



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA  
MENCIÓN FINANZAS**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**LA GASTRONOMÍA TÍPICA Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS HABITANTES DE LA  
COMUNIDAD DE SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA, CANTÓN  
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS.**

**AUTORA: VALENZUELA, CH. Carmen**

**DIRECTOR: ECON. CERVANTES, Luis**

**IBARRA, JUNIO, 2011**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, nace de una motivación personal y con la finalidad de investigar la incidencia que tiene la gastronomía típica de Yahuarcocha en el desarrollo socio económico de los habitantes del sector, debido a que la investigadora está directamente relacionada con el entorno. Para la presente investigación no se utilizó hipótesis, si no preguntas de investigación, por tanto no se manipuló variables, se aplicó la investigación de campo, métodos como el inductivo - deductivo, analítico – sintético, además se utilizó técnicas de investigación como la encuesta, entrevista y fichas de observación. Se tomó como puntos de investigación a los 3.000 mil habitantes de Yahuarcocha, pero sacando una muestra de la población económicamente activa de 1.200, y de allí se aplicó una muestra con un 95% de confianza, con esta población se determinó las necesidades básicas insatisfechas como es el mejoramiento de agua potable, alcantarillado sanitario, alfabetización de personas adultas y creación de proyectos para dar tratamiento a los residuos de la tilapia; para los turistas se obtuvo una población de 14.343 personas por semana a los cuales se aplicó la encuesta a 382 familias y se determinó la demanda de tilapia que en promedio es de 663.552 tilapias demandadas al año, así mismo se aplicó una encuesta a los comerciantes de tilapia y se determinó la oferta que para el año 2010 fue aproximadamente 630.000 tilapias, dando como resultado una demanda insatisfecha, esto porque se trata de un producto altamente perecible y no se puede guardar en stock, esta actividad genera empleo para las familias del barrio y de sectores aledaños, tanto comerciantes como autoridades de turno han invertido recursos económicos en la actividad para mejorar el servicio al turista y tener mejor imagen. También se realizaron entrevistas a conocedores de la actividad gastronómica como es el Comisario de Salud de Imbabura, entre otros, por otra parte se aplicó fichas de observación para ver la afluencia de personas que ingresan al lugar y conocer las estrategias y formas de venta que las comerciantes tienen, a la vez se recopiló información sobre la contaminación que generan los turistas al no encontrar suficientes basureros para depositar los desechos. Se determinó el número de distribuidores de tilapia que son 6 y realizan la entrega del producto el día miércoles manteniendo las normas de higiene y la cadena de frío hasta llegar al consumidor final. Se concluyó que la gastronomía típica si incide en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de Yahuarcocha debido a que la mayoría de personas involucradas la actividad viven en el sector por más de 10 años y han mejorado sustancialmente su nivel de vida, gracias al incremento de la demanda.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation began from a personal motivation and with the purpose of investigating the incidence that has the typical gastronomy of Yahuarcocha in the development economic of its inhabitants, because the investigator is directly related with the environment. In this investigation hypothesis was not used, the author choose the investigation questions, therefore the variables were not manipulated, get applied the investigation in site, methods like the inductive-deductive, analytic-synthetic, besides, get used technical of investigation like the survey, interview and observation records. The investigation was based in the 3.000 inhabitants of Yahuarcocha, and according to the economically active population the sample was of 1200, the confidence level was 95%, and it helped to establish unsatisfied basic necessities such as: potable water, sewer system, alphabetization, and creation of projects to give treatment to the residuals of the tilapia; the tourists population is of 14.343 per week to which the survey was applied to 382 families and it helped to determine the tilapia demand with an annual average of 663.552, likewise a survey was applied to the tilapia sellers and the result to the supply 2010 were 630.000 tilapias approximately, giving an unsatisfied demand, this because it is a product highly perishable and it cannot stay in stock, this activity generates employment for the families of the neighborhood and sectors bordering, the sellers and authorities have invested economic resources to improve the service to the tourist and get a better image. The investigator also carried out interviews to experts like in the Commissary of Imbabura Health, among other; besides, it was applied observation records to establish the affluence of people that visit the place and to know the strategies and sale forms of the merchants, at the same time information about the contamination that the tourists generate was investigated, they do not finding enough trash cans to deposit the waste. It was determining the number of tilapia distributors that are 6 and they carry out the delivery of the product the day Wednesday maintaining the norms of sanitation and the cold system until arriving to the final consumer. In conclusion, the typical gastronomy impacts in the socioeconomic development of the inhabitants of Yahuarcocha because most of people involved in the activity live in the sector for more than 10 years and they have improved their level of life substantially, for mean to the increment of the demand.

## DECLARACIÓN

Yo, **Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: que no ha sido presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza

CI: 100327630-8

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la egresada Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza, para optar por el Título de Ingeniera en Economía mención Finanzas, cuyo tema es **“LA GASTRONOMÍA TÍPICA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considerando el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 3 días del mes de febrero de 2011.

Eco Luis Cervantes

C.I. 100129023.6

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza**, con cédula de identidad N° 100327630-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra de Trabajo de Grado denominado: **“LA GASTRONOMÍA TÍPICA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) \_\_\_\_\_



**Nombre: Carmen Valenzuela**

**Cédula: 100327630-8**

Ibarra, a los 3 días del mes de junio del 2011

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos complementos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, decencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100327630-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Valenzuela Chicaiza Carmen Verónica		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Yahuarcocha Km 3		
<b>EMAIL:</b>	Verovc1@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2577114	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0992062607

<b>DATOS DE LA OBRA</b>		
<b>TÍTULO</b>		
<b>AUTOR</b>	Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza	
<b>FECHA:</b>		
<b>PROGRAMA:</b>	<b>PREGARADO</b>	<b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería en Economía Mención Finanzas	
<b>DIRECTOR:</b>	Econ. Luis Cervantes	

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza, con cédula de identidad N°100327630-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizado a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de La Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 3 días del mes de junio del 2011

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....



Nombre: Carmen Verónica Valenzuela C  
C.C. 100327630-8

(Firma).....



Nombre: Ing. Betty Chávez  
Cargo: JEFE DE IBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi padre Fabián Valenzuela que desde algún rincón de este mundo estará orgulloso por saber que se ha cumplido uno de sus más grandes sueños que es que su hija haya culminado sus estudios universitarios.

*Verónica Valenzuela*

## AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy sincero a mi madre Laura Pastora Chicaiza quien con su trabajo diario y lucha constante ha logrado brindarme su apoyo, impulsando día a día alcanzar mis metas propuestas, además a mi hijo quien es la luz de mis ojos y motivo de alegría para seguir superándome, a mi esposo Miguel Palacios, quien me ha ayudado en los momentos más difíciles y ha impulsado a culminar lo propuesto, y como no agradecer mis amigos que gracias a sus consejos y ocurrencias han aportado al desarrollo de esta investigación.

*Verónica Valenzuela*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ..	<b>Error! Marcador no definido.</b>
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
PRESENTACIÓN .....	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1.1. Antecedentes del Problema.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos .....	6
1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.4.1. Pregunta General .....	7
1.4.2. Preguntas Específicas .....	7
1.5. Justificación .....	8
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Teoría Base .....	11
2.1.1. Gastronomía.....	12
2.1.2. Definición.....	12
2.1.3. La Triada de la Gastronomía Típica.....	13

2.1.4.	Gastronomía en Yahuarcocha .....	13
2.1.4.1.	Principal Producto Utilizado en la Gastronomía Típica de Yahuarcocha .....	13
2.1.4.2.	Variedad de Platos Típicos en Yahuarcocha .....	16
2.1.5.	Turismo .....	18
2.1.5.1.	Definición.....	18
2.1.5.2.	Mercado Turístico.....	18
2.1.5.3.	Oferta Turística.....	18
2.1.5.4.	Demanda Turística .....	19
2.1.5.5.	Clases de Mercados Turísticos.....	19
a)	Turismo de Compras.....	19
b)	Turismo Familiar y de Amigos .....	19
c)	Turismo de Deportes y/o Aventura .....	20
2.1.6.	Desarrollo Social.....	22
2.1.6.2.	Niveles de Vida .....	22
2.1.7.1.	Producto Interno Bruto .....	24
2.1.7.2.	Inversión.....	25
2.1.7.3.	Ahorro .....	26
2.1.6.1.	Comercialización .....	26
a)	Oferta.....	28
b)	Demanda .....	28
c)	Producto.....	29
d)	Precio.....	29
2.1.7.7.	Microempresa.....	29
2.4.	Variables de la Investigación.....	40
2.4.1.	Definiciones Conceptuales .....	40
2.4.1.1.	Gastronomía.....	40
2.4.1.2.	Lo Socioeconómico .....	40
CAPÍTULO III.....		41
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		41
3.1.	Diseño, Enfoque y Tipos de Investigación.....	41
3.1.1.	Tipo de Investigación .....	42

3.1.2.1.	Exploratorio .....	42
3.1.2.2.	Descriptiva.....	42
3.1.2.3.	Bibliográfica.....	42
3.1.2.4.	De Campo .....	42
3.2.	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación .....	43
3.3.	Determinación de la Población y Muestra .....	44
3.3.1.	Determinación de la Población .....	44
3.3.1.1.	Los Pobladores .....	44
3.3.1.2.	Turistas .....	44
3.3.1.3.	Comerciantes .....	45
3.3.1.4.	La Población de Conocedores de la Actividad Gastronómica ..	45
3.3.2.	Determinación de las Muestras.....	45
3.3.2.1.	Muestra de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha. ....	46
3.3.2.2.	Muestras de los Turistas que Visitan Yahuarcocha. ....	47
3.3.2.3.	Muestras de Comerciantes .....	47
3.4.	Análisis de la Validez de los Instrumentos .....	47
3.4.1.	La Validez de los Instrumentos .....	47
3.5.	Procedimiento para la Elaboración de la Investigación .....	48
3.6.	Matriz de Operacionalización .....	49
IV CAPÍTULO .....		53
4 Interpretación y Análisis de Resultados .....		53
4.1.	Interpretación de Resultados de las Encuestas .....	53
4.1.1.	Encuesta Dirigida a Comerciantes de Tilapia.....	53
4.1.2.	Interpretación de Resultados de la Encuesta Dirigida a Turistas.	79
4.1.3.	Encuesta Dirigida a Pobladores de Yahuarcocha .....	91
4.2.	Análisis de las Entrevistas Aplicadas a Conocedores de la Gastronomía típica Yahuarcocha.....	108
4.3.	Contrastación de las Preguntas de Investigación.....	110
Bibliografía.....		127
Anexos .....		130

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Turistas de Yahuarcocha.....	3
Cuadro N° 2 Distribución de Tilapia .....	5
Cuadro N° 3 Operacionalización de Variables .....	49
Cuadro N° 4 Género de propietarios de los negocios .....	53
Cuadro N° 5 Edad de propietario de los negocios de venta de tilapia .....	54
Cuadro N° 6 Residencia .....	55
Cuadro N° 7 Tiempo de residencia .....	56
Cuadro N° 8 Instrucción educativa.....	57
Cuadro N° 9 Clase de la infraestructura.....	58
Cuadro N° 10 Crecimiento de la actividad económica .....	59
Cuadro N° 11 Cantidad de tilapia adquirida para ser ofertada .....	60
Cuadro N° 12 Cantidad de residuos producidos .....	61
Cuadro N° 13 Tratamiento de residuos.....	62
Cuadro N° 14 Número de distribuidores de tilapia .....	63
Cuadro N° 15 Días de atención .....	64
Cuadro N° 16 Inversión realizada .....	65
Cuadro N° 17 Número de trabajadores contratados .....	66
Cuadro N° 18 Procedencia del personal .....	67
Cuadro N° 19 Productos Ofrecidos .....	68
Cuadro N° 21 Forma de preparación de la tilapia .....	69
Cuadro N° 22 Ventas semanales .....	70
Cuadro N° 23 Incremento de venta de tilapia.....	71
Cuadro N° 24 Actividad que genera mayores ingresos .....	72
Cuadro N° 25 Mejoramiento de calidad de vida .....	73
Cuadro N° 26 Reinversión en el negocio .....	74
Cuadro N° 27 Financiamiento de comerciantes .....	76
Cuadro N° 28 Registro de ventas .....	77
Cuadro N° 29 Proceso de comercialización de la tilapia .....	78
Cuadro N° 30 Frecuencia de visita de turistas .....	79
Cuadro N° 31 Tempo que visita el sector.....	80

Cuadro N° 32 Razón de visita.....	81
Cuadro N° 33 Número de personas que visitan .....	82
Cuadro N° 34 Valor del consumo.....	83
Cuadro N° 35 Número de tilapias consumidas.....	84
Cuadro N° 36 Calidad de atención al turista .....	85
Cuadro N° 37 Calidad del producto ofrecido .....	86
Cuadro N° 38 Calidad de servicios básicos .....	87
Cuadro N° 39 Estado de la infraestructura del local.....	88
Cuadro N° 40 Desarrollo socioeconómico de los habitantes .....	89
Cuadro N° 41 Contaminación en Yahuarcocha.....	90
Cuadro N° 42 Género de Pobladores .....	91
Cuadro N° 43 Edad Pobladores .....	92
Cuadro N° 44 Tiempo de Residencia.....	93
Cuadro N° 45 Nivel de instrucción educativa .....	94
Cuadro N° 46 Número de hijos .....	95
Cuadro N° 47 tipo de educación .....	96
Cuadro N° 48 Actividad a la que se dedica .....	97
Cuadro N° 49 Bienes que posee.....	98
Cuadro N° 50 Frecuencia de ingresos .....	99
Cuadro N° 51 Promedio de ingresos.....	100
Cuadro N° 52 Servicios básicos con los que cuenta .....	101
Cuadro N° 53 Necesidades insatisfechas .....	102
Cuadro N° 54 Contribución para adelanto de familias.....	103
Cuadro N° 56 Inversión de las familias .....	105
Cuadro N° 57 Tipo de financiamiento .....	106
Cuadro N° 56 Oferta de Tilapia .....	110
Cuadro N° 57 Precio de la Tilapia.....	112
Cuadro N° 58 Venta de Tilapia .....	112
Cuadro N° 59 Demanda de Tilapia .....	113
Cuadro N° 60 Incremento de Demanda de Tilapia.....	114
Cuadro N° 61 Costos de Preparación de la Tilapia.....	115
Cuadro N° 62 Generación de Empleo.....	117

Cuadro N° 63 Incremento de Personal Contratado .....	118
------------------------------------------------------	-----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Crecimiento de locales de venta de tilapia .....	8
Gráfico N° 2 Triada de la Gastronomía .....	13
Gráfico N° 3 Edad de propietario de los negocios de venta de tilapia .....	54
Gráfico N° 4 Residencia.....	55
Gráfico N° 5 Tiempo de residencia .....	56
Gráfico N° 6 Instrucción educativa .....	57
Gráfico N° 7 Clase de la infraestructura .....	58
Gráfico N° 8 Crecimiento de la actividad económica.....	59
Gráfico N° 9 Cantidad de tilapia adquirida para ser ofertada .....	60
Gráfico N° 10 Cantidad de residuos producidos.....	61
Gráfico N° 11 Tratamiento de residuos .....	62
Gráfico N° 12 Número de distribuidores de tilapia.....	63
Gráfico N° 13 Días de atención.....	64
Gráfico N° 14 Inversión realizada .....	65
Gráfico N° 15 Número de trabajadores contratados.....	66
Gráfico N° 16 Procedencia del personal .....	67
Gráfico N° 17 Productos ofrecidos .....	68
Gráfico N° 18 Forma de preparación de la tilapia.....	69
Gráfico N° 19 Ventas semanales .....	70
Gráfico N° 20 Incremento de venta de tilapia .....	71
Gráfico N° 21 Actividad que genera mayores ingresos .....	72
Gráfico N° 22 Mejoramiento de calidad de vida .....	73
Gráfico N° 23 Reinversión en el negocio .....	75
Gráfico N° 24 Financiamiento de comerciantes .....	76
Gráfico N° 25 Registro de ventas.....	77
Gráfico N° 26 Proceso de comercialización de la tilapia .....	78
Gráfico N° 27 Frecuencia de visita de turistas .....	79
Gráfico N° 28 Tiempo que visita Yahuarcocha.....	80
Gráfico N° 29 Razones de visita .....	81



Gráfico N° 30 Número de personas que visitan .....	82
Gráfico N° 31 Valor del consumo .....	83
Gráfico N° 32 Número de tilapias consumidas .....	84
Gráfico N° 33 Calidad de atención al turista.....	85
Gráfico N° 34 Calidad del producto ofrecido .....	86
Gráfico N° 35 Calidad de servicios básicos.....	87
Gráfico N° 36 Estado de la infraestructura del local .....	88
Gráfico N° 37 Desarrollo socioeconómico de los habitantes .....	89
Gráfico N° 38 Contaminación en Yahuarcocha .....	90
Gráfico N° 39 Género de Pobladores.....	91
Gráfico N° 40 Edad Pobladores .....	92
Gráfico N° 41 tiempo de residencia.....	93
Gráfico N° 42 Nivel de instrucción educativa .....	94
Gráfico N° 43 Número de hijos .....	95
Gráfico N° 44 Tipo de educación .....	96
Gráfico N° 45 Actividad a la que se dedica .....	97
Gráfico N° 46 Bienes que posee.....	98
Gráfico N° 47 Frecuencia de ingresos .....	99
Gráfico N° 48 Promedio de ingresos.....	100
Gráfico N° 49 Servicios básicos con los que cuenta .....	101
Gráfico N° 50 Necesidades insatisfechas .....	102
Gráfico N° 51 Contribución para adelanto de familias .....	103
Gráfico N° 52 Intervención en actividad gastronómica .....	104
Gráfico N° 53 Intervención en actividad gastronómica .....	104
Gráfico N° 54 Tipo de financiamiento.....	107

## **PRESENTACIÓN**

La presente investigación se desarrolló en cuatro capítulos, el primero se refiere al Planteamiento del Problema, en el cual se abordó los antecedentes del problema de investigación, analizando de una forma nacional hasta llegar al lugar de estudio. El segundo capítulo se refiere al Marco Teórico, en el cual se detalla las bases teórico científicas más importantes como son la Gastronomía típica de Yahuarcocha, el turismo, desarrollo socioeconómico y metodología de la investigación; en el desarrollo del tercer capítulo se detalló la metodología utilizada en cada una de las etapas de la misma, tanto tipo, enfoque, métodos, técnicas e instrumentos de investigación; en el cuarto y último capítulo se realizó el Análisis y Contrastación de las Preguntas de Investigación de los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas aplicadas a turistas, comerciantes y habitantes del sector, después de realizar el análisis, se realizó las pertinentes conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1.1. Antecedentes del Problema**

La gastronomía de Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, andes, Amazonía e insular), las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales. ([www.es.slideshare.net](http://www.es.slideshare.net), 2011)

En la región oriental o Amazónica se ve más uniformidad en la preparación de platos con la gastronomía serrana. Además se destaca la preparación de carnes como la guanta y otros animales de la selva; peces, y plantas típicas de la región. ([www.nickesp.blogspot.com](http://www.nickesp.blogspot.com), 2008)

En la región costa se ha desarrollado una extensa y diversa cultura gastronómica, que se puede subdividir de acuerdo a cada provincia o zona. En la costa ecuatoriana el pescado que suele comerse es conseguido de las aguas del Océano Pacífico o de los innumerables ríos navegables del sector. Entre los principales pescados se encuentran la corvina y la trucha. Algunos de los platos populares con pescado son: los carapachos rellenos, sopa marinera, ceviches de pescado, corviches, etc. Un plato típico de la costa se llama Encebollado de pescado.

Ecuador es un fuerte país exportador de plátano, por lo que este representa un importante elemento en la gastronomía, en especial en la costa ecuatoriana, existen tres principales variedades de plátano, siendo las tres más importantes: el plátano verde, el plátano maduro y el guineo.

Vale destacar de la cocina ecuatoriana los caldos (conocidos como sopas o locros) que suelen prepararse con verduras diversas y carne de gallina, son frecuentemente servidos en los mercados callejeros como desayuno. Algunos de ellos son muy populares como el yahuarlocro que es una sopa con papas que lleva como ingrediente sangre de borrego y una salsa especial, que solo en el Ecuador podrá degustar. (Bailon & Palma, 2011)

En la región andina o sierra se destaca la presencia de platos populares como: el seco de pollo, el cuy estofado, quimbolitos, humitas, tamales, hornado, llapingachos, yahuarlocro, menudo, tripamishqui, locro, caldo de 31, chugchucaras, mote pillo, tostado, entre otros. (www.es.scribd.com, 2011)

Así en la provincia de Pichincha entre sus platos típicos tienen el ceviche de palmito, locro de papas, cerdo horneado, cuy horneado y seco de guanta.

En el Carchi son tradicionales los preparados con papas, habas, choclos, carne de cerdo, de cuy y de gallina. Hay varios platos típicos, pero se destaca el llamado “horneado pastuso”, con tortillas de papa, habas y mellocos.

En Imbabura entre sus platos típicos tenemos el caldo de pata, hornado, empanadas de morocho, helados de paila, arrope de mora, nogadas, carnes coloradas.

Imbabura es la provincia de los lagos, porque se encuentra varios lagos y lagunas. Una de ellas es Yahuarcocha, que se encuentra en la parte nororiente de la ciudad de Ibarra.

El fenómeno del turismo en la provincia de Imbabura aparece en 1945, cuando se percibía la llegada de turistas desde Quito, provenientes del exterior. Estos venían hacia el norte motivados por la visita al Mercado Indígena Otavaleño. Más adelante se miró en la plaza de ponchos pequeñas busetas que llevaban el logotipo de las primeras Agencias de Viajes que traían pasajeros en tours organizados, así Ecuadorian Tours, estos no solo visitaban el mercado, sino también los sitios naturales como las lagunas de San Pablo, Cuicocha y Yahuarcocha.

Uno de los sectores de atracción turística más importantes que ha perdurado en el tiempo es la Laguna de Yahuarcocha, la cual cada semana acoge a propios y extranjeros siendo atraídos por la cercanía a la ciudad de Ibarra en base al atractivo natural, con el objetivo de recrearse y tener un rato de sano esparcimiento y el complemento ideal es la exquisita gastronomía que allí ofrecen, de acuerdo a la Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha existió un promedio de 14243 visitantes por semana en el año 2010 quienes degustan de la gastronomía típica de Yahuarcocha, (ver anexo N° 2)

En los últimos 5 años el crecimiento del turismo en Yahuarcocha ha tenido un crecimiento del 27,07%.

**Cuadro Nº 1 Turistas de Yahuarcocha**

año	vehículos	total ocupantes	promedio semanal de visitantes	buses	total ocupantes	promedio semanal	% de visitantes en bus	total visitantes por semana
2007	156050	468150	9753	11648	232960	4853	1456	11209
2008	163300	489900	10206	11672	233440	4863	1459	11665
2009	193400	580200	12088	12320	246400	5133	1540	13628
2010	203700	611100	12731	12096	241920	5040	1512	14243

**FUENTE:** Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha, 2011

A mediados de la década de los noventa y a comienzo de siglo 21 la laguna fue objeto de contaminación agresiva, que ha extinguido algunas de las especies acuáticas, impidiendo la pesca que la realizaban los moradores para el autoconsumo y la comercialización.

En el año 2010, el Concejo Municipal de Ibarra declaró la emergencia para la laguna de Yahuarcocha, por los múltiples problemas de contaminación que se registraron. Esta ordenanza fue elevada a Decreto de Emergencia, por parte del Presidente de la República Rafael Correa, en fiestas de fundación de San Miguel de Ibarra.

A raíz de la disposición presidencial, la delegación provincial del Ambiente, en Imbabura, se responsabilizó de hacer un estudio sobre el caso, que mantiene en preocupación tanto a autoridades, pobladores del sector y a los ibarreños en general.

Carlos Ipiales presidente del barrio afirma que hasta enero del 2011, no se ha dado ningún tipo de corrección a los problemas suscitados en este sector a causa de la contaminación; los proyectos han quedado en papeles y es por esto que las asociaciones de comerciantes y demás personas que tienen sus

negocios se han organizado para realizar mingas de limpieza todos los días lunes para que la basura no se acumule y no cause más contaminación.

Además en la declaratoria de emergencia se propuso realizar proyectos de crianza de tilapia para abastecer a los comerciantes de este sector, ya que la tilapia se la obtiene de la región costa, y es por eso que su precio se eleva, especialmente en épocas de escases.

En Yahuarcocha existe una tradición en la venta de gastronomía típica desde hace 20 años, mediante micro empresas de tipo familiar; Mercedes Gavilima fundadora de esta actividad desde hace más de 20 años, empezó la actividad vendiendo tilapias que eran extraídas de la laguna de Yahuarcocha, conforme aumentaba la clientela también se incrementaba la competencia.

La producción de tilapia del sector no abasteció la demanda y se tuvo que adquirir la tilapia de la región costa. Los comerciantes de tilapia afirman que el difícil acceso a créditos bancarios ha imposibilitado el desarrollo del sector impulsándose por ellos mismo, han logrado construir sus locales y atender a los turistas con recursos propios.

La preparación de platos en base a pescado poco a poco ha ido convirtiéndose en una actividad económica que genera plazas de trabajo y contribuye al desarrollo del turismo y los turistas se ven apetecidos por los platos típicos que se expenden.

Al momento se preparan una variedad de platos típicos, que ya se ha convertido en tradicionales de este sector, estos se preparan todos los fines de semana, aumentando su demanda en los feriados. Situación que, de una u otra manera, ha generado mayores fuentes de trabajo e ingresos para las familias.

La cantidad de tilapia que se consume en Yahuarcocha equivale a 175 quintales o 17.5 toneladas métricas semanales, que son ofertadas a los turistas y visitantes en mayor cantidad los días (Sábado y Domingo) tomando en cuenta que hay personas que venden todos los días pero de acuerdo al SEMY el registro de turistas es muy bajo comparado con los fines de semana.

**Cuadro Nº 2 Distribución de Tilapia**

<b>Nombres</b>	<b>carga semanal</b>	<b>entrega en otros lugares</b>	<b>Entrega semanal en Yahuarcocha</b>
Carlos Ipiales	40	10	30
Elizabeth Méndez	45	25	20
Gladys Méndez	50	20	30
Milton Ordoñez	70	50	20
Susana Alba	70	20	50
Wilson Pinango	50	25	25
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>150</b>	<b>175</b>

**FUENTE:** Gladys Méndez, proveedora de tilapia

**ELABORADO POR:** autora, 2011.

En la base de datos del Ilustre Municipio de Ibarra hasta el mes de enero del 2011, se encuentran registradas las personas que tienen actividad económica en el sector de Yahuarcocha siendo 91 vendedoras de tilapia, 2 restaurantes, 13 tiendas, 1 asadero de pollos, 2 servicios de canoas, 2 cabinas telefónicas, 1 botiquín médico, 1 distribuidor de gas, 1 karaoke, 1 servicio de cuadroneos, 1 centro de rehabilitación para alcohólicos, 2 papelerías, 10 puestos de venta de frutas, 1 hotel, 1 complejo, 1 hospedaje, 1 salón de actos y recepciones, (ver anexo Nº1), todas estas personas de alguna manera aportan al desarrollo del sector.



El problema que se ha generado es la incorrecta organización administrativa y contable en los puestos de venta de tilapia, ya que los comerciantes no llevan un registro de sus ventas, ingresos y egresos, por lo tanto no tienen un registro de sus utilidades, como tampoco la mayoría no saben el crecimiento de sus negocios.

En vista de que las investigaciones al respecto son escasas, no se ha podido determinar la verdadera incidencia de la gastronomía típica en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de San Miguel Yahuarcocha, se ha planteado efectuar el estudio de esta actividad económica, que en los últimos tiempos va tomando mayor magnitud.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿La Gastronomía Típica de Yahuarcocha tiene un impacto positivo o negativo en el Desarrollo Socioeconómico de los habitantes de la Comunidad San Miguel de Yahuarcocha?

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

### **1.3.1. Objetivo General**

- Determinar la incidencia de la gastronomía típica en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la oferta de tilapia que realizan los comerciantes de Yahuarcocha y demanda de tilapia de los turistas que ingresan a al sector.

- Identificar la inversión y el empleo de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.
- Identificar cual es el proceso de comercialización del producto (tilapia) de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.
- Determinar las necesidades insatisfechas de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.
- Identificar el nivel socioeconómico de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.

#### **1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

##### **1.4.1. Pregunta General**

- ¿Cuál es la incidencia de la gastronomía típica en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?

##### **1.4.2. Preguntas Específicas**

- ¿Cuál es la oferta de tilapia de los comerciantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha y demanda de tilapia de los turistas que ingresan al sector?
- ¿Cuál es la inversión y el empleo de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?
- ¿Cuál es el proceso de comercialización del producto (tilapia) de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?

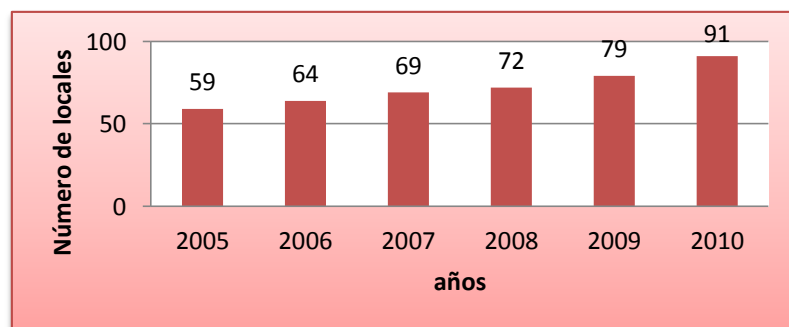
- ¿Cuáles son las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes de la Comunidad San Miguel de Yahuarcocha?
- ¿Cuál es el nivel socioeconómico de los habitantes de San Miguel de Comunidad Yahuarcocha?

### 1.5. Justificación

El presente estudio se justifica debido a que en la actualidad la venta de tilapia en Yahuarcocha ha aumentado considerablemente ya que a través de la observación directa se puede apreciar los días domingos la gran cantidad de personas que acuden a degustar los platos que en este sector se preparan, y a su vez los comerciantes mueven considerables cantidades de dinero, y en la actualidad no se sabe cómo se encuentra esta actividad.

En este lugar existen 91 locales dedicados a la venta de tilapia que se han venido generando desde hace más de 20 años atrás, pero a partir del año 2004 la aparición de personas dedicadas a la venta de pescado ha venido incrementándose, es así que se puede apreciar en el siguiente gráfico la evolución de los mismos. (Ver anexo N° 2).

**Gráfico N° 1 Crecimiento de locales de venta de tilapia**



**Fuente:** Municipio de Ibarra, Departamento de Rentas, 2011  
**Elaborado por:** La autora, 2011.

El crecimiento de los locales dedicados a la venta de tilapia ha tenido un crecimiento del 54,24% en los últimos 5 años, es por esto que la investigación es importante para determinar la incidencia de esta actividad en el desarrollo de las personas que intervienen en la misma, además es importante porque la información servirá al Municipio de Ibarra para que disponga de información detallada y actualizada respecto al objeto de estudio, que pueda ser proporcionada a cualquier autoridad de turno, la misma servirá para el diseño de Planes, Programas y Proyectos, en beneficio del sector.

La investigación tiene como beneficiarios a los comerciantes que expendan la gastronomía típica de Yahuarcocha, quienes podrán tener un documento informativo de cómo está desarrollándose la actividad en el sector, con el fin de corregir los errores y potencializar los aciertos. Además esta información será de gran utilidad al Ministerio de Turismo, quienes podrán incursionar en la propuesta de proyectos para captar mayor cantidad de turistas de los existentes, donde haya seguridad, apoyo y pueda el Cantón beneficiarse con los ingresos que esta actividad genera.

El problema y tema son originales y parte de una motivación personal, hecho al ser moradora del sector y estar ligada a un pequeño comercio que atiende a las personas que visitan este lugar turístico. Se ha palpado directamente de los problemas socioeconómicos de los pobladores del Sector de Yahuarcocha, debido a que las actividades productivas y de servicios que desarrollan no les aseguran una razonable rentabilidad, por el desorden contable y administrativo con que llevan sus pequeños negocios, redundando en un cuestionable servicio a los turistas. Precisamente esta problemática motiva efectuar una investigación que llegue a formular posibles soluciones.

La cobertura de la investigación se refiere a 91 comerciantes asentados a lo largo de la autopista, mismos que se encuentran registrados por el Municipio

de Ibarra; alrededor de 14243 turistas que semanalmente visitan el sector y 3000 habitantes de la Comunidad San Miguel de Yahuarcocha.

Todos involucrados en las varias actividades económicas presentes en el sector y que de una u otra forma contribuyen al turismo, incremento de empleo, generación de ingresos y mejoramiento del nivel de vida.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico amplía la descripción del problema; integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas. Toda ciencia está estructurada por dos elementos básicos: la teoría y el método de trabajo. Toda investigación requiere un conocimiento presente de la teoría que explica el área fenómenos de estudio, ayuda a precisar y organizar lo elementos contenidos en la descripción del problema de tal forma que puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas.

*Para BERNAD C, (2000): “el marco teórico comprende la ubicación del problema en una determinada situación histórico social, sus relaciones con otros fenómenos, las relaciones de los resultados por alcanzar con otros ya logrados...” (pág. 125).*

#### 2.1. Teoría Base

La gastronomía de Ecuador tiene una variedad de sabores, los platos preparados varían de acuerdo a cada región del país, con ingredientes propios de gran calidad, se elaboran platos como: pescados, mariscos, carnes de cordero, cerdo, vaca y pavo, las papas, maíz, frutas, verduras entre otras.

En el Ecuador existe una gran diversidad de platos típicos distinguiéndose por la región, provincia, ciudad y sector, por ejemplo en la provincia de Imbabura tiene una variada gama de platos típicos como es el cuy en Natabuela, fritada en Atuntaqui, helados de paila en Ibarra y en el sector de Yahuarcocha las tilapias.

Para hacer un estudio más detallado de la incidencia que tiene la gastronomía típica en el desarrollo socioeconómico se estudió el sector de Yahuarcocha que presenta diferentes alternativas alimenticias, una de las más destacadas es la tilapia.

### **2.1.1. Gastronomía**

La gastronomía no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra, por lo que la gastronomía, está inexorablemente vinculada a la cultura de los países. Por esto podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. (www./comidadelmilenio.blogspot.com, 2011)

### **2.1.2. Definición**

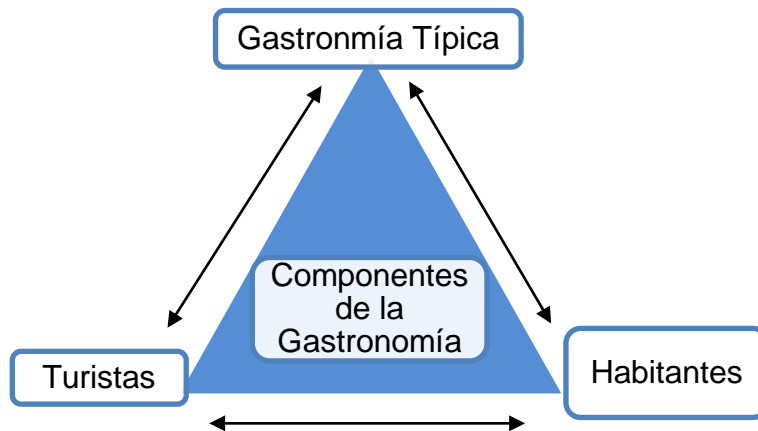
*Según (www.definicionabc.com), 2010, se establece que: “gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias”.*

El plato típico de Yahuarcocha es preparado con el principal producto que es la tilapia proveniente de la región costa, y acompañados con productos provenientes de la región sierra como es la papa, el maíz y ensalada.

### 2.1.3. La Triada de la Gastronomía Típica

La teoría de las triadas es el grupo de tres elementos con similitud en sus propiedades. A continuación se presentan eventos de la teoría de las triadas que se aplican al sector objeto de estudio con sus componentes se interrelacionan entre sí en el sector Gastronómico de la siguiente manera:

**Gráfico Nº 2 Triada de la Gastronomía**



Elaborado por: autora, 2011.

### 2.1.4. Gastronomía en Yahuarcocha

#### 2.1.4.1. Principal Producto Utilizado en la Gastronomía Típica de Yahuarcocha

##### a) El Pescado

El pescado constituye un elemento fundamental en la dieta de las personas, ya que aporta con valores nutricionales para el buen funcionamiento del organismo.



El sector de Yahuarcocha se encontró 91 locales dedicados a la oferta de este producto alimenticio. Las pescaderías son uno de los eslabones por los que pasa el pescado desde que se captura en el mar hasta que llega al domicilio del consumidor.

En los locales donde, manipulan este tipo de alimento se deben dar unas circunstancias muy específicas para que el producto mantenga todas las garantías de inocuidad, para ello, cuentan con normativas higiénicas y una guía de buenas prácticas. Cada uno de estos establecimientos es responsable de que los productos sean seguros. Del buen control y buenas prácticas higiénicas que apliquen las pescaderías depende en buena parte la inocuidad del pescado.

En concordancia con los distintos tipos de peces, se obtienen distintos tipos de pescados.

- **Tilapia**

**Ilustración N° 1 Tilapia**



**Fuente:** ([www.elnacimientorestaurant.com](http://www.elnacimientorestaurant.com), s.f.)

En Yahuarcocha se evidenció que se ofrece al público dos tipos de tilapia: roja y negra, que son traídas desde la región costa, estas son preparadas en su mayoría fritas y al horno de leña.

- **Calidad del Pescado**

El crecimiento bacteriano es el principal factor que limita el tiempo comercial del pescado, produciendo su alteración y la aparición de olores desagradables. El control de la calidad en los productos pesqueros depende de que se apliquen los criterios apropiados en las diferentes fases de la cadena de distribución.

La Dirección de Salud de Imbabura obliga a los distribuidores de tilapia a vender el producto a los comerciantes el día miércoles, haciendo un chequeo de calidad en la transportación de los mismos ya que los vehículos deben presentar normas de higiene y congelación para la transportación.

- **Conservación del Pescado**

*Según VACAS, Marcelo, (2010) , expresa: “Definir la vida útil de los productos pesqueros frescos implica tener en cuenta factores como la calidad microbiológica, la estación, el área geográfica y la alimentación” (pág. 96).*

Los establecimientos que expenden la tilapia tienen grandes congeladores que permiten mantener fresco el producto hasta que este llegue al consumidor final.

- **Vida Comercial del Pescado**

*El mismo autor, indica que “Cuando el pescado se mantiene en una temperatura de 4°C, la vida comercial se termina a los 2 días, si se mantiene al aire, sin*

*ninguna protección. Sin embargo, cuando se realiza un envasado se modifica la atmósfera del producto de forma que se sustituye el aire por otras mezclas de gases se aprecia que este periodo comercial puede prolongarse considerablemente” (pág. 99).*

El producto ofrecido en Yahuarcocha es consumido en el término de tres días contados a partir del día de entrega del mismo, además el pescado sigue un proceso de limpiar sus vísceras y congelar hasta el día de su venta.

- **La Seguridad y la Calidad del Pescado**

Desde que el empleo del congelador y refrigerador se ha generalizado en el entorno doméstico como sistema de conservación en el sector de Yahuarcocha los comerciantes tienen un sistema de congelación y cadena de frío para el mantenimiento del producto.

#### **2.1.4.2. Variedad de Platos Típicos en Yahuarcocha**

##### **a) Tilapia Frita**

La tilapia Frita es un plato típico que para ser preparada emplea, aceite bien hirviendo para que este no se pegue en la paila, y se sirve acompañado de los siguientes ingredientes: papas, ensalada (tomate, cebolla), tostado y limón, en algunos locales se pudo observar que también sirven con arroz.

##### **b) Tilapia al Horno**

Esta forma de preparación es nueva en el sector ya que iniciaron unos pocos locales con este método pero en la actualidad todos los negocios de venta de tilapia cuentan con este servicio. Este plato lo preparan en horno de

leña, conservando su sabor natural y de igual manera lo sirven con papas, ensalada y limón.

#### **c) Caldos de Gallina Criolla**

Está preparado con: gallina de campo, zanahoria, vainita, arveja, arrocillo y condimentos naturales. Se sirve acompañado de una porción de yuca o papas y hierbas.

#### **d) Empanadas**

Es una masa de harina, la cual puede estar rellena de queso, plátano maqueño, carne y arroz.

#### **e) Choclo con Queso**

El choclo se sirve con un cuarto de queso amasado, el precio depende del tamaño de este.

#### **f) Chochos con Tostado**

El plato está compuesto por una porción de chochos, una de tostado, ensalada de tomate y una taja de limón.

A todos estos platos según el gusto del cliente se puede acompañar con ají. Por otro lado como bebidas se brinda chicha de arroz bien fría o a su vez gaseosas.

## **2.1.5. Turismo**

### **2.1.5.1. Definición**

*Para la página web [www.misrespuestas.com](http://www.misrespuestas.com), 2010, define como: “aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita”.*

La actividad turística tiene subdivisiones, por ejemplo, el turismo de compras y turismo familiar.

### **2.1.5.2. Mercado Turístico**

*MUÑOZ F, (2003): “Es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que los empresarios ofrecen a cambio de un precio” (pág. 3).*

Entonces, en esta época se ofertan un sin número de productos, los cuales tienen demanda para ser la visita mucho más placentera.

### **2.1.5.3. Oferta Turística**

*Documento La Oferta y La Demanda, (2005) de la Web, a la oferta se define como: “La cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado.*

Uno de los principales atractivos de Yahuarcocha es su laguna y su paisaje así como su historia que todos los ecuatorianos especialmente los imbabureños debemos conocer.

#### **2.1.5.4. Demanda Turística**

*Documento La Oferta y La Demanda, (2005) de la Web, se argumenta en cuanto a la demanda: “En economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor”.*

La demanda de los servicios turísticos de Yahuarcocha ha tenido un crecimiento considerable tomando en cuenta los últimos 5 años atrás.

#### **2.1.5.5. Clases de Mercados Turísticos**

##### **a) Turismo de Compras**

*La página web [www.es.wiktionary.org](http://www.es.wiktionary.org) afirma que es: “Turismo cuya motivación principal son las compras. Está relacionado con los buenos precios de la destinación o con productos de artes o tecnología avanzadas que no se encuentran en el país de origen del viajero”.*

Relacionando al tema de estudio, se puede decir que muchos turistas que visitan el sector de Yahuarcocha, lo hacen por adquirir los platos típicos preparados en este lugar y degustar así la gastronomía tradicional.

##### **b) Turismo Familiar y de Amigos**

Parte del turismo social cuya actividad la practican familias trabajadoras con hijos menores de edad, sujetas a limitaciones temporales en cuanto a las vacaciones (tanto laborales como escolares), con escaso poder adquisitivo y con un nivel de ahorro para actividades turísticas también reducido.

En efecto, el turismo de Yahuarcocha es mayoritariamente familiar, grupos familiares que concurren a este lugar a gozar de momentos de esparcimiento, alegría y descanso, especialmente fines de semana y días feriados.

### **c) Turismo de Deportes y/o Aventura**

Según DONALD, Lunaherg, citado por el LIMA, Ramiro y otros (Tesis La carencia de estrategias...), sostiene que: “Posiblemente este turismo es el Turismo de Entusiasmo, porque es el que mueve más gente joven y además el turismo más sano porque su motivo principal es el deporte y el deporte es salud” (pág.31).

Yahuarcocha cuenta con una amplia pista para practicar deporte como ciclismo, triatlón, en la laguna se realiza competencias de natación especialmente en fiestas de Ibarra, desde sus lomas suele practicarse parapentismo, además en el autódromo de José Tobar se realizan competencias automovilísticas, y en la pista las garzas competencias de motos, es por esto que este sitio se ha convertido en un lugar visitado por todos las personas cuando llegan a Ibarra.

### **d) Turismo Gastronómico**

La gastronomía es uno de los principales objetivos de los turistas o visitantes, para satisfacer el paladar con una gastronomía típica del sitio turístico, al cual se acude.

***Cárdenas Fabio. (2001), entiende como turismo gastronómico “la afición a satisfacer los gustos que al paladar produce la comida selecta, dando lugar no solo a una serie de viajes para encontrar los manjares más agradables, sino a un conjunto de intercambio de alimentos y bebidas...” (pág. 83).***

Se puede decir que la las personas que visitan Yahuarcocha es debido a la gastronomía que allí se expende, además se pudo observar que los precios son accesibles en relación a los platos de la región costa.

### **e) Desarrollo Socioeconómico**

Es pertinente mencionar la importancia de las personas, las empresas y la actividad económica para el desarrollo ya que son la parte neurálgica de nuestras sociedades, sin embargo se ignora los problemas que atraviesa la sociedad.

El desarrollo es uno de los términos más usados por los expertos, por la gran importancia que esto conlleva al mejoramiento de lo económico social, donde las necesidades desembocan en la producción tanto de bienes como de servicios para las diferentes sociedades.

La sociedad tiene como característica principal la interacción de los individuos que interactúan entre sí, por medio de los factores culturales ahondando esfuerzos por un medio cooperativo para formar una unidad social (comunidad), realizando cambios culturales y cohesión entre los moradores y sacar a delante a la comunidad.

Otra concepción con respecto al pilar de la sociedad es: "... el conjunto de individuos que comparten una cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad basándose en las necesidades".



## **2.1.6. Desarrollo Social**

***RUDOLPH, H, (2000), afirma que: “es la socialización, la manera en que un ser esencialmente biológico se transforma en un ser social muy complejo” (pág.532).***

Una de las acciones que la municipalidad de Ibarra desea emprender, es la implementación de un gran proyecto “malecón” que beneficiara de manera directa a los comerciantes y habitantes de Yahuarcocha, de esta manera se mejorará la imagen de este sitio turístico y conjuntamente habrá un incremento de visitantes, y su vez la economía de este sector se dinamizará.

Este desarrollo estará dado cuando las acciones del gobierno mejoren localidad de vida de los moradores de este sector, mejorando el acceso vial, salubridad, vivienda, servicios básicos.

### **2.1.6.1. Acceso a Servicios Básicos**

Los servicios básicos de este sector carecen de calidad, a través de la observación directa se pudo evidenciar que el alcantarillado del sector está colapsado, es por ello que la Empresa Municipal de Agua Potable (EMAPA) va a implementar un proyecto de tratamiento de aguas servidas para conducir al lago agua más purificada, además el agua potable es escasa, en épocas de lluvia es turbia y hace falta un mejor tratamiento.

### **2.1.6.2. Niveles de Vida**

Nivel de vida, en economía, estimación de la cantidad de riqueza y de la prosperidad de la población de un país. Por lo general se estima el nivel de vida en función de bienes materiales, de los ingresos obtenidos y los bienes

de consumo que se pueden adquirir con aquéllos, pero no se tiene en cuenta, por ejemplo, la contaminación atmosférica, que sí se estima al analizar la calidad de vida.

#### **2.1.6.3. Educación**

De acuerdo al trabajo de investigación de Juan Barreno 2010, La mayoría de comerciantes de Yahuarcocha tienen apenas estudio primario, en algunos casos de acuerdo a las encuestas realizadas estas personas ni siquiera terminaron la primaria, pero sus hijos han mejorado esas condiciones en cuanto a educación, estos en gran parte cursan estudios universitarios es por eso que en estas microempresas no existe ningún tipo de registro contable por tanto no saben el crecimiento de su economía.

#### **2.1.6.4. Salud**

En el Ecuador la gratuidad de la salud pública ha regido desde el año 2009, las personas de Yahuarcocha acuden en su mayoría a la atención de salud pública debido a la gratuidad; solo un porcentaje mínimo asiste a una consulta de salud privada.

#### **2.1.6.5. Tipo de Vivienda**

La vivienda es un elemento fundamental del tejido social y económico de una nación. En el sector se encuentra la mayoría de viviendas de bloque y ladrillo, tomando un cambio ya que antiguamente todas las casas estaban construidas de adobe.

#### **2.1.7. Desarrollo Económico**

*A criterio de BEKER V, y MOCHÓN F, 2001: "es el proceso del crecimiento de una economía, a lo largo del cual se aplican nuevas tecnologías y se producen transformaciones sociales, con la consecuencia de una mejor distribución de la riqueza y del ingreso" (pág. 292).*

*De acuerdo al criterio anterior podemos decir que es un proceso mediante el cual los países pasan de un estado atrasado de su economía a un estado avanzado la misma. Este nivel alcanzado en el desarrollo representa mejores niveles de vida para la población en su conjunto; implica que los niveles de vida se van mejorando día con día, lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Representa la expansión del PIB o producción potencial nacional de un país (Samuelson P y Nordhaus W, (2002)*

*Para BARRENO, Juan, (2010), opina que: "obtener un desarrollo social, debe ir de la mano con el desarrollo económico en el cual implica un empleo, el cual le brinde un ingreso de efectivo constante para poder solventar el coste de vida y tener un nivel de vida digno, con el objetivo de ahorrar y en un tiempo determinado poder invertir" (pág. 41).*

#### **2.1.7.1. Producto Interno Bruto**

*Según (www.Producto interior bruto ), (2011): "El PIB es una magnitud denominada de flujo, que contabiliza sólo los bienes y servicios producidos durante la etapa de estudio. El significado de flujo o corriente se contrapone al de fondo o stock. El primero se refiere a un periodo de tiempo (día, semana, mes, año, etc.) que además debe expresarse de forma clara, si bien en muchos casos y ante un uso generalizado, dicho periodo de tiempo puede sobreentenderse".*

La gastronomía en el Ecuador aporta con un 10 % al PIB cada año, debido a que esta actividad pertenece a l sector de la economía terciario.

- **PIB nominal**

*La misma página web define al PIB nominal: “es el valor monetario de todos los bienes y servicios que produce un país o una economía a precios corrientes en el año en que los bienes son producidos. Al estudiar la evolución del PIB a lo largo del tiempo, en situaciones de inflación alta, un aumento substancial de precios, aún cuando la producción permanezca constante, puede dar como resultado un aumento sustancial del PIB, motivado exclusivamente por el aumento de los precios”.*

- **PIB real**

*A sí mismo a l PIB real “se define como el valor monetario de todos los bienes y/o servicios producidos por un país o una economía valorados a precios constantes, es decir valorados según los precios del año que se toma como base o referencia en las comparaciones. Este cálculo se lleva a cabo mediante el deflactor del PIB, según el índice de inflación o bien computando el valor de los bienes con independencia del año de producción mediante los precios de un cierto año de referencia”.*

### **2.1.7.2. Inversión**

Acercada de la inversión BEKER, V y MOCHÓN, F, (2001), opinan que: “la inversión depende de diversos factores, en los que cabe destacar: los tipos de interés, el nivel de la capacidad utilizada y las expectativas empresariales”.

Al aumentar el stock de capital, es uno de los factores más gravitantes para el crecimiento.

*De la misma manera (SAMUELSON, P y NORDHAUS, W, (2002), define que la inversión: “es la acumulación de capital, aumentando la cantidad de edificios y equipo, eleva la producción potencial de un país y fomenta el crecimiento económico a largo plazo” (pág. 406).*

### 2.1.7.3. Ahorro

Es la parte de la renta que no se consume inmediatamente y que se destina a inversiones o adquisiciones futuras, “diferencia entre el ingreso personal y el gasto de consumo” (BEKER, V y MOCHÓN F, 2001).

La teoría Keynesiana supone que el consumo es una función del ingreso, lo que quiere decir que al aumentar el ingreso aumenta también el consumo, pero en una forma menos que proporcional, en razón que existe una escala de necesidades y un límite de satisfacción de las mismas. En términos cuantitativos, de cada incremento, del ingreso se destina una porción menor al consumo y una porción mayor al ahorro.

### 2.1.6.1. Comercialización

La página web [www.tumercadeo.com](http://www.tumercadeo.com), define: “La Comercialización **es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa**. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor”.

Con la atención al turista, mediante el servicio de gastronomía tradicional, por parte de varios negocios y microempresas, se espera contribuir al crecimiento económico y desarrollo social de este sector, el proceso de comercialización inicia en la región costa desde los criaderos de tilapia, de donde compran los comerciantes mayoristas provenientes de la ciudad de Ibarra, luego es distribuido a las comerciantes minoristas del sector de Yahuarcocha, quienes se encargan de dar el tratamiento especial a la tilapia para que llegue al consumidor final.

#### **2.1.7.4. Empleo**

Ocupación y desempeño de un puesto de trabajo entre un patrón y un trabajador a cambio de un salario realiza una labor por cuenta del patrón.

##### **a) Empleo Informal**

Actividad económica que se realiza al margen de la legalidad, los trabajadores no están registradas en el patrón fiscal y en consecuencia no pagan impuestos.

La mayoría de trabajadores que prestan los servicios en los locales de comida de Yahuarcocha no se encuentran afiliados al IEES lo que perjudica al trabajador y los patronos están cometiendo una ilegalidad.

#### **2.1.7.5. Desempleo**

*De acuerdo a SAMUELSON, P y NORDHAUS, W, (2002), “Son las personas que no están ocupadas pero que están buscando trabajo activamente o están esperando para volver a trabajar” (pág. 574).*

En el Ecuador la tasa del desempleo se encuentra en 6.10 % según datos estadísticos del Banco Central, lo que quiere decir que las personas no tienen ingresos para sustentar sus gastos y mejorar la calidad de vida. En la Comunidad de Yahuarcocha existe una gran cantidad de personas desempleadas que han optado por trabajar por horas en los sitios de venta de tilapia.

### 2.1.7.6. Empresa

**SAMUELSON, P.:** *“Unidad de producción privada básica en una economía, contrata trabajo, alquila o posee capital y tierra y compra otros factores con el fin de producir y vender bienes y servicios” ( pág.87).*

Base teórica fundamental a que se refirió a la investigación, específicamente a las microempresas que se encuentran asentadas en el sector de estudio.

#### a) Oferta

Acerca de la oferta MOCHÓN, Francisco, (2006):”la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos, ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente, la oferta recoge las intenciones de venta de los productores” (pág. 23).

Los comerciantes de Yahuarcocha en promedio cada semana ofrecen 175 quintales de tilapia, entre otros platos alimenticios que satisfacen las necesidades de los consumidores.

#### b) Demanda

**Para MOCHÓN, Francisco, 2006, la demanda significa:”estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es realmente la adquisición, la demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción, un agente demanda algo cuando lo desea y además posee los recursos posee los recursos para acceder a él” (pág. 18).**

Los demandantes de tilapia cada semana superan las 14000 personas, quienes degustan de los platillos preparados en el sector, siendo estos

accesibles para todo público ya que se puede encontrar tilapias desde 1,00 dólar hasta 7,00 dólares, dependiendo de su tamaño.

### **c) Producto**

*CASTRO, Aníbal, (2000), al respecto manifiesta que: "El producto es el elemento más importante de la estrategia de marketing de una empresa, siendo el resto de las variables aspectos diferentes que permiten alcanzar un determinado posicionamiento del propio producto en el mercado" (pág. 24).*

Los productos tienen una serie de características físicas que les pueden diferenciar de otros, pero esta diferenciación, aun siendo real, puede no ser percibida por el consumidor, por lo que en este caso los productos se les presentan iguales. Serán los aspectos psicosociológicos los que pueden hacer que la percepción del producto por parte del consumidor sea diferente.

### **d) Precio**

*Para DOMINGUEZ, Ignacio, (2008), argumenta lo siguiente: "Conceptualmente, el precio se define como la expresión del valor que tiene un producto o servicio en términos monetarios y/o de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo" (pág. 1).*

Los precios de los platos que ofertan los comerciantes de Yahuarcocha no se encuentran estandarizados ni vigilados por las autoridades competentes y existe una variedad de precios del mismo producto en los locales.

### **2.1.7.7. Microempresa**

*Sandoval M. (2010), define a la microempresa como: "Aquella unidad económica personal o familiar que desempeña actividades de producción, comercio y de servicios que tienen menos de diez empleados de ingresos relativamente bajos, además que constituya a su negocio como fuente de ingresos más importante del hogar" (pág. 30).*



La microempresa es una unidad productiva dedicada a generar recursos para los propietarios y sus trabajadores.

En Yahuarcocha existen 91 microempresas que son manejadas en familia las cuales dan plazas de empleo a propios y extraños del sector; además debido a la actividad gastronómica se pudo evidenciar que existen varios comerciantes informales dedicados a la venta de Cd musicales, ropa, plantas entre otras cosas, pero estas personas no tienen un puesto fijo por lo tanto al llegar la noche desalojan el sector a diferencia de la mayoría de comerciantes de tilapia tienen sus locales propios.

#### **2.1.7.8. Servicio**

*De acuerdo a ([www.mitecnologico.com](http://www.mitecnologico.com)) , cita que: “un servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente. De esta forma, el servicio podría definirse como un bien no material”.*

En economía y en marketing (mercadotecnia) un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

Las personas dedicadas a ofertar gastronomía típica en Yahuarcocha prestan un servicio a los visitantes y turistas que acuden a este sector, ofreciendo variedad de platos preparados a base de tilapia entre otros.

### **2.1.7.9. Sectores de la Economía**

La industria turística es un potente motor de crecimiento. Una importante fuente de ingresos que puede ayudar, en gran medida a paliar problemas económicos de los países en vías de desarrollo. El turismo es toda una oportunidad que, afortunadamente, muchas naciones, como el Ecuador, están sabiendo aprovechar.

Sobre los Sectores de la Economía de un determinado país se divide en tres grandes grupos los cuales se unen entre sí, porque hay una dependencia intrínseca entre estos sectores los cuales son los siguientes: sector primario, sector secundario y sector terciario o de servicios.

#### **a) Sector Primario**

*Castaño R, (2000), afirma que el sector primario: “incluyen las unidades económicas que generan bienes como es el caso de las actividades extractivas y las de cultivo agrícola y forestal” (pág. 4).*

Los habitantes de Yahuarcocha hace unos 10 años atrás se dedicaban la agricultura y por la falta de diversificación de la producción el suelo fue deteriorándose y sus cosechas ya no generaban réditos económicos. Es por eso que la gente ha salido de esta actividad y mejor se ha dedicado al comercio.

#### **b) Sector secundario**

*Para ACOSTA, A. 2004: “es aquel vinculado a las tareas manufactureras o de transformación de la materia prima que se lo realiza en una economía, por ejemplo industrias, artesanías, platos típicos”*

### c) Sector Terciario

*Es aquel vinculado a las tareas de atención o servicios en una economía, por ejemplo hotelería y restaurantes” (ACOSTA, A. 2004). En el sector terciario se encuentra ubicada la actividad turística, que brinda servicios de hotelería, gastronomía, juegos de diversión, entre otros.*

La investigación se basó en su mayor parte en este sector de la economía ya que la gastronomía se considera un servicio de comida por tanto los comerciantes de Yahuarcocha prestan servicios de alimentación a propios y extraños.

#### 2.1.7.10. Factores de Producción

La producción es un conjunto de actividades, procesos realizados por el hombre con el fin de crear nuevos productos, transformar o dar un valor agregado a los bienes o servicios, para satisfacer las necesidades, mediante la utilización de factores de producción tales como la tierra, el capital, y el trabajo.

##### - **Tierra**

Se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformados en el proceso de producción, tierra, agua, minerales, vegetales, en si todo lo que se extrae de la tierra. La tierra también comprende las corrientes de agua con las cuales produce la fuerza motriz que, en gran escala, es indispensable para la producción.

##### - **Capital**

*Para SAMUELSON, P y NORDHAUS, W, (2002), el capital “está formado por bienes duraderos producidos que se utilizan, a la vez como factores productivos para producir más. Algunos bienes de capital duran unos años, otros cien o más pero su propiedad esencial radica en que se trata tanto de un buen factor como de un buen producto” pág. 235).*

Es la cantidad de recursos, bienes, valores disponibles para satisfacer las necesidades o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico.

#### **- Trabajo**

Es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorporan en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta a la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.

#### **2.1.7.11. Efecto Multiplicador**

Es un término macroeconómico que explica la forma de distribuir el dinero entre los agentes económicos. Así se puede observar cómo un aumento de la demanda agregada y de la producción de bienes de consumo produce un incremento aún mayor en la renta nacional y en las inversiones.

El efecto multiplicador se genera, por ejemplo cuando un turista tiene ingresos de \$100 dólares (sueldo), el cual gasta \$10 en la compra de comida típica en Yahuarcocha, el propietario del puesto de venta de tilapia compra \$1 dólar de pan en la panadería de la esquina, el tendero utiliza ese dinero colación de su hijo. En conclusión, el mismo dinero circula en la economía cuatro (4) veces allí la importancia de del turismo porque distribuye la riqueza entre varias personas.

El Efecto Multiplicador es el conjunto de incrementos que se producen en la Renta Nacional de un sistema económico, a consecuencia de un incremento externo en el consumo, la inversión o el gasto público.

#### **2.1.7.12. Deshechos.**

Toda sociedad genera desechos de diferente índole una de esta es los desechos orgánicos e inorgánicos que se puede apreciar en el sector de Yahuarcocha, generando semanalmente considerables cantidades de (hueso de pescado) los cuales, de acuerdo a la presidenta de vendedoras de tilapia no se da un tratamiento a estos residuos, y es importante que a este tipo de desecho se dé un tratamiento especial para generar algún tipo de abono orgánico y sirva de apoyo para la misma comunidad.

##### **a) Residuo Domiciliario**

Este tipo de residuo lo generan las familias dentro de sus hogares especialmente al preparar sus alimentos, además este tipo de basura puede ser clasificado para mitigar el impacto ambiental, en la actualidad existen proyectos de clasificación de desechos que la ciudadanía por falta de cultura en su mayoría no lo ha puesto en práctica.

##### **b) Residuo Gastronómico**

Se origina desde el procesamiento de la tilapia; primeramente al ser limpiada se obtiene las vísceras y la escama que en la actualidad no es tratada esto según los distribuidores de tilapia quienes cada semana retiran el residuo del comerciante y van a depositar al botadero de basura; luego se obtiene el esqueleto del pescado que sumados de todos los locales dedicados a vender este producto se estima que se produce 10 toneladas y además a este residuo

no se le está dando un tratamiento adecuado para hacerlo productivo.

## **2.1.8. Métodos y Técnicas de la Investigación**

### **2.1.8.1. Métodos**

#### **2.1.8.1.1. Método Inductivo**

*Méndez C. (2003), en referencia al método inductivo manifiesta que es un: “Proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada” (pág. 141).*

#### **2.1.8.2. Método Deductivo**

*El mismo autor al respecto dice: “Es el proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”. (pág. 141).*

#### **2.1.8.3. Método Analítico**

*Así mismo MÉNDEZ, Carlos, dice, “El método analítico consiste en descomponer en partes algo complejo, en desintegrar un hecho o una idea en sus partes, para mostrarlas, describirlas, numerarlas y para explicar las causas de los hechos o fenómenos que constituyen el todo” (pág. 141)*

#### **2.1.8.4. Método Sintético**

*Sobre este aspecto manifiesta que: “El método consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para analizarlos en su totalidad”.*

## **2.1.8.2. Técnicas**

### **2.1.8.2.1. Entrevista**

*BENALCÁZAR, Marco, (2010): “es la interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado, pudiendo hacerse individual o grupalmente” (pág. 42).*

### **2.1.8.2.2. Observación**

*ACHIG, Lucas, (2001): “la observación es una técnica que ha sido utilizada por la humanidad en todos los tiempos y lugares para la adquisición de conocimientos. Constituye la manera más directa y abierta de contacto y conocimiento del mundo” (pág. 92).*

### **2.1.8.2.3. Encuesta**

*BENALCÁZAR, Marco, (2010): “se aplica a un número de personas previamente establecido con determinadas características. Para su construcción se sugiere aplicar normas de diseño y aplicación, de acuerdo a los objetivos, variables e indicadores, y a las preguntas directrices” (pág.42).*

## **2.2. Posicionamiento Personal**

La gastronomía en Yahuarcocha en los últimos 5 años se ha vuelto fuente de trabajo y a la vez de ingresos para las familias del sector y sectores aledaños, ya que en este lugar a simple vista se puede evidenciar personal atendiendo los negocios quienes reciben una remuneración por prestar sus servicios, además las propietarias de los locales perciben una ganancia por esta actividad es por esto que el lugar ha tenido un crecimiento indiscriminado de pequeños negocios, asentados en diversos sectores de Yahuarcocha, la

municipalidad de Ibarra debería emprender proyectos para organizar al sector, para poder dar una mejor imagen a los turistas y visitantes que acuden semanalmente a este sitio que debido a su espectacular paisaje y su encanto natural las personas acuden semanalmente ya sea por distracción o por servirse los platos que en el sector se preparan.

### **2.3. Definiciones Conceptuales de Términos Básicos**

- **Asignación de recursos**

La manera en que una economía distribuye sus recursos (factores de producción) entre las diferentes ocupaciones en las que se podrían utilizar para producir un determinado conjunto de bienes finales, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Comercialización**

Es una actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios”, Rosemberg, Jerry (1999).

- **Consumo**

Compra de bienes y servicios de para satisfacer necesidades.

- **Desarrollo Económico**

Término aplicado normalmente a los países menos desarrollados y que se refiere al proceso por el cual elevan su producción per cápita, ya sea



aumentado su stock de bienes de capital, mejorando las técnicas de producción y las cualificaciones de los trabajadores, o por otros medios, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Desarrollo Social**

Se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar social, ([www.economia/desarrolloeconomico.com](http://www.economia/desarrolloeconomico.com)).

- **Desempleo**

Imposibilidad que tienen los trabajadores que desean trabajar de poder obtener un empleo. En un sentido más general, subutilización de cualquier recurso productivo, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Economía**

El estudio de la asignación de recursos escasos para satisfacer las necesidades humanas. La ciencia que estudia la asignación eficaz de los recursos escasos de una sociedad para la obtención de un conjunto ordenado de objetos, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Economizar**

Maximizar los recursos escasos, ser prudente en los gastos, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Empresa**

Es la unidad de producción básica. Contrata trabajo y compra otros factores con el fin de producir y vender bienes y servicios, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Gastronomía**

Proviene de las palabras Gastron (estómago) y Nomos (ley), lo que quiere decir ley de estómago. Arte de preparar los alimentos y de encontrar placer en comerlos”, (Vivancos G. (002).

- **Microempresa**

Unidad económica personal o familiar que desempeña actividades de producción, comercio y de servicios que tienen menos de diez empleados de ingresos relativamente bajos, además que constituya a su negocio como fuente de ingresos más importante del hogar, Sandoval M. (2010).

- **Servicio**

Es aquella actividad que, sin crear objetos materiales, se destinan directa o indirectamente a satisfacer necesidades humanas, (Beker V, y Mochón F, 2001).

- **Vialidad**

El concepto de vialidad abarca todos los medios directos, en las que encontramos "vías" que pueden ser tanto de comunicación y

transporte, los medios por donde encontramos estas vías pueden ser el agua, el aire y la tierra, ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)).

## **2.4. Variables de la Investigación**

- Gastronomía
- Socioeconómico

### **2.4.1. Definiciones Conceptuales**

#### **2.4.1.1. Gastronomía**

No es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias, es el arte de preparar alimentos.

#### **2.4.1.2. Lo Socioeconómico**

Es la ciencia que estudia las relaciones sociales que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó varios métodos que ayudaron a determinar la incidencia de la gastronomía típica de Yahuarcocha en el desarrollo socioeconómico de los habitantes, además se utilizó varias técnicas e instrumentos para la recolección de datos; a continuación se detalla la metodología utilizada.

#### **3.1. Diseño, Enfoque y Tipos de Investigación**

El diseño de investigación fue no experimental, ya que para la presente investigación, no se utilizó hipótesis, en consecuencia no se manipuló variables, si no que se utilizó preguntas de investigación que se comprobaron para determinar si incide o no la gastronomía típica de Yahuarcocha en el desarrollo socioeconómico de los habitantes del sector.

La recolección de datos se la obtuvo en un determinado tiempo, con el propósito de describir a las variables motivo de estudio.

Además fueron de enfoque cualitativo debido a que se ha ido describiendo las características del objeto y sujetos de estudio, y es cuantitativa debido a que se ha recabado información estadística tanto de número de comerciantes como tasas de crecimiento.

### **3.1.1. Tipo de Investigación**

#### **3.1.2.1. Exploratorio**

Fue de tipo exploratorio descriptivo, debido a que se utilizó para saber el entorno y acontecimientos y a su vez se fue describiendo hechos y acontecimientos que las comerciantes viven en el lugar de trabajo.

#### **3.1.2.2. Descriptiva**

Se aplicó porque se describió hechos y acontecimientos que se pudieron observar en a los comerciantes de tilapia en cuanto a trato al turista, calidad de producto ofrecido, además se pudo conocer los precios que manejan las comerciantes, y la manipulación de los alimentos.

El producto (tilapia) permanece en congelación desde que el distribuidor mayorista entrega al comerciante minorista y es descongelado el fin de semana para aliñar y ofrecer a los clientes.

#### **3.1.2.3. Bibliográfica**

Utilizó para profundizar la investigación especialmente para ampliar el marco teórico, así como para profundizar los antecedentes, y conocer más de cerca la metodología a utilizar.

#### **3.1.2.4. De Campo**

Porque se aplicó en el lugar mismo en donde los comerciantes ofertan la tilapia es decir en Yahuarcocha, aplicando la observación y además la encuesta a todos los comerciantes de tilapia.

### **3.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación**

En la presente investigación se utilizaron métodos tales como el inductivo, deductivo, analítico – sintético. La inducción para hacer inferencia de los resultados de la muestra de las poblaciones: pobladores, turistas y comerciantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha. La deducción para plantear conclusiones y recomendaciones, una vez que se realizó los elementos teóricos y expuestos los resultados. Análisis y síntesis para concluir el marco teórico referencial de la investigación, también para redactar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

También se utilizaron técnicas e instrumentos que permitieron la recolección de información para el desarrollo del trabajo, tales como: encuesta que fue aplicada a los turistas, comerciantes y pobladores del sector de Yahuarcocha, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado, mismo que fue diseñado con el fin de obtener información correspondiente al tema de investigación, se aplicó a un total de 806 personas entre ellas comerciantes, turistas y pobladores; además se utilizó la técnica de la entrevista para recopilar información necesaria de la actividad gastronómica, aplicada a la comerciante fundadora, comisario de salud, coordinadora de salud y un experto en gastronomía, las entrevistas fueron estructuradas y con previa cita para que el entrevistado pudiera dar una información más acercada a la realidad y también se utilizó la técnica de la observación que ayudó a contrastar la información obtenida en la entrevista y la encuesta.

### **3.3. Determinación de la Población y Muestra**

#### **3.3.1. Determinación de la Población**

El presente estudio se lo realizó en la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha y se tomó como sujeto de análisis para la investigación a tres componentes esenciales que son parte de la actividad gastronómica del sector de Yahuarcocha los cuales son:

##### **3.3.1.1. Los Pobladores**

Para delimitar y determinar la población de la comunidad en el sector de Yahuarcocha, se tomó información necesaria de los límites geográficos del sector al proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra, se solicitó el mapa del sector y se extrajo información de los archivos de esta institución y para saber el número de habitantes de Yahuarcocha se encontró en un diario de la localidad donde consta que existen 3.000 habitantes, según el censo del 2001, el 40% de la población ecuatoriana, corresponde a la población económicamente activa (18 a 65 años), por ende se cogió la población de se procedió al cálculo de la población ( $3000 \times 0.4 = 1200$ ) aproximadamente 1.200 habitantes, que están en este rango de personas económicamente activas.

##### **3.3.1.2. Turistas**

Para determinar la población de los visitantes y turistas de Yahuarcocha, se solicitó información a la empresa de Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (CEMY), de los turistas que visitan este sector turístico, el cual tiene un número aproximado de 14.243 turistas semanales.

### **3.3.1.3. Comerciantes**

Para determinar el número de comerciantes de tilapia en Yahuarcocha se pidió información al Ilustre Municipio de Ibarra exclusivamente al departamento de Rentas, quienes proporcionaron información referente a nombres, ubicación y categoría que tienen los locales, en este departamento se encontraron registrados 91 comerciantes; pero se pudo aplicar a 70 ya que los 21 no proporcionaron información.

### **3.3.1.4. La Población de Conocedores de la Actividad Gastronómica**

Se tomó como población a: Comisario de Salud Pública de Imbabura (Abg. Santiago Palacios), quien conoce de la manipulación y control de alimentos y permisos sanitarios, a la Coordinadora de Salud Provincial de Imbabura, quien se encarga de vigilar el proceso de los alimentos, a la fundadora de la actividad gastronómica en el sector (Sra. Mercedes Gavilima), quien conoce como inició y como está en la actividad la venta de tilapia y también a un experto en gastronomía y Manejo de Alimentos (Mgs. Marcelo Vacas).

### **3.3.2. Determinación de las Muestras**

Para la determinación de la muestra se planteó la siguiente fórmula estadística que es utilizada para poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * \sigma * Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$



Donde:

$n$  = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

$N$  = Representa el universo o población a estudiarse en nuestro caso son los habitantes, turistas y comerciantes de gastronomía típica.

$\sigma$  = Varianza de las poblaciones respecto a la capacidad de carga que se estableció. Es un valor constante que equivale a 0.25.

$Z$  = El valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia, con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. El nivel de confianza con el que se trabajó es del 95%, entonces:  $1 - 0.95 = 0.05$ . La distribución normal es de dos colas, entonces tenemos:  $0.5 / 2 = 0.025$ . Consecuentemente se obtiene:  $0.50 - 0.025 = 0.475$  basándonos en la tabla de distribución normal el valor de  $Z$  es 1,96.

$N-1$  = Corrección que se usa para muestras mayores de 30 unidades.

$e$  = Límite aceptable de error de muestra, varía 0,01 – 0,09 (1% y 9%). en nuestra investigación se trabajó con un error muestral del 5%.

### **3.3.2.1. Muestra de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.**

$$n = \frac{1200 * 0,25 * (1,96)^2}{(1200 - 1)(0,05)^2 + 0,25^2 * 1,96^2}$$

$$n = 356 \text{ Habitantes}$$

### **3.3.2.2. Muestras de los Turistas que Visitan Yahuarcocha.**

$$n = \frac{14243 * 0,25 * (1,96)^2}{(14243 - 1)(0,05)^2 + 0,25^2 * 1,96^2}$$

$$n = 382 \text{ Turistas}$$

### **3.3.2.3. Muestras de Comerciantes**

Para los comerciantes no se procedió a calcular muestra ya que es una población relativamente pequeña  $n = 70$  y se realizó un censo.

## **3.4. Análisis de la Validez de los Instrumentos**

Para la recopilación de los datos se tomó como criterio técnico de muestra al azar, al que se aplicó el cuestionario a cada tipo de población, el cual es un instrumento rigurosamente estandarizado, mismo que nos permitió estudiar la propuesta de la investigación. El instrumento utilizado cumplió con las exigencias de validez y confiabilidad.

### **3.4.1. La Validez de los Instrumentos**

El cuestionario se estructuró en base a las matrices de operacionalización, que responden a los objetivos de la investigación, además, se sometió al juicio del asesor, un experto en Metodología de la investigación y un ingeniero en economía que conocen el tema. Igualmente al momento de realizar las encuestas, se reunió suficiente información para cumplir el objetivo de la investigación para analizar los hechos o factores que inciden en la propuesta de la investigación.

### **3.5. Procedimiento para la Elaboración de la Investigación**

Para la elaboración de la investigación se procedió a:

**3.5.1.** Planteamiento del Problema.

**3.5.2.** Elaboración de Objetivos.

**3.5.3.** Estructuración de las Matrices de Operacionalización en base a los objetivos de la investigación.

**3.5.4.** Elaboración del Marco Teórico.

**3.5.5.** Para la recopilación de información se procedió a la elaboración de instrumentos de investigación que son: los cuestionarios de las encuestas, entrevistas y observaciones, basándose en la matriz de Operacionalización.

**3.5.6.** Se procedió a validar el cuestionario de la encuesta y entrevista a través del Magister Marco Benalcázar experto en metodología de la investigación y al Ingeniero Juan Carlos Barreno experto en el tema, quienes realizaron las correcciones respectivas, previo a la aplicación.

### 3.6. Matriz de Operacionalización

**Cuadro N° 3 Operacionalización de Variables**

Preguntas	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes
		Género – Edad	Encuesta	Comerciantes
¿Cuál es la inversión y el empleo de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.	Economía:  Inversión  Empleo	Proveniencia del comerciante	Encuesta	Comerciantes
		Tiempo de residencia	Encuesta	Comerciantes
		Instrucción educativa	Encuesta	Comerciantes
		Tipo de local	Encuesta	Comerciantes
		Años de trabajo	Encuesta	Comerciantes
		Oferta de tilapia	Encuesta	Comerciantes
		Cantidad de desechos	Encuesta	Comerciantes
		Tratamiento de desechos	Encuesta	Comerciantes
		Número de distribuidores	Encuesta	Comerciantes
		Días de atención	Encuesta	Comerciantes
		Inversión semanal	Encuesta	Comerciantes
		Número de empleados en el local	Encuesta	Comerciantes
		Proveniencia de trabajadores	Encuesta	Comerciantes
		Productos ofrecidos	Encuesta	Comerciantes
		Años de servicio	Encuesta	Comerciantes

¿Cuál es la oferta y demanda de tilapia en San Miguel de Yahuarcocha?	Oferta	Forma de preparación	Encuesta	Comerciantes
		Promedio de ventas semanales	Encuesta	Comerciantes
		Incremento de venta de tilapia	Encuesta	Comerciantes
		Actividad que genera mayores ingresos	Encuesta	Comerciantes
		Inversión en el local	Encuesta	Comerciantes
		Tipo de financiamiento	Encuesta	Comerciantes
		Registro de ventas	Encuesta	Comerciantes
		Proceso de comercialización	Encuesta	Comerciantes
		Frecuencia de visita	Encuesta	Turistas
		Promedio de tiempo de visita	Encuesta	Turistas
	Demanda	Motivo de visita	Encuesta	Turistas
		Número de personas	Encuesta	Turistas
		Promedio de compra	Encuesta	Turistas
		Cantidad de tilapias consumidas	Encuesta	Turistas
		Calidad de atención	Encuesta	Turistas
		Calidad del producto	Encuesta	Turistas
		Calidad de servicios básicos	Encuesta	Turistas
		Calidad de la infraestructura	Encuesta	Turistas
		Desarrollo de la comunidad	Encuesta	Turistas
		Producción de contaminación	Encuesta	Turistas

¿Cuál es el proceso de comercialización del producto (tilapia) de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha.	Intermediación	Número de distribuidores	Encuesta	Comerciantes
		Proceso de manipulación del producto	Encuesta	Comerciantes
		Procedencia del producto	Encuesta	Comerciantes
		Periodo de duración del producto	Encuesta	Comerciantes
¿Cuáles son las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes de Yahuarcocha?	Calidad de vida	Salud	Encuesta	Habitantes
		Vivienda	Encuesta	Habitantes
		Educación	Encuesta	Habitantes
	Educación	Alimentación	Encuesta	Habitantes
		Vestido	Encuesta	Habitantes
		Empleo	Encuesta	Habitantes
	Vivienda	Vialidad	Encuesta	Habitantes
		Saneamiento	Encuesta	Habitantes
		Infraestructura	Encuesta	Habitantes
	Salud	Servicios básicos	Encuesta	Habitantes
		Actividades económicas	Encuesta	Habitantes
		Ocupación de la población	Encuesta	Habitantes

¿Cuál es el nivel socioeconómico de los habitantes de Yahuarcocha?	Nivel socio económico Alto.	Calidad de vida	Encuesta Observación	Habitantes
		Nivel de instrucción educativa	Encuesta	Habitantes
	Nivel socio económico Medio.	Empleo	Encuesta	Habitantes
		Inversión	Encuesta	Habitantes
	Nivel socio económico Bajo.	Bienes que poseen los habitantes	Encuesta	Habitantes
		Ahorro	Encuesta	Habitantes
		Actividades que desempeñan	Encuesta	Habitantes
Los tres objetivos	Gastronomía Económico Sociedad	Cantidad de vehículos que ingresan a Yahuarcocha	Documento	CEMY
		Número de comerciantes de tilapia	Documento	Municipio de Ibarra.
		Número de habitantes	INEC	Estadísticas
		Contexto Global	Entrevista	Msc. Marcelo Vacas
		Contexto Global	Entrevista	Coordinadora de Vigilancia Sanitaria de Imbabura
		Contexto Global	Entrevista	Comisario de Salud de Imbabura.
		Contexto Global		Sra. Mercedes Gavilima. (Fundadora de venta de tilapia)

## IV CAPÍTULO

### 4 Interpretación y Análisis de Resultados

#### 4.1. Interpretación de Resultados de las Encuestas

##### 4.1.1. Encuesta Dirigida a Comerciantes de Tilapia

En esta sección se presentan datos informativos de los comerciantes de gastronomía típica de Yahuarcocha. Los datos se recopilaron de de la encuesta dirigida a los 91 comerciantes de tilapia en el sector mencionado, pero debido a que se trataron preguntas relacionadas con la actividad económica 21 personas se negaron a contestar, es por eso que a continuación se presenta información obtenida de 70 comerciantes.

#### Datos informativos

##### a) Género de propietarios de los negocios de venta de tilapia

**Cuadro Nº 4 Género de propietarios de los negocios**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Femenino	57	81.43%
Masculino	13	18.57%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### Interpretación

Los locales de venta de tilapia en Yahuarcocha en su mayoría son de propiedad de mujeres, un pequeño porcentaje de propiedad de hombres, es decir que los negocios del sector son impulsados en su mayoría por el género femenino.



## b) Edad de propietario de los negocios de venta de tilapia

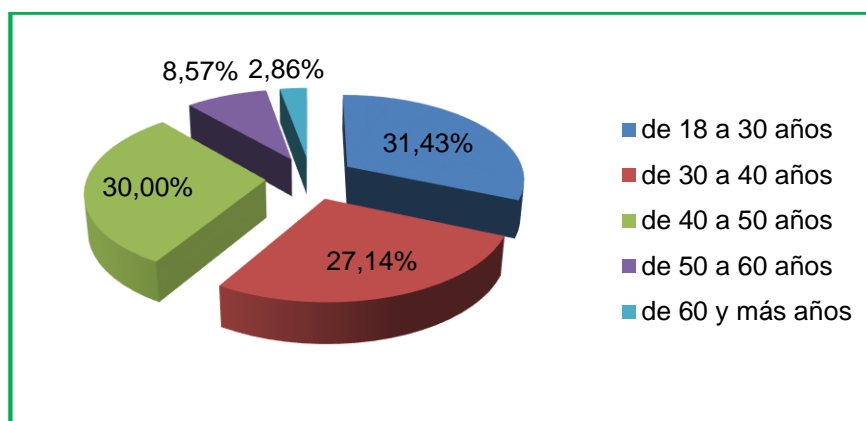
**Cuadro N° 5 Edad de propietario de los negocios de venta de tilapia**

Detalle	Frecuencia	Promedio de edad	%
de 18 a 30 años	22	24	31.43%
de 30 a 40 años	19	35	27.14%
de 40 a 50 años	21	45	30.00%
de 50 a 60 años	6	55	8.57%
de 60 y más años	2		2.86%
<b>Total</b>	<b>70</b>		<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 3 Edad de propietario de los negocios de venta de tilapia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

## Interpretación

Los locales donde ofertan tilapia en su mayoría, son de propiedad de personas relativamente jóvenes, debido a que han heredado de los padres la tradición de venta de tilapia, es necesario capacitar a esta población para el mejor manejo de sus negocios.

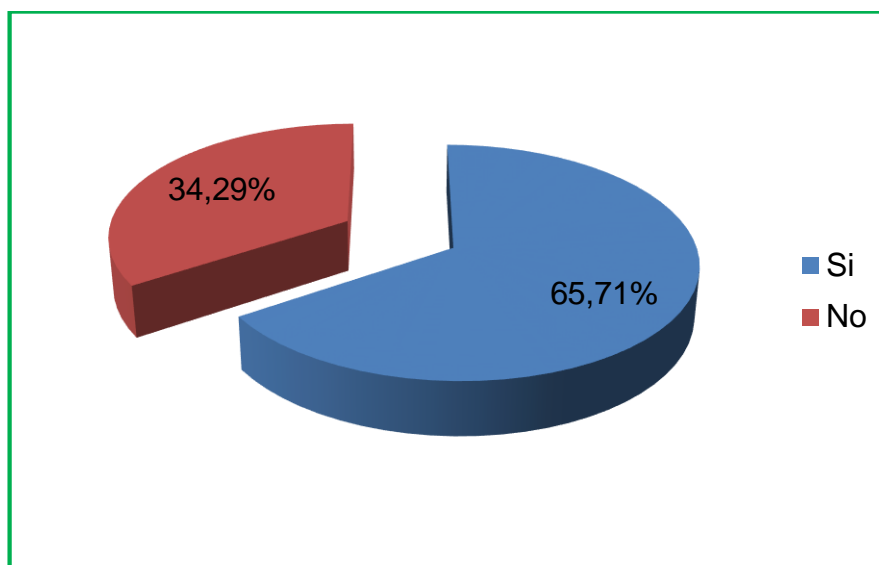
## 1. ¿Usted vive en el sector de Yahuarcocha?

**Cuadro N° 6 Residencia**

Detalle	%	Frecuencia
Si	65.71%	46
No	34.29%	24
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 4 Residencia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

El gráfico muestra que la mayoría de comerciantes viven en el sector, un 34,29% respondió que no, es decir que la mayoría de recursos económicos obtenidos de la actividad gastronómica es para los propios moradores de Yahuarcocha, es necesario tener una mejor distribución de los recursos.

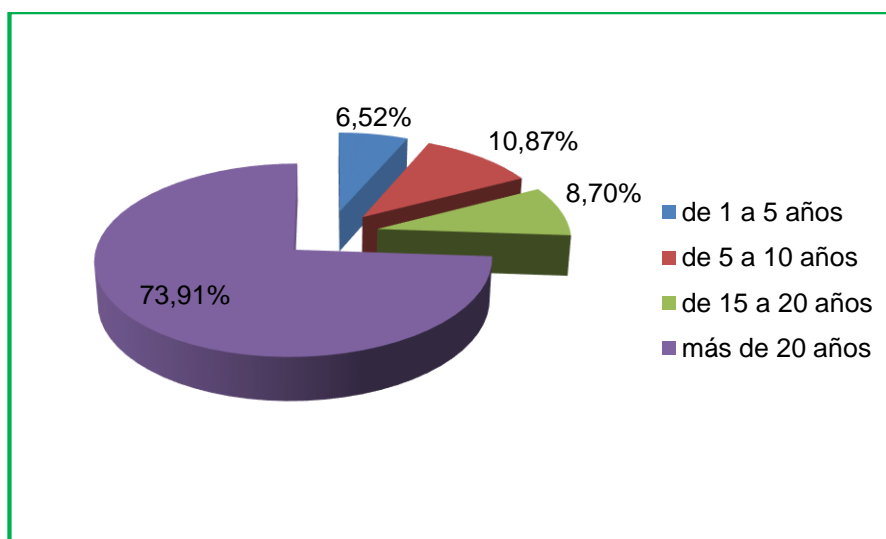
## 2. ¿Qué tiempo vive en este sector?

**Cuadro N° 7 Tiempo de residencia**

Detalle	Frecuencia	%
de 1 a 5 años	3	6.52%
de 5 a 10 años	5	10.87%
de 15 a 20 años	4	8.70%
más de 20 años	34	73.91%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 5 Tiempo de residencia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Una gran mayoría de comerciantes que viven en Yahuarcocha y viven más de 20 años en este sector, se puede apreciar que la venta de tilapia prevalece desde hace más de 20 años atrás, se debería mejorar aún más la calidad del producto y del servicio para que dicha tradición no se pierda con el tiempo.

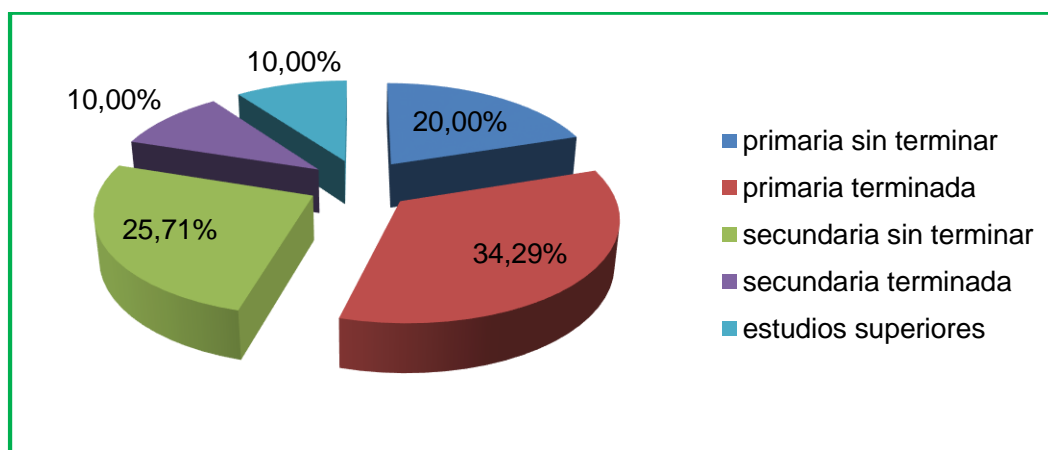
### 3. ¿Qué grado de instrucción educativa tiene?

**Cuadro N° 8 Instrucción educativa**

Detalle	Frecuencia	%
primaria sin terminar	14	20.00%
primaria terminada	24	34.29%
secundaria sin terminar	18	25.71%
secundaria terminada	7	10.00%
estudios superiores	7	10.00%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 6 Instrucción educativa**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Más de la mitad de comerciantes, no han cursado ni siquiera estudios secundarios lo que quiere decir que todavía existen índices de analfabetismo, es necesario educar a esta población para tener una mejor atención al turista.

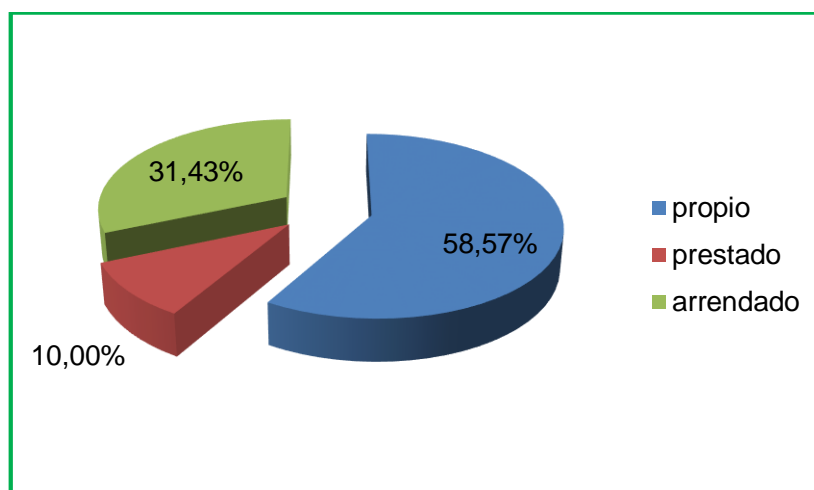
#### 4. El local donde ejerce su actividad es:

**Cuadro N° 9 Clase de la infraestructura**

Detalle	Frecuencia	%
propio	41	58.57%
prestado	7	10.00%
arrendado	22	31.43%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 7 Clase de la infraestructura**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### Interpretación

Un 40% de comerciantes no cuentan con locales propios para ejercer su actividad, esto reduce la utilidad del negocio, es necesario que las autoridades se preocupen y aporten con créditos para mejorar las condiciones de los mismos.

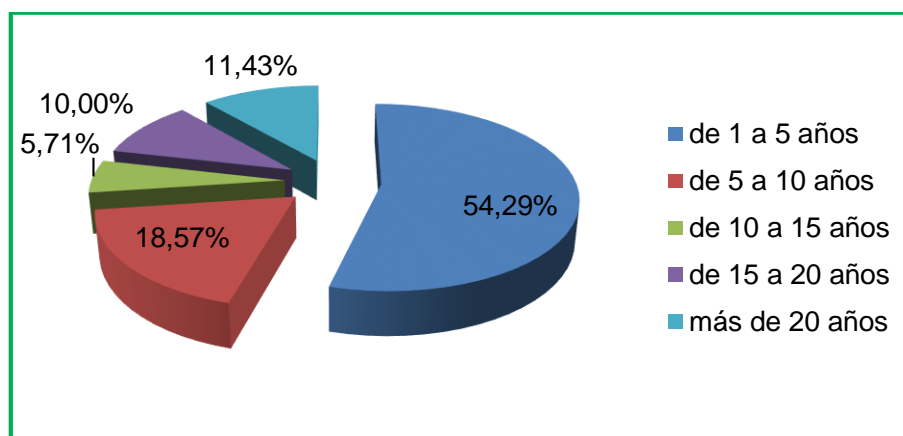
## 5. ¿Cuántos años trabaja en esta actividad?

**Cuadro N° 10 Crecimiento de la actividad económica**

Detalle	Frecuencia	%
de 1 a 5 años	38	54.29%
de 5 a 10 años	13	18.57%
de 10 a 15 años	4	5.71%
de 15 a 20 años	7	10.00%
más de 20 años	8	11.43%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 8 Crecimiento de la actividad económica**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

El crecimiento de los comerciantes en los últimos 5 años es de un 50%, debido al incremento de la demanda de la tilapia, se debería controlar este crecimiento desmedido para evitar una competencia desleal.

## 6. ¿Cuántas libras de tilapia compra para vender a su clientela?

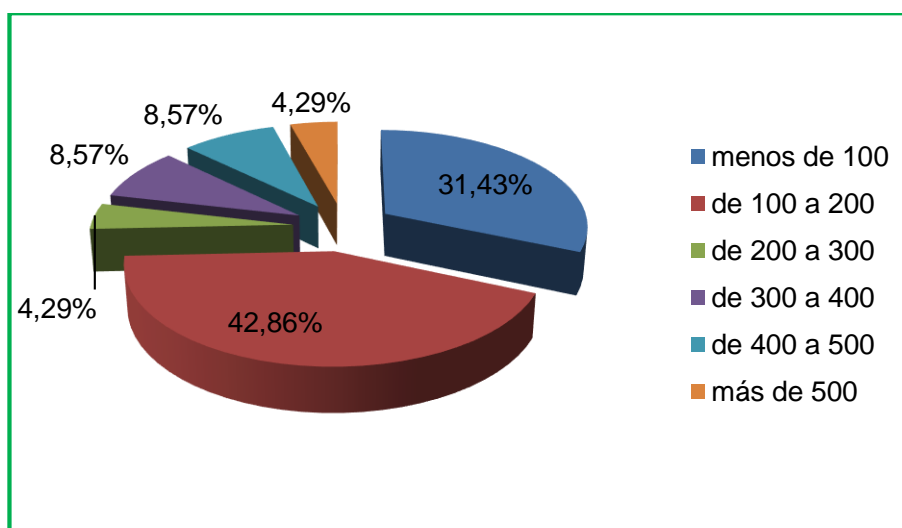
**Cuadro N° 11 Cantidad de tilapia adquirida para ser ofertada**

Detalle	Frecuencia	%
menos de 100	22	31.43%
de 100 a 200	30	42.86%
de 200 a 300	3	4.29%
de 300 a 400	6	8.57%
de 400 a 500	6	8.57%
más de 500	3	4.29%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 9 Cantidad de tilapia adquirida para ser ofertada**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

En promedio, los comerciantes adquieren 2 quintales de tilapia semanal para poder ofertar a los turistas que acuden al sector, las personas dedicadas a esta actividad deberían cumplir con las normas de salud pública para mantener la calidad del producto.

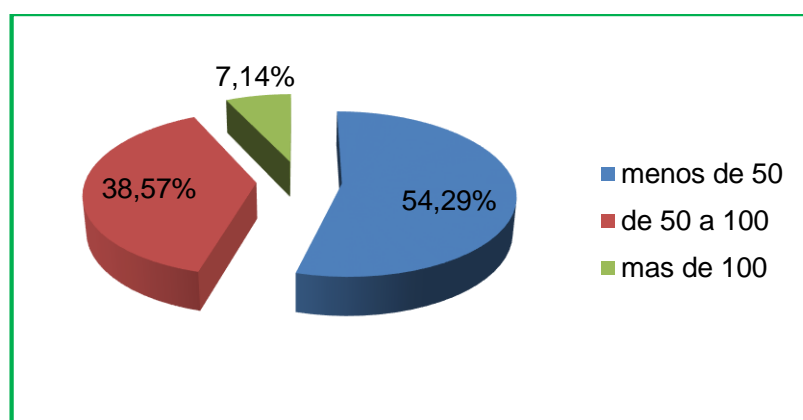
**7. ¿Cuántas libras de huesos de tilapia cree que produce semanalmente en su negocio?**

**Cuadro Nº 12 Cantidad de residuos producidos**

Detalle	%	Frecuencia
menos de 50	54.29%	38
de 50 a 100	38.57%	27
más de 100	7.14%	5
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 10 Cantidad de residuos producidos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

La producción de residuos de tilapia es considerable, multiplicando el número de quintales adquiridos por semana que es de 175 por el promedio de residuos producidos de 25 libras por quintal, se obtiene alrededor de 4375 libras de desecho orgánico que puede ser tratado para generar derivados de los mismos.



## 8. ¿Qué tratamiento le da a los residuos de la tilapia?

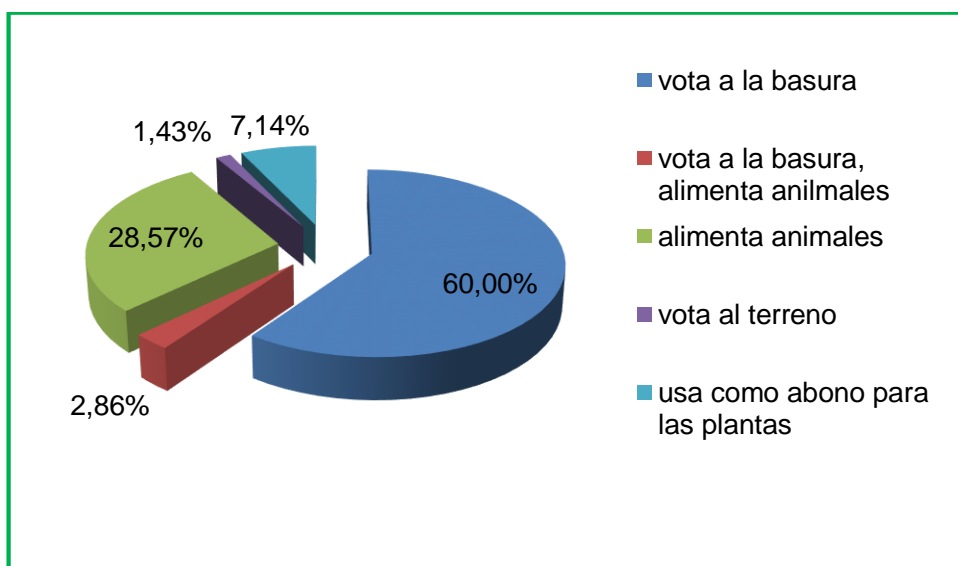
**Cuadro N° 13 Tratamiento de residuos**

Detalle	Frecuencia	%
vota a la basura	42	60.00%
vota a la basura, alimenta animales	2	2.86%
alimenta animales	20	28.57%
vota al terreno	1	1.43%
usa como abono para las plantas	5	7.14%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 11 Tratamiento de residuos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

El 100% de comerciantes no dan tratamiento a los residuos, generando un aporte a la contaminación del medio ambiente y a la vez desperdician los recursos que pueden generar fuentes de empleo con proyectos que abarquen dichos residuos.

## 9. ¿A cuántos distribuidores de tilapia pide el producto?

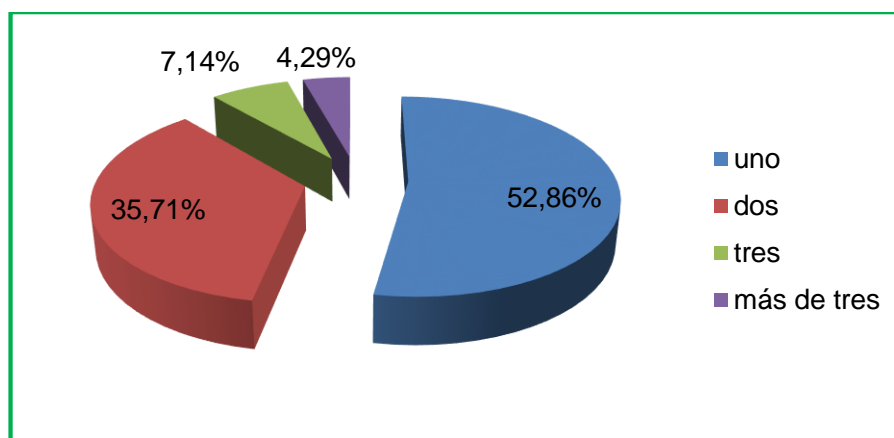
**Cuadro N° 14 Número de distribuidores de tilapia**

Detalle	Frecuencia	%
uno	37	52.86%
dos	25	35.71%
tres	5	7.14%
más de tres	3	4.29%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 12 Número de distribuidores de tilapia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

El gráfico muestra que la mayoría de comerciantes se fideliza con un proveedor para la entrega del producto, y esto ocasiona que el precio tenga tendencia a incrementar ya que el sector no es productor de tilapia, se debería generar un proyecto de crianza de tilapia para abastecer a la población local y abaratar costos de congelación y transporte.

## 10. ¿Qué días de la semana vende sus platos?

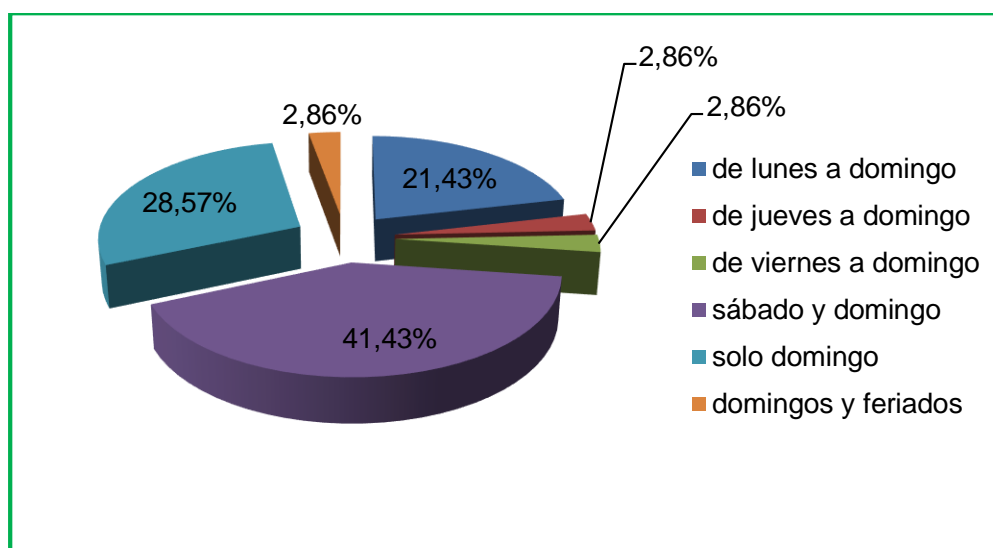
**Cuadro N° 15 Días de atención**

Detalle	Frecuencia	%
de lunes a domingo	15	21.43%
de jueves a domingo	2	2.86%
de viernes a domingo	2	2.86%
sábado y domingo	29	41.43%
solo domingo	20	28.57%
domingos y feriados	2	2.86%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 13 Días de atención**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Los días que más movimiento existe en el sector son el sábado y domingo, es por eso que la mayoría de comerciantes atienden sus locales los fines de semana.

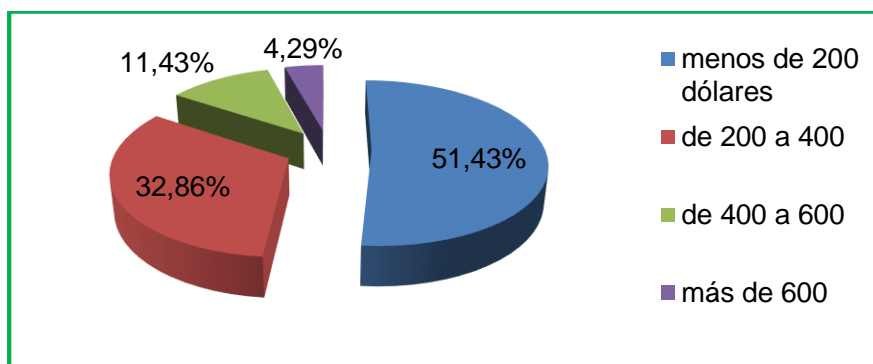
## 11. ¿De cuánto es la inversión semanal para ofrecer su gastronomía?

**Cuadro Nº 16 Inversión realizada**

Detalle	Frecuencia	%
menos de 200 dólares	36	51.43%
de 200 a 400	23	32.86%
de 400 a 600	8	11.43%
más de 600	3	4.29%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 14 Inversión realizada**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Semanalmente los comerciantes invierten para atender sus establecimientos de la siguiente manera: más del 50% menos de 200 dólares, un 32,86% de 200 a 400 dólares, un 11,43% de 400 a 600 y el 4,29% invierte más de 600 dólares.

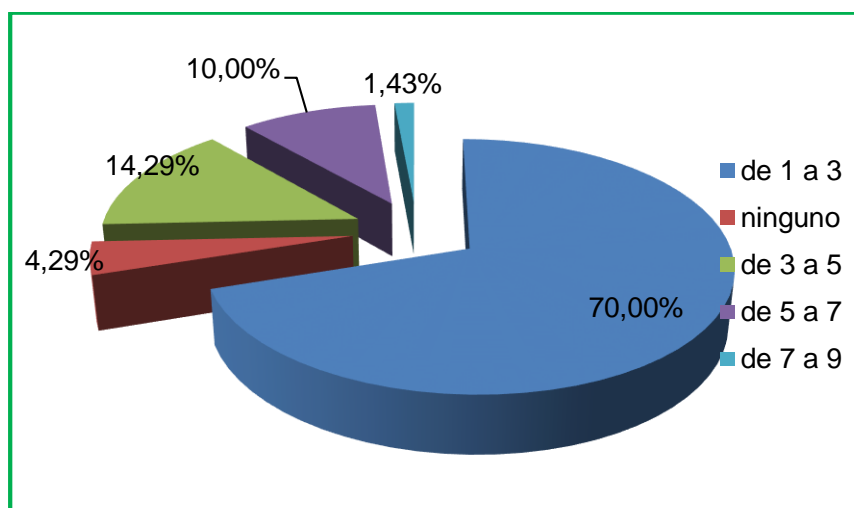
## 12. ¿Cuántos trabajadores tiene en su local?

**Cuadro Nº 17 Número de trabajadores contratados**

Detalle	Frecuencia	%
de 1 a 3	49	70.00%
Ninguno	3	4.29%
de 3 a 5	10	14.29%
de 5 a 7	7	10.00%
de 7 a 9	1	1.43%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 15 Número de trabajadores contratados**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

La generación de empleo es la base fundamental para que una economía se desarrolle, los comerciantes de tilapia están aportando a este desarrollo, empleando en promedio a 180 personas semanalmente.

### 13. El personal que emplea en su negocio es:

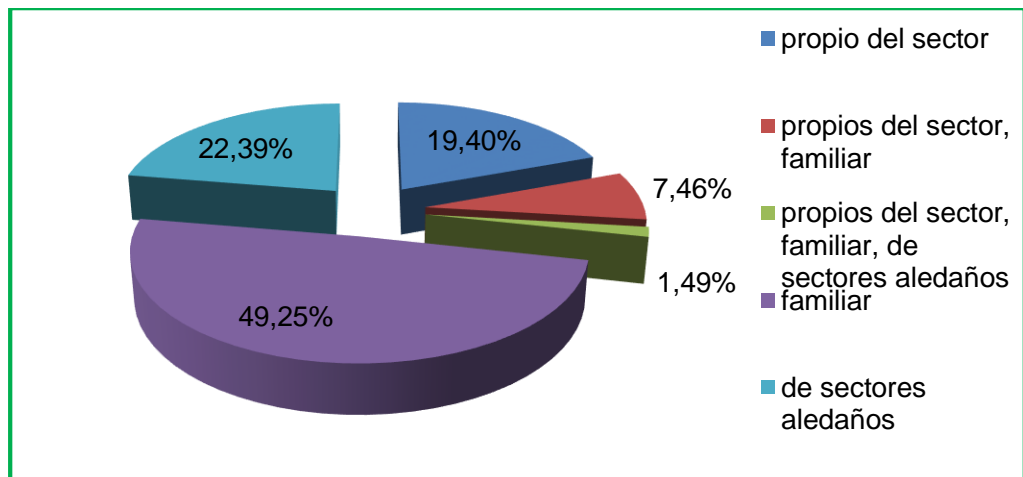
**Cuadro N° 18 Procedencia del personal**

Detalle	Frecuencia	%
propio del sector	13	19.40%
propios del sector, familiar	5	7.46%
propios del sector, familiar, de sectores aledaños	1	1.49%
Familiar	33	49.25%
de sectores aledaños	15	22.39%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 16 Procedencia del personal**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

La mayoría del personal contratado proviene del mismo sector, lo que quiere decir que los recursos se están distribuyendo internamente para el desarrollo de la comunidad.

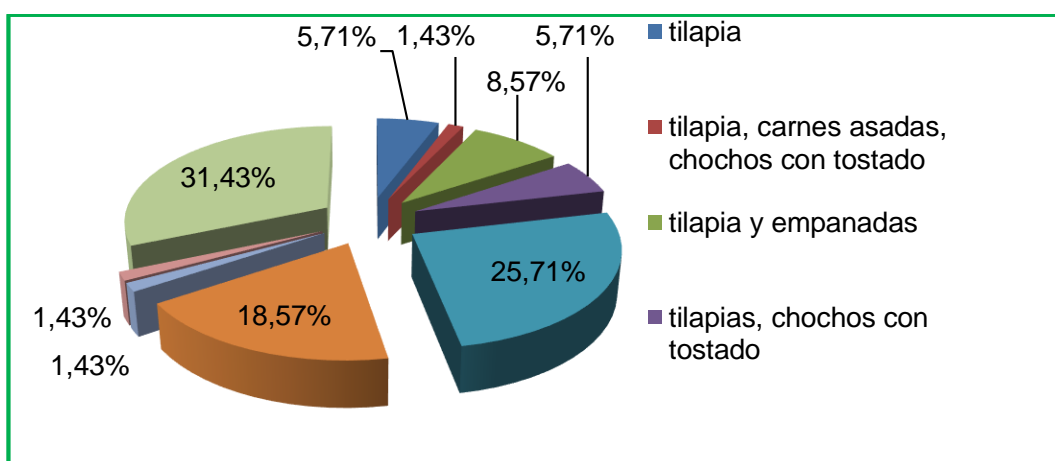
#### 14. ¿Qué productos vende en su local?

**Cuadro N° 19 Productos Ofrecidos**

Detalle	%	Frecuencia
Tilapia	5.71%	4
tilapia, carnes asadas, chochos con tostado	1.43%	1
tilapia y empanadas	8.57%	6
tilapias, chochos con tostado	5.71%	4
tilapias, caldos de gallina, chochos, empanadas	25.71%	18
tilapias, chochos con tostado, empanadas	18.57%	13
tilapias, choclos, empanadas, chochos con tostado	1.43%	1
Tilapia , caldos de gallina	1.43%	1
Otros	31.43%	22
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 17 Productos ofrecidos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### Interpretación

Todos los locales investigados ofertan tilapia como plato principal, algunos de estos varían con sopas, secos entre otros, debido a que el turista acude a Yahuarcocha específicamente por consumir la tilapia.

15. ¿De qué manera vende más la tilapia?

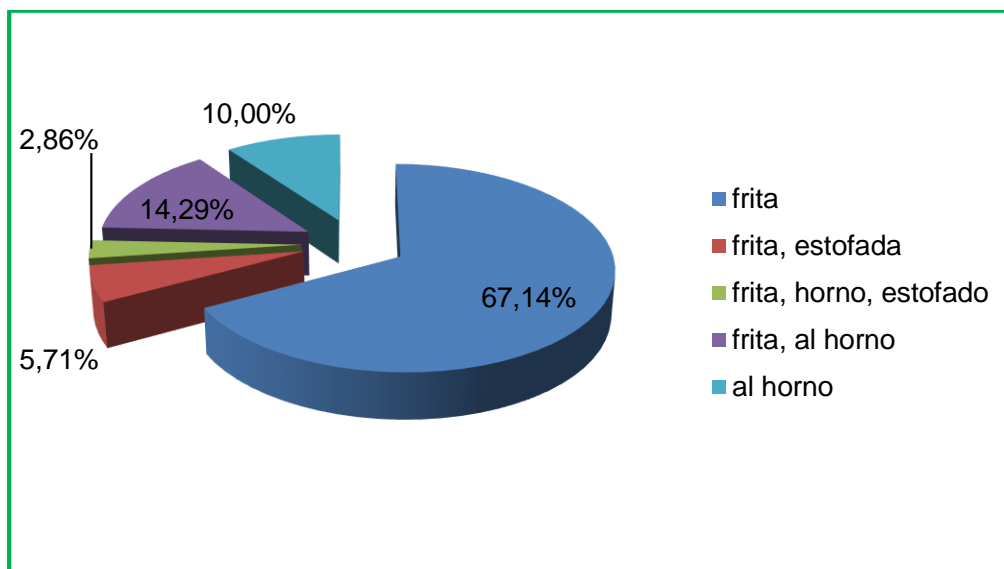
**Cuadro Nº 20 Forma de preparación de la tilapia**

Detalle	Frecuencia	%
frita	47	67.14%
frita, estofada	4	5.71%
frita, horno, estofado	2	2.86%
frita, al horno	10	14.29%
al horno	7	10.00%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 18 Forma de preparación de la tilapia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

El consumo de tilapia en su mayoría es frita, se debería diversificar los platos a base de pescado, donde no se utilice mucho aceite para evitar las grasas saturadas, un buena alternativa es la tilapia al horno.



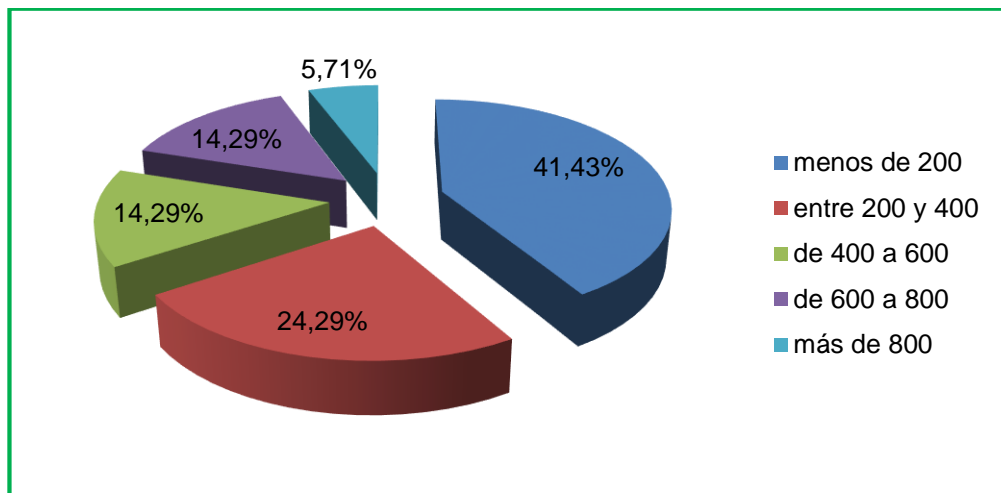
**16. Cuál es el promedio de ventas semanal en su negocio:**

**Cuadro N° 21 Ventas semanales**

Detalle	Frecuencia	%
menos de 200	29	41.43%
entre 200 y 400	17	24.29%
de 400 a 600	10	14.29%
de 600 a 800	10	14.29%
más de 800	4	5.71%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 19 Ventas semanales**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

El promedio de ventas que los comerciantes mantienen se encuentra entre los 200 y 400 dólares cada semana, apenas un porcentaje menor al 6% vende más de 800 dólares semanales.

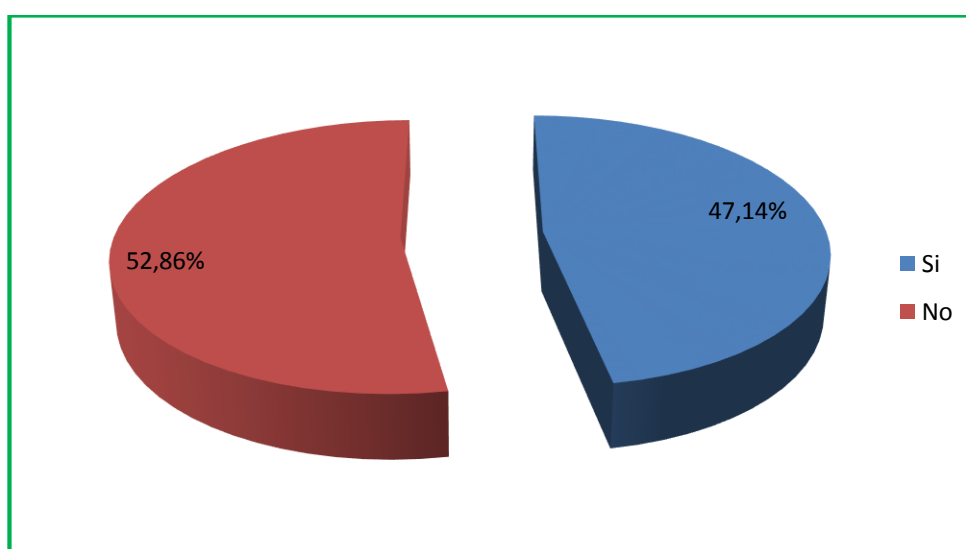
## 17. La venta de tilapia ha aumentado en los últimos 2 años

**Cuadro Nº 22 Incremento de venta de tilapia**

Detalle	%	Frecuencia
No	47.14%	33
Si	52.86%	37
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 20 Incremento de venta de tilapia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Se puede comprobar que la demanda de tilapia ha aumentado de acuerdo al criterio de los comerciantes, ya que la mayoría afirmó que si existió un incremento de consumo de dicho producto, para mantener este incremento se debería promocionar al sector con sus platos típicos a nivel local y nacional, ya que esta actividad provoca un efecto multiplicador para que se desarrollen otras actividades.

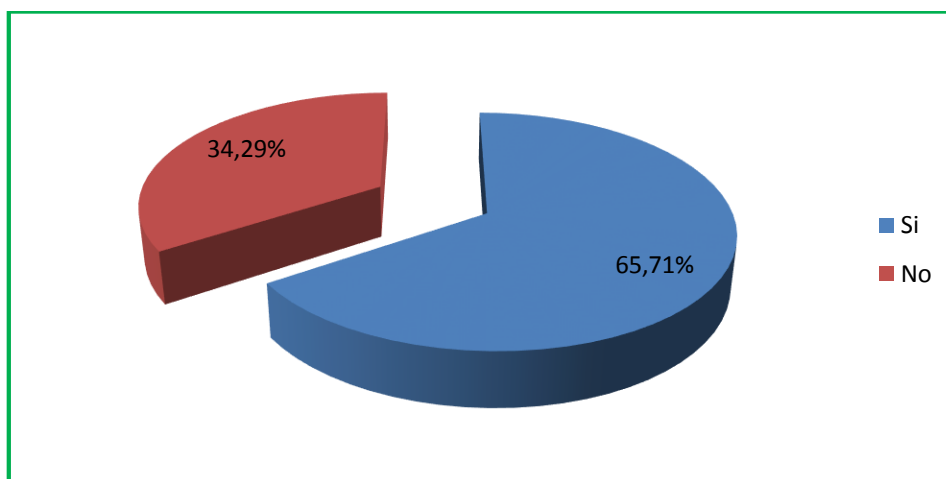
**18. ¿La venta de tilapia es la actividad que genera mayores ingresos en su hogar?**

**Cuadro Nº 23 Actividad que genera mayores ingresos**

Detalle	%	Frecuencia
Si	65.71%	46
No	34.29%	24
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
Elaborado por: La autora de la investigación

**Gráfico Nº 21 Actividad que genera mayores ingresos**



Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
Elaborado por: La autora de la investigación

**Interpretación**

En esta pregunta se obtiene información correspondiente a si la actividad gastronómica es la que genera mayores ingresos para los comerciantes encuestados: más de la mitad afirmó que si, y de allí obtienen el dinero para satisfacer las necesidades, estos negocios deberían ser equipado de mejor manera para incrementar la capacidad instalada e incrementar el nivel de ventas.

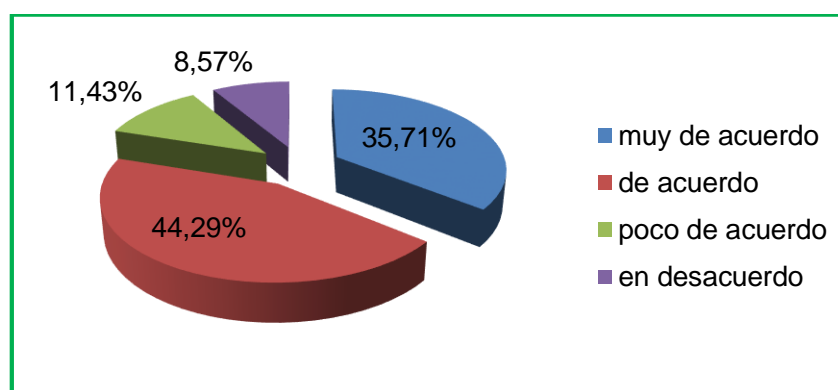
**19. Usted cree que las familias de Yahuarcocha han mejorado la calidad de vida por la actividad gastronómica:**

**Cuadro Nº 24 Mejoramiento de calidad de vida**

Detalle	Frecuencia	%
muy de acuerdo	25	35.71%
de acuerdo	31	44.29%
poco de acuerdo	8	11.43%
en desacuerdo	6	8.57%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 22 Mejoramiento de calidad de vida**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

En relación a ésta variable mejoramiento de la calidad de vida, los comerciantes encuestados respondieron en un mayor porcentaje de acuerdo y muy de acuerdo, y confirman que la actividad gastronómica aporta para el desarrollo de sus familias.

**20. En su negocio realizó una de las siguientes actividades en los últimos dos años:**

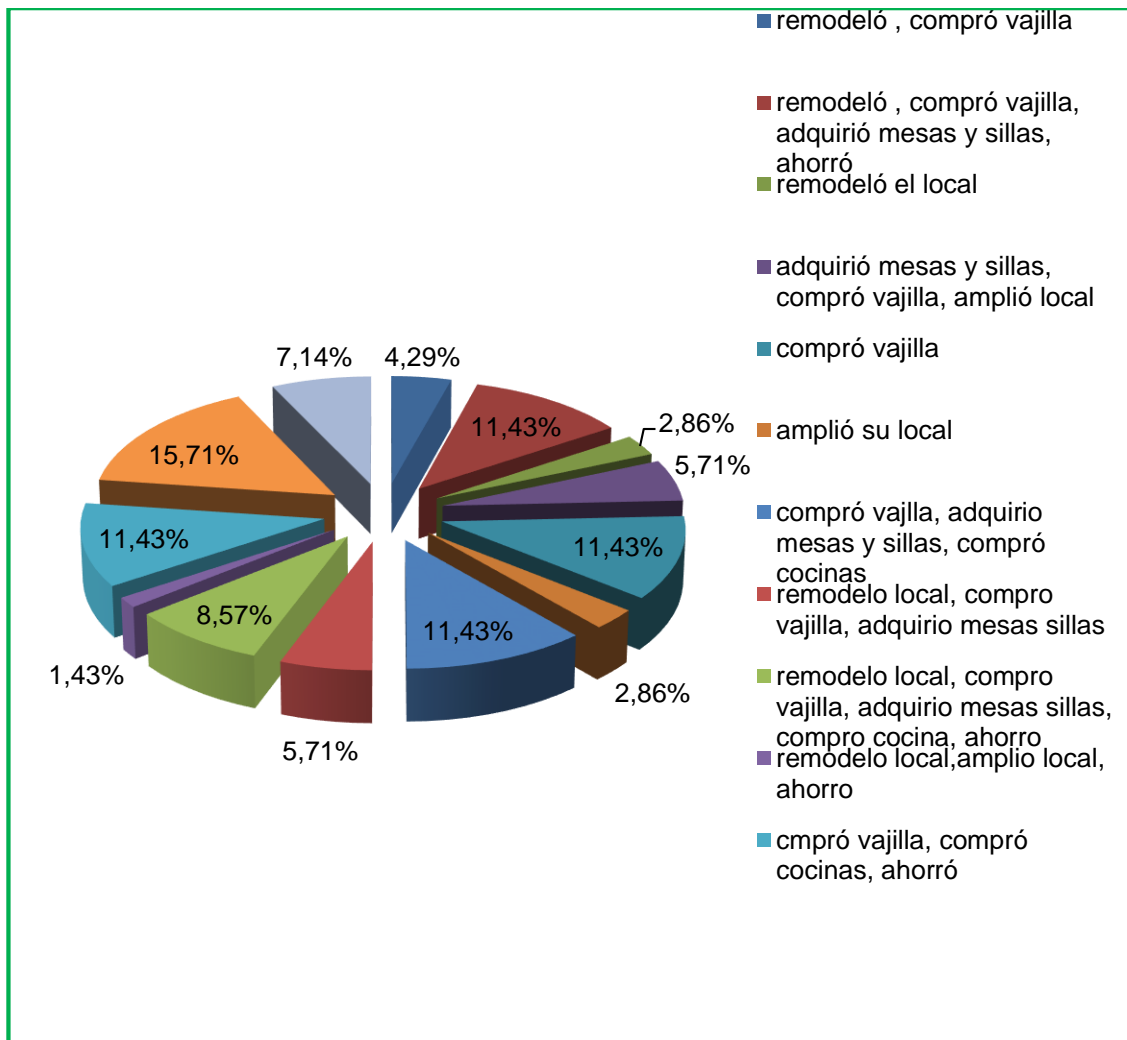
**Cuadro Nº 25 Reinversión en el negocio**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
remodeló , compró vajilla	3	4.29%
remodeló , compró vajilla, adquirió mesas y sillas, ahorró	8	11.43%
remodeló el local	2	2.86%
adquirió mesas y sillas, compró vajilla, amplió local	4	5.71%
compró vajilla	8	11.43%
amplió su local	2	2.86%
compró vajilla, adquirió mesas y sillas, compró cocinas	8	11.43%
remodelo local, compro vajilla, adquirió mesas sillas	4	5.71%
remodelo local, compro vajilla, adquirió mesas sillas, compro cocina, ahorro	6	8.57%
remodelo local, amplio local, ahorro	1	1.43%
compró vajilla, compró cocinas, ahorró	4	5.71%
Todas	4	5.71%
ninguna	11	15.71%
Ahorró	5	7.14%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 23 Reinversión en el negocio**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Esta pregunta hace referencia a la inversión que los comerciantes realizan en su establecimiento económico. Se determina que realizan 2 tipos de inversión, la primera es el equipamiento y ampliación del local y la segunda es la inversión semanal que los comerciantes realizan para poder atender sus negocios.

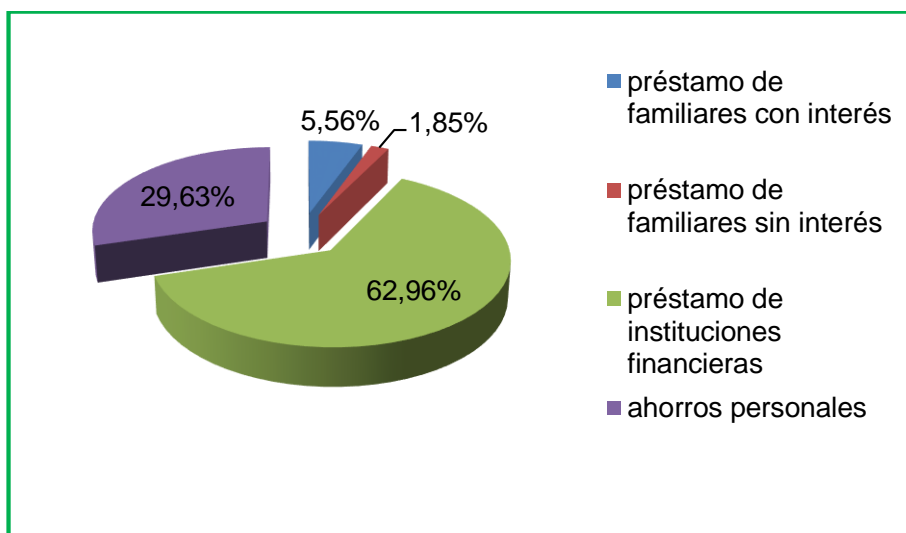
**21. El financiamiento para realizar una de las actividades anteriores fue mediante:**

**Cuadro Nº 26 Financiamiento de comerciantes**

Detalle	%	Frecuencia
préstamo de familiares con interés	5.56%	3
préstamo de familiares sin interés	1.85%	1
préstamo de instituciones financieras	62.96%	34
ahorros personales	29.63%	16
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>54</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 24 Financiamiento de comerciantes**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

El financiamiento lo realizan en mayor parte mediante préstamos de instituciones financieras, lo que demuestra que los comerciantes se encuentran calificados como entes de crédito.

## 22. Usted lleva un registro de sus compras y ventas

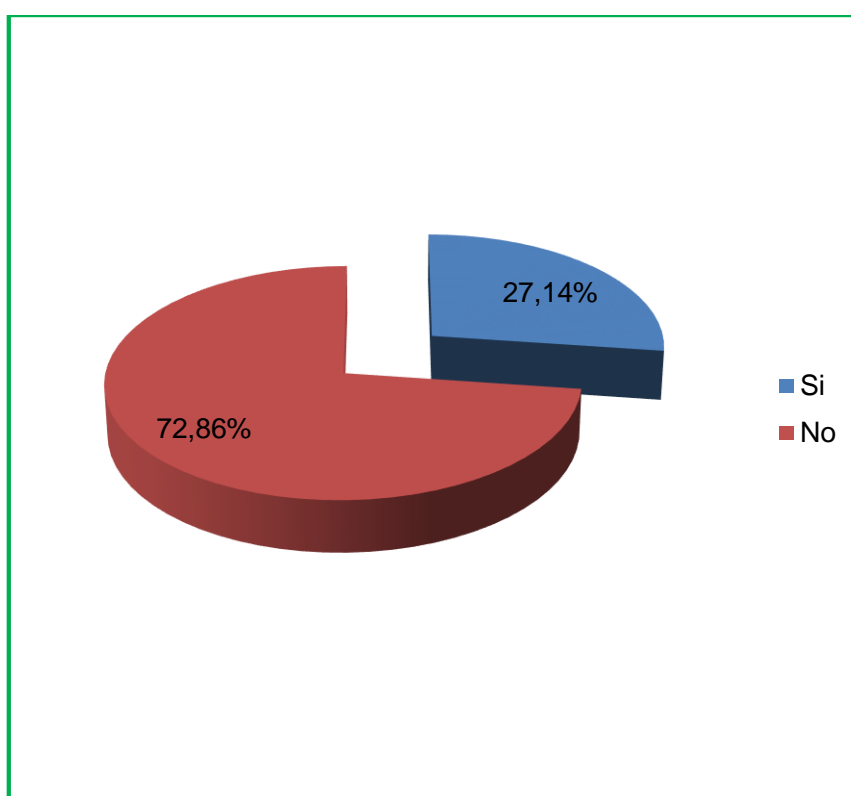
**Cuadro N° 27 Registro de ventas**

Detalle	%	Frecuencia
Si	27.14%	19
No	72.86%	51
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 25 Registro de ventas**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Los comerciantes en una gran mayoría no llevan un registro mínimo de sus ventas, se puede apreciar un mal manejo de los recursos económicos lo que no permite el desarrollo de los mismos.



### 23. ¿Cómo es el proceso de comercialización de la tilapia?

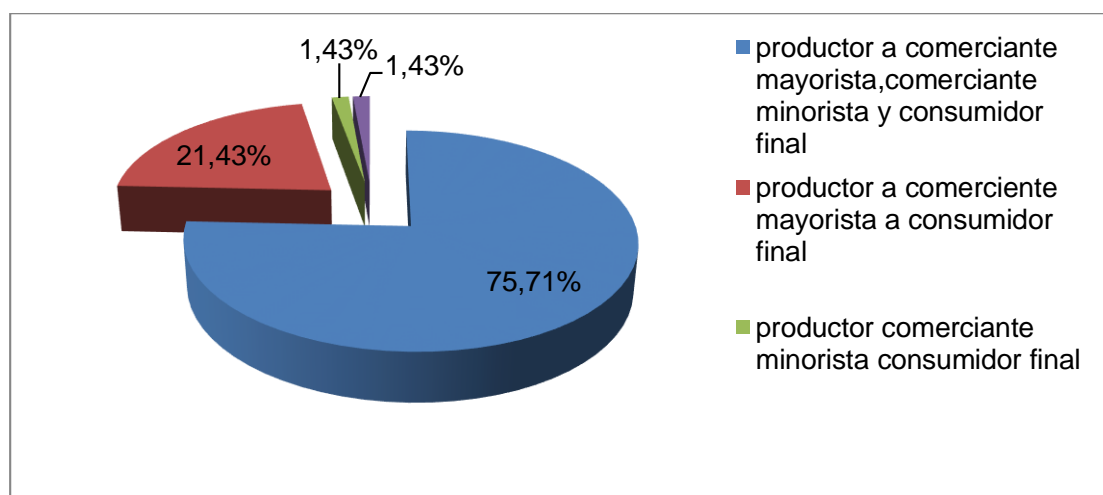
**Cuadro N° 28 Proceso de comercialización de la tilapia**

Detalle	%	Frecuencia
productor a comerciante mayorista, comerciante minorista y consumidor final	75.71%	53
productor a comerciante mayorista a consumidor final	21.43%	15
productor comerciante minorista consumidor final	1.43%	1
productor a consumidor final	1.43%	1
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 26 Proceso de comercialización de la tilapia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

En esta pregunta se llega a determinar cómo es el proceso de comercialización de la tilapia en Yahuarcocha, el que prevalece es de productor a comerciante mayorista, comerciante minorista y luego a consumidor final, lo realizan utilizando una cadena de frío desde la transportación hasta que es ofertado en los locales de venta de tilapia.

#### 4.1.2. Interpretación de Resultados de la Encuesta Dirigida a Turistas.

##### 1. ¿Con qué frecuencia usted visita Yahuarcocha?

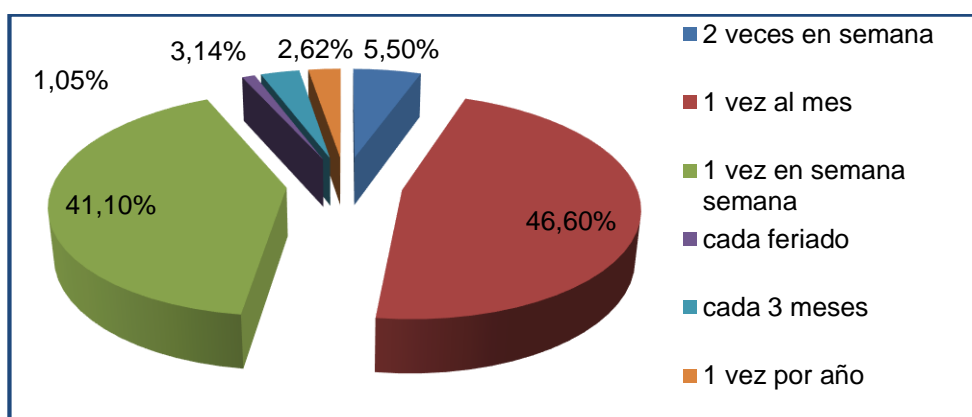
**Cuadro N° 29 Frecuencia de visita de turistas**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2 veces en semana	21	5.50%
1 vez al mes	178	46.60%
1 vez en semana	157	41.10%
cada feriado	4	1.05%
cada 3 meses	12	3.14%
1 vez por año	10	2.62%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

**Gráfico N° 27 Frecuencia de visita de turistas**



Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

#### Interpretación

Se puede apreciar que la frecuencia con que visitan los turistas el sector de Yahuarcocha en su mayoría es de una vez al mes, seguido de cada semana, es por ello que en el sector se acoge a aproximadamente 14500 turistas semanales.

## 2. En promedio hace que tiempo visita este sector:

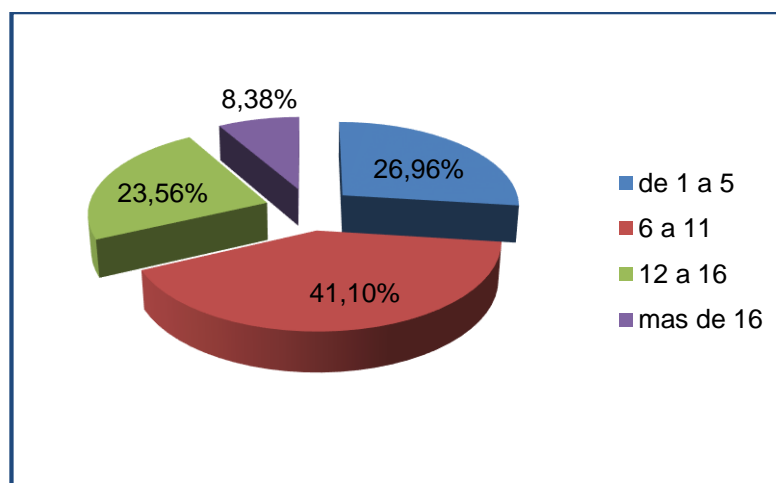
**Cuadro N° 30 Tempo que visita el sector**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
de 1 a 5	103	26.96%
6 a 11	157	41.10%
12 a 16	90	23.56%
más de 16	32	8.38%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

**Gráfico N° 28 Tiempo que visita Yahuarcocha**



Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

### Interpretación

Debido a la tradición de venta de tilapia desde hace más de 20 años atrás, existen turistas que han ingresado al sector hace más de 16 años, pero con el transcurso del tiempo la venta de tilapia se ha convertido en tradicional es por ello que la cantidad de turistas se ha incrementado en los últimos 5 años.

### 3. Usted visita este lugar por:

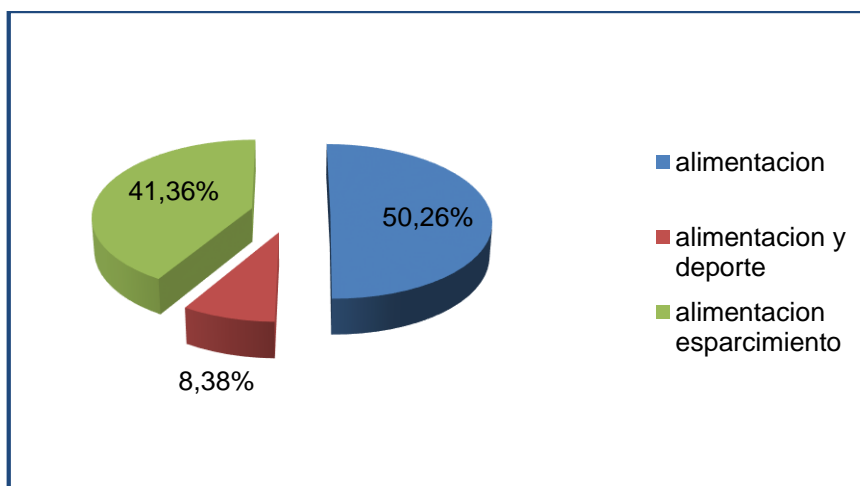
**Cuadro Nº 31 Razón de visita**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	192	50.26%
alimentación y deporte	32	8.38%
alimentación esparcimiento	158	41.36%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 29 Razones de visita**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Con el análisis e interpretación de esta pregunta podemos saber las razones porque los turistas visitan el sector. La mayoría de encuestados visitan Yahuarcocha por satisfacer necesidades alimenticias, es por esto que los locales de venta de tilapia también han aumentado en este sector, menos del 50% por alimentación y esparcimiento, menos del 10% por alimentación y deporte, se debería instalar juegos infantiles así como canchas deportivas para el esparcimiento del turista.

#### 4. ¿En promedio con cuantas personas acude a Yahuarcocha?

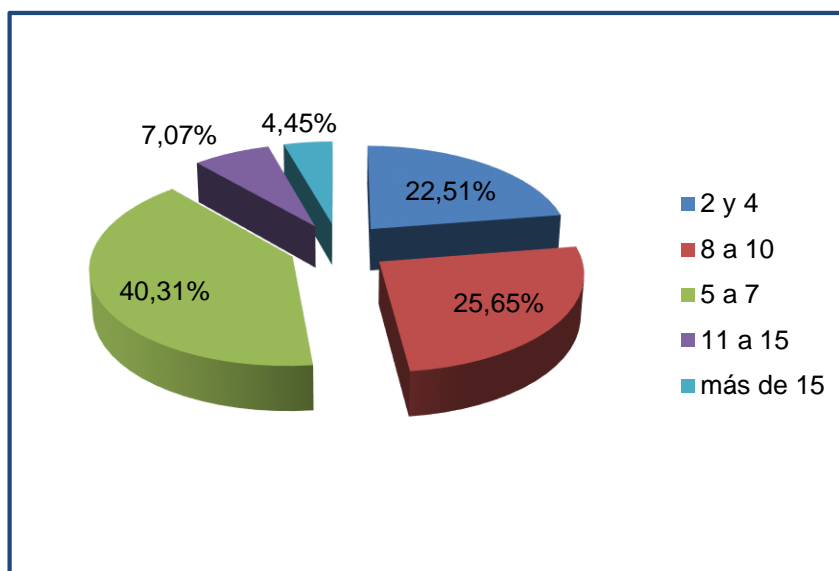
**Cuadro Nº 32 Número de personas que visitan**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2 y 4	86	22.51%
5 a 7	154	40.31%
8 a 10	98	25.65%
11 a 15	27	7.07%
más de 15	17	4.45%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 30 Número de personas que visitan**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### **Interpretación**

El promedio de personas por familia que visita el sector de estudio es de 7 personas debido a que se encuentran lugares de distracción familiar así como de alimentación.

## 5. ¿Cuánto gasta cuando acude a este sitio?

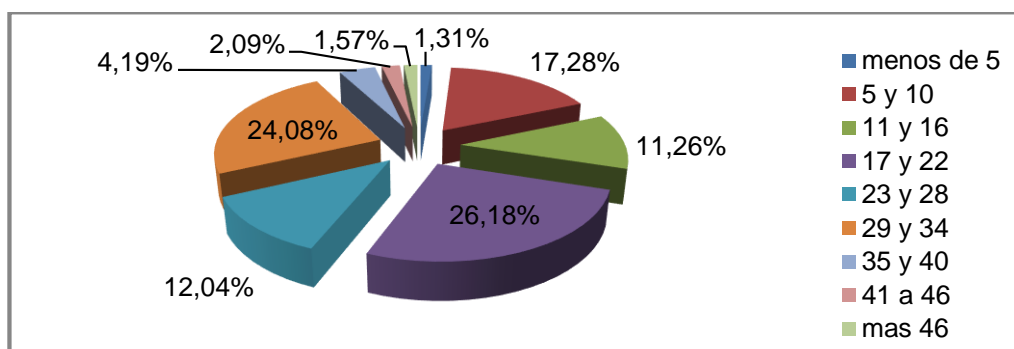
**Cuadro N° 33 Valor del consumo**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
menos de 5	5	1.31%
5 y 10	66	17.28%
11 y 16	43	11.26%
17 y 22	100	26.18%
23 y 28	46	12.04%
29 y 34	92	24.08%
35 y 40	16	4.19%
41 a 46	8	2.09%
mas 46	6	1.57%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 31 Valor del consumo**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Los turistas que ingresan cada semana por satisfacer las necesidades alimenticias consumen en promedio 25 dólares por familia, el costo del plato ofrecido es relativamente bajo comparado con otros lugares del país.

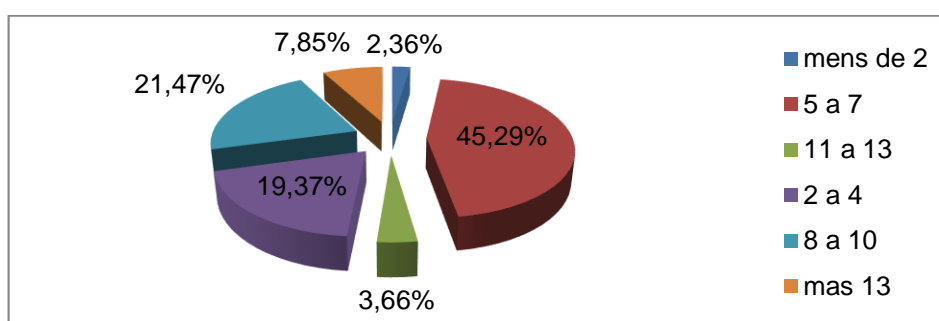
6. ¿Cuántas tilapias en promedio consume con su familia cuando visita un local de venta de gastronomía típica?

**Cuadro Nº 34 Número de tilapias consumidas**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
menos de 2	9	2.36%
5 a 7	173	45.29%
2 a 4	74	19.37%
8 a 10	82	21.47%
11 a 13	14	3.66%
mas 13	30	7.85%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 32 Número de tilapias consumidas**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

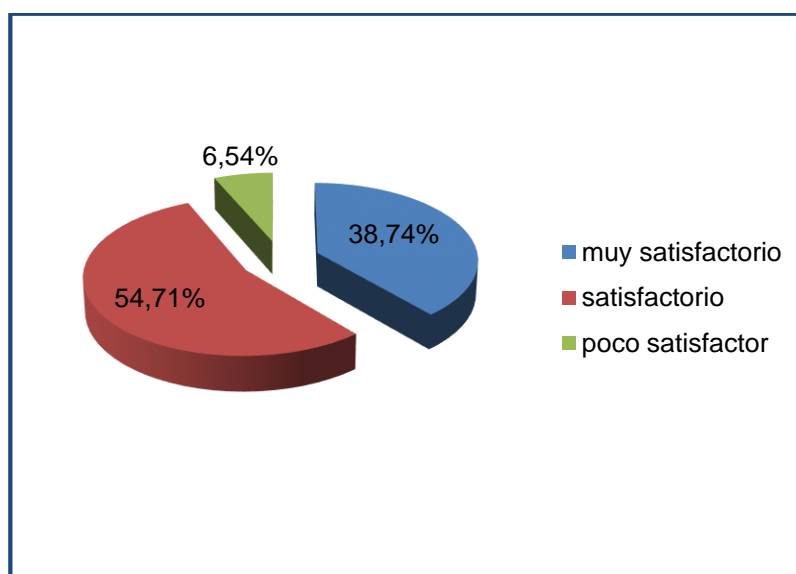
Con esta pregunta se quiere saber la demanda de tilapia en los locales de venta: un 45,29% consume entre 5 a 7 unidades, un 21,47% de 8 a 10, un 19,37% de 2 a 4, un 7 85% más de 13, casi un 4% de 11 a 13, y 2,36% de personas encuestadas consumen menos de 2 unidades, por lo que podemos apreciar que una gran cantidad de personas consumen de 5 unidades y más.

7. ¿Cómo califica la atención que brindan los comerciantes de gastronomía típica en Yahuarcocha?

**Cuadro N° 35 Calidad de atención al turista**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
muy satisfactorio	148	38.74%
satisfactorio	209	54.71%
poco satisfactorio	25	6.54%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico N° 33 Calidad de atención al turista**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### **Interpretación**

Más de la mitad de turistas respondieron que la calidad que brindan los comerciantes es satisfactoria, casi el 40% opinan que es muy satisfactoria y un 6,54% dice que la atención que brindan los comerciantes es poco satisfactoria.



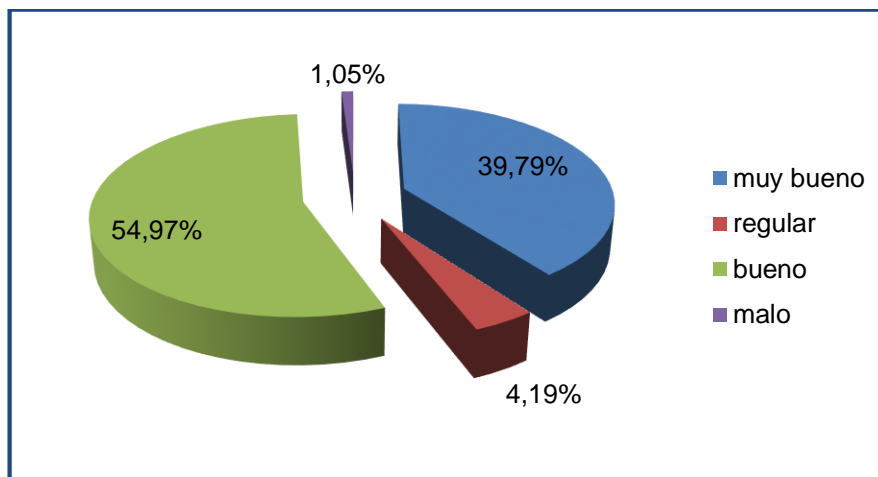
8. El producto que ofrecen las/os comerciantes de Yahuarcocha considera que es:

**Cuadro Nº 36 Calidad del producto ofrecido**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
muy bueno	152	39.79%
regular	16	4.19%
bueno	210	54.97%
malo	4	1.05%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 34 Calidad del producto ofrecido**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Los turistas que consumen tilapia consideran como bueno y muy bueno la calidad de la tilapia, debido a las garantías de frescura y sabor del mismo, ya que los comerciantes adquieren la tilapia para cada semana y no almacenan, lo que evita que se pierda el valor nutricional del producto.

9. ¿Cómo considera los servicios básicos que tienen los comerciantes de gastronomía en este sector?

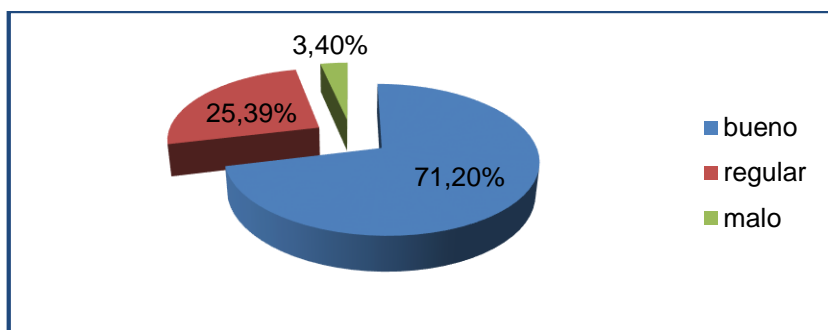
**Cuadro Nº 37 Calidad de servicios básicos**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
bueno	272	71.20%
regular	97	25.39%
malo	13	3.40%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

**Gráfico Nº 35 Calidad de servicios básicos**



Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

### Interpretación

La mayoría de turistas encuestados respondieron que los servicios básicos con que cuenta el local donde acuden a satisfacer sus necesidades alimenticias es bueno, un poco más del 25% opinan que es regular, y un poco más del 30% respondió que es malo.

10. ¿La infraestructura del local que usted visita para satisfacer sus necesidades alimenticias es?

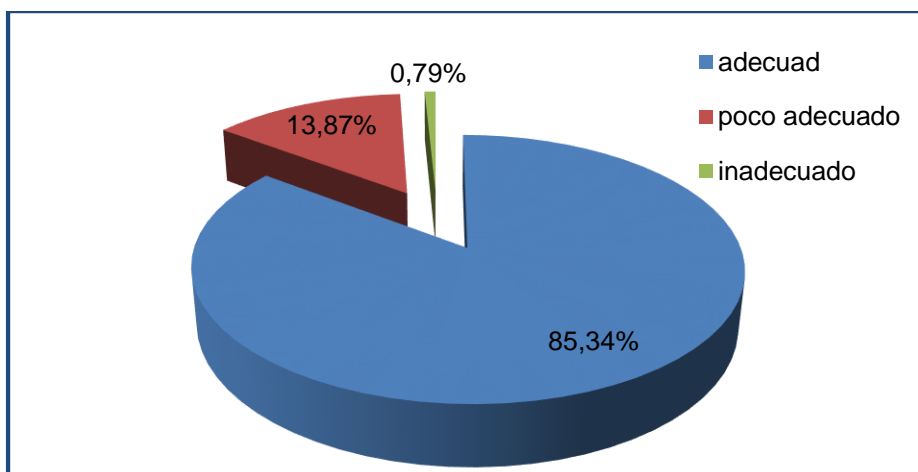
**Cuadro Nº 38 Estado de la infraestructura del local**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
adecuad	326	85.34%
poco adecuado	53	13.87%
inadecuado	3	0.79%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

**Gráfico Nº 36 Estado de la infraestructura del local**



Fuente: Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha

Elaborado por: La autora de la investigación

### Interpretación

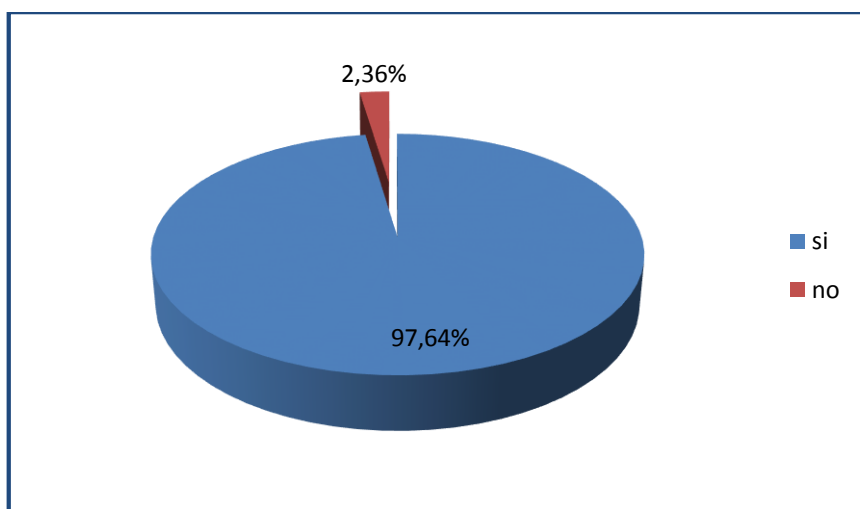
En esta pregunta más de la mayoría de los turistas respondieron que la infraestructura con que cuenta el local donde acuden a demandar los productos es adecuada, pero un porcentaje inferior a la mitad afirma que la infraestructura no es adecuada, es responsabilidad de los propietarios y de las autoridades remodelar los locales para brindar una mejor atención al cliente.

11. ¿Usted cree que la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha ha tenido un desarrollo socioeconómico debido al incremento del turismo atraídos por la gastronomía típica de este sector.

**Cuadro N° 39 Desarrollo socioeconómico de los habitantes**

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
si	97.64%	373
no	2.36%	9
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>382</b>

**Gráfico N° 37 Desarrollo socioeconómico de los habitantes**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

La mayoría respondió que sí existe un desarrollo socioeconómico de los habitantes de Yahuarcocha gracias al turismo atraídos por la gastronomía típica del sector y un 2,36% opina lo contrario, es decir que no existe un desarrollo socioeconómico.

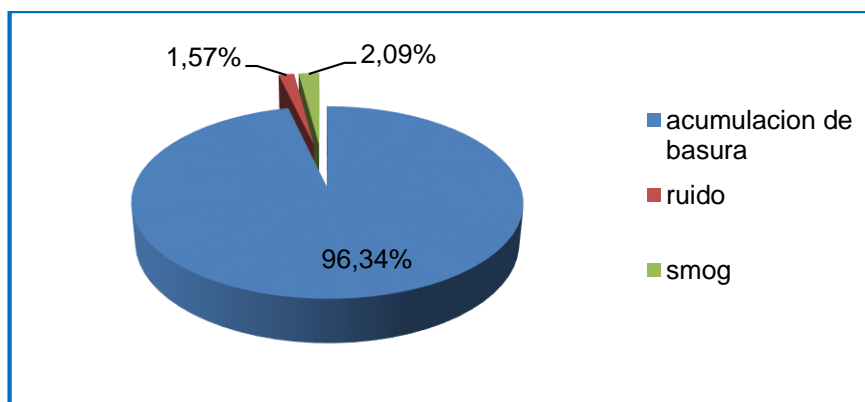
12. Considera que la contaminación que se produce en Yahuarcocha es debido a:

**Cuadro Nº 40 Contaminación en Yahuarcocha**

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
acumulación de basura	96.34%	368
Ruido	1.57%	6
Smog	2.09%	8
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a comerciantes de tilapia de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 38 Contaminación en Yahuarcocha**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas de Yahuarcocha  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Los turistas consideran que la mayor contaminación que existe en el lugar es debido a la acumulación de basura, esto porque no existen los suficientes tachos de basura para que el turista pueda depositar los residuos y así evitar la contaminación, es responsabilidad de las autoridades de turno tomar medidas para mitigar la contaminación existente.

### 4.1.3. Encuesta Dirigida a habitantes de Yahuarcocha

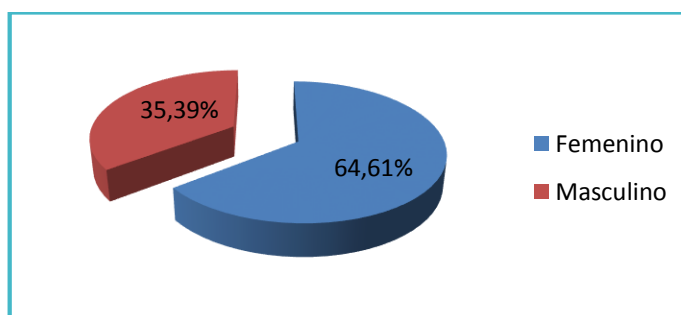
#### a) Género

**Cuadro N° 41 Género de Pobladores**

Detalle	Frecuencia	%
Femenino	230	64.61%
Masculino	126	35.39%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 39 Género de Pobladores**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### Interpretación

El género de los pobladores encuestados en su mayoría es femenino, y el 35,39% masculino, debido a que las mujeres son las que pasan más tiempo en casa, se debería generar proyectos donde se emplee la mano de obra femenina especialmente de las personas que no tienen empleo.

## b) Edad

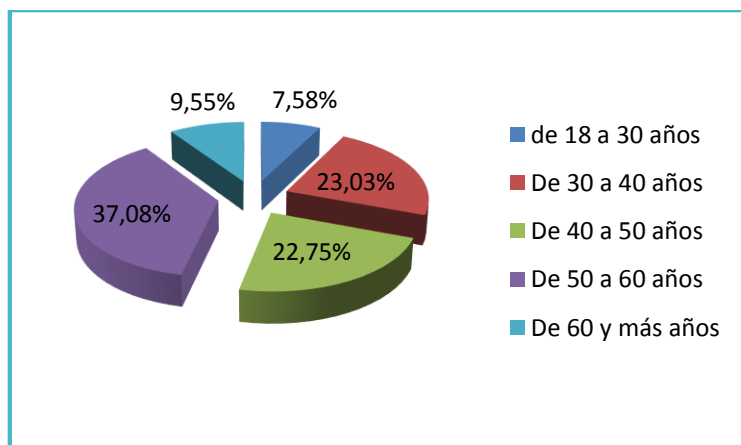
**Cuadro N° 42 Edad Pobladores**

Detalle	Frecuencia	%
de 18 a 30 años	27	7.58%
De 30 a 40 años	82	23.03%
De 40 a 50 años	81	22.75%
De 50 a 60 años	132	37.08%
De 60 y más años	34	9.55%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 40 Edad Pobladores**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

## Interpretación

El sector cuenta mayormente con una población adulta, y menos de la mitad con una población joven, menos del 10% con una población adulta mayor.

## 1. ¿Cuánto tiempo vive en este sector?

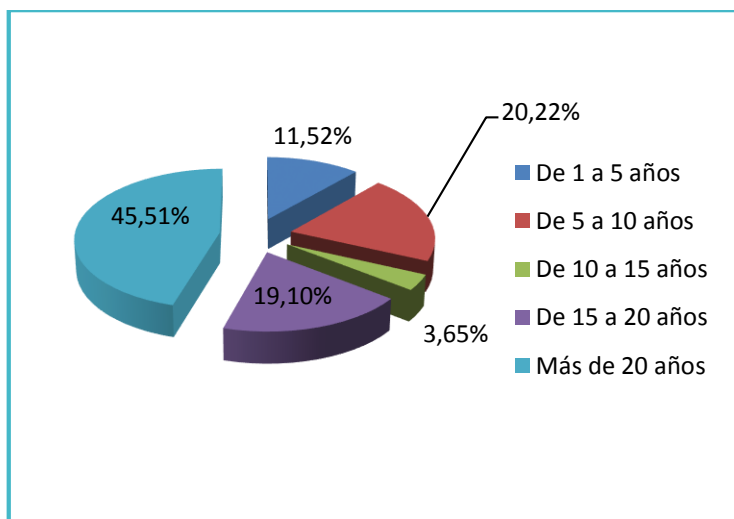
**Cuadro N° 43 Tiempo de Residencia**

Detalle	Frecuencia	%
De 1 a 5 años	41	11.52%
De 5 a 10 años	72	20.22%
De 10 a 15 años	13	3.65%
De 15 a 20 años	68	19.10%
Más de 20 años	162	45.51%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 41 tiempo de residencia**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

En vista de estos resultados se puede decir que más de la mitad de personas encuestadas viven en Yahuarcocha desde niños, cerca del 40% de moradores han inmigrado a este sector, este es uno de los motivos que la población haya incrementado en los últimos 10 años.



## 2. ¿Qué grado de instrucción educativa tiene usted?

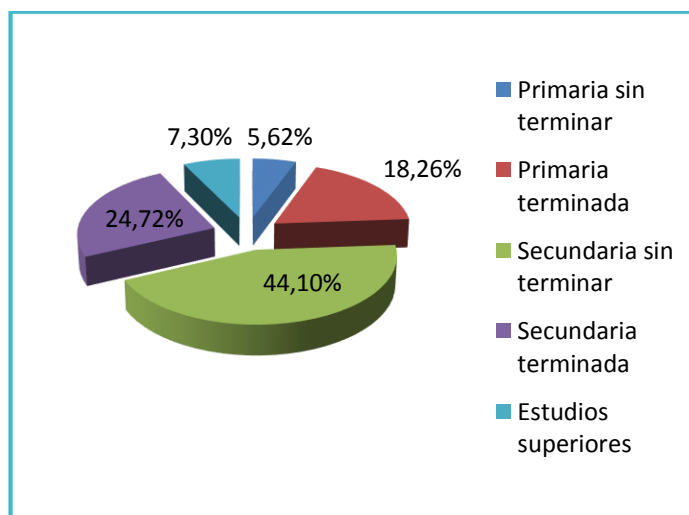
**Cuadro Nº 44 Nivel de instrucción educativa**

Detalle	Frecuencia	%
Primaria sin terminar	20	5.62%
Primaria terminada	65	18.26%
Secundaria sin terminar	157	44.10%
Secundaria terminada	88	24.72%
Estudios superiores	26	7.30%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 42 Nivel de instrucción educativa**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Existe índices de analfabetismo de acuerdo a la investigación realizada, esto en personas adultas, la población joven se encuentra educando, se debería realizar campañas de alfabetización con el compromiso de la población para erradicar el analfabetismo.

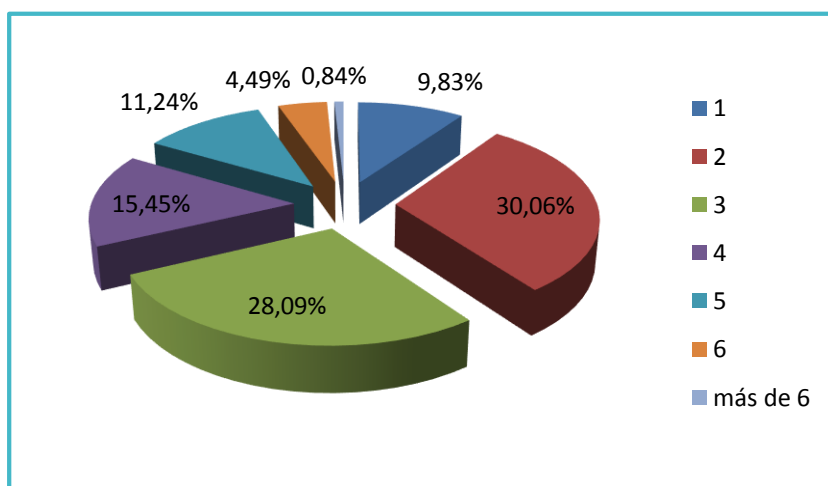
### 3. ¿Cuántos hijos tiene?

**Cuadro N° 45 Número de hijos**

Detalle	Frecuencia	%
1	35	9.83%
2	107	30.06%
3	100	28.09%
4	55	15.45%
5	40	11.24%
6	16	4.49%
más de 6	3	0.84%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 43 Número de hijos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.  
**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

La población en promedio cuenta con 4 hijos un poco menos del 50% tiene menos de 4 hijos, es responsabilidad de los padres de familia y del ministerio de salud el control de la natalidad, ya que el mantener un mayor número de hijos implica mayores gastos.

#### 4. Sus hijos estudian o estudiaron en :

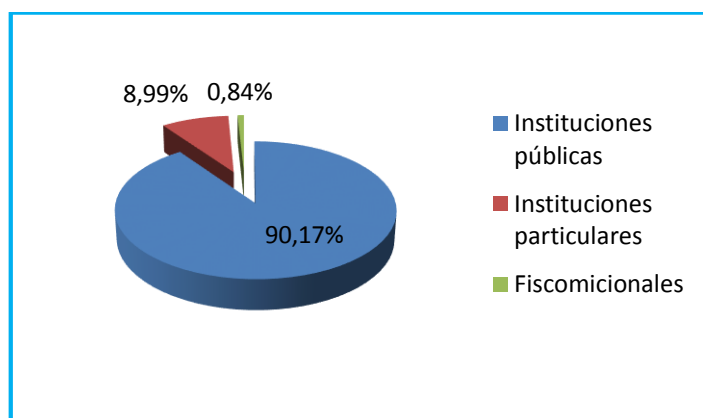
**Cuadro Nº 46 tipo de educación**

Detalle	Frecuencia	%
Instituciones públicas	321	90.17%
Instituciones particulares	32	8.99%
Fiscomicionales	3	0.84%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 44 Tipo de educación**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

#### Interpretación

Los hijos de los pobladores encuestados en su mayoría estudian o estudiaron en instituciones educativas públicas, debido a la gratuidad de la educación, cerca del 9% afirman que estudiar en instituciones particulares, este porcentaje corresponde a los propietarios de los negocios de tilapia, distribuidores y demás personas que cuentan con recursos económicos suficientes para sustentar los gastos de educación particular.

## 5. Usted presta sus servicios como:

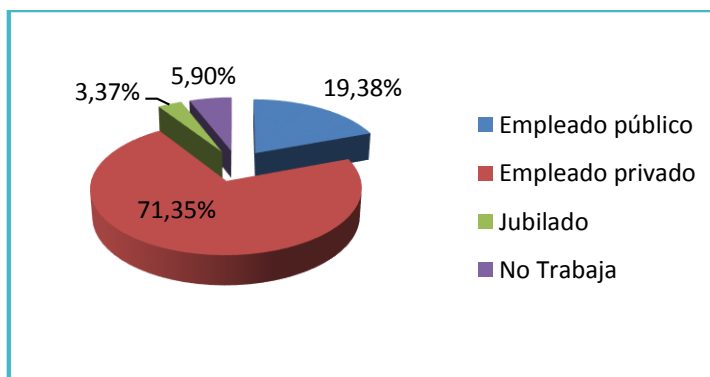
**Cuadro N° 47 Actividad a la que se dedica**

Detalle	Frecuencia	%
Empleado público	69	19.38%
Empleado privado	254	71.35%
Jubilado	12	3.37%
No Trabaja	21	5.90%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 45 Actividad a la que se dedica**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

## Interpretación

un porcentaje mayor al 70% de personas encuestadas respondieron que prestan sus servicios como empleados privados o que tienen su propio negocio, casi el 20% como empleado público, cerca del 6% no trabaja y espera de otras personas para solventar sus gastos, un 3,37% afirmaron ser jubilados.

## 6. Usted cuenta con:

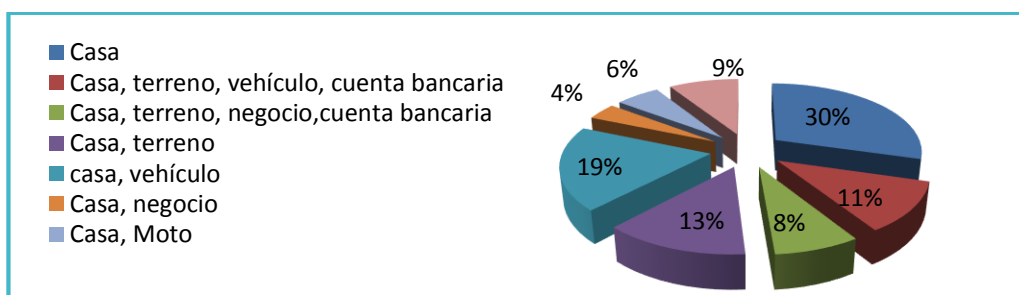
**Cuadro N° 48 Bienes que posee**

Detalle	%	Frecuencia
Casa	27.53%	98
Casa, terreno, vehículo, cuenta bancaria	10.67%	38
Casa, terreno, negocio, cuenta bancaria	7.30%	26
Casa, terreno	12.36%	44
casa, vehículo	17.98%	64
Casa, negocio	3.65%	13
Casa, Moto	5.34%	19
Otros	8.43%	30
Casa cuenta bancaria	6.74%	24
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>356</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 46 Bienes que posee**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

## Interpretación

En esta pregunta, de los 356 pobladores encuestados, el 30% respondió que posee solo casa, el 19% cuenta con casa y vehículo, el 13% posee casa y terreno, el 11% posee casa, terreno, vehículo, cuenta bancaria; el 9% respondió que a más de los nombrados anteriormente cuenta con otros bienes, el 6% casa y moto; el 4% casa y negocio.

## 7. Los ingresos que usted cuenta para cubrir sus gastos son:

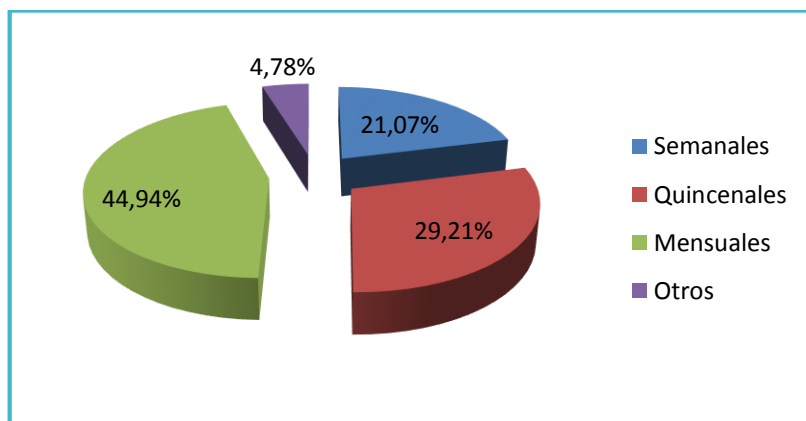
**Cuadro Nº 49 Frecuencia de ingresos**

Detalle	Frecuencia	%
Semanales	75	21.07%
Quincenales	104	29.21%
Mensuales	160	44.94%
Otros	17	4.78%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 47 Frecuencia de ingresos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

En esta variable de ingresos de los pobladores un poco menos del 50% tiene los ingresos mensuales, cerca al 30% quincenales, más del 20% percibe un ingresos semanal y el 4,78% otro tipo de frecuencia en cuanto al ingreso que percibe. La mayoría de pobladores que prestan los servicios tienen un ingreso no fijo ya que sus trabajos no son estables si no que son contratados por obra o por horas.

## 8. De cuanto es el promedio de ingresos mensuales:

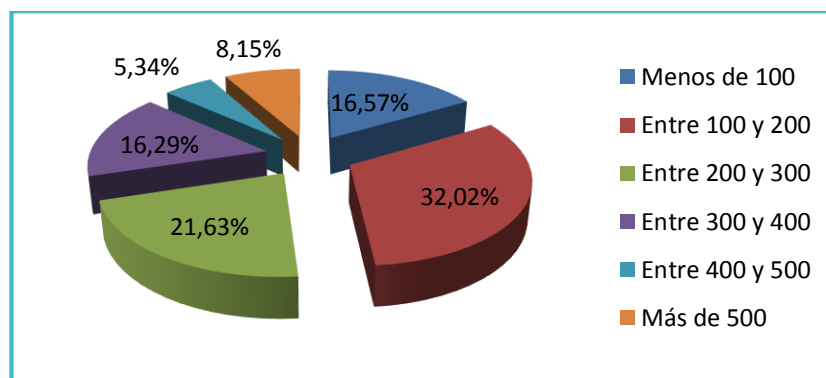
**Cuadro N° 50 Promedio de ingresos**

Detalle	Frecuencia	%
Menos de 100	59	16.57%
Entre 100 y 200	114	32.02%
Entre 200 y 300	77	21.63%
Entre 300 y 400	58	16.29%
Entre 400 y 500	19	5.34%
Más de 500	29	8.15%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 48 Promedio de ingresos**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

El ingreso promedio de los habitantes de Yahuarcocha no supera el costo de la canasta básica familiar que se encuentra en \$532,00, es una de las razones que esta población se encuentra con un nivel socioeconómico medio bajo, se debería implementar fuentes de empleo para dicha población para mejorar la calidad de vida de los mismos.

## 9. ¿Cuáles de los siguientes servicios cuenta usted?

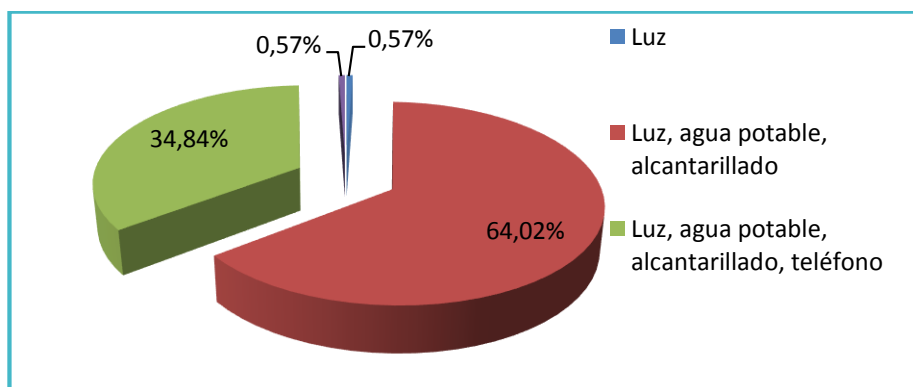
**Cuadro N° 51 Servicios básicos con los que cuenta**

Detalle	Frecuencia	%
Luz	2	0.57%
Luz, agua potable, alcantarillado	226	64.02%
Luz, agua potable, alcantarillado, teléfono	123	34.84%
Luz, agua potable, alcantarillado, teléfono, internet	2	0.57%
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 49 Servicios básicos con los que cuenta**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

Una gran mayoría del 64,02% cuenta con luz eléctrica, agua potable y alcantarillado que corresponde los servicios básicos que una familia debe contar para vivir, un 34,84% respondió que cuenta con luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono, un 0,57% cuenta solo con luz eléctrica, el otro 0,57% luz eléctrica, alcantarillado, teléfono e internet. Debido a estos resultados el municipio de Ibarra en conjunto con la empresa de agua potable deben implementar sistemas de agua potable y alcantarillado a las familias que carecen de estos servicios básicos.



## 10. ¿Cuál de los servicios básicos cree usted que hay que mejorar?

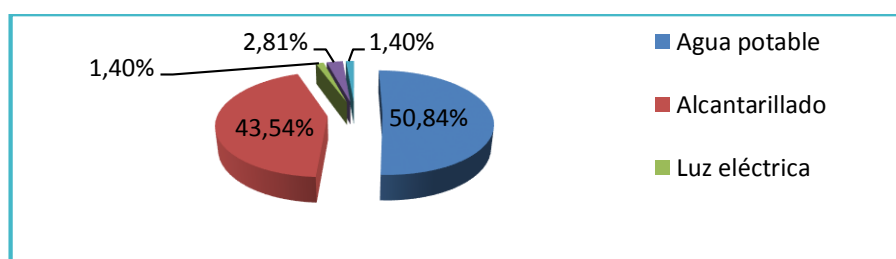
**Cuadro N° 52 Necesidades insatisfechas**

Detalle	Frecuencia	%
Agua potable	181	50.84%
Alcantarillado	155	43.54%
Luz eléctrica	5	1.40%
Agua Potable, alcantarillado	10	2.81%
Acceso vial	5	1.40%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 50 Necesidades insatisfechas**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

En cuanto a los servicios básicos insatisfechos más de la mitad respondió que hay que mejorar el agua potable ya que en épocas de lluvia el agua no es apta para el consumo humano y los fines de semana cuando más se ocupa el agua no abastece a toda la comunidad; el 43,54% afirma que hay que mejorar el alcantarillado sanitario ya que ha colapsado y también en épocas de lluvia se tapona y causa contaminación al sector y su medio ambiente; cerca del 3% dicen que hay que mejorar el agua potable y el alcantarillado; el 1,40% el acceso vial ya que en la carretera antigua es empedrada y tiene muchos baches; el porcentaje faltante respondió que la luz eléctrica.

11. ¿Cree que la actividad gastronómica ha contribuido para el adelanto de las familias del barrio?

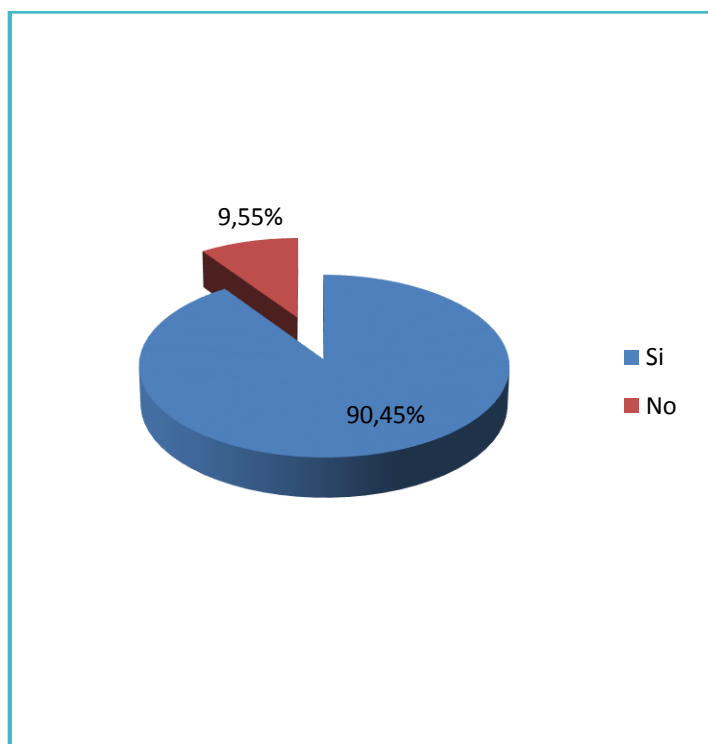
**Cuadro Nº 53 Contribución para adelanto de familias**

Detalle	Frecuencia	%
Si	322	90.45%
No	34	9.55%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 51 Contribución para adelanto de familias**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

Una gran mayoría de habitantes cree que la actividad gastronómica está contribuyendo al adelanto de las familias del sector, ya que por lo menos 1 persona de cada familia interviene directa o indirectamente en la actividad.

## 12. Usted interviene en la actividad gastronómica del sector como:

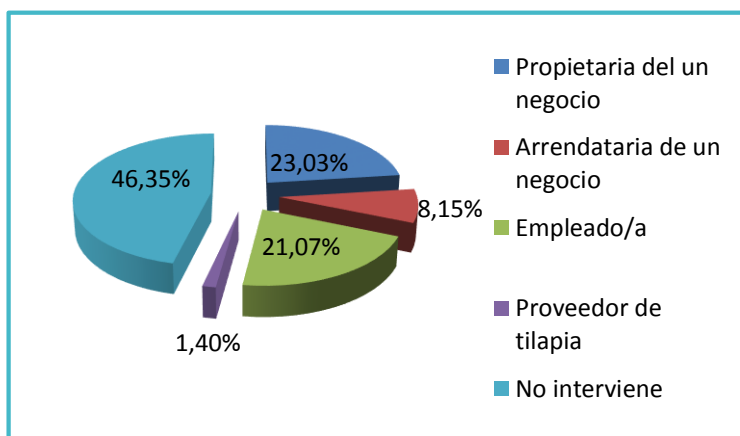
**Gráfico N° 52 Intervención en actividad gastronómica**

Detalle	Frecuencia	%
Propietaria de un negocio	82	23.03%
Arrendataria de un negocio	29	8.15%
Empleado/a	75	21.07%
Proveedor de tilapia	5	1.40%
No interviene	165	46.35%
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 53 Intervención en actividad gastronómica**



**Fuente:** Encuesta dirigida a habitantes de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

### Interpretación

De los 356 pobladores encuestados el 46,35% respondió que no interviene en la actividad gastronómica, un 23,03 que interviene en la actividad gastronómica como propietaria de un negocio; un poco más del 20% como empleado/a; el 8,15% como arrendataria de un negocio; y el 1,40% como proveedor de tilapia.

**13. A realizado alguna de las siguientes actividades en los últimos dos años:**

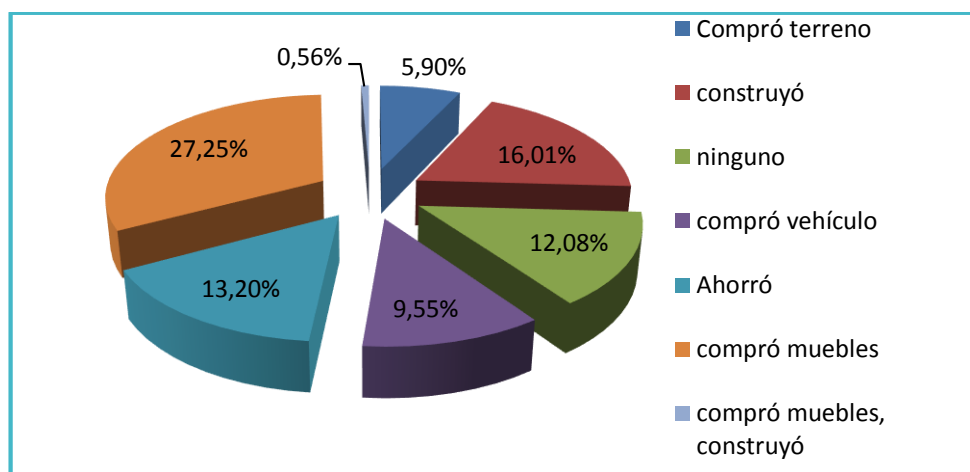
**Cuadro Nº 54 Inversión de las familias**

Detalle	%	Frecuencia
Compró terreno	5.90%	21
construyó	16.01%	57
Ninguno	12.08%	43
compró vehículo	9.55%	34
Ahorró	13.20%	47
compró muebles	27.25%	97
compró muebles, construyó	0.56%	2
Compró terreno, construyó, muebles	1.69%	6
Otros	13.76%	49
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>356</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a pobladores de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico Nº 54 Inversión de las familias**



**Fuente:** Encuesta levantada a pobladores de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Interpretación**

Más del 80% de habitantes ha realizado inversión en su establecimiento, esto debido a la ganancia que obtienen del negocio, las instituciones financieras deberían dar más apertura para otorgar créditos a este sector de la economía.

**14. El financiamiento para realizar una de las actividades anteriores fue mediante:**

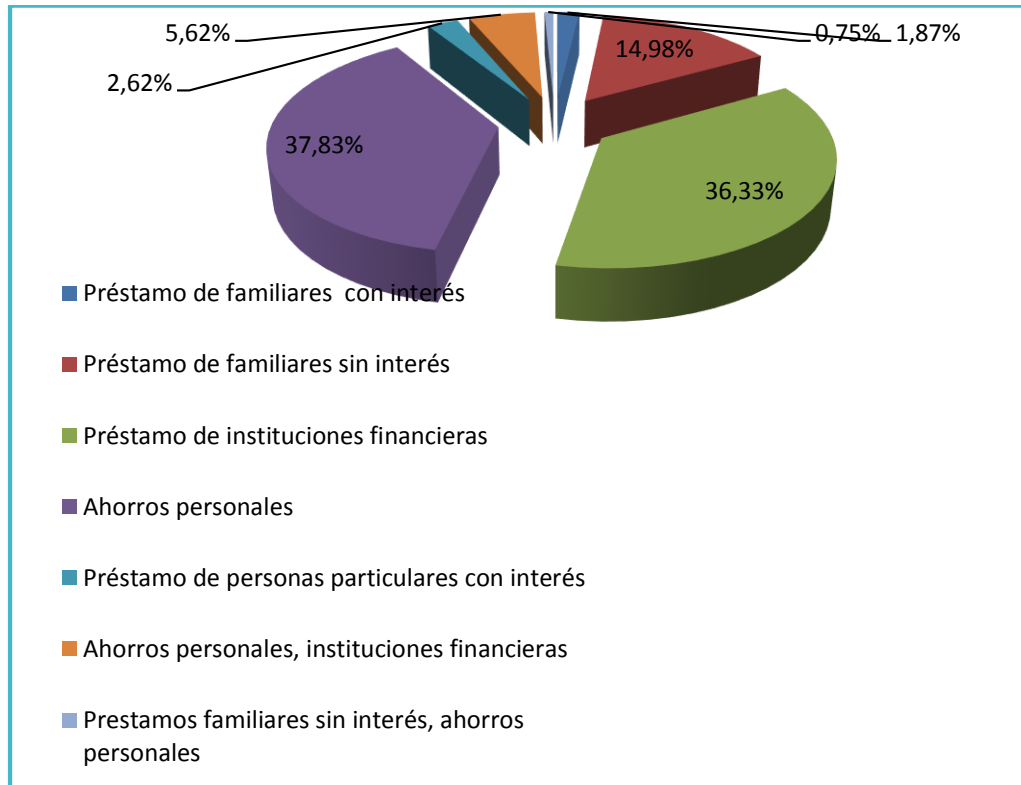
**Cuadro N° 55 Tipo de financiamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Préstamo de familiares con interés	5	1.88%
Préstamo de familiares sin interés	40	15.04%
Préstamo de instituciones financieras	96	36.09%
Ahorros personales	101	37.97%
Préstamo de personas particulares con interés	7	2.63%
Ahorros personales, instituciones financieras	15	5.64%
Prestamos familiares sin interés, ahorros personales	2	0.75%
<b>Total</b>	<b>266</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta levantada a pobladores de Yahuarcocha.

**Elaborado por:** La autora de la investigación

**Gráfico N° 54 Tipo de financiamiento**



Fuente: Encuesta levantada a pobladores de Yahuarcocha.

Elaborado por: La autora de la investigación

### **Interpretación**

De los 356 pobladores encuestados, 266 respondieron que realizaron alguna actividad de inversión y ahorro, casi el 38% dice que financiaron mediante ahorros personales, un poco más del 36% mediante préstamos de instituciones, cerca del 15% mediante préstamos de familiares sin interés, el 5,62% mediante ahorros personales y de instituciones financieras, el 2,62% mediante préstamos de persona particulares con interés es decir mediante chulco, casi el 2% con préstamo de familiares con interés y menos del 1% con préstamos de familiares sin interés y ahorros personales.

#### **4.2. Análisis de las Entrevistas Aplicadas a Conocedores de la Gastronomía típica Yahuarcocha.**

El comisario de Salud de Imbabura cree que la infraestructura que cuentan los comerciantes de tilapia en Yahuarcocha es adecuada para la atención al turista debido a que es un sector que cuenta con una vista natural y no debe ser objeto de construcción arquitectónicas como en la ciudad a pesar de las exigencias de la sociedad, ya que en la ciudad se encuentra lugares que preparan alimentos pero con techos y paredes cerradas y opina que lo que la gente busca es algo diferente a lo cotidiano. En cuanto al control de los y las comerciantes de tilapia, dice que existen normas que deben seguir las personas que realizan este tipo de actividad, en caso de que las incumplan están expuestas a sanciones económicas según rija la ley; la cadena de frío es controlada desde que la tilapia es embarcado en los camiones de los distribuidores que deben tener su vehículo preparado con enfriadores para el transporte del producto, así también realizan controles a la distribución que se lo hace el día miércoles. El comisario de salud opina que a simple vista existe un desarrollo socioeconómico de los habitantes de Yahuarcocha ya que ha mejorado el acceso vial, líneas telefónicas, agua potable y se puede ver que las viviendas son construidas con ladrillo o bloque a diferencia de años pasados lo realizaban con adobe y los servicios básicos eran escasos. Las recomendaciones que hace para mejorar la calidad y el buen estado de los productos alimenticios, los comerciantes cumplan con las normas de preparación e higiene establecidas por el Ministerio de Salud Pública.

La coordinadora del proceso de vigilancia sanitaria de Imbabura afirmó haber implantado cursos de capacitación para las y los comerciantes de Yahuarcocha y dar a conocer las normas de higiene y salud a seguir, así como deben mantener el producto para que no se dañe y cause enfermedades en los consumidores, además manifestó que como la

cantidad de turistas y comerciantes ha incrementado los planes de capacitación y control también lo han hecho en los últimos cinco años.

La tercera persona entrevistada fue el Mgs. Marcelo Vacas quien conoce la forma de almacenamiento y manipulación de alimentos especialmente de los derivados del mar, quien afirmó que los comerciantes de Yahuarcocha no siguen las normas sanitarias y generan una contaminación cruzada de los alimentos ya que varios locales que ha visitado no cuentan ni siquiera con los servicios básicos necesarios para la atención al turista, peor aún con la desinfección de tencillos y materiales utilizados para la actividad, como conocedor del tema dice que estos establecimientos deben estar controlados más rigurosamente y el personal que trabaja allí deben usar uniformes y gorras de color blanco para controlar la higiene de los mismos, así mismo considera que si existe un incremento de negocios en el sector y hace un llamado a las autoridades que controlen este crecimiento indiscriminado ya que afecta a la imagen del sector. Por otra parte opina que los turistas son los llamados a exigir buenas prácticas de preparación de alimentos y son ellos los llamados a exigir una mejor atención y así la persona que atiende estos locales tome encuentra y vaya preparando mejor la infraestructura, vajilla y forma de preparar los alimentos.

Del criterio y experiencia que tiene la Sra. Mercedes Gavilima en la entrevista que se realizó, afirmó trabajar en la venta de pescado hace más de 20 años cuando ella empezó no existían más de 10 personas que se dedicaban a dicha actividad, y conforme el turismo ha venido incrementado también lo han hecho los comerciantes, pero este incremento a tenido mayor impacto es a partir del año 2000 en adelante ya que poco a poco las familias del sector y de otros sectores aledaños se han inclinado a esta actividad.



### 4.3. Contrastación de las Preguntas de Investigación

#### 4.3.1. ¿Cuál es la oferta y demanda de tilapia de los comerciantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?

##### a) Oferta de tilapia

Se pudo determinar que alrededor del 43% de comerciantes adquieren de 100 a 200 libras de tilapia, un 31,43% menos de 100 libras, el 8,57% de 300 a 400 libras, el mismo porcentaje anterior de 400 a 500 libras, un 4,29% de 200 a 300 libras y el otro 4,29% más de 500 libras de tilapia, según consta en la pregunta N°6 de la encuesta dirigida a los comerciantes de gastronomía típica.

**Cuadro N° 56 Oferta de Tilapia**

Año 2005							Año 2010					
Nombres	Quintales adquiridos	Quintales al año	Toneladas al año	Promedio de tilapias en quintal	Total de tilapias a la semana	Total de tilapias al año	Quintales adquiridos	Quintales al año	Toneladas al año	Promedio de tilapias en quintal	Total de tilapias a la semana	Total de tilapias al año
Carlos Ipiales	35	1680	168	75	2625	126000	30	1440	144	75	2250	108000
Wilson Pinango	40	1920	192	75	3000	144000	25	1200	120	75	1875	90000
Roberto Ponce	40	1920	192	75	3000	144000	20	960	96	75	1500	72000
Gladys Méndez							30	1440	144	75	2250	108000
Milton Ordoñez							20	960	96	75	1500	72000
Susana Alba							50	2400	240	75	3750	180000
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>5520</b>	<b>552</b>		<b>8625</b>	<b>414000</b>	<b>175</b>	<b>8400</b>	<b>840</b>		<b>13125</b>	<b>630.000</b>

Fuente: Datos obtenidos de la entrevista a los distribuidores de tilapia y encuesta a comerciantes, 2011.

En el año 2010, la oferta de tilapia en Yahuarcocha es de 13.125 unidades semanales es decir, 175 quintales; que equivale a 17,5 toneladas métricas, que se puede encontrar en los 91 locales de Yahuarcocha.

En los últimos 5 años, es decir del año 2005 al 2010, la oferta de tilapia ha tenido un incremento del 52,17%; debido a que en el año 2005 se ofrecieron 414.000 tilapias y en el año 2010 fueron 630.000, es decir, la oferta a crecido en más de la mitad.

Así mismo también incrementó el número de comerciantes dedicados a la venta de Gastronomía típica, en el 2005 eran 52 locales y para el 2010, se encontraron 91 locales registrados en el Ilustre Municipio de Ibarra, entonces aumento el número de comerciantes en un 35,16%.

Anualmente, los comerciantes ofrecen alrededor de 630.000 tilapias equivalentes a 840 toneladas métricas lo que demuestra que la oferta es significativa y genera movimiento de circulante en el sector de estudio y posibilita a que las y los comerciantes tengan acceso a una utilidad o ganancia que mejore la calidad de vida y aporte al bienestar de las familias involucradas en la actividad.

Gracias al turismo que genera la gastronomía del sector se derivan diversas actividades impulsadas por los moradores, generando un efecto multiplicador; es decir la venta de frutas de temporada, paseos en lancha, alquiler de motos; además los vehículos de transporte público y ejecutivo también están beneficiados al incrementar el número de personas que ingresan al sector y son los encargados de transportar a dichas personas.

**Cuadro N° 57 Precio de la Tilapia**

<b>Precio de Venta Consumidor Final</b>		
<b>Nº</b>	<b>año 2005</b>	<b>año 2010</b>
1	1	1.5
2	1.5	2
3	2	2.5
4	2	3
5	3	4
6	3.5	6
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>19</b>
Promedio	2	3

Fuente: Entrevista comerciantes, 2011.

De acuerdo al comisario de salud en la entrevista realizada, el precio de venta al consumidor final es accesible para todo público ya que se puede encontrar tilapias desde 1,5 dólares hasta los 6 dólares, dependiendo el tamaño da la misma; en relación a las marisquerías de la ciudad de Ibarra y del Ecuador, estos precios son relativamente bajos es por esto que la demanda es equivalente a la oferta.

**Cuadro N° 58 Venta de Tilapia**

<b>Venta de Tilapia</b>					
<b>años</b>	<b>Demanda de tilapia semanal</b>	<b>Precio Promedio por unidad</b>	<b>Total a la semana</b>	<b>total al mes</b>	<b>total al año</b>
2005	8625.00	2.00	17250	69000	828000
2010	13125.00	3.00	39375	157500	1.890.000

Elaborado por: La autora de la investigación

En el año 2005 se encontraba tilapias de un costo promedio de 2 dólares por unidad, para el 2010 se ha incrementado en 1 dólar ya que su costo

promedio es de 3 dólares, es decir ha sufrido un incremento en el precio para el consumidor final en un 50%; la venta de tilapia preparada genera ingresos para los comerciantes en alrededor de 1`890.000,00 dólares anuales, superando las ventas del 2005 que se encontraban en aproximadamente 828.000 dólares al año, es decir a tenido un incremento en las ventas en el 128,26%.

#### b) Demanda de Tilapia

La demanda de tilapia se basó en la encuesta aplicada a los turistas que acuden a los locales de venta de gastronomía típica: el 45,29% consume entre 5 a 7 tilapias, el 21,47% de 8 a 10, el 19,37% de 2 a 4 un 7,85% más de 13, el 3,66% de 11 a 13, y el 2,36% menos de 2 tilapias.

**Cuadro Nº 59 Demanda de Tilapia**

<b>Nº de Turistas</b>	<b>Nº de tilapias consumidas</b>	<b>Total de tilapias Consumidas a la semana</b>	<b>Total de tilapias Consumidas al mes</b>	<b>Total de tilapias Consumidas al año</b>
9	1	9	36	432
74	3	222	888	10656
173	6	1038	4152	49824
82	9	738	2952	35424
14	12	168	672	8064
30	14	420	1680	20160
<b>382</b>	<b>Total</b>	<b>2595</b>	<b>10380</b>	<b>124560</b>

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta dirigida a los propietarios de locales de venta de pescado, 2011.

Para determinar la demanda de tilapia primeramente se procedió a calcular el número de familias que semanalmente visitan el sector cada semana:

N = 14243: población de turistas

n = 382: familias encuestas  
 p = 7: promedio por familia  
 Tc= 2595: tilapias consumidas

$$\text{Número de familias} = \frac{N}{p}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{14243}{7}$$

$$\text{Número de familias} = 2035$$

Una vez obtenido el número de familias que es de 2035, con un promedio de 7 personas por cada una, se procede a calcular la demanda de tilapia:

Nf = 2035: Número de familias  
 Tc = 2595: Tilapias consumidas  
 n = 382: familias encuestas

$$\text{Demanda total de tilapia} = \frac{Nf \times Tc}{n}$$

$$\text{Demanda total de tilapia} = \frac{2035 \times 2595}{382}$$

Demanda total de tilapia = 13824 por semana

La demanda de tilapia en Yahuarcocha es de 13.824 unidades por semana; es decir 184 quintales equivalentes a 18,4 toneladas métricas. Al año se consumen 663.552 tilapias o 884.7 toneladas métricas.

### Cuadro Nº 60 Incremento de Demanda de Tilapia

Demanda de Tilapia		
años	Cantidad demanda al año	Variación
2005	414000	-
2010	663552	60.28%

Fuente: Datos obtenidos de encuestas a turistas 2011.

Tomando en cuenta que la oferta es igual a la demanda se determinó que la demanda de tilapia ha incrementado en un 60,28% en los últimos 5 años

ya que para el año 2005 la demanda fue de 414.000 unidades o 552 toneladas y para el 2010 de 884.7 toneladas métricas; este incremento es más alto que el incremento de la oferta por ser un producto altamente perecible que no puede ser guardado una vez preparado, es por esto que los comerciantes tienen establecido las unidades fijas para vender cada semana y prefieren que el producto falte y no sobre.

#### 4.3.2. ¿Cuál es la inversión y el empleo de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?

Para determinar la inversión que existe se llegó a establecer 2 tipos: la primera es la inversión semanal que las y los comerciantes realizan cada semana para atender sus locales; en materia prima que es la tilapia y los extras para combinar el plato. Se determinó que se adquieren 175 quintales o 17,5 toneladas métricas de tilapia semanales sin procesar, esto a diferentes distribuidores quienes tienen un precio establecido de 100 dólares por quintal, dando un total de compra de materia prima de 17.500 dólares semanales. De acuerdo a la investigación para poder atender el negocio, adquiriendo todos los productos invierten: el 51,43% invierte menos de 200 dólares, un 32,86% de 200 a 400, un 11,43% de 400 a 600 y el 4,29% invierte más de 600 dólares.

**Cuadro N° 61 Costos de Preparación de la Tilapia**

Costos de preparación para un quintal de tilapia			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
tilapia (quintal)	1	100	100
limpieza de la materia prima	1	7	7
papas (quintal)	1	8	8
tomate (caja)	1	5	5
Cebolla	1	5	5
aceite (caja)	1	20	20
Aliños	1	5	5
arroz (libras)	6	0.4	2.4
Extras	1	5	5
<b>Total</b>			<b>157.4</b>

**Fuente:** Entrevista a Laura Chicaiza, comerciante del sector, 2011.

En promedio se invierten 157,4 dólares por cada quintal de tilapia adquirida, incluido los ingredientes para acompañar al plato, la inversión total a la semana de los comerciantes es de 27.545 dólares.

Y el segundo tipo de inversión es la que se realiza para adecuamiento de la infraestructura, remodelación, ampliación, compra de nuevos materiales, vajilla además la creación de nuevos locales para atender al turista. La reinversión que los comerciantes realizaron en sus establecimientos económicos se encuentra en un 77,14% si ha reinvertido en su negocio, ya sea comprando muebles, vajilla, construyendo, remodelando entre otras; un 7,14% a ahorrado y el 15,71% no ha realizado ninguna actividad; de los comerciantes que han realizado mejoras en sus locales en los últimos 5 años el 62,96% lo hizo financiado mediante préstamos de instituciones financieras, un 29,63% mediante ahorros personales, un 5,56% de préstamos de familiares con interés y el 1,85% de préstamos de familiares sin interés.

Se pudo conocer que estas personas trabajan en su mayoría con préstamos de instituciones financieras, pero también hay personas que sacan créditos a personas particulares pagando tasa de interés muy altas, lo que no permite que la persona sobresalga y cubra sus necesidades.

Así mismo el PRODECIMI ha invertido alrededor de 100.000 dólares en la infraestructura de los locales que entregó a las comerciantes que actualmente se encuentran ubicadas en el sector centro de Yahuarcocha; también se pudo observar que existe un establecimiento económico que brinda servicios de alimentación y distracción un poco más exclusivo que los que se encuentra en la pista y han invertido alrededor de 250.000 dólares para su funcionamiento, cantidad importante para la inversión en el sector; y en menos de 5 meses se ha aperturado un nuevo local con servicio de piscinas con una inversión que asciende a los 100.000 dólares. Estos locales directamente aportan con empleo para los habitantes.

La generación de empleo es una base muy importante en una economía es así que : el 70% de comerciantes contrata de 1 a 3 personas para trabajar en sus establecimientos, un 14,29% de 3 a 5 personas, un 10% de 5 a 7 personas, un 4,29% no contrata personal y el 1,43% contratan de 7 a 9 personas.

La cantidad de personal ocupado en estos establecimientos es un porcentaje considerable pero solo son contratados los días sábados y domingos que son los días que más afluencia de personas existe en el lugar.

**Cuadro N° 62 Generación de Empleo**

Nº de trabajadores	Nº de comerciantes	Total
2	49	51
0	3	0
4	10	40
6	7	42
8	1	8
<b>Total</b>		<b>141</b>

**Fuente:** Datos obtenidos de las encuestas realizadas a comerciantes, 2011.

Personal contratado:

n = 70: Comerciantes encuestados

N = 91: Población de comerciantes

Pc = 141: Personal contratado

$$\text{Total personal contratado} = \frac{Pc \times N}{n}$$

$$\text{Total personal contratado} = \frac{141 \times 91}{70}$$

Total personal contratado = 183 Personas



**Cuadro N° 63 Incremento de Personal Contratado**

<b>Generación de Empleo</b>		
años	Nº de trabajadores	Variación
año 2005	119	-
año 2010	183	53.78%

**Fuente:** Datos obtenidos de encuesta a comerciantes 2011.

Se determinó que en el año 2010 en promedio se emplearon a 183 personas para atender los diferentes locales de venta de tilapia. Del personal contratado en los establecimientos gastronómicos el 49,25% es familiar, el 22,39% es personal particular que viven en sectores aledaños, el 19,40% es personal particular y vive en el sector, el 7,49% son familiares y viven en el sector, el 1,49% mantiene personal particular y familiar.

#### **4.3.3. ¿Cuál es el proceso de comercialización del producto (tilapia) de las unidades productivas de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?**

El proceso de comercialización de la tilapia se lo realiza de la siguiente manera, el 75,7% de productor a comerciante mayorista, comerciante minorista y luego consumidor final, es decir que es la forma de distribución que tienen la mayoría de comerciantes en el sector.

El 21,43% de productor a comerciante mayorista y consumidor final, estos distribuidores tienen locales propios de venta de tilapia preparada, y son los que más ganancia tienen debido a que reducen el costo de adquisición.

El 1,43% productor, comerciante minorista y consumidor final, en esta cadena de distribución se elimina al distribuidor mayorista ya que el propio comerciante acude a los criaderos más cercanos para comprar la tilapia; el otro 1,43% de productor a consumidor final, este porcentaje de personas realizan la pesca artesanal en el lugar de estudio.

Las y los comerciantes ofrecen su producto atrayendo al cliente por la forma de preparar y los ingredientes extras que acompañan al plato, además ofrecen descuentos y promociones para ganar clientela.

Para el año 2010, la cadena de frío se mantiene desde la transportación del producto desde la región costa en donde realizan la carga los 6 distribuidores mayoristas, en camiones debidamente refrigerados, cumpliendo con las normas de salud vigentes, luego se reparte la tilapia a los comerciantes de Yahuarcocha en cada domicilio para ser procesados y congelados, hasta llegar al día sábado o domingo según el caso y prepararlos para la venta; al momento de exhibirlos solo sacan la cantidad adecuada ya que el producto no puede perder la cadena de frío es por eso que permanecen en los enfriadores hasta ser vendidos.

Esta cadena de distribución ha mejorado en los últimos 5 años ya que en el 2005 todavía se repartía el producto en un solo lugar y a la intemperie, las normas de higiene y vigilancia sanitaria no eran las adecuadas por tanto se exponía la salud de las personas debido a que la tilapia se descomponía rápidamente, también los camiones no estaban adecuados para transportar este tipo de producto y solo se cargaba con hielo para mantener un poco al pescado.

#### **4.3.4. ¿Cuál es el nivel socioeconómico de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?**

De los 352 pobladores encuestados, casi la mitad de estos han cursado el colegio pero no lo han terminado, un 24,72% si la terminó, alrededor del 18,26% solo terminó la primaria, un 7,30% tiene estudios superiores y corresponde a pobladores jóvenes comprendidos entre 18 a 30 años, y un 5,62% no termino la primaria. Pese a los proyectos de alfabetización en el país podemos observar que todavía existen personas analfabetas, datos preocupantes en pleno siglo XXI, el gobierno debe preocuparse aún más

en la educación pública para que las generaciones futuras puedan culminar sus estudios.

En cuanto a bienes que posee la población, el 30% cuenta con casa, el 19% cuenta con casa y vehículo, el 13% posee casa y terreno, el 11% posee casa, terreno, vehículo, cuenta bancaria; el 9% respondió que a más de los nombrados anteriormente cuenta con otros bienes, el 6% casa y moto; el 4% casa y negocio.

El transporte en el año 2005 tenía una frecuencia ingreso de buses al sector cada 20 minutos, en la actualidad este servicio a mejorado ya ingresan buses al sector cada 10 minutos de lunes a sábado y los días domingos existen 2 líneas de buses que recorren el lugar y mejoraran la el desplazamiento de las personas, se cuenta con 2 cooperativas de taxis ejecutivos quienes brindan sus servicios y facilitan la movilización, este servicio tampoco había hace 5 años atrás, así mismo en el 2005 no existía la vigilancia policial con frecuencia si no cada vez que existían emergencias para el 2011 se ha implementado el programa el policía del barrio y ha mejorado la seguridad en los habitantes del sector debido a que todos los días los policías realizan patrullajes.

A Yahuarcocha siempre se le ha caracterizado por ser un lugar turístico pero no se contaba con los servicios turísticos necesarios para atender a los visitantes, esto también ha mejorado ya que ha inicio del 2011 se han implementado 2 servicios de piscinas que hace más atractivo al lugar y satisface las necesidades de los turistas.

La calidad de la infraestructura de las viviendas también ha cambiado, antes se solía encontrar casas fabricadas de adobe y madera ahora se construye de hormigón.

Siendo un lugar caracterizado por la venta de tilapia en el 2005 no se contaba con el servicio de recolección de basura frecuente sino 2 veces por semana ahora este servicio ha mejorado, el recorrido lo realizan 5 veces por semana y de alguna manera se evita la acumulación de basura.

De acuerdo a los ingresos percibidos de los pobladores, el 32,02% respondió que tiene un ingreso mensual de 100 y 200 dólares, un poco más del 20% entre 200 y 300, un 16,29% entre 300 y 400, un 5,34% entre 400 y 500 dólares; el 8,15% percibe más de 500 dólares mensuales porcentaje relativamente pequeño en relación a la población lo que se puede afirmar que los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha se encuentra en un nivel socioeconómico medio bajo, ya que la mayoría de personas no cuenta con unos ingresos iguales o superiores al costo de la canasta básica.

#### **4.3.5. ¿Cuáles son las necesidades insatisfechas de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?**

El estudio permitió conocer que el 7,30% de personas encuestadas mayores a 18 años, que viven en Yahuarcocha no han terminado ni siquiera sus estudios primarios y el 18,26% si logró terminar la escuela, tomando en cuenta que la educación es uno de los indicadores de desarrollo económico podemos decir que en este lugar todavía carece de una población libre de analfabetismo lo que es necesidad básica insatisfecha para esta población; vale pena decir que el porcentaje de personas que no culminaron los estudios corresponde a los adultos mayores y la población joven en su mayoría cursa estudios universitarios, especialmente los familiares de las personas involucradas directamente en la venta de tilapia ya que estas personas han mejorado sustancialmente su nivel socioeconómico.

En cuanto a los servicios básicos insatisfechos el 50,84% afirma que hay que mejorar el agua potable debido a que en épocas de lluvia el agua no es apta para el consumo humano y los fines de semana cuando más se ocupa el líquido vital no abastece a toda la comunidad; el 43,54% afirma que hay que mejorar el alcantarillado sanitario ya que ha colapsado y todavía no se da solución a este gran problema.

Otra necesidad que no ha sido satisfecha, es la creación de un proyecto para el tratamiento de los residuos de la tilapia (huesos), en promedio se genera 210 toneladas de huesos de tilapia al año cantidad considerable que debe ser procesada para optimizar los recursos y generar ingresos para los habitantes.

## CONCLUSIONES

1. Se pudo concluir que la Gastronomía típica de Yahuarcocha si incide en el desarrollo socioeconómico de los habitantes del sector, ya que después de realizar el estudio se determinó que la mayoría de propietarios de los locales son residentes del sector y viven más de 10 años en el mismo, y la venta de tilapia es la actividad que genera mayores ingresos en dichas personas , esto solventa sus necesidades básicas, el 90,45% afirma que la venta de tilapia en Yahuarcocha contribuye al desarrollo del sector y es así que esta actividad genera 1.890.000 dólares en ventas al año y la inversión es de 1'322.160 al año entonces se tiene una ganancia global de los comerciantes de 567.840 dólares al año, esto debido al incremento de la demanda que es del 60,28% en los últimos 5 años y se demuestra que la venta de tilapia tiene un impacto positivo en la economía de los habitantes del sector.
2. Los comerciantes dedicados a la venta de tilapia en Yahuarcocha generan empleo para las familias del barrio y de sectores aledaños quienes son contratados en su mayoría para trabajar los fines de semana, el número de trabajadores equivale a 183 personas por semana este empleo ha mejorado gracias a la venta de tilapia y las personas pueden obtener ingresos para cubrir sus necesidades; realizan una inversión moderada semanalmente para poder vender sus productos así como para la mejora de la infraestructura de los locales.
3. El proceso de comercialización de la tilapia se deriva desde la región costa en donde los comerciantes mayoristas adquieren el producto para ser vendido a los comerciantes minoristas de Yahuarcocha y estos a su vez cuentan con una cadena de frio desde la transportación al procesado y luego a mantener en congelación

hasta llegar al consumidor final; los comerciantes atienden en su mayoría los fines de semana y emplean estrategias de venta como descuentos y promociones para atraer al cliente.

4. Los pobladores de este sector cuentan con necesidades básicas insatisfechas como es la educación especialmente a personas adultas, mejoramiento de agua potable y alcantarillado ya que las redes de estas dos son muy pequeñas y no abastece a toda la población. La mayor contaminación que existe en el lugar es debido a la generación y acumulación de basura debido a que no existen suficientes tachos de basura en donde las personas puedan depositar los desechos, y se carece de un proyecto que conlleve a dar solución a este problema.
5. Los habitantes de Yahuarcocha cuentan con un nivel socioeconómico medio bajo debido a las necesidades insatisfechas que tienen, y los ingresos promedios se encuentran por debajo del costo de la canasta básica familiar; pero las personas que tienen sus propios locales de venta de tilapia especialmente los distribuidores han mejorado considerablemente su calidad de vida ya que cuentan con recursos económicos mayores y poseen bienes como vehículos, casas y terrenos así también como bienes de lujo.

## RECOMENDACIONES

1. Los comerciantes de tilapia deben ser capacitadas continuamente en cuanto al manejo de alimentos, clasificación de desechos, y registros mínimos contables ya que son las falencias que en el transcurso de la investigación se detectó, esto para mejorar la atención al turista y a su vez mejorar las condiciones contables de los comerciantes.
2. La inversión que los comerciantes realizan en cuanto a infraestructura debe ser respetando los reglamentos de ordenamiento territorial que se encuentra en el Municipio de Ibarra para tener una mejor imagen y evitar posteriores sanciones por irrespetar dichos reglamentos, además los comerciantes que mantienen trabajadores en relación de dependencia deberían cumplir con los beneficios de ley para el trabajador, debido a la nueva ley de afiliación que está declarada como delito la no afiliación a los trabajadores y los dueños de los locales pueden correr el riesgo de ser sancionados, ya que la mayoría de dichos trabajadores no se encuentran asegurados.
3. Tanto distribuidores como comerciantes de tilapia deben cumplir estrictamente las normas de salud pública debido a que la tilapia es un producto altamente perecible y puede causar intoxicación masiva para los turistas que consumen el producto. Se debe elaborar e implementar proyectos de manejo de residuos de tilapia ya que en los locales de venta semanalmente se produce alrededor 11 quintales de huesos y con ello se podría elaborar derivados en consecuencia se generaría empleo e ingresos para las familias del sector. Así también se recomienda elaborar un proyecto para dar tratamiento a los residuos de aceites que generan los establecimientos, se comprobó que están mal utilizados y causando



contaminación al medio ambiente al ser arrojado al desagüe o terreno.

4. Se debe instalar basureros alrededor de las orillas de la laguna para que las personas puedan depositar los desechos y mitigar de alguna manera la contaminación existente, además se debe elaborar un proyecto que permita dar tratamiento a los residuos de la tilapia y de alguna manera mejorar el problema existente. La Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra es la encargada del mejoramiento de dichos servicios indispensables para la población, y debería inmediatamente mejorar las condiciones que actualmente viven los pobladores de Yahuarcocha.
5. Los recursos con los que cuentan los habitantes tienen que ser aprovechados de manera sostenible y sustentable para generar recursos económicos que solventen las necesidades y los recursos naturales que atraen a los turistas se mantengan a través del tiempo para nuevas generaciones.

## Bibliografía

1. Achig, I. (2001). Enfoques y Métodos de la Investigación Científica 3ra Edición.
2. Arellano Enrique. Investigación Científica.
3. Barreno J, (2010), El Turismo en la Cuenca Baja de Yahuarcocha y su Incidencia en la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura: Universidad Técnica del Norte.
4. Beker V, Mochón F,( 2001), Elementos de Micro y Macroeconomía, Segunda Edición.
5. Benalcázar, M. (2010). Guía para Realizar Trabajos de Grado. Primera Edición.
6. Bernard, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación.
7. Bondone, C. Teoría Económica.
8. Breilh, Jaime, (2004) Nuevos Conceptos y Técnicas de Investigación, Guía Pedagógica para un Taller de Metodología, Ediciones CEAS, Quito.
9. Castaño R, (2000), Ideas Económicas Mínimas, Colombia, Editorial Ecoediciones.
10. Castro, Aníbal. (2000), Políticas de Marketing, Ediciones Kapeluz, Madrid.
11. Compañía de Empresa Economía Mixta Yahuarcocha.
12. Diario la Hora 2010.
13. Diario la Verdad 2010.
14. Dirección Provincial de Salud de Imbabura.
15. Gurría Di-Bella Manuel. Introducción al Turismo.
16. Ilustre Municipio de Ibarra (Departamento de Higiene).
17. Ilustre Municipio de Ibarra (Departamento de Rentas).
18. Jarrín P. Guía Práctica de Investigación Científica, 2da. Edición Quito-Ecuador

19. Lerma, Héctor Daniel Metodología de la Investigación. Segunda Edición.
20. Lima R. y otros, Estrategias de Desarrollo Turístico para la Parroquia “La Dolorosa del Priorato” (2006), Previo a la Obtención del Título de Magister en Gerencia de Proyectos Educativos, no Defendido.
21. Malthus, Citado por Samuelson P. (1995)
22. Méndez a, Carlos E, (2006). Metodología. Segunda Edición 2da Edición.
23. Miller, Roger Leroy. Economía hoy. Segunda Edición
24. Ministerio de Turismo de Imbabura.
25. Mochón F, 2006, Principios de Economía, España
26. Pérez M. (2004), Manual del Turismo Sostenible, Ediciones Mundi-Prensa, España.
27. Román Tamames. Diccionario económico
28. Samuelson P, Nordhaus W, (2002), Economía, Decimoséptima Edición, España.
29. Sandoval M., el Microcrédito y su Incidencia en el Desarrollo Socioeconómico del sector Microempresarial en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura (2010), Previo a la Defensa de Grado.
30. Seldon a. (2004), Diccionario de Economía.
31. Universidad Técnica del Norte (2007), Plan de Desarrollo Institucional de UTN.
32. Vacas, M. (2010). Buenas Prácticas Gastronómicas, Ecuador, Ibarra.
33. Vázquez I. Ecuador su Realidad, Edición Actual, Quito-Ecuador.
34. Zorrilla, Santiago. Técnicas de Investigación Científica.

## Lincografía

- [www.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_de\\_Ecuador](http://www.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador)
- [www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/glos/glos3.htm](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/glos/glos3.htm)
- [www.santabolsa.com/diccioburs/d.htm](http://www.santabolsa.com/diccioburs/d.htm)
- [www.ecobachillerato.com/diccionario.htm](http://www.ecobachillerato.com/diccionario.htm)
- [www.zonagratis.com/curiosidades/DicEconomia/D.htm](http://www.zonagratis.com/curiosidades/DicEconomia/D.htm)
- [www.auladeeconomia.com/mercados2.htm](http://www.auladeeconomia.com/mercados2.htm)
- [www.es.mimi.hu/economia/desarrollo\\_economico.html](http://www.es.mimi.hu/economia/desarrollo_economico.html)
- [www.economia48.com/spa/d/division-del-trabajo/division-del-trabajo.htm](http://www.economia48.com/spa/d/division-del-trabajo/division-del-trabajo.htm)
- [www.hugoalbertoruiz.blogspot.com/2008/03/glosario-financiero.html](http://www.hugoalbertoruiz.blogspot.com/2008/03/glosario-financiero.html)
- [www.vitral.4t.com/V01-CONCEPTOS/C01-Vialidad.html](http://www.vitral.4t.com/V01-CONCEPTOS/C01-Vialidad.html)
- [www.vitral.4t.com/V01-CONCEPTOS/C01-Vialidad.html](http://www.vitral.4t.com/V01-CONCEPTOS/C01-Vialidad.html)

## Anexos

### Anexo Nº 1 Listado comerciantes de tilapia 2004-2010

Nº	Nombre Del Local	Dirección	Representante	Fecha de Inicio de Actividades
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	VALDIVIESO SANDOVAL LUIS GILBERTO	10/11/2004
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	VALDIVIESO SANDOVAL LUIS GILBERTO	10/11/2004
3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	VALDIVIESO CUEVA MARIA BLANCA INES	10/11/2004
4	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	GUALAVISI TUQUERRES PEDRO RAFAEL	10/11/2004
5	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	CORONEL SALTOS GLADYS AZUCENA	10/11/2004
6	VENTA DE PESCADO LA TILAPIA PARADERO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY *	ALBA GAVILIMA CARMITA LEONOR	10/11/2004
7	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 17 *	GAVILIMA CARLOSAMA MARIA MERCEDES	10/11/2004
8	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 20 *	GAVILIMA TEANGA ELSA PATRICIA	10/11/2004
9	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 21	JUMA PUMA MARIA CONSUELO	10/11/2004
10	PESCADERIA DOÑA SUSY	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 22	ALBA GAVILIMA SILVIA SUSANA	10/11/2004
11	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 23	GAVILIMA FARINANGO CARMEN MAGDALENA	10/11/2004

12	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	NARVAEZ INGA MARIA JUANA	10/11/2004
13	VENTA D PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY	IPIALES ENRIQUEZ MARIA LEONILA	10/11/2004
14	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	NARVAEZ INGA JANETH DEL PILAR	10/11/2004
15	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	ALBA GAVILIMA GLADYS DE LOURDES	10/11/2004
16	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI 03	CHUSQUILLO CHUQUIN EMMA LASTENIA	10/11/2004
17	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	FLORES SANDOVAL MARIA LUCILA	10/11/2004
18	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	VALDIVIEZO CUEVA MARIA CARMEN	10/11/2004
19	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	SANDOVAL FLORES MARIA ZOILA	10/11/2004
20	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	AREVALO CUEVA MARIA JOSEFINA	10/11/2004
21	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	FLORES TAMBACO MARIA DEL PILAR	05/05/2004
22	VENTA DE PESCADO Y BAR	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	FREIRE SALTOS GLORIA ISABEL	10/11/2004
23	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	PUPIALES REBECA MARIA	10/11/2004
24	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA JUNTO A LA TILAPIA PARADERO	MENDEZ PINANGO ELIZABETH ESMERALDA	10/11/2004
25	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA JUNTO TILAPIAS DE CHARLY	IPIALES ENRIQUEZ NUBIA ROCIO	10/11/2004
26	VENTA DE EMPANADAS EL SOMBRERO	YAHUARCOCHA JUNTO TILAPIAS DE CHARLY	TORRES MARIA ADELA	10/11/2004
27	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA LA TILAPENA	CHICAIZA CAIZA LAURA PASTORA	10/11/2004
28	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S N	TEANGA TEANGA HILDA MARIA	10/11/2004
29	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S N	ALBA GAVILIMA BLANCA TERESA	10/11/2004
30	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S N	JUMA GAVILIMA ROSA MAGDALENA	10/11/2004
31	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S N	JUMA PERUGACHI MARIA EULALIA	10/11/2004
32	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S/N	JUMA PUMA MARIA HERMELINDA	10/11/2004
33	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA S/N	ALBA GAVILIMA ROSA MATILDE	10/11/2004

34	PICANTERIA	ZUMBA 14-48	CHURTA CALDERON LAURA ELISA	10/11/2004
35	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA SN	NARVAEZ INGA BLANCA AZUCENA	10/11/2004

<b>Nº</b>	<b>Nombre Del Local</b>	<b>Dirección</b>	<b>Representante</b>	<b>Fecha de Inicio de Actividades</b>
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA SN	JUMA BENITEZ MARIA TERESA	01/01/2005
2	RESTAURANT MI RINCON FAMILIAR	YAHUARCOCHA CLUB HIPICO	LEON HIDALGO ANA LUCIA	09/01/2005
3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI 17	PINANGO GAVILIMA MARIA MARIANITA	01/01/2005
4	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	QUILO GAVILIMA ROSARIO DEL PILAR	01/01/2005
5	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	CHANDI VILATUÑA PILAR ELIZABETH	01/01/2005
6	<b>VENTA DE PESCADO</b>	<b>YAHUARCOCHA 40M NORTE CALLE LA HUERTA</b>	<b>PUPIALES GOMEZ ANA LUCIA</b>	<b>02/01/2005</b>
7	<b>RESTAURANT EL PALACIO DE LA TILAPIA</b>	<b>YAHUARCOCHA</b>	<b>MORAN ALMEIDA CARMEN GENOVEVA</b>	<b>01/01/2005</b>

<b>Nº</b>	<b>Nombre Del Local</b>	<b>Dirección</b>	<b>Representante</b>	<b>Fecha de Inicio de Actividades</b>
1	VENTA PESCADO	YAHUARCOCHA JUNTO TLAPIAS DE CHARLY	REASCOS AREVALO EDILMA CECILIA	09/01/2006
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	VALDIVIEZO QUITO SILVIA JEANETH	07/02/2006
3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA 50M DER.ANTES ENTRADA PUEBLO	CAMUEZ PERUGACHI LIDIA IRENE	10/04/2006
4	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA 60M NORTE DER. LA HUERTA	PUPIALES GOMEZ MARIA GUADALUPE	01/01/2006

5	PESCADO FRITO	YAHUARCOCHA	GAVILIMA YASELGA CELIA MARIA	02/01/2006
---	---------------	-------------	------------------------------	------------

Nº	<i>Nombre Del Local</i>	<i>Dirección</i>	<i>Representante</i>	<i>Fecha de Inicio de Actividades</i>
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	VILATUÑA PERUGACHI LIGIA ELENA	01/01/2007
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI 02	ORDOÑEZ NARVAEZ JENNY ELIZABETH	28/05/2007
3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	VILATUÑA PERUGACHI MIRYAN DE LOURDES	01/01/2007
4	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.SMY PRODESIMI	PINANGO BENITEZ ANA LUCIA	01/01/2007
5	PESCADERIA DOÑA SUSY	YAHUARCOCHA ASOC.SMY 23	ALBA GAVILIMA SILVIA SUSANA	27/08/2007

Nº	<i>Nombre Del Local</i>	<i>Dirección</i>	<i>Representante</i>	<i>Fecha de Inicio de Actividades</i>
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA FRENTE ALDEA SOS	PUPIALES GOMEZ MARIA FANNY	15/12/2008
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA 90M NORTE DER. LA HUERTA	PUPIALES GOMEZ MARIA ORFELINA	04/01/2008
3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	GUDIÑO OVIEDO FERNANDO XAVIER	04/01/2008

Nº	<i>Nombre Del Local</i>	<i>Dirección</i>	<i>Representante</i>	<i>Fecha de Inicio de Actividades</i>
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA SN	ALBA PUPIALES WILSON HENRY	17/12/2009
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA FRENTE ASOC.19 DE MARZO	IPIALES PILATAXI CRUZ ELIAS	25/06/2009



3	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA	BURGOS LUNA DIANA MARLENE	28/08/2009
4	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA 50M ANTES TILAPIAS DE CHARLY	CANACUAN MUGMAL DALILA DEL PILAR	20/01/2009
5	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	BURGOS LUNA MARCELINO MOISES	30/07/2009
6	PICANTERIA VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	POTOSI MORILLO JULIO CESAR	05/12/2009
7	VENTA DE PESCADO FRITO	YAHUARCOCHA	JIMENEZ RAMIREZ MARIA DEL CARMEN	21/05/2009

Nº	<i>Nombre Del Local</i>	<i>Dirección</i>	<i>Representante</i>	<i>Fecha de Inicio de Actividades</i>
1	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA FRENTE A BOMBEROS	ORTIZ PAREDES MARTHA ALICIA	01/01/2010
2	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA FRENTE A BOMBEROS	CASTILLO CASTILLO NEIDA PIEDAD	11/08/2010
3	VENTA DE PESCADO FRITO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	CADENA MARIA GLADYS	28/10/2010
4	VENTA DE PESCADO PREPARADO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	LOPEZ BENAVIDES MARIA ELISA	11/08/2010
5	VENTA DE PESCADO PREPARADO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	MOROCHO LOYO MARIA INES	11/08/2010
6	VENTA DE PESCADO PREPARADO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	MOROCHO QUITO SONIA CLEMENCIA	11/08/2010
7	VENTA PESCADO PREPARADO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	SOLANO HERRERA ROSA MATILDE	11/08/2010

8	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA FRENTE A LOS BOMBEROS	REVELO GANDARA MARIA MAGDALENA	11/08/2010
9	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA CALLE S/N	CHANGO CHICAIZA PATRICIA ESMERALDA	29/06/2010
10	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	PERUGACHI MARIA MAGDALENA	23/09/2010
11	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	CADENA VILATUÑA SEGUNDO MANUEL	23/06/2010
12	VENTA DE PESCADO	YAHUARCOCHA	CHULDE VALENCIA ALIRIO RENAN	25/03/2010

### Anexo N° 2 Crecimiento de locales de venta de tilapia

Nº	años	Nº locales abiertos	Nº Locales	CRECIMIENTO ANUAL	(L x tc %x 100)
1	hasta 2003	17	17		
2	2004	35	52	205.88	107.12
3	2005	7	59	13.46	42
4	2006	5	64	8.47	66
5	2007	5	69	7.81	71
6	2008	3	72	4.35	73
7	2009	7	79	9.72	81
8	2010	12	91	15.19	94

## **Anexo N° 3 Encuesta dirigida a comerciantes de gastronomía típica de Yahuarcocha**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Encuesta dirigida a comerciantes de tilapia de la Comunidad San Miguel de Yahuarcocha.**

La presente encuesta tiene por objetivo conocer la oferta, el proceso de comercialización y el empleo que genera la actividad gastronómica en Yahuarcocha y a la vez determinar como la actividad gastronómica interviene en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de este sector; esta información servirá para el desarrollo de trabajo de tesis exigido por la universidad Técnica del Norte.

Sírvase escribir una "X" donde usted considera conveniente.

**Datos informativos:**

**Género:** F ( ) M ( )

**Edad:** de 18 a 30 años ( ) De 30 a 40 años ( ) De 40 a 50 años ( )  
De 50 a 60 años ( ) De 60 y más años ( )

**1. ¿Usted vive en el sector de Yahuarcocha?**

Si ( ) No ( )

**2. ¿Qué tiempo vive en este sector?**

De 1 a 5 años ( ) De 5 a 10 años ( ) De 10 a 15 años ( )  
De 15 a 20 ( ) Más de 20 años ( )

**3. ¿Qué grado de instrucción educativa tiene usted?**

Primaria sin terminar ( ) Primaria terminada ( )  
Secundaria sin terminar ( ) Secundaria terminada ( )  
Estudios superiores ( )

**4. El local en donde ejerce su actividad es:**

Propio ( ) Arrendado ( ) Prestado ( )

**5. ¿Cuántos años trabaja en esta actividad?**

De 1 a 5 años ( ) De 5 a 10 años ( ) De 10 a 15 años ( )

De 15 a 20 ( ) Más de 20 años ( )

**6. ¿Cuántas libras de tilapia compra semanalmente para vender a su clientela?**

Menos de 100 ( ) De 100 a 200 ( ) De 200 a 300 ( )

De 300 a 400 ( ) De 400 a 500 ( ) Más de 500 ( )

**7. ¿Cuántas libras de huesos de tilapia cree que produce semanalmente en su negocio?**

Menos de 50 ( ) De 50 a 100 ( ) Más de 100 ( )

**8. ¿Qué tratamiento le da a los residuos de la tilapia?**

Vota a la basura ( ) Alimenta animales ( ) Vota al terreno ( )

Usa como abono para las plantas ( )

**9. ¿A cuántos distribuidores de tilapia pide el producto?**

Uno ( ) Dos ( ) Tres ( ) Más de tres ( )

**10. ¿Qué días de la semana vende sus platos?**

De lunes a Domingo ( ) De Jueves a domingo ( )

De Viernes a domingo ( ) Sábado y domingo ( )

Solo domingo ( )

**11. ¿De cuánto es la inversión semanal para ofertar su gastronomía?**

Menos de 200 dólares ( ) De 200 a 400 ( )

De 400 a 600 ( ) Más de 600 ( )

**12. ¿Cuántos trabajadores tiene usted en su local?**

De 1 a 3 ( ) De 3 a 5 ( ) De 5 a 7 ( ) De 7 a 9 ( ) Más de 9 ( )

**13. El personal que usted emplea en su negocio es:**

Propio del sector ( ) Familiar ( ) De sectores aledaños ( )

**14. ¿Qué productos vende usted en su local?**

Tilapia ( ) Caldos de gallina ( ) Empanadas ( ) Cuyes ( )

Jugos ( ) Platos a la carta ( ) Ceviches ( )

Carnes asadas ( ) Choclos con queso ( ) Chochos con tostado ( )

**15. ¿De qué manera vende más la tilapia?**

Frita ( ) Al horno ( ) Estofada ( ) Ahumada ( ) Al carbón ( ) A la brasa ( )

**16.Cuál es el promedio de ventas semanales en su negocio:**

Menos de 200 ( ) Entre 200 y 400 ( ) De 400 a 600 ( )  
De 600 a 800 ( ) Mas de 800 ( )

**17. La venta de tilapia ha aumentado en los últimos dos años?**

Si ( ) No ( )

**18. La venta de tilapia es la actividad que genera mayores ingresos en su hogar?**

Si ( ) No ( )

**19. Usted cree que las familias de Yahuarcocha han mejorado la calidad de vida, por la actividad gastronómica:**

Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Poco de acuerdo ( ) En desacuerdo ( )

**20. En su negocio realizó una de las siguientes actividades en los últimos dos años**

Remodeló el local ( ) Compró vajilla ( ) Amplió su local ( )

Adquirió mesas y sillas ( ) Compró cocinas ( ) Ahorró ( )

**21. El financiamiento para realizar una de las actividades anteriores fue mediante:**

Préstamo de familiares con interés ( )

Préstamo de familiares sin interés ( ) Préstamo de instituciones financieras ( )

Ahorros personales ( )

Préstamo de personas particulares con interés ( )

**22. Usted lleva un registro de sus compras y ventas**

Si ( ) No ( )

**23. ¿Cómo es el proceso de comercialización de la tilapia?**

Productor a comerciante mayorista, comerciante minorista y consumidor final ( )

Productor a comerciante mayorista a consumidor final ( )

Productor comerciante minorista consumidor final ( )

Productor a consumidor final ( )

**Gracias por su colaboración**

Febrero, 2011

## **Anexo N° 4 Encuesta dirigida a pobladores**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

### **Encuesta dirigida a pobladores del barrio San Miguel de Yahuarcocha.**

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer la realidad socioeconómica y las necesidades insatisfechas de los habitantes de la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha, a la vez determinar como la gastronomía típica del sector contribuye al desarrollo de los habitantes; esta información servirá específicamente para realizar el trabajo de tesis solicitado por la Universidad Técnica del Norte.

Sírvase contestar las siguientes preguntas.

#### **Datos informativos:**

**Género:** F ( ) M ( )

**Edad:** de 18 a 30 años ( ) De 30 a 40 años ( ) De 40 a 50 años ( )  
De 50 a 60 años ( ) De 60 y más años ( )

#### **1. ¿Cuánto tiempo vive en este sector?**

De 1 a 5 años ( ) De 5 a 10 años ( ) De 10 a 15 años ( )  
De 15 a 20 años ( ) Más de 20 años ( )

#### **2. ¿Qué grado de instrucción educativa tiene usted?**

Primaria sin terminar ( ) Primaria terminada ( )  
Secundaria sin terminar ( ) Secundaria terminada ( )  
Estudios superiores ( )

#### **3. ¿Cuántos hijos tiene?**

1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) más de 6 ( )  
)

#### **4. Sus hijos estudian o estudiaron en**

Instituciones públicas ( ) Instituciones particulares ( )  
Fiscomicionales ( ) No estudian ( )

#### **5. Usted presta sus servicios como:**

Empleado público ( ) Empleado privado ( )

**6. Usted cuenta con:**

Casa ( ) Terreno ( ) Negocio ( ) Vehículo ( ) Cuenta bancaria ( )  
Moto ( ) Todos los anteriores ( )

**7. Los ingresos que usted tiene para cubrir sus necesidades son:**

Semanales ( ) Quincenales ( ) Mensuales ( ) Otros ( )  
Cuáles.....

**8. De cuanto es el promedio de ingresos mensuales:**

Menos de 100 ( ) Entre 100 y 200 ( ) Entre 200 y 300 ( )  
)  
Entre 300 y 400 ( ) Entre 400 y 500 ( ) Más de 500 ( )

**9. ¿Cuáles de los siguientes servicios cuenta?**

Luz ( ) Agua potable ( ) Teléfono ( ) Alcantarillado ( )  
Teve cable ( ) Internet ( ) Todos los anteriores ( )

**10. ¿Cuál de los servicios básicos cree usted que hay que mejorar en el sector:**

Agua potable ( ) Alcantarillado ( )  
Acceso vial ( ) Luz eléctrica ( )

**11. ¿Cree que la actividad gastronómica a contribuido para en adelante de las familias del barrio?**

Si ( ) No ( )

**12. Usted interviene en la actividad gastronómica del sector como:**

Propietaria de un negocio ( ) Arrendataria de un negocio ( )  
Empleado/a ( ) Proveedor de tilapia ( )  
No interviene ( )

**13. A realizado alguna de las siguientes actividades en los últimos dos años:**

Compró terreno ( ) construyó ( ) compró vehículo ( ) Ahorró ( )  
) compró casa ( ) compro muebles ( ) Otros ( )  
Cuáles.....

**14. El financiamiento para realizar una de las actividades anteriores fue mediante:**



- Préstamo de familiares con interés ( )
- Préstamo de familiares sin interés ( )
- Préstamo de instituciones financieras ( )
- Ahorros personales ( )
- Préstamo de personas particulares con interés ( )

**Gracias por su colaboración**

## Anexo Nº 5 Encuesta dirigida a turistas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Encuesta dirigida a turistas y visitantes que acuden al sector de**  
**Yahuarcocha**

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la demanda de tilapia en Yahuarcocha, a la vez saber acerca de la satisfacción que tienen las personas al acudir a un local de venta de gastronomía típica en este sector.

**Sírvase contestar las siguientes preguntas:**

**1. ¿Con que frecuencia usted visita Yahuarcocha?**

- |                   |     |                 |     |
|-------------------|-----|-----------------|-----|
| 2 veces en semana | ( ) | 1 vez en semana | ( ) |
| 1 vez a la mes    | ( ) | cada feriado    | ( ) |
| Una vez por año   | ( ) | cada 3 meses    | ( ) |

**2. En promedio hace que tiempo visita este sector**

- |                 |     |                |     |
|-----------------|-----|----------------|-----|
| De 1 a 5 años   | ( ) | De 6 a 11 años | ( ) |
| De 12 a 16 años | ( ) | Más de 16 años | ( ) |

**3. Usted visita este lugar por:**

- |               |     |              |     |
|---------------|-----|--------------|-----|
| Esparcimiento | ( ) | Alimentación | ( ) |
| Deporte       | ( ) | otros        | ( ) |
- Especifique.....

**4. ¿En promedio con cuantas personas acude a Yahuarcocha?**

- |             |     |            |     |
|-------------|-----|------------|-----|
| Entre 2 y 4 | ( ) | de 5 a 7   | ( ) |
| de 8 a 10   | ( ) | de 11 a 15 | ( ) |
| Más de 15   | ( ) |            |     |

**5. ¿Cuánto gasta usted cuando acude a este sitio?**

- |                       |     |                       |     |
|-----------------------|-----|-----------------------|-----|
| Menos de 5 dólares    | ( ) | entre 5 y 10 dólares  | ( ) |
| Entre 11 y 16 dólares | ( ) | entre 17 y 22 dólares | ( ) |
| Entre 23 y 28 dólares | ( ) | entre 29 y 34 dólares | ( ) |
| Entre 35 y 40 dólares | ( ) | entre 31 y 46 dólares | ( ) |
| Más de 46 dólares     | ( ) |                       |     |

**6. ¿Cuántas tilapias en promedio consume con su familia cuando visita un local de venta de gastronomía típica?**

- |            |     |          |     |
|------------|-----|----------|-----|
| Menos de 2 | ( ) | de 2 a 4 | ( ) |
|------------|-----|----------|-----|

de 5 a 7 ( ) de 8 a 10 ( )  
de 11 a 13 ( ) más de 13 unidades ( )

**7. ¿Cómo califica la atención que brindan los comerciantes de gastronomía típica en Yahuarcocha?**

Muy satisfactorio ( ) Satisfactorio ( ) Poco satisfactorio ( )

**8. El producto que ofrecen las(os) comerciantes de Yahuarcocha considera que es:**

Muy bueno ( ) Bueno ( )

Regular ( ) Malo ( )

**9. ¿Cómo considera los servicios básicos que tienen los comerciantes de gastronomía en este sector?**

Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( )

**10. ¿La infraestructura del local que usted visita para satisfacer sus necesidades alimenticias es?**

Adecuado ( ) Poco adecuado ( )

Inadecuado ( )

**11. ¿Usted cree que la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha ha tenido un desarrollo debido al incremento del turismo atraídos por la gastronomía típica de este sector?**

Si ( ) No ( )

**12. Considera que la contaminación que se produce en Yahuarcocha es debido a:**

Acumulación de basura ( )

Ruido ( )

Smog ( )

**Gracias por su colaboración**

Febrero de 2011

## **Anexo N° 6 Entrevista dirigida al comisario de salud**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### Entrevista dirigida al Comisario de Salud de Imbabura

#### **Ab. Santiago Palacios**

**Objetivo:** La presente entrevista tiene como finalidad recabar información acerca de la gastronomía típica del sector de Yahuarcocha.

**Instructivo:** La información proporcionada en esta entrevista será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte.

1. ¿Cuál es su opinión respecto a la atención y la infraestructura que prestan los comerciantes a los turistas que visitan Yahuarcocha?
2. ¿Qué procesos administrativos se han realizado en Yahuarcocha con el fin de controlar y garantizar la calidad de los productos que se expenden?
3. ¿Cómo son los controles que realiza la comisaria de salud a la cadena de distribución de la tilapia en Yahuarcocha hasta llegar al consumidor final?
4. Considera que existe un desarrollo socioeconómico impulsado por la gastronomía típica en la Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha?
5. ¿Qué recomendaciones daría usted para garantizar el buen estado de los productos alimenticios que se expenden en Yahuarcocha?

#### **Anexo B**

**Anexo N° 7 Entrevista dirigida a la Coordinadora de vigilancia  
Sanitaria de Imbabura**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Coordinadora de Vigilancia Sanitaria.

**Objetivo:** La presente entrevista tiene como finalidad recabar información acerca de la gastronomía típica del sector de Yahuarcocha.

**Instructivo:** La información proporcionada en esta entrevista será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte.

1. ¿Conoce cuál es el proceso de distribución y comercialización de la tilapia en este sitio?
2. ¿Qué políticas de supervisión y control se emplean para garantizar la calidad del producto a los comerciantes de tilapia en Yahuarcocha?
3. ¿Los establecimientos de Yahuarcocha que están dedicados a la venta de tilapia cuentan con los permisos sanitarios de funcionamiento?
4. ¿La dirección de Salud ha hecho conocer las normas sanitarias a todos los comerciantes de tilapia en el sector de Yahuarcocha?
5. ¿Qué recomendaciones daría usted para garantizar el buen estado de los productos alimenticios que se expenden en Yahuarcocha.

## **Anexo N° 8 Entrevista dirigida a un experto en manejo de alimentos**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Entrevista dirigida a un experto en prácticas gastronómicas:

Ing. Marcelo Vacas

**Objetivo:** La presente entrevista tiene como finalidad recabar información acerca de la gastronomía típica del sector de Yahuarcocha.

**Instructivo:** La información proporcionada en esta entrevista será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte.

1. ¿Conoce la recepción y almacenamiento de alimentos en Yahuarcocha?
2. ¿Cómo considera la manipulación de alimentos en el sector de Yahuarcocha?
3. ¿Cuál debería ser la preparación higiénica de los pescados y mariscos?
4. Considera que habido un incremento de establecimientos dedicados a la venta de tilapia en Yahuarcocha?
5. ¿Los establecimientos de Yahuarcocha que están dedicados a la venta de tilapia cuentan la infraestructura y utensilios de cocina adecuados para la atención al turista?
6. ¿Qué recomendaciones daría usted para garantizar el buen estado de los productos alimenticios que se expenden en Yahuarcocha.

## Anexo N° 9 Entrevista dirigida a la comerciante fundadora

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Entrevista dirigida a la comerciante fundadora de tilapia

**Objetivo:** La presente entrevista tiene como finalidad recabar información acerca de la gastronomía típica del sector de Yahuarcocha.

**Instructivo:** La información proporcionada en esta entrevista será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad Técnica del Norte.

1. ¿Cuántos años trabaja en esta actividad?
2. ¿Ha incrementado los establecimientos económicos dedicados a la venta de tilapia?
3. ¿Existe un desarrollo de los habitantes de este sector gracias a la venta de tilapia?
4. ¿Los establecimientos de Yahuarcocha que están dedicados a la venta de tilapia cuentan la infraestructura y utensilios de cocina adecuados para la atención al turista?

## Anexo N° 10 Fichas de Observación

<b>Localidad:</b> Ibarra	<b>Comunidad:</b> Yahuarcocha	<b>Ficha N° 1</b>
<b>Informantes:</b> Comerciantes de tilapia	<b>Ficha de Campo:</b> Distribución	<b>fecha:</b> 10/01/2011
<b>FORMAS DE PREPARACIÓN Y VENTA</b>		
<p>En el lugar donde venden las tilapias se pudo observar que preparan de distintas maneras tales como frita, al horno, estofada y se pudo observar que un local ofrecida tilapias asadas al carbón, cada vendedora ofrece su producto proponiendo alternativas como descuentos y promociones para que el cliente acceda a consumir en su local.</p>		

<b>Localidad:</b> Ibarra	<b>Comunidad:</b> Yahuarcocha	<b>Ficha N° 2</b>
<b>Informantes:</b> Comerciantes de tilapia	<b>Ficha de Campo:</b> Infraestructura	<b>fecha:</b> 10/01/2011
<b>FORMAS DE PREPARACIÓN Y VENTA</b>		
<p>Alrededor de la pista especialmente a la entrada al sector existen alrededor de 10 personas dedicadas a la venta de pescado, pero no cuentan con una infraestructura adecuada ya que son carpas improvisadas, además no tienen servicios básicos para dar una adecuada atención al turista, además no cuentan con una manipulación de alimentos acorde con las normas de salud pública.</p>		



<b>Localidad:</b> Ibarra	<b>Comunidad:</b> Yahuarcocha	<b>Ficha Nº 3</b>
<b>Informantes:</b> Comerciantes de tilapia	<b>Ficha de Campo:</b> Contaminación	<b>fecha:</b> 10/01/2011
<b>FORMAS DE PREPARACIÓN Y VENTA</b>		
<p>Se pudo evidenciar que existe acumulación de basura especialmente al finalizar el día domingo, ya que no existe la cantidad necesaria de basureros para que las personas puedan depositar los desechos.</p> <p>Así también en este sector hay una cantidad excesiva de vehículos que se congestionan a partir de las 13:00 que es donde las personas acuden con mayor afluencia debido a que es hora de almuerzo, y también de 5 a 6 de la tarde cuando los vehículos desalojan el lugar, esto ha ocasionado una contaminación por ruido, y las especies del sector están desapareciendo.</p>		

<b>Localidad:</b> Ibarra	<b>Comunidad:</b> Yahuarcocha	<b>Ficha Nº 4</b>
<b>Informantes:</b> Comerciantes de tilapia	<b>Ficha de Campo:</b> Diversas Actividades.	<b>fecha:</b> 10/01/2011
<b>FORMAS DE PREPARACIÓN Y VENTA</b>		
<p>En el sector central de Yahuarcocha existen personas que venden frutas de temporada como naranjas, limas, chirimoyas, guabas, etc. y también personas que se dedican a la venta de CD musicales, ropa, también hay juegos para niños y adultos, en la entrada al lago se encuentran 2 locales que ofrecen servicios de canoas y paseos en lancha y el precio es de 4 dólares la media hora por cada bote alquilado.</p>		

## **Anexo N° 11 Fotos del Sector de Yahuarcocha**

**Foto N° 1 Comunidad de San Miguel de Yahuarcocha**



**Foto N° 2 Cominidad de San Miguel de Yahuarcocha, foto tomada desde el Arcangel San Miguel.**



**Foto Nº 3 Camión Distribuidor de Tilapia**



Este camión tiene capacidad de carga de 70 quintales de tilapia, y cada semana viaja a la región costa en donde realizan la carga.

**Foto Nº 4 Locales de Venta de Tilapia que no Cuentan con Servicios Básicos**



Estos locales no cuentan con luz eléctrica ni agua potable, son puestos improvisados hasta que el municipio logre su reubicación.

### Foto Nº 5 Locales Ubicados al Inicio de la Autopista



Los locales que se encuentran al inicio de la autopista de Yahuarcocha se encuentran invadiendo los 25 metros que la municipal decreto como zona prohibida para construcción.

### Foto Nº 6 Congestión vehicular en hora pico.



Esta foto fue tomada a la 13:00 cuando los turistas y visitantes llegan al sector con más afluencia por ser hora de almuerzo, se produce una congestión ya que el sector es pequeño y no existe parqueadero, estos vehículos logran estacionarse en los espacios verdes y en época de lluvias el suelo es propenso a hundirse y genera lodo.

### Foto N° 7 Taponamiento de Alcantarillado Sanitario



En esta foto se puede observar que el agua que rebota del alcantarillado, se riega por la pista y causa contaminación, especialmente a las personas que viven al frente, esto produce la acumulación de moscas y la vez es una muy mala imagen para el turista que visita este sector.

## Anexo N° 12 Recortes de Periódico Sobre Información de Yahuarcocha

### Recorte A Proyectos Incumplidos

# Futuro de Yahuarcocha aún papeles

**No hubo autoridades nacionales. El Municipio asumirá el control.**

**IBARRA •** Más de 120 personas asistieron al foro 'Ibarra por Yahuarcocha' que duró más de ocho horas. Pero de los 13 ministerios involucrados en el funcionamiento de este recurso natural no estuvo ningún Ministro o Subsecretario.

Para el Alcalde de Ibarra, Jorge Martínez, no es trascendente porque aseguró que "su relación con el Gobierno es simple". Explicó que con los acuerdos logrados sólo se justificará la inversión económica para la designación de los recursos.

Celso Maldonado, asambleista de Imbabura por movimiento PAIS, aclaró que el Gobierno está interesado en el rescate de la laguna. Fue el máximo representante que asistió al evento. Hubo 4 mesas temáticas: de medio ambiente, cultura, turismo y territorio. Asistieron la mayoría de directores municipales y sólo uno del Gobierno, Segundo Fuentes, director de Medio Ambiente. Mientras Martínez estuvo

**Hubo participación**

O María Ipatin, representante de la Asociación de Vendedores de comida San Miguel de Yahuarcocha, dijo estar complacida con la importancia que les dieron a los comerciantes. En su caso las propuestas fueron que se vea urgentemente mecanismos para mejorar el orden y el aseo. Sugirió que con los restos de los pescados se podría crear microempresas de elaboración de harinas o balanceados. Su pedido fue que se interviniera el alcantarillado y estuvo en las resoluciones. Aseguró que los comerciantes no se opondrán a los cambios, pero que están vigilantes del cumplimiento de las decisiones de este foro.

presente toda la jornada.

A las autoridades se sumaron representantes del CATI, de la Empresa de Economía Mixta 'Yahuarcocha', miembros de la Cámara de Turismo, Comercio y hoteleros. También estuvieron dirigentes de los comerciantes de este lugar. No estuvo un representante de los turistas o visitantes. Martínez dijo que este papel lo hacen todos los asistentes.

**Acuerdos**

Una de los acuerdos más discu-



**PARTICIPACIÓN.** En el foro estuvieron ambientalistas y ecologistas que exigieron el cuidado de este recurso.

tidos y consensuados fue que el Municipio de Ibarra recupere el control total de la laguna. Así Martínez habló de una redefinición del rol de la Empresa de Economía Mixta 'Yahuarcocha'. Aún no se conocen los plazos para la intervención, pero se prometió la mayor agilidad posible. Otro de los planteamientos urgentes fue que se revise el alcantarillado y las descargas del lugar, especialmente del área

comercial de la zona.

También se habló de la capacitación y organización de microempresas. Se ratificó el rescate de la laguna y la conservación de bienes naturales y también de los patrimoniales.

Por lo pronto no se habló de construcciones de nuevos proyectos, más bien se aclaró que antes es necesario crear una nueva ordenanza que suplanté la creada en 1983.

ALZA | La tasa que se paga al ingreso es de 30 centavos. Desde el lunes será de 50 centavos

# Incremento de peaje en Yahuarcocha

■ Diana Arlés  
d.arles@elnorte.ec

Ibarra. Desde el lunes 1 de marzo, la tarifa del peaje de ingreso a la laguna Yahuarcocha aumentará de 30 a 50 centavos. El incremento se debe a varios trabajos que se realizarán en el lugar.

■ **Peaje.** "El objetivo es cubrir el presupuesto previsto para 2010", explicó Marco Benavides, gerente de la Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha, CEMY, quien agregó que el primer objetivo es implementar una capa de sello asfáltico a los 10 kilómetros 800 metros, "que no se lo ha hecho hace 30 años", dijo. Para ello se requiere 300 mil dólares y pese al alza del peaje no se recaudaría el monto, que se tratará de conseguir a través de alianzas con el Gobierno Provincial de Imbabura, Municipio de Ibarra y Ministerio de Obras Públicas. Cada semana ingresan hasta el lugar 2 800 a 3 000 vehículos.

El 70% de ingresos corresponde al domingo, 20% al sábado y el 10% de lunes a viernes.

El Gerente de la CEMY aceptó que falta infraestructura, pero con la planificación se brindará un mejor servicio a la comunidad. Existen sitios donde las familias pueden realizar parrilladas, pero que en algunas ocasiones fueron destruidas.

Al momento se realiza un bacheo con cemento, desde la pista Las Garzas hasta el Cuartel de Bomberos, por un valor de 500 dólares.

Para el futuro se abrirán las cunetas del circuito, para evitar que el agua se empoce cuando hay lluvias, ofrecimiento del GPI. Habilitarán



Entre 2 800 y 3 000 vehículos ingresan semanalmente a Yahuarcocha.

baterías sanitarias.

En lo referente a taxis y buses, que nunca pagaron el peaje, se socializará para que apoyen con Ibarra, y paguen valor mínimo valor,

lo cual se decidirá después de una socialización con los dirigentes. ■■

■ Visite  
www.elnorte.ec

## ■ Visita a la laguna de Yahuarcocha

■ **Visitantes.** Marco Benavides, gerente de la Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha, CEMY, indicó que el pago del peaje de los visitantes tiene un valor agregado que es el hermoso paisaje que ofrece la laguna. Posiblemente habrán excepciones para los conductores o vecinos del lugar, personas de la tercera edad y con discapacidad. Raúl Palacios señaló que está de acuerdo con el alza del peaje, siempre y cuando se utilicen los recursos para realizar obras. Diego Albán opinó lo contrario, "20 centavos por cada vehículos es una cantidad alta", dijo. ■■



Hasta el domingo 28 de febrero, las personas que visitan Yahuarcocha continuarán pagando 30 centavos de dólar en el peaje. Foto: Juan C. Cevallos

**ASAMBLEA** | Asistieron alrededor de 150 representantes de todos los sectores de la sociedad

# Acuerdos esperan presupuesto

■ Diana Avilés  
 ■ @dianaviles

Ibarra. Ayer se realizó la primera Asamblea Ciudadana, Ibarra por Yahuarcocha, la cual convocó a representantes de todos los sectores privados y públicos de la provincia, con el objetivo de preservar "este ícono histórico, maravilla natural y cultural" de Imbabura y del país.

■ **Asamblea.** El evento inició a las 09:00 con más de 150 invitados, número mayor al esperado. La instalación de las cuatro mesas de trabajo se realizó bajo ejes temáticos: Ordenamiento Territorial, Medio Ambiente, Productividad y Turismo, además de Cultura. La metodología del trabajo se dio en base al diálogo, en un espacio interesante donde se identificaron

varios sectores con diferentes formas de pensar, explicó Andrea Scacco, concejala de Ibarra.

Nicolás Herrera, pintor, señaló que es importante rescatar a Yahuarcocha y su entorno, por lo que se debería incrementar proyectos culturales.

Mientras que la representante de la Asociación de Vendedoras de Comida y Pescados San Miguel de Yahuarcocha, María Ipiñales, puntualizó que "era hora de que las autoridades pongan orden... para que el turista asista", dijo.

■ **Acuerdos.** Los delegados de las mesas de tra-



En las mesas de trabajo se sugirieron varios planteamientos, para después llegar a acuerdos con el objetivo de recuperar a la laguna de Yahuarcocha.

bajo presentaron los acuerdos a los que llegaron, sin embargo no se llegó a definir fechas para ejecutar los mismos.

Jorge Martínez, alcalde de Ibarra indicó que lo fundamental es que fue un proceso incluyente con la comunidad. Además de rescatar elementos fundamentales como la necesidad de que la Municipalidad recupere el control, por lo que se precisó establecer que la Ordenanza de Regulación está vigente. "Lo importante es continuar el trabajo estableciendo, que los compromisos planteados se cumplan y así poder articular los proyectos".

En cuanto a recursos económicos para cumplir las metas hay dos posibilidades, enfatizó, el presupuesto del Municipio es insuficiente para solucionar estos temas por lo que el apoyo del Gobierno Nacional es vital. Hay un plan en marcha del Ministerio del Ambiente, que tiene el visto bueno de Senplades consta en el presupuesto de inversión de este año. "Yahuarcocha es el pasado y el presente, es la vida y es todo", finalizó el alcalde Martínez. ■■

Visite:  
[www.elnorte.ec](http://www.elnorte.ec)



La laguna Yahuarcocha es considerada como Patrimonio natural y cultural de Imbabura y del Ecuador.

**BREVE**



El para el acción 1-Norte

■ **PROTECCIÓN**

**Prevención en el uso de plama de cera**

Continúa la campaña de concientización sobre el uso de la plama de cera en los ríos, los cuales son utilizados en las ceremonias del Domingo de Ramos. ■



■ **SALUD**

**Medidas de seguridad por influenza A H1N1**

Actualmente la Dirección Provincial de Salud hace un llamado a la ciudadanía para prevenir el contagio de la influenza A H1N1. ■





# Ibarra por Yahuarcocha

## Denominación para el Macro Proyecto de Rescate Integral de la laguna.

Según cronograma planificado, el proyecto de recuperación de Yahuarcocha "Ibarra por Yahuarcocha" continúa, una vez organizado el Comité de Honor y diseñado el proceso, se conformó el Comité Técnico, integrado por los siguientes Ministerios e Instituciones del Estado: Ministerios de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI); Ministerio de Turismo; Ministerio del Ambiente (MAE); Ministerio Coordinador del Patrimonio Natural y Cultural; Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO); Ministerio del Deporte; Ministerio de Cultura; Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP); Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES); Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC); Instituto Nacional de Agua y Riego (INARI); Secretaría Nacional de Gestión de Riesgo; Secretaría Nacional de Planificación (SEMPLADES); Corporación Financiera Nacional CFN; Gobernación de Imbabura, Gobiernos Provincial y Municipal, Administración General y las Direcciones Provinciales y Municipales de; Planificación, Turismo, Cultura, Medio Ambiente y Salud, Comunicación y Unidad de Gestión Ambiental.

Desde el 6 de marzo se entregó invitaciones para la I Gran Asamblea a realizarse en el Hotel Imperio del Sol, el día jueves 25 de marzo.

Con los Comités y todos los actores se conformarán cuatro mesas temáticas.



Laguna de Yahuarcocha

### Mesas Temáticas

- 1.- Ordenamiento Territorial.
- 2.- Medio Ambiente.
- 3.- Productividad y Turismo.
- 4.- Cultura.

Desde el 21 de octubre del 2009, luego de la declaración de emergencia, se ha venido trabajando arduamente en este proyecto que muy pronto se hará realidad, dijo el Alcalde Jorge Martínez, sin embargo en los pasos iniciales se ha frenado, la erosión y la deforestación de las cuencas hidrográficas, además de disminuir la contaminación, se ha controlado las construcciones, el caos vehicular y

el aumento de las ventas en toda la zona, cumpliendo lo que dice el Decreto, número 107, "se estipula que el estado de excepción tiene el propósito de superar los niveles de contaminación de la laguna, ubicada en Imbabura.

Para esa tarea, la Presidencia prohibió cualquier descarga o actividad que produzca un impacto ambiental en la zona" dijo el Arq. Fabio Carranco, Director de Planificación Municipal.

"Ibarra por Yahuarcocha" es un compromiso importante de todos, dijo el Alcalde al ser informado de este cronograma y demostró su gran interés por la consecución de esta obra.



## Plan Sustentable de Transporte y Tránsito para San Miguel de Ibarra.



durante cinco meses para presentar a la ciudadanía y al Concejo, una ordenanza en la que se propone un plan sustentable de transporte y tránsito, a través de un Sistema Municipal de Estacionamiento Rotativo Tarifado SISMERT, un método de control y administración que permitirá un parqueo seguro y flexible. Dentro del proceso de implementación de esta ordenanza se realizaron varias socializaciones con la presencia del señor Alcalde, autoridades, represen-



# Emergencia afectó y el panorama no está claro

**Se conformó un Comité por Yahuarcocha, pero nada está definido.**

**IBARRA •** En San Miguel de Yahuarcocha hay obras básicas por resolver. El cambio de agua entubada por potable y el alcantarillado es urgente para los 3 mil habitantes.

No se oponen al plan Ibarra por Yahuarcocha impulsado por el Municipio. Eso luego de declarar el estado de Emergencia por parte del Cabildo y de Excepción desde el gobierno nacional. Pero Miguel Ibadango Flores, dirigente barrial, dijo que no se aclaró el motivo de la emergencia.

"Nos perjudicó", relató. Sienten que fue innecesario. Afectó a las actividades de comercio y turismo. Estima una reducción en las ventas del 40%.

La empresa de economía mixta Yahuarcocha registra una disminución entre un 8 a 10% de

visitantes. Ese dato lo saca del peaje de ingreso a la laguna.

Fabio Carranco, director de Planificación, expuso los impactos registrados en las cuencas baja, media y alta de la laguna. Sobre todo en recursos naturales, patrimoniales y uso de suelo. Esos son los argumentos de la Municipalidad. La explicación técnica fue dada en la conformación del Comité de Honor la noche del jueves.

#### Diferencias políticas

En ese acto estuvieron los concejales de mayoría y funcionarios de la actual administración. Pero el tema tiene objeciones en concejales de minoría.

"Va a ser otra medida mediática", dijo Hilda Herrera. La emergencia no tiene los requisitos establecidos en la Ley de Contratación Pública.

Con los recursos y personal municipal se pudo elaborar con anticipación un Comité de Emergencia. La concejala dijo que con el informe de Contraloría, los actores sociales y representantes de la municipalidad podían acelerar los pasos.

#### Temas para analizarse

La conformación del Comité no tuvo un inicio auspicioso. El único delegado del Gobierno fue el Ministro de Cultura. Se pide la participación de cinco ministerios. El Comité de Honor le integran 10 autoridades locales, cinco nacionales y cuatro delegados del sector productivo de la localidad. En enero se designará el Comité Técnico. Para fines de ese mes llamarán a una asamblea con cuatro mesas temáticas. Recursos naturales, suelo y agua, patrimonio cultural, ordenamiento territorial y producción y turismo se analizarán.

Es que siente que la medida de emergencia no dio resultado inmediato.

"Se lograron compromisos", señaló Jorge Martínez, alcalde de Ibarra. En el saldo municipal la emergencia sirvió para reconocer que hay un problema que se debe enfrentar. Hasta este momento pone su voluntad política.

CIUDAD  
IBARRA

SABADO  
15 DE OCTUBRE DEL  
2011  
LA MIRA PERIODICO A3

MINUTERO



#### Nueva designación para Herrera

"Mi ritmo de vida cambió diametralmente en 15 días", dijo Hilda Herrera, concejala de Ibarra. En ese lapso fue designada presidenta de la Asociación de Mujeres Municipalistas del Ecuador (Amume). Pero con esa elección vino otro compromiso en camino, que es la asumir la Coordinación de la Red Latinoamericana y del Caribe de las Mujeres Municipalistas. Esa Red que aglutina a 14 naciones tiene su sede en Ecuador. Una de las metas es definir el rol de las mujeres en la actividad municipalista.