Silvestris
Platanillo	
Palma Real	

Adicionalmente se han identificado y existen en el sector, naranjilla en estado silvestre, palmito, en estado silvestre; varias especies de orquídeas y de flores ornamentales, gramalote, pasto miel, etc.

La identificación no es completa, es por ello que se requiere realizar nuevos estudios, soportar científicamente a los ya ejecutados; y, propiciar la implantación de una estación de monitoreo con fines investigativos.

Fuente: Biólogo Pablo Sáenz

7.2 Identificación de la fauna existente en la zona

(Listado no completo – se requiere profundizar más en estudios)

Aves:

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO
Perdiz	Nothocercus julius
Gavilán	Accipiter bicolor
Halcón Silvícola	Micrastur Ruficollis
Quilico	Falco Sparverius
Pava de monte	Aburria Aburri
Paloma de monte	Columba Plumbea
Perico	Pionus
Garrapatero	Crotophaga ani
Buho	Ciccaba Virgatta
Colibrí piquicurvo	Phaethornis Syrmatophoruz
Colibrí verde	Colibri Thalassinus
Quinde cinco reales	Urosticte benjamini
Quinde colilargo	Agelaiocercus coelestis
Carpintero	Phloceastes pollens
Golondrina	Stelgidopteryx ruficollis

Mirlo	Cinclus Leucocephalus
Cucupache	Psarcolius Angustifrons

Mamíferos

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO
Murciélago	Rhinophyla alethina
Ardilla	Sciurus Granatensis
Ratón de campo	Akodon sp
Armadillo	Dasypus Novencinctus
Cuchucho	Hasuela olivácea
Venado	Mazama Gualea
Cabeza de mate	

Peces –anfibios y reptiles

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO
Preñadillas	Astroblepus longifilis
Sapo verde	Gastrotheca montícola
Ranita Arbórea	Hvlasp
Sapos	Auphignatodon spp
Lagaratija	Anolis Probocis
Coral – corallillo	
Culebras bobas	
Culebras chirigí	

Fuente: Biólogo Pablo Sáenz

7.3 Tasa de Crédito de la CFN

Primer Piso - Crédito Directo para el Desarrollo

**Operaciones
con Tasas
Reajustables**

La Tasa Base para
reajuste es la tasa
pasiva referencial
semanal

CFN

Primer Piso CFN	
Crédito Directo para el Desarrollo	
Plazo (años)	Tasa Efectiva
1 a 5	9,50%
6 a 10	9,99%

01 Agosto – 31 Agosto 2008

Fuente: www.cfn.fin.ec

7.4 Costo del Paquete 1

	COSTOS DE PAQ. 1		
RUBROS	INSUMOS	COSTO TOTAL	COSTO POR PAX
TRANSPORTE	buses de 33 pax del año 2004	200	5
ENTRADA AL MUSEO	Museo de los Yumbos en Tulipe	80	2
2 REFRIGERIOS	Sanduche de jamón y refresco	240	6
	Sanduche de pollo y avena		
1 DESAYUNO	Huevos ,café , pan leche y jugo	80	2
2 ALMUERZOS	Repe de Verde Arroz con lomito salteado, ensalada postre del día, jugo de fruta.	240	6
	Caldo de patas Arroz con pollo al jugo postre del día jugo de frutas.		
1 MERIENDA	Crema del día Hamburguesa parrillera postre , gaseosa	140	3,5
1 PARRILLADA	Carne , papa con salsa de queso , ensalada , choclo .postre , gaseosa	420	10,5
HOSPEDAJE	En hab. individuales , matrimoniales y dobles	600	15
TOTAL		2000	50

7.5 Costo del Paquete 2

	COSTO DEL PAQ. 2		
RUBROS	INSUMOS	COSTO TOTAL	COSTO POR PAX
TRANSPORTE	buses de 33 pax del año 2004	200	5
ENTRADA AL MUSEO	Museo de los Yumbos en Tulipe	80	2
2 REFRIGERIOS	Sanduche de jamón y refresco	600	15
	Sanduche de pollo y avena		
1 DESAYUNO	Huevos ,café , pan leche y jugo	240	6
2 ALMUERZOS	Sopa de quinua, ceviche de palmito, arroz, chifles postre del día, jugo de fruta.	600	15
	Sopa de verduras Tilapia con arroz, ensalada y yuca postre del día jugo de frutas.		
1 MERIENDA	Crema del día Hamburguesa parrillera postre , gaseosa	600	15
1 PARRILLADA	Carne , papa con salsa de queso , ensalada , choclo .postre , gaseosa	440	11
HOSPEDAJE	En hab. individuales , matrimoniales y dobles	640	16
TOTAL		3400	85

7.6 Rol de pagos 2009-2013

		ROL DE PAGOS 2009						
ene-09								
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
3	Cocinero	240,00	252,00	492,00	46,00	446,00	61,50	
4	Ayudante de Cocina	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
5	Mesero	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
6	Camarera	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
	TOTAL			2356,00	220,29	2135,71	294,50	2650,50

feb-09								
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
3	Cocinero	240,00	240,00	480,00	44,88	435,12	60,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
5	Mesero	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
6	Camarera	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
	TOTAL			2300,00	215,05	2084,95	287,50	2587,50

mar-09								
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
3	Cocinero	240,00	264,00	504,00	47,12	456,88	63,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
5	Mesero	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
6	Camarera	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
	TOTAL			2412,00	225,52	2186,48	301,50	2713,50

abr-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
3	Cocinero	240,00	240,00	480,00	44,88	435,12	60,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
5	Mesero	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
6	Camarera	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
	TOTAL			2300,00	215,05	2084,95	287,50	2587,50

may0

2009

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
3	Cocinero	240,00	264,00	504,00	47,12	456,88	63,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
5	Mesero	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
6	Camarera	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
	TOTAL			2412,00	225,52	2186,48	301,50	2713,50

jun-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
3	Cocinero	240,00	240,00	480,00	44,88	435,12	60,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
5	Mesero	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
6	Camarera	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
	TOTAL			2300,00	215,05	2084,95	287,50	2587,50

jul-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
3	Cocinero	240,00	240,00	480,00	44,88	435,12	60,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
5	Mesero	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
6	Camarera	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
	TOTAL			2300,00	215,05	2084,95	287,50	2587,50

ago-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
3	Cocinero	240,00	252,00	492,00	46,00	446,00	61,50	
4	Ayudante de Cocina	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
5	Mesero	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
6	Camarera	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
	TOTAL			2356,00	220,29	2135,71	294,50	2650,50

sep-09

				Total	Aporte		Aporte	
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Ingresos	personal (9,35% IESS	A recibir	Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
3	Cocinero	240,00	240,00	480,00	44,88	435,12	60,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
5	Mesero	220,00	220,00	440,00	41,14	398,86	55,00	
6	Camarera	220,00		220,00	20,57	199,43	27,50	
	TOTAL			2300,00	215,05	2084,95	287,50	2587,50

oct-09

				Total	Aporte		Aporte	
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Ingresos	personal (9,35% IESS	A recibir	Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
3	Cocinero	240,00	252,00	492,00	46,00	446,00	61,50	
4	Ayudante de Cocina	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
5	Mesero	220,00	231,00	451,00	42,17	408,83	56,38	
6	Camarera	220,00	11,00	231,00	21,60	209,40	28,88	
	TOTAL			2356,00	220,29	2135,71	294,50	2650,50

nov-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
3	Cocinero	240,00	264,00	504,00	47,12	456,88	63,00	
4	Ayudante de Cocina	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
5	Mesero	220,00	242,00	462,00	43,20	418,80	57,75	
6	Camarera	220,00	22,00	242,00	22,63	219,37	30,25	
	TOTAL			2412,00	225,52	2186,48	301,50	2713,50

dic-09

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	500,00		500,00	46,75	453,25	62,50	
2	Guía Nativo	220,00	55,00	275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	240,00	300,00	540,00	50,49	489,51	67,50	
4	Ayudante de Cocina	220,00	275,00	495,00	46,28	448,72	61,88	
5	Mesero	220,00	275,00	495,00	46,28	448,72	61,88	
6	Camarera	220,00	55,00	275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2580,00	241,23	2338,77	322,50	2902,50

Decimo Cuarto - Bono Estudiantil -un mes antes de entrada a clases

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	220,00		220,00		220,00		
2	Guía Nativo	220,00		220,00		220,00		
3	Cocinero	220,00		220,00		220,00		
4	Ayudante de Cocina	220,00		220,00		220,00		
5	Mesero	220,00		220,00		220,00		
6	Camarera	220,00		220,00		220,00		
	TOTAL			1320,00	0,00	1320,00	0,00	1320,00

Decimo Tercero - Bono Navideño

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos año	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General			6000,00		500,00		
2	Guía Nativo			2794,00		232,83		
3	Cocinero			5928,00		494,00		
4	Ayudante de Cocina			5434,00		452,83		
5	Mesero			5434,00		452,83		
6	Camarera			2794,00		232,83		
	TOTAL			28384,00	0,00	2365,33	0,00	2365,33

	TOTAL DE LOS ROLES DEL AÑO 2009					35.617,33
		ROL ADMINISTRATIVO		GASTOS ADMINISTRATIVOS		6.720,00
		ROL OPERATIVO		GASTOS OPERATIVOS		28.897,33

					ROL DE PAGOS 2010			
ene-10								
numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	550,00		550,00	51,43	498,58	68,75	
2	Guía Nativo	245,00	12,25	257,25	24,05	233,20	32,16	
3	Cocinero	265,00	278,25	543,25	50,79	492,46	67,91	
4	Ayudante de Cocina	245,00	257,25	502,25	46,96	455,29	62,78	
5	Mesero	245,00	257,25	502,25	46,96	455,29	62,78	
6	Camarera	245,00	12,25	257,25	24,05	233,20	32,16	
	TOTAL			2612,25	244,25	2368,00	326,53	2938,78

feb-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
3	Cocinero	280,00	280,00	560,00	52,36	507,64	70,00	
4	Ayudante de Cocina	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
5	Mesero	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
6	Camarera	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
	TOTAL			2705,00	252,92	2452,08	338,13	3043,13

mar-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
3	Cocinero	280,00	308,00	588,00	54,98	533,02	73,50	
4	Ayudante de Cocina	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
5	Mesero	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
6	Camarera	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
	TOTAL			2837,00	265,26	2571,74	354,63	3191,63

abr-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
3	Cocinero	280,00	280,00	560,00	52,36	507,64	70,00	
4	Ayudante de Cocina	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
5	Mesero	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
6	Camarera	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
	TOTAL			2705,00	252,92	2452,08	338,13	3043,13

may0
2011

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35%	A recibir	Aporte Patronal (12,5%	TOTAL DEL ROL
--------	-------	--------	-----------------	-------------------	------------------------------	--------------	------------------------------	------------------

					IESS		IESS)	
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
3	Cocinero	280,00	308,00	588,00	54,98	533,02	73,50	
4	Ayudante de Cocina	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
5	Mesero	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
6	Camarera	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
	TOTAL			2837,00	265,26	2571,74	354,63	3191,63

jun-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
3	Cocinero	280,00	280,00	560,00	52,36	507,64	70,00	
4	Ayudante de Cocina	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
5	Mesero	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
6	Camarera	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
	TOTAL			2705,00	252,92	2452,08	338,13	3043,13

jul-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
--------	-------	--------	--------------	----------------	-----------------------------	-----------	-------------------------------	---------------

					IESS		IESS)	
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
3	Cocinero	280,00	280,00	560,00	52,36	507,64	70,00	
4	Ayudante de Cocina	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
5	Mesero	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
6	Camarera	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
	TOTAL			2705,00	252,92	2452,08	338,13	3043,13

ago-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	13,00	273,00	25,53	247,47	34,13	
3	Cocinero	280,00	294,00	574,00	53,67	520,33	71,75	
4	Ayudante de Cocina	260,00	273,00	533,00	49,84	483,16	66,63	
5	Mesero	260,00	273,00	533,00	49,84	483,16	66,63	
6	Camarera	260,00	13,00	273,00	25,53	247,47	34,13	
	TOTAL			2771,00	259,09	2511,91	346,38	3117,38

sep-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
3	Cocinero	280,00	280,00	560,00	52,36	507,64	70,00	
4	Ayudante de Cocina	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
5	Mesero	260,00	260,00	520,00	48,62	471,38	65,00	
6	Camarera	260,00		260,00	24,31	235,69	32,50	
	TOTAL			2705,00	252,92	2452,08	338,13	3043,13

oct-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	13,00	273,00	25,53	247,47	34,13	
3	Cocinero	280,00	294,00	574,00	53,67	520,33	71,75	
4	Ayudante de Cocina	260,00	273,00	533,00	49,84	483,16	66,63	
5	Mesero	260,00	273,00	533,00	49,84	483,16	66,63	
6	Camarera	260,00	13,00	273,00	25,53	247,47	34,13	
	TOTAL			2771,00	259,09	2511,91	346,38	3117,38

nov-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
3	Cocinero	280,00	308,00	588,00	54,98	533,02	73,50	
4	Ayudante de Cocina	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
5	Mesero	260,00	286,00	546,00	51,05	494,95	68,25	
6	Camarera	260,00	26,00	286,00	26,74	259,26	35,75	
	TOTAL			2837,00	265,26	2571,74	354,63	3191,63

dic-11

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00	54,70	530,30	73,13	
2	Guía Nativo	260,00	65,00	325,00	30,39	294,61	40,63	
3	Cocinero	280,00	350,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	260,00	325,00	585,00	54,70	530,30	73,13	
5	Mesero	260,00	325,00	585,00	54,70	530,30	73,13	
6	Camarera	260,00	65,00	325,00	30,39	294,61	40,63	
	TOTAL			3035,00	283,77	2751,23	379,38	3414,38

Decimo cuarto –
 bono de entrada a
 clases

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	260,00		260,00		260,00		
2	Guía Nativo	260,00		260,00		260,00		
3	Cocinero	260,00		260,00		260,00		
4	Ayudante de Cocina	260,00		260,00		260,00		
5	Mesero	260,00		260,00		260,00		
6	Camarera	260,00		260,00		260,00		
	TOTAL			1560,00	0,00	1560,00	0,00	1560,00

Fondos de reserva – se pagan desde el segundo año

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	585,00		585,00		585,00		
2	Guía Nativo	260,00		260,00		260,00		
3	Cocinero	280,00		280,00		280,00		
4	Ayudante de Cocina	260,00		260,00		260,00		
5	Mesero	260,00		260,00		260,00		
6	Camarera	260,00		260,00		260,00		
	TOTAL			1905,00	0,00	1905,00	0,00	1905,00

Decimo Tercero
- Bono Navideño

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos año	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General			7020,00		585,00		
2	Guía Nativo			3302,00		275,17		
3	Cocinero			6916,00		576,33		
4	Ayudante de Cocina			6422,00		535,17		
5	Mesero			6422,00		535,17		
6	Camarera			3302,00		275,17		
	TOTAL			33384,00	0,00	2782,00	0,00	2782,00

TOTAL DE LOS ROLES DEL AÑO 2011						43.804,00
ROL ADMINISTRATIVO					GASTOS ADMINISTRATIVOS	8.450,00
ROL OPERATIVO					GASTOS OPERATIVOS	35.354,00

Rol de pagos 2012

ene-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	

	Nativo							
3	Cocinero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
	Ayudante de							
4	Cocina	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
5	Mesero	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
6	Camarera	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	
	TOTAL			2940,00	274,89	2665,11	367,50	3307,50

feb-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
	Ayudante de							
4	Cocina	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
5	Mesero	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
6	Camarera	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2870,00	268,35	2601,66	358,75	3228,75

mar-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
3	Cocinero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
5	Mesero	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
6	Camarera	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
	TOTAL			3010,00	281,44	2728,57	376,25	3386,25

abr-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
4	Ayudante de Cocina	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
5	Mesero	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
6	Camarera	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2870,00	268,35	2601,66	358,75	3228,75

may0 2012

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
3	Cocinero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
5	Mesero	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
6	Camarera	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
	TOTAL			3010,00	281,44	2728,57	376,25	3386,25

jun-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
4	Ayudante de Cocina	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
5	Mesero	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
6	Camarera	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2870,00	268,35	2601,66	358,75	3228,75

jul-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
4	Ayudante de Cocina	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
5	Mesero	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
6	Camarera	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2870,00	268,35	2601,66	358,75	3228,75

ago-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	
3	Cocinero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
4	Ayudante de Cocina	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
5	Mesero	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
6	Camarera	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	
	TOTAL			2940,00	274,89	2665,11	367,50	3307,50

sep-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
3	Cocinero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
4	Ayudante de Cocina	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
5	Mesero	275,00	275,00	550,00	51,43	498,58	68,75	
6	Camarera	275,00		275,00	25,71	249,29	34,38	
	TOTAL			2870,00	268,35	2601,66	358,75	3228,75

oct-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	
3	Cocinero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
4	Ayudante de Cocina	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
5	Mesero	275,00	288,75	563,75	52,71	511,04	70,47	
6	Camarera	275,00	13,75	288,75	27,00	261,75	36,09	
	TOTAL			2940,00	274,89	2665,11	367,50	3307,50

nov-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
3	Cocinero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
5	Mesero	275,00	302,50	577,50	54,00	523,50	72,19	
6	Camarera	275,00	27,50	302,50	28,28	274,22	37,81	
	TOTAL			3010,00	281,44	2728,57	376,25	3386,25

dic-12

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00	57,97	562,03	77,50	
2	Guía Nativo	275,00	68,75	343,75	32,14	311,61	42,97	
3	Cocinero	300,00	375,00	675,00	63,11	611,89	84,38	
4	Ayudante de Cocina	275,00	343,75	618,75	57,85	560,90	77,34	
5	Mesero	275,00	343,75	618,75	57,85	560,90	77,34	
6	Camarera	275,00	68,75	343,75	32,14	311,61	42,97	
	TOTAL			3220,00	301,07	2918,93	402,50	3622,50

Decimo Cuarto -
Bono Estudiantil
-un mes antes de
entrada a clases

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	275,00		275,00		275,00		
2	Guía Nativo	275,00		275,00		275,00		
3	Cocinero	275,00		275,00		275,00		
4	Ayudante de Cocina	275,00		275,00		275,00		
5	Mesero	275,00		275,00		275,00		
6	Camarera	275,00		275,00		275,00		
	TOTAL			1650,00	0,00	1650,00	0,00	1650,00

Fondos de Reserva -
Un sueldo a partir
del segundo año.

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	620,00		620,00		620,00		
2	Guía Nativo	275,00		275,00		275,00		
3	Cocinero	300,00		300,00		300,00		
4	Ayudante de Cocina	275,00		275,00		275,00		
5	Mesero	275,00		275,00		275,00		
6	Camarera	275,00		275,00		275,00		
	TOTAL			2020,00	0,00	2020,00	0,00	2020,00

Decimo Tercero -

Bono Navideño

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos año	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General			7440,00		620,00		
2	Guía Nativo			3492,50		291,04		
3	Cocinero			7410,00		617,50		
4	Ayudante de Cocina			6792,50		566,04		
5	Mesero			6792,50		566,04		
6	Camarera			3492,50		291,04		
	TOTAL			35420,00	0,00	2951,67	0,00	2951,67

TOTAL DE LOS ROLES DEL AÑO 2012				46.469,17
ROL ADMINISTRATIVO			GASTOS ADMINISTRATIVOS	8.955,00
ROL OPERATIVO			GASTOS OPERATIVOS	37.514,17

Rol de pagos 2013

ene-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
3	Cocinero	315,00	330,75	645,75	60,38	585,37	80,72	
4	Ayudante de Cocina	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
5	Mesero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
6	Camarera	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
	TOTAL			3155,75	295,06	2860,69	394,47	3550,22

feb-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
3	Cocinero	315,00	315,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
5	Mesero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
6	Camarera	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
	TOTAL			3080,00	287,98	2792,02	385,00	3465,00

mar-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
3	Cocinero	315,00	346,50	661,50	61,85	599,65	82,69	
4	Ayudante de Cocina	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
5	Mesero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
6	Camarera	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
	TOTAL			3231,50	302,15	2929,35	403,94	3635,44

abr-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
3	Cocinero	315,00	315,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
5	Mesero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
6	Camarera	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
	TOTAL			3080,00	287,98	2792,02	385,00	3465,00

may0 2013

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
3	Cocinero	315,00	346,50	661,50	61,85	599,65	82,69	
4	Ayudante de Cocina	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
5	Mesero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
6	Camarera	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
	TOTAL			3231,50	302,15	2929,35	403,94	3635,44

jun-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
3	Cocinero	315,00	315,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
5	Mesero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
6	Camarera	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
	TOTAL			3080,00	287,98	2792,02	385,00	3465,00

jul-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
3	Cocinero	315,00	315,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
5	Mesero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
6	Camarera	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
	TOTAL			3080,00	287,98	2792,02	385,00	3465,00

ago-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
3	Cocinero	315,00	330,75	645,75	60,38	585,37	80,72	
4	Ayudante de Cocina	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
5	Mesero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
6	Camarera	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
	TOTAL			3155,75	295,06	2860,69	394,47	3550,22

sep-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
3	Cocinero	315,00	315,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
4	Ayudante de Cocina	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
5	Mesero	300,00	300,00	600,00	56,10	543,90	75,00	
6	Camarera	300,00		300,00	28,05	271,95	37,50	
	TOTAL			3080,00	287,98	2792,02	385,00	3465,00

oct-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
3	Cocinero	315,00	330,75	645,75	60,38	585,37	80,72	
4	Ayudante de Cocina	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
5	Mesero	300,00	315,00	615,00	57,50	557,50	76,88	
6	Camarera	300,00	15,00	315,00	29,45	285,55	39,38	
	TOTAL			3155,75	295,06	2860,69	394,47	3550,22

nov-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS)	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
3	Cocinero	315,00	346,50	661,50	61,85	599,65	82,69	
4	Ayudante de Cocina	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
5	Mesero	300,00	330,00	630,00	58,91	571,10	78,75	
6	Camarera	300,00	30,00	330,00	30,86	299,15	41,25	
	TOTAL			3231,50	302,15	2929,35	403,94	3635,44

dic-13

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS)	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00	60,78	589,23	81,25	
2	Guía Nativo	300,00	75,00	375,00	35,06	339,94	46,88	
3	Cocinero	315,00	393,75	708,75	66,27	642,48	88,59	
4	Ayudante de Cocina	300,00	375,00	675,00	63,11	611,89	84,38	
5	Mesero	300,00	375,00	675,00	63,11	611,89	84,38	
6	Camarera	300,00	75,00	375,00	35,06	339,94	46,88	
	TOTAL			3458,75	323,39	3135,36	432,34	3891,09

Decimo cuarto – Bono estudiantil, se paga un mes antes de entrara a clases

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos	Aporte personal (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	300,00		300,00		300,00		
2	Guía Nativo	300,00		300,00		300,00		
3	Cocinero	300,00		300,00		300,00		
4	Ayudante de Cocina	300,00		300,00		300,00		
5	Mesero	300,00		300,00		300,00		
6	Camarera	300,00		300,00		300,00		
	TOTAL			1800,00	0,00	1800,00	0,00	1800,00

Fondos de Reserva

- Un sueldo a
partir del segundo
año.

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extra s	Total Ingreso s	Aporte persona l (9,35% IESS	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General	650,00		650,00		650,00		
2	Guía Nativo	300,00		300,00		300,00		
3	Cocinero	315,00		315,00		315,00		
4	Ayudante de Cocina	300,00		300,00		300,00		
5	Mesero	300,00		300,00		300,00		
6	Camarera	300,00		300,00		300,00		
	TOTAL			2165,00	0,00	2165,00	0,00	2165,00

**Decimo Tercero -
Bono Navideño**

numero	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Total Ingresos año	Aporte personal (9,35% IESS)	A recibir	Aporte Patronal (12,5% IESS)	TOTAL DEL ROL
1	Gerente General			7800,00		650,00		
2	Guía Nativo			3810,00		317,50		
3	Cocinero			7780,50		648,38		
4	Ayudante de Cocina			7410,00		617,50		
5	Mesero			7410,00		617,50		
6	Camarera			3810,00		317,50		
	TOTAL			38020,50	0,00	3168,38	0,00	3168,38

TOTAL DE LOS ROLES DEL AÑO 2013						49.906,44
	ROL ADMINISTRATIVO				GASTOS ADMINISTRATIVOS	9.400,00
	ROL OPERATIVO				GASTOS OPERATIVOS	40.506,44

7.7 Cotización Talento

[illegible]

digital					
No muy recomendable pero bajo costo.					
Esta cotización tiene una validez de 30 días					
Atentamente,					
Ma. Cristina Cartagena					

7.8 Cotización Motion Arts.



Total Proyecto 600,00 + IVA

COTIZACIÓN

CLIENTE: Natty Acosta
Domicilio: Quito • Ecuador
Tema: Logo + Papelería Básica y Sitio Web

Estimada Natty:

Le enviamos la siguiente cotización para el cubrimiento de la aplicación y sus tiempos.

- **Diseño y Programación Sitio Web**
Diseño de interfase, botones, animación y programación de sitio WEB 2.0 Full Flash
- **Logotipo**
Diseño de identidad empresarial. Logotipo y selección de tipografía adecuada.
- **Papelería Básica.**
Hojas membretadas. Folder, Tarjetas de Presentación y Sobres.
- **Entrega**
En CD con todos los archivos en Formato Vectorial. Se terminará el logotipo y papelería en 1 semana y el sitio en 3 semanas. El cliente debe entregarnos la información en WORD. Precio final no incluye ni hosting, ni dominio. Eso lo puede adquirir en cualquiera de su preferencia le recomendamos www.ivaluehost.com. No incluimos valor de impresión

Sitio Web 500,00
Logo + Papelería 250,00
Total Proyecto 750,00 + IVA

A la espera de una pronta respuesta, los saluda Atte.

Francisco Garzón Méndez
Director Creativo



Av. Mariscal Sucre N70-384 y José M. Cevallos • Tel. (+593) (02) 603-5008 • Quito • Ecuador • clientes@motionartscreative.com
www.motionartscreative.com

7.9 Cotización La Familia

LA FAMILIA

PORTADA INTERIOR

1 Pagina 4c (23.8cm) ancho X 4m (27cm) alto

Día Domingo \$4.080 + IVA

CONTRAPORTADA INTERIOR

1 Pagina 4c (23.8cm) ancho X 4m (27cm) alto

Día Domingo \$3.920 + IVA

CONTRAPORTADA EXTERIOR

1 Pagina 4c (23.8cm) ancho X 4m (27cm) alto

Día Domingo \$4.288 + IVA

PAGINA INTERIOR INDETERMINADA

1/8 de Página (11.65cm de ancho x 6.375cm de alto) o (5.575cm ancho x 13.25cm alto)

Día Domingo \$396 + IVA por día

**¼ de página (11.65cm de ancho por 13.25cm de alto) o (23.8cm ancho x 6.375cm alto)
(5.75cm de ancho por 27 cm de alto)**

Día Domingo \$828 + IVA por día

½ página (23.8cm de ancho por 13.25cm de alto) o (11.65cm de ancho x 27cm de alto)

Día Domingo \$1.656 + IVA por día

1 Página completa (23.8cm de ancho por 27cm alto)

Día Domingo \$3.312 + IVA por día

PAGINA DETERMINADA

**¼ de página (11.65cm de ancho por 13.25cm de alto) o (23.8cm ancho x 6.375cm alto)
(5.75cm de ancho por 27 cm de alto)**

Día Domingo \$ 928 + IVA por día

½ página (23.8cm de ancho por 13.25cm de alto) o (11.65cm de ancho x 27cm de alto)

Día Domingo \$1.856 + IVA por día

1 Página completa (23.8cm de ancho por 27cm alto)

Día Domingo \$3.712 + IVA por día

ESPECIFICACIONES

- Los anuncios circulan los domingos a full color e ingresan con 10 días de anticipación (jueves) en papel periódico, y 13 días de anticipación (lunes) en papel couche, previa elaboración de arte. Páginas determinadas, portadas y contra portadas previa reservación de espacios.

- Pro forma sin texto
- Contamos con servicio a domicilio sin costo adicional
- Telf.: 1800-899-899

EL COMERCIO

EL COMERCIO TARIFA COMERCIAL

PRIMER CUADERNILLO DETERMINADA

1 PAGINA (29.5 cm ancho por 51.64 cm alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$ 8.880 + IVA cada día	12.000 + IVA
Día Sábado:	\$ 9.360 + IVA cada día	12.600 + IVA
Día Domingo	\$13.320 + IVA cada día	18.000 + IVA

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$4.440 + IVA cada día	\$6.000 + IVA
Día Sábado:	\$4.680 + IVA cada día	\$6.300 + IVA
Día Domingo	\$6.660 + IVA cada día	\$9.000 + IVA

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$2.220 + IVA cada día	\$3.000 + IVA
----------------	------------------------	---------------

Día Sábado:	\$2.340 + IVA cada día	\$3.150 + IVA
Día Domingo:	\$3.330 + IVA cada día	\$4.500 + IVA

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto

<u>BLANCO Y NEGRO</u>	<u>FULL COLOR</u>
Día Ordinario:\$ 1.110 + IVA cada día	\$ 1.500 + IVA
Día Sábado: \$ 1.170 + IVA cada día	\$ 1.575 + IVA
Día Domingo: \$ 1.665.00 IVA cada día	\$ 2.250 + IVA

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto

<u>BLANCO Y NEGRO</u>	<u>FULL COLOR</u>
Día Ordinario: \$ 1.036 + IVA cada día	\$1.400+IVA
Día Sábado: \$ 1.092+ IVA cada día	\$1.470+IVA
Día Domingo: \$1.554 + IVA cada día	\$2.100+IVA

PRIMER CUADERNILLO INTERIORES

1 PAGINA (29.5 cm ancho por 51.64 cm alto)

<u>BLANCO Y NEGRO</u>	<u>FULL COLOR</u>
Día Ordinario: \$7.320 + IVA cada día	\$9.720 + IVA
Día Sábado: \$7.560 + IVA cada día	\$10.200 + IVA
Día Domingo \$10.680+ IVA cada día	\$14.400I+IVA

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$3.660 + IVA cada día	\$4.860 + IVA
Día Sábado:	\$3.780 + IVA cada día	\$5.100 + IVA
Día Domingo	\$5.340 + IVA cada día	\$7.200 + IVA

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$1.830 + IVA cada día	\$2.430 + IVA
Día Sábado:	\$1.890 + IVA cada día	\$2.550 + IVA
Día Domingo:	\$2.670 +IVA cada día	\$3.600 + IVA

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$ 915 + IVA cada día	\$ 1.215 + IVA
Día Sábado:	\$ 945 + IVA cada día	\$ 1.275 + IVA
Día Domingo:	\$ 1.335 + IVA cada día	\$ 1.800 + IVA

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto)

BLANCO Y NEGRO

FULL COLOR

Día Ordinario:	\$ 854 + IVA cada día	\$ 1.134 + IVA
Día Sábado:	\$ 882 + IVA cada día	\$ 1.190 + IVA
Día Domingo:	\$1.246 + IVA cada día	\$ 1.680 + IVA

SECCION DETERMINADA OTROS CUADERNILLOS

MENOS CUADERNILLO PRIMERO

BLANCO Y NEGRO

1 PAGINA (29.5 cm ancho por 51.64 cm alto)

Día Ordinario:	\$6.480 + IVA cada día
Día Sábado:	\$6.960 + IVA cada día
Día Domingo	\$9.720 + IVA cada día

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

Día Ordinario:	\$3.240 + IVA cada día
Día Sábado:	\$3.480 + IVA cada día
Día Domingo	\$4.860+ IVA cada día

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario:	\$1.620 + IVA cada día
Día Sábado:	\$1.740 + IVA cada día
Día Domingo:	\$2.430. + IVA cada día

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario:	\$ 810.+ IVA cada día
Día Sábado:	\$ 870 + IVA cada día
Día Domingo:	\$ 1.215 + IVA cada día

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto)

Día Ordinario:	\$ 756 + IVA cada día
----------------	-----------------------

Día Sábado: \$ 812 + IVA cada día
Día Domingo: \$ 1.134 + IVA cada día

FULL COLOR:

1 PAGINA (29.5 cm. ancho por 51.64 cm. alto)

Día ordinario: \$ 8.880 + IVA cada día.
Día sábado: \$ 9.360+ IVA cada día
Día Domingo: \$13.200+ IVA cada día

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

Día Ordinario: \$4.440 + IVA cada día
Día Sábado: \$4.680 + IVA cada día
Día Domingo \$6.600+ IVA cada día

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario: \$2.220 + IVA cada día
Día Sábado: \$2.340 + IVA cada día
Día Domingo: \$3.300 + IVA cada día

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario: \$1.110+ IVA cada día
Día sábado: \$1.170+ IVA cada día
Día Domingo: \$1.650 + IVA cada día

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto)

Día Ordinario: \$ 1.036+ IVA cada día
Día sábado: \$ 1.092+ IVA cada día
Día Domingo: \$ 1.540 + IVA cada día

SECCION INTERIOR INDETERMINADA

BLANCO Y NEGRO

1 PAGINA (29.5 cm ancho por 51.64 cm alto)

Día Ordinario:	\$5.520 + IVA cada día
Día Sábado:	\$6.000 + IVA cada día
Día Domingo	\$8.280 + IVA cada día

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

Día Ordinario:	\$2.760 + IVA cada día
Día Sábado:	\$3.000 + IVA cada día
Día Domingo	\$4.140 + IVA cada día

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario:	\$1.380 + IVA cada día
Día Sábado:	\$1.500 + IVA cada día
Día Domingo:	\$2.070 + IVA cada día

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario:	\$ 690 + IVA cada día
Día Sábado:	\$ 750 + IVA cada día
Día Domingo:	\$ 1.035+ IVA cada día

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto)

Día Ordinario:	\$ 644 + IVA cada día
----------------	-----------------------

Día Sábado: \$ 700 + IVA cada día

Día Domingo: \$ 966 + IVA cada día

FULL COLOR:

1 PAGINA (29.5 cm. ancho por 51.64 cm. alto)

Día ordinario: \$ 7.560 + IVA cada día.

Día Sábado: \$ 8.040 + IVA cada día

Día Domingo: \$11.280 + IVA cada día

½ PAGINA (29.5 cm. de ancho por 25.72 cm. de alto) o (14.59 cm. ancho por 51.64 cm. de alto)

Día Ordinario: \$3.780 + IVA cada día

Día Sábado: \$4.020 + IVA cada día

Día Domingo \$5.640 + IVA cada día

¼ DE PAGINA (14.59 cm ancho por 25.72 cm alto) o (29.5 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario: \$1.890 + IVA cada día

Día Sábado: \$2.010 + IVA cada día

Día Domingo: \$2.820 + IVA cada día

1/8 DE PAGINA (14.59 cm ancho por 12.76 cm alto)

Día Ordinario: \$ 945 + IVA cada día

Día Sábado: \$ 1.005 + IVA cada día

Día Domingo: \$ 1.410 + IVA cada día

(9.62 cm ancho por 17.94 cm alto)

Día Ordinario: \$ 882 + IVA cada día

Día Sábado: \$ 938 + IVA cada día

Día Domingo: \$1.316 + IVA cada día

Pro forma sin texto precio referencial

Avisos a color ingresan con 72 horas de anticipación.

Avisos a blanco y negro ingresan con 48 horas de anticipación

Sin otro particular y en espera de poder servirle, me suscribo.

Tenemos **SERVICIO DOMICILIO sin costo adicional**

La elaboración de arte con 72 horas de anticipación sin costo adicional

En espera de poder servirle

Atentamente,

Karina Carrión

AG. CAROLINA

GRUPO EL COMERCIO C.A.

TELF: 1800-899-899// 098311745

7.10 Cotización Líderes

LIDERES

INTERIOR INDETERMINADA

1 Página (24.5 cm ancho por 39.39 cm alto)

1 día Lunes	B/N	F/C
	\$ 960	\$1,280

1/2 Página (24.5 cm ancho por 19.49 cm alto) o (12 cm ancho por 39.9 cm alto)

1 día Lunes	B/N	F/C
	\$ 480	\$640

1/4 Página: (12 cm. de ancho X 19.49 cm. De alto) o (24.5 cm de ancho X 9.53 cm de alto)

	B/N	F/C
1 Día lunes:	\$ 240	\$ 320

1/8 Página: (12 cm. de ancho X 9.53 cm. De alto) o (24.5 cm de ancho X 4...55 cm de alto)

	B/N	
1 Día Lunes:	\$ 120	

DETERMINADA

1 Página (24.5 cm ancho por 39.39 cm alto)

1 día Lunes	B/N	F/C
	\$ 1,408	\$1,888

1/2 Página (24.5 cm ancho por 19.49 cm alto (12 cm ancho por 39.9 cm alto)

1 día Lunes	B/N	F/C
	\$ 704	\$ 944

1/4 Página: (12 cm. de ancho X 19.49 cm. De alto) o (24.5 cm de ancho X 9.53 cm de alto)

	B/N	F/C
1 Día lunes:	\$ 352	\$ 472

1/8 Página: (12 cm. de ancho X 9.53 cm. De alto) o (24.5 cm de ancho X 4...55 cm de alto)

	B/N
1 Día Lunes:	\$ 176

- Circula todos los lunes
- Avisos en Líderes ingresan con cinco días de anticipación día de cierre todos los miércoles, previa elaboración de arte.
- Valores no esta incluido IVA
- **Servicio a domicilio sin costo adicional 1800-899-899.**

Agradeciendo su gentil atención y en espera de poder servirle, me suscribo

Atentamente,

Susana Quingatuña
GRUPO EL COMERCIO
CAROLINA VD
TELF.: 1800-899899.

7.11 Cotización Uniproca

ESTIMADA SEÑORITA:

NATHALYACOSTA

ATENCION.-

SEGUN NUESTRA CONVERSACION TELEFONICA LE ENVIO LA COTIZACION
REQUERIDA:

VALOR FURGONETAS: \$ 80.00
CAPACIDAD: 15 (+/-)2 PASAJEROS
AÑO: 2004 en adelante

VALOR BUSES: \$ 100.00
CAPACIDA: 33(+/-2)PASAJEROS
AÑO: 2004 en adelante

EL PRECIO VARIA SEGUN LA RUTA QUE SE TOME- LA ANTIGUA VIA A NONO
VIA A NANEGAL

**POR FAVOR PUEDE FACILITARME EL NUMERO DE PASAJEROS, EL DIA
EXACTO LA HORA DE SALIDA Y RETORNO, Y SI VAN A LAS RUINAS
DE TOLUPE**

ESPERANDO TENER UNA FAVORABLE RESPUESTA ME DESPIDO,
CUALQUIERDO INQUIETUD ESTARE GUSTOSA DE ATENDERLE

ATENTEMENTE,

ALEXANDRANAVARRTE

R.R.H.H

7.12 promociones 2009-2012

	MESES	FAM TRIPS	COSTO POR PAX	TOTAL
	ENERO	6	50	300
	FEBRERO	6	50	300
	MARZO	6	50	300
PROMOCIONES 2009	ABRIL	6	50	300
	MAYO	6	50	300
	JUNIO	6	50	300
	JULIO	6	50	300
	AGOSTO	6	50	300
	SEPTIEMBRE	6	50	300
	OCTUBRE	6	50	300
	NOVIEMBRE	6	50	300
	DICIEMBRE	6	50	300
	TOTAL			3600

	MESES	FAM TRIPS	COSTO POR PAX	TOTAL
	ENERO	4	54	216
	FEBRERO	4	54	216
	MARZO	4	54	216
PROMOCIONES	ABRIL	4	54	216
2010	MAYO	4	54	216
	JUNIO	4	54	216
	JULIO	4	54	216
	AGOSTO	4	54	216

	SEPTIEMBRE	4	54	216
	OCTUBRE	4	54	216
	NOVIEMBRE	4	54	216
	DICIEMBRE	4	54	216
				2592

	MESES	FAM TRIPS	COSTO POR PAX	TOTAL
	ENERO	2	57	114
	FEBRERO	2	57	114
	MARZO	2	57	114
PROMOCIONES	ABRIL	2	57	114
2011	MAYO	2	57	114
	JUNIO	2	57	114
	JULIO	2	57	114
	AGOSTO	2	57	114
	SEPTIEMBRE	2	57	114
	OCTUBRE	2	57	114
	NOVIEMBRE	2	57	114
	DICIEMBRE	2	57	114
				1368

	RUBROS		FAM TRIPS	COSTO POR PAX	TOTAL
	MESES	ENERO	2	61	122
		FEBRERO	2	61	122
		MARZO	2	61	122
PROMOCIONES		ABRIL	2	61	122
2012		MAYO	2	61	122
		JUNIO	2	61	122

		JULIO	2	61	122
		AGOSTO	2	61	122
		SEPTIEMBRE	2	61	122
		OCTUBRE	2	61	122
		NOVIEMBRE	2	61	122
		DICIEMBRE	2	61	122
					1464

	RUBROS		FAM TRIPS	COSTO POR PAX	TOTAL
	MESES	ENERO	2	66	132
		FEBRERO	2	66	132
		MARZO	2	66	132
PROMOCIONES		ABRIL	2	66	132
2013		MAYO	2	66	132
		JUNIO	2	66	132
		JULIO	2	66	132
		AGOSTO	2	66	132
		SEPTIEMBRE	2	66	132
		OCTUBRE	2	66	132
		NOVIEMBRE	2	66	132
		DICIEMBRE	2	66	132
					1584