



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE
DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL
LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE
VELASQUÉZ, CANTÓN OTAVALO”**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: Blanca Fernanda Naranjo Pereira

DIRECTOR: Dr.CPA Eduardo Lara V. Msc.

Ibarra, Julio, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

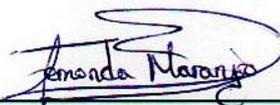
El presente proyecto consiste en un estudio de factibilidad para la creación de un complejo eco-turístico de desarrollo comunitario en el muelle del Lago San Pablo, comunidad Pucará de Velásquez, cantón Otavalo; para su realización se empezó con el diagnóstico situacional externo dado que no existe el complejo ecoturístico, para lo cual se investigó datos secundarios sobre demografía y cultura de la comunidad, así como formas de vida, vías de acceso, servicios básicos entre otros; se investigó sobre conceptos que ayudarán al proyecto, se realizó 380 encuestas con un error del 5% para saber el grado de aceptación de los turistas hacia la creación de un complejo eco-turístico y determinar la demanda insatisfecha que se cubrirá, obteniéndose un resultado positivo; en el estudio técnico se hizo referencia a la localización, así como distribución física del lugar, se describió los servicios con los que contará el lugar como son alojamiento, recreación y patio de comidas, además del cálculo de capital de trabajo; se concluyó que la inversión final asciende a 267.525,72 USD, misma que será financiada con un préstamo de 150.000,00 USD con la Corporación Financiera Nacional y 117.525,72 USD como aporte de los habitantes de la comunidad, los cuales se convertirán en socios de este complejo eco-turístico. Los estados de resultados proyectados dan un buen enfoque para tener en cuenta en los flujos de caja proyectados y de esta manera calcular el VAN que es de 12.344,19 USD y el TIR de 18,62% y el costo beneficio de 1,046; así que podemos decir que el proyecto es rentable y el tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años y 7 meses.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is a feasibility study for the creation of an eco-tourism resort community development on the waterfront of Lake San Pablo Velasquez Pucara community, Otavalo Canton, for its realization started with external situational analysis as no ecotourism complex exists, for which secondary data was investigated demographic and community culture and ways of life, access roads, utilities and others, was investigated on concepts that will help the project, we conducted 380 surveys with error of 5% to determine the degree of acceptance of tourists towards the creation of an eco-tourism resort and determine the unmet demand to be covered, yielding a positive result, in the technical study made reference to the location and distribution place physical, described the services that will place such as housing, recreation and food court, as well as working capital calculation, it was concluded that the final investment amounts to \$ 267,525.72, same to be funded with a loan of \$ 150,000.00 to the National Finance Corporation and \$ 117,525.72 as a contribution to the people of the community, which will become partners of this complex eco-tourism. The projected income statements give a good approach to take into account projected cash flows and thus calculate the NPV that is \$ 12,344,19 and IRR of 18.62% and the cost benefit of 1,046, so we can say that the project is profitable and time of payback is 3 years and 7 months.

AUTORÍA

Yo, **Blanca Fernanda Naranjo Pereira**, portadora de la cédula de identidad No. 100343490-7, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO”, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



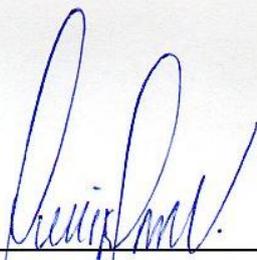
Blanca Fernanda Naranjo Pereira

C.I.: 100343490-7

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Blanca Fernanda Naranjo Pereira, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO”, considero que el presente trabajo reúne todos 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 25 días del mes de Julio del 2013.



Dr.CPA Eduardo Lara V. Msc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Blanca Fernanda Naranjo Pereira, con cédula de ciudadanía No. 1003434907, 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 autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Blanca Fernanda Naranjo Pereira

100343490-7

Ibarra, a los 25 días del mes de Julio del 2013.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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 completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia 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:

• DATOS DE CONTACTO			
Cédula de identidad:	100343490-7		
Apellidos y nombres:	Naranjo Pereira Blanca Fernanda		
Dirección:	Otavalo, Eugenio Espejo		
Email:	lafer_esc27@hotmail.com		
Teléfono fijo	• -----	Teléfono móvil	0999859598
• DATOS DE LA OBRA			
Título:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO		
Autora:	Naranjo Pereira Blanca Fernanda		
Fecha:	2013-07-25		
• SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
Programa	x	PREGRADO	POSTGRADO

Título por el que opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
Asesor / Director	Dr. CPA Eduardo Lara V. Msc

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

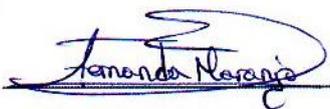
Yo, Blanca Fernanda Naranjo Pereira, con cédula de ciudadanía No. 1003434907, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación 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

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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 25 días del mes de Julio del 2013.

LA AUTORA

(firma):  _____

Nombre: Blanca Fernanda Naranjo Pereira

Cédula: 100343490-7

ACEPTACIÓN

(firma): _____

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por brindarme la vida, salud, una hermosa familia y los mejores amigos que me apoyaron a lo largo de mi carrera.

A mis padres María y Jorge, que con trabajo, sacrificio y esfuerzo apoyaron mis estudios, me brindaron cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir esta etapa de mi vida.

A mi hija Karla que es la inspiración para seguir adelante y seguir superándome a lo largo de mi vida profesional.

Fernanda Naranjo

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primero a Dios por la salud y fortaleza otorgada a lo largo de toda mi vida, a la Universidad Técnica del Norte por los conocimientos recibidos, a mi familia por todo el apoyo moral y económico que supieron brindarme en los momentos más difíciles, a mis profesores especialmente al Dr. Eduardo Lara, por todos los conocimientos y experiencias impartidos que han servido de pilares fundamentales en mi vida profesional, a mis amigos y amigas por todo el apoyo y confianza.

Fernanda Naranjo

PRESENTACIÓN

Problema o Necesidad a Satisfacer

La provincia de Imbabura se encuentra localizada al norte de la serranía de Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, entre ellos: el lago San Pablo y las lagunas de Cuichocha y Yahuarcocha. Se encuentra subdividida en 6 cantones: Ibarra, Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urququi; y muchos otros puntos de interés, tiene dos zonas de tipo subtropical; la primera cálida y seca, conocida como el Valle del Chota y las cálidas y húmedas, conocidas como la zona de Intag y la de Lita. Imbabura tiene una población de 398.244 habitantes.

La ciudad de Otavalo es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, es visitados tanto por turistas nacionales como extranjeros, atraídos por su enorme riqueza cultural demostrada por los pueblos Kichwas Otavalos que mantiene su identidad que fortalecida por sus mitos, leyenda, costumbres y tradiciones milenarias recibidos en herencias de sus ancestros. Esta diversidad cultural se conjuga e igualmente con una variedad de ecosistemas que encierran una diversidad biológica y natural muy importante y representativa de la región andina, repartida entre las montañas, lagunas, ríos, quebradas y vertientes, que vistos desde la construcción local, tienen vida y energía, las mismas que deben ser aprovechadas mejorando su potencia turística.

El lago San Pablo, ubicado a 4km (5 minutos) hacia el oeste de la ciudad de Otavalo y a 2.670 msnm, está rodeada por el volcán Imbabura, varias comunidades indígenas que lo conocen como Imbakucha, su nombre original. El lago es un ecosistema que abarca algunas especies representativas como las garzas, patos, algunos anfibios y varias plantas acuáticas, como la totora que es utilizada para algunas artesanías.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación referente a un estudio de factibilidad para la creación de un complejo eco-turístico de desarrollo comunitario en el muelle del lago San Pablo, comunidad Pucará de Velásquez, cantón Otavalo, se justifica porque permitirá que los habitantes de la comunidad mejoren su calidad de vida y realicen del turismo una actividad económica, siempre y cuando el turismo sea responsable y sustentable.

Objetivos

GENERAL: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo eco-turístico de desarrollo comunitario en el muelle del lago San Pablo, comunidad Pucará de Velásquez, cantón Otavalo.

ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional externo de la comunidad Pucara de Velásquez a fin de determinar a los aliados y oponentes para la realización del proyecto de creación de un complejo eco-turístico de desarrollo comunitario en el muelle del lago San Pablo, comunidad Pucara de Velásquez, cantón Otavalo.
- Investigar las bases teóricas y científicas que sustentarán el estudio del proyecto.
- Efectuar el estudio de mercado a fin de determinar la oferta y demanda de turistas que acudirán al complejo.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, tecnología, inversión y talento humano requerido para el proyecto.
- Establecer el análisis económico financiero para determinar la viabilidad del proyecto de creación del complejo eco-turístico.
- Establecer la estructura organizacional del complejo eco-turístico.
- Establecer los impactos económico, financiero, educativo y tecnológico del proyecto.

INDICE

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
JUSTIFICACIÓN	xiii
INDICE GENERAL.....	xiv
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
1.1. ANTECEDENTES.....	26
1.2. OBJETIVOS	27
1.2.1. GENERAL.....	27
1.2.2. ESPECÍFICOS	27
1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO	29
1.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1. Información primaria.....	5
1.4.2. Información secundaria.....	5

1.5.	RESULTADOS Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1	Variable: Demografía y economía	5
a)	Indicador: Demografía	5
b)	Indicador: Actividad económica.....	6
c)	Indicador: Cultura	8
1.5.2.	Variable: Atractivos turísticos.....	10
a)	Indicador: Atractivos naturales	10
b)	Indicador: Potenciales turísticos.....	10
1.5.3.	Variable: Espacio Físico y Recursos	10
1.5.4.	Variable: Talento Humano	11
1.6.	ALIADOS, Oponentes, Riesgos y Oportunidades	12
1.6.1.	ALIADOS.....	12
1.6.2.	Oportunidades	14
1.6.3.	Oponentes	16
1.7.	DETERMINACIÓN DE LA Oportunidad de la Inversión .	17
 CAPITULO II		
2.1.	DESARROLLO COMUNITARIO O RURAL	19
2.1.1.	Objetivos del Desarrollo Rural	19
2.2.	EL TURISMO	20
2.2.1.	Aspectos Positivos y Negativos del Turismo	21
2.2.2.	EL TURISTA	21
2.3.	EL ECOTURISMO	21
2.3.1.	Objetivo	22
2.3.2.	Principio del Ecoturismo	22
2.3.3.	GUÍAS DE ECOTURISMO	22
2.4.	EMPRESA.....	23

2.4.1.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA	23
2.4.2.	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	24
2.5.	LA CONTABILIDAD	24
2.5.1.	EL PROCESO CONTABLE	24
2.5.2.	ESTADOS FINANCIEROS	25
2.6.	NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA – NIIF.....	26
2.6.1.	OBJETIVOS	26
2.6.2.	IMPACTOS	26
2.7.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO	27
2.7.1.	TIPOS DE AMBIENTES A ANALIZARSE	27
2.7.2.	VARIABLE	28
2.7.3.	INDICADOR O RATIO	28
2.7.4.	UNIVERSO	28
2.7.5.	POBLACIÓN	29
2.7.6.	MUESTRA	29
2.8.	ESTUDIO DE MERCADO	29
2.8.1.	SERVICIO.....	30
2.8.2.	OFERTA	30
2.8.3.	DEMANDA	31
2.8.4.	PRECIO.....	34
2.8.5.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	34
2.8.6.	SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	34
2.9.	ESTUDIO TÉCNICO.....	35
2.9.1.	LOCALIZACIÓN.....	35
2.10.	ADMINISTRACIÓN	37

2.10.1.	PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN	37
2.10.2.	MISIÓN.....	39
2.10.3.	VISIÓN	39
2.11.	MARKETING MIX	39
2.12.	ESTUDIO FINANCIERO.....	40
2.12.1.	PRESUPUESTO.....	40
2.12.2.	FLUJO DE EFECTIVO	41
2.12.3.	VALOR ACTUAL NETO	41
2.12.4.	TASA INTERNA DE RETORNO	42
CAPÍTULO III		
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	45
3.1.	ANTECEDENTES.....	45
3.2.	OBJETIVOS	46
3.2.1.	OBJETIVOS GENERALES.....	46
3.2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	46
3.3.	VARIABLES	46
3.4.	INDICADORES	47
3.5.	MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO.....	48
3.6.	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	49
3.7.	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN ...	50
3.7.1.	Aceptación del servicio.....	50
3.7.2.	Descripción del servicio.....	51
3.7.3.	Beneficios del servicio.....	52
3.7.4.	Frecuencia de compra.....	53
3.7.5.	Cantidad de compra.....	54
3.7.6.	Cantidad de dinero que destina en recreación.....	55

3.7.7.	Difusión en medios	56
3.7.8.	Características de los consumidores.....	57
3.7.9.	Competencia	60
3.7.10.	Sustitutos	60
3.7.11.	Precios de la competencia	61
3.8.	RESULTADOS DEL ESTUDIO	61
3.8.1.	SERVICIO.....	62
3.8.2.	COMPETENCIA DIRECTA.....	62
3.8.3.	SUSTITUTOS	63
3.9.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	63
3.9.1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	63
3.9.2.	FRECUENCIA DE VISITAS	64
3.9.3.	CANTIDAD TOTAL DEMANDADA	65
3.9.4.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	67
3.10.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	68
3.10.1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES	68
3.10.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA EN CIUDAD DE OTAVALO Y LAS PARROQUIAS ALEDAÑAS AL PROYECTO.....	68
3.10.3.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	69
3.10.4.	DEMANDA POR SATISFACER	71
3.11.	PROPUESTA DE CREACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO. 72	
3.11.1	OFERTA DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO	72
3.11.2.	PRECIO.....	72
3.11.3.	ALOJAMIENTO	73
3.11.4.	ARRIENDO DE PATIO DE COMIDA	73

3.11.5.	RECREACIÓN.....	74
---------	-----------------	----

CAPÍTULO IV

4.	ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.	75
4.1.	OBJETIVO GENERAL.	75
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	75
4.3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	75
4.3.1.	MACRO LOCALIZACIÓN	76
4.3.2.	MICRO LOCALIZACIÓN	76
4.4.2.	PLANO HORIZONTAL DEL COMPLEJO ECOTURISTICO	79
4.4.3.	MONTO DE INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA	80
4.5.2.	FLUJO GRAMA DE PROCESOS	84
4.6.	REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.....	85
4.6.1.	TERRENO Y OBRAS CIVILES	85
4.6.2.	EQUIPAMIENTO	85
a)	Equipos	85
4.6.3.	RESUMEN DE ACTIVOS	92
4.6.4.	CAPITAL DE TRABAJO	92
4.7.	Inversión.....	93

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	95
5.2.	PROYECCIONES DE INGRESOS.....	96
5.2.1.	INGRESOS POR ARRENDAMIENTO DE LOCALES DEL ÁREA DE ALIMENTACIÓN.....	96
5.2.2.	INGRESOS POR ALOJAMIENTO	96
5.2.3.	INGRESOS POR RECREACIÓN.....	97
5.3.	PROYECCIONES DE EGRESOS	98

5.3.1.	GASTOS OPERATIVOS	99
a)	GASTO SALARIOS PERSONAL OPERATIVO	99
5.3.2.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	100
5.3.3.	GASTOS DE VENTAS	102
5.4.	BALANCE GENERAL INICIAL	105
5.5.	PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 2013	106
5.6.	FLUJO DE CAJA	107
5.7.	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	108
5.7.1.	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	108
5.7.2.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	109
5.7.3.	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	110
5.7.4.	PERÍODO DE RECUPERACIÓN	111
CAPITULO VI		
6.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	113
6.1.	DENOMINACIÓN	113
6.1.1.	NOMBRE	113
6.1.2.	LOGOTIPO	114
6.1.3.	ESLOGAN.....	114
6.1.4.	TIPO DE EMPRESA	114
6.2.	ASPECTOS FILOSÓFICOS Y ADMINISTRATIVOS.	115
6.2.1.	FILOSOFÍA	115
6.2.2.	MISIÓN.....	115
6.2.3.	VISIÓN	115
6.2.4.	OBJETIVO DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO “ECOCHA S.A.”.	116
6.2.5.	POLÍTICAS	116

6.2.6.	VALORES CORPORATIVOS	116
6.3.	ESTRUCTURA ORGÁNICA	118
6.4.	ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	119
6.4.1.	MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL	119
6.4.2.	MANUAL DE FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	120
6.4.3.	MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA	121
6.4.4.	MANUAL DE FUNCIONES DEL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y OPERACIONES	122
6.4.5.	MANUAL DE FUNCIONES DEL GUÍA TURÍSTICO.....	123
6.4.6.	MANUAL DE FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA.....	124
6.4.7.	MANUAL DE FUNCIONES DE LA MUCAMA	125
6.4.8.	ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	125
6.4.9.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	126
6.5.	PLAN DE MEDIOS.....	127
6.5.1.	ATL	128
6.5.2.	CALENDARIO DE MEDIOS	128
6.6.	ESTRATEGIAS OPERACIONALES	129
 CAPITULO VII		
7.	IMPACTOS DEL PROYECTO.....	131
7.1.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	131
7.1.1.	IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	132
7.1.2.	IMPACTO EMPRESARIAL.....	133
7.1.3.	IMPACTO AMBIENTAL.....	134
7.1.4.	IMPACTO GENERAL.....	136
	ANEXO.....	142

ENCUESTA.....	143
---------------	-----

INDICE DE CUADRO

CUADRO N° 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO	29
CUADRO N° 2 DEMOGRAFÍA DE OTAVALO.....	5
CUADRO N° 3 ACTIVIDAD ECONÓMICA	6
CUADRO N° 4 ÍNDICE DE POBREZA EN PARROQUIAS.....	6
CUADRO N° 5 DISTRIBUCIÓN DE LA PEA	7
CUADRO N° 6 COMPOSICIÓN ÉTNICA	8
CUADRO N° 7 COBERTURA SERVICIOS BÁSICOS.....	10
CUADRO N° 8 OBJETIVOS DEL DESARROLLO RURAL.....	19
CUADRO N° 9 FACTORES QUE INCIDEN EN LA MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN	36
CUADRO N° 10 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO	48
CUADRO N° 11 ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	50
CUADRO N° 12 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	51
CUADRO N° 13 BENEFICIOS DEL SERVICIO.....	52
CUADRO N° 14 FRECUENCIA DE COMPRA.....	53
CUADRO N° 15 CANTIDAD DE COMPRA.....	54
CUADRO N° 16 CANTIDAD DE DINERO	55
CUADRO N° 17 DIFUSIÓN DE MEDIOS	56
CUADRO N° 18 EDAD DE LOS CONSUMIDORES.....	57
CUADRO N° 19 GÉNERO DE LOS CONSUMIDORES.....	58
CUADRO N° 20 OCUPACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....	59
CUADRO N° 21 COMPETENCIA.....	60
CUADRO N° 22 SUSTITUTOS.....	60
CUADRO N° 23 PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	61
CUADRO N° 24 INGRESO DE TURISTAS AL ECUADOR	65
CUADRO N° 25 PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	65
CUADRO N° 26 PRINCIPALES MERCADOS CLAVE.....	66
CUADRO N° 27 INGRESO SEMANAL AÑO 2012.....	66
CUADRO N° 28 PROYECCIÓN DE DEMANDA PARA EL PRIMER AÑO	67
CUADRO N° 29 PROYECCIÓN DE DEMANDA ANUAL DEL COMPLEJO	68

CUADRO N° 30 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CUIDAD DE OTAVALO Y LAS PARROQUIAS ALEDAÑAS	69
CUADRO N° 31 CÁLCULO DE MÍNIMOS CUADRADOS	69
CUADRO N° 32 OFERTA COMPLEJO ECO-TURÍSTICO	71
CUADRO N° 33 BALANZA OFERTA - DEMANDA.....	71
CUADRO N° 34 PROPUESTA OFERTA DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO.....	72
CUADRO N° 35 PROPUESTA OFERTA DE ALOJAMIENTO.....	73
CUADRO N° 36 PROPUESTA OFERTA DE PATIO DE COMIDAS	73
CUADRO N° 37PROPUESTA OFERTA DE RECREACIÓN	74
CUADRO N° 38 INVERSION EN INFRAESTRUCTURA	80
CUADRO N° 39 FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA PRESTACION DE SERVICIOS DEL COMPLEJO	84
CUADRO N° 40 EQUIPAMIENTO NECESARIO POR AREA	86
CUADRO N° 41 EQUIPO DE CÓMPUTO.....	87
CUADRO N° 42 MUEBLES Y ENCERES POR AREAS	87
CUADRO N° 43 BLANCOS Y UNIFORMES	88
CUADRO N° 44 REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA EL PRIMER TRIMESTRE	88
CUADRO N° 45 REMUNERACIÓN DEL PERSONAL OPERATIVO PARA EL PRIMER TRIMESTRE	89
CUADRO N° 46 GASTOS ADMINISTRATIVOS	89
CUADRO N° 47 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	90
CUADRO N° 48 FINANCIAMIENTO.....	91
CUADRO N° 49 PRESUPUESTO PUBLICIDAD	91
CUADRO N° 50 RESUMEN DE ACTIVOS	92
CUADRO N° 51 CAPITAL DE TRABAJO	92
CUADRO N° 52 INVERSIÓN	93
CUADRO N° 53 FINANCIAMIENTO.....	95
CUADRO N° 54 INGRESO POR ARRENDAMIENTO DE LOCALES DE COMIDA	96
CUADRO N° 55 INGRESOS POR ALOJAMIENTO.....	97
CUADRO N° 56 INGRESOS PROYECTADOS POR ALOJAMIENTO.....	97
CUADRO N° 57 INGRESOS POR RECREACIÓN	98
CUADRO N° 58 INGRESOS PROYECTADOS POR RECREACIÓN	98
CUADRO N° 59 GASTOS SALARIOS PERSONAL OPERATIVO.....	99
CUADRO N° 60 GASTO SALARIOS PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS.....	100
CUADRO N° 61 DEPRECIACIÓN ANUAL	100
CUADRO N° 62 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS.....	101

CUADRO N° 63 DEPRECIACIÓN ANUAL	101
CUADRO N° 64 GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS	102
CUADRO N° 65 GASTO DE SUELDOS PROYECTADOS	102
CUADRO N° 66 PRESUPUESTO PUBLICIDAD ATL.....	103
CUADRO N° 67 DATOS PARA CALCULAR EL INTERÉS.....	103
CUADRO N° 68 CÁLCULO DEL INTERÉS.....	104
CUADRO N° 69 RESUMEN DE CÁLCULO DEL INTERÉS	105
CUADRO N° 70 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	105
CUADRO N° 71 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	106
CUADRO N° 72 FLUJO DE CAJA.....	107
CUADRO N° 73 COSTO DE CAPITAL	108
CUADRO N° 74 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	111
CUADRO N° 75 FUNCIONES GERENCIA	119
CUADRO N° 76 FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA.....	120
CUADRO N° 77 FUNCIONES DE LA SECRETARIA.....	121
CUADRO N° 78 FUNCIONES DEL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y OPERACIONES	122
CUADRO N° 79 FUNCIONES DEL GUÍA TURÍSTICO	123
CUADRO N° 80 FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA	124
CUADRO N° 81 FUNCIONES DE LA MUCAMA.....	125
CUADRO N° 82 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.....	128
CUADRO N° 83 CALENDARIO DE MEDIOS	128
CUADRO N° 84 MATRIZ VALORACIÓN DE IMPACTOS	131
CUADRO N° 85 MATRIZ IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	132
CUADRO N° 86 MATRIZ IMPACTO EMPRESARIAL	133
CUADRO N° 87 MATRIZ IMPACTO AMBIENTAL	135
CUADRO N° 88 MATRIZ IMPACTO GENERAL.....	136

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°. 1 ACEPTACIÓN DEL SERVICIO.....	50
GRÁFICO N° 2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	51
GRÁFICO N° 3 BENEFICIOS DEL SERVICIO	52
GRÁFICO N°. 4 FRECUENCIA DE COMPRA	53
GRÁFICO N°. 5 CANTIDAD DE COMPRA	54
GRÁFICO N°. 6 CANTIDAD DE DINERO.....	55
GRÁFICO N°. 7 DIFUSIÓN DE MEDIOS.....	56
GRÁFICO N°. 8 EDAD DE LOS CONSUMIDORES	57
GRÁFICO N°. 9 GÉNERO DE LOS CONSUMIDORES	58
GRÁFICO N°. 10 OCUPACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	59
GRÁFICO N°. 11 MAPA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE IMBABURA.....	76
GRÁFICO N°. 12 MAPA RURAL DE OTAVALO.....	77
GRÁFICO N°. 13 PLANO HORIZONTAL DEL COMPLEJO ECOTURISTICO.....	79
GRÁFICO N°. 14 PLANO 3D DE LAS HABITACIONES COMPLEJO ECO-TURISTICO.....	81
GRÁFICO N°. 15 ÁREA RECREACIONAL	82
GRÁFICO N°. 16 ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL.....	118

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N°. 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO	143
---	------------

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Ecuador es un país muy rico por su belleza natural la cual debe ser aprovechada al máximo sin destruirla, esto se puede lograr mediante el turismo ecológico o ecoturismo, que es una nueva tendencia de turismo alternativo que muestra un enfoque para las actividades donde se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. El turismo se ha convertido en una fuente de ingresos para muchas personas y es uno de los sectores que tiene importancia relativa en el PIB; además, es una actividad que tiene un efecto multiplicador con otras actividades económicas, especialmente en la generación de empleo.

En la provincia de Imbabura se prioriza al turismo, porque es una provincia llena de encantos naturales, en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha, Yahuarcocha, Mojanda, Piñán, entre otras. Esta provincia cuenta con 6 cantones: Ibarra, Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urcuquí, tiene una población de 398.244 habitantes al año 2010 según el último censo de población y vivienda.

Otavalo es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, es visitados tanto por turistas nacionales como extranjeros, atraídos por su enorme riqueza cultural demostrada por los pueblos Kichwas Otavalos que mantiene su identidad que fortalecida por sus mitos, leyendas, costumbres y tradiciones milenarias recibidos en herencias de sus ancestros.

El lago San Pablo, ubicado a 4km (5 minutos) hacia el oeste de la ciudad de Otavalo y a 2.670 msnm, está rodeada por el volcán Imbabura, varias comunidades indígenas que lo conocen como Imbakucha, su nombre original; el lago es un ecosistema que abarca algunas especies representativas como las

garzas, patos, algunos anfibios y varias plantas acuáticas, como la totora que es utilizada para algunas artesanías.

Con la creación de un complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo permitirá que la comunidad Pucará de Velásquez se desarrolle más ampliamente al turismo, dando a conocer sus tradiciones, costumbres, artesanías y el maravillosos y encantador paraje con que cuenta esta comunidad, especialmente la belleza de su lago y así mejorar la calidad de vida de sus habitantes, brindarles fuentes de trabajo para que no emigren a las ciudades y así combatir el desempleo.

Al momento el sector del muelle del lago San Pablo, de propiedad de la comunidad Pucará de Velásquez y administrada por la misma se encuentra en una situación de abandono y no cuenta con atracciones propias del lugar, esto proyecta una mala imagen, pero estas razones no son limitantes para que los turistas concurren a disfrutar del paisaje y la belleza del lago; de tal manera que aprovechando esta infraestructura y el recurso natural que existe se puede crear un complejo eco turístico.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Realizar un diagnostico situacional a la comunidad Pucara de Velásquez y determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para establecer la factibilidad de la creación de un complejo eco - turístico de desarrollo comunitario en el muelle del lago San Pablo.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- a) Analizar los aspectos geográficos, demográficos, económicos, sociales y culturales de la comunidad.
- b) Identificar los atractivos turísticos con que cuenta la comunidad.
- c) Analizar el espacio físico y los recursos disponibles en el muelle del lago San Pablo para la ejecución del proyecto.

- d) Identificar el talento humano disponible en la comunidad para la integración al proyecto.

1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Entre las variables diagnósticas a aplicar en la presente investigación tenemos:

- a) Demografía y economía
- b) Atractivos turísticos
- c) Espacio físico y Recursos
- d) Talento Humano

1.2.4. INDICADORES

a) Variable: Demografía y economía

- a) Demográficos
- b) Actividades económicas
- c) Cultura
- d) Educación

b) Variable: Atractivos turísticos

- a) Atractivos naturales
- b) Potenciales turísticos

c) Variable: Espacio Físico y Recursos

- a) Espacio físico
- b) Servicios básicos
- c) Servicios complementarios

d) Variable: Talento Humano

- a) Educación
- b) Capacitación
- c) Experiencias
- d) Costumbres

1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO

CUADRO N° 1 Matriz De Relación Diagnóstico

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	FUENTE
Analizar los aspectos geográficos, demográficos, económicos, sociales y culturales de la comunidad.	Demografía y economía	<ul style="list-style-type: none"> - Demográficos - Actividades económicas - Cultura - Educación 	Bibliografía	Secundaria
Identificar los atractivos turísticos con que cuenta la comunidad.	Atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Atractivos naturales - Potenciales turísticos 	Observación	Primaria
Analizar el espacio físico y los recursos disponibles en el muelle del lago San Pablo para la ejecución del proyecto.	Espacio físico y Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Espacio físico - Servicios básicos - Servicios complementarios 	Observación	Primaria
Identificar el talento humano disponible en la comunidad para la integración al proyecto.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> - Educación - Capacitación - Experiencias - Costumbres 	Bibliografía Observación	Secundaria Primaria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Información primaria

Para la presente investigación se realizó una observación directa en la comunidad Pucara de Velásquez, sobre los potenciales turísticos y los recursos disponibles en la comunidad.

1.4.2. Información secundaria

La información secundaria que se utilizó en la elaboración del diagnóstico fue:

- Libros de turismo y ecoturismo.
- Libros especializados en actividad económica.
- Información de páginas oficiales de internet, sobre turismo en el Ecuador.

1.5. RESULTADOS Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Variable: Demografía y economía

a) Indicador: Demografía

CUADRO N° 2 Demografía de Otavalo

Otavalo	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	50.446	48,20%
Mujeres	54.428	51,80%
Total	104.874	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Otavalo es el segundo cantón más poblado de la provincia de Imbabura, como se demuestra en el cuadro anterior.

Otra característica de la población del cantón Otavalo es la juventud, ya que el mayor porcentaje se encuentra distribuida entre los rangos etáreos que van de 5 a 39 años de edad.

b) Indicador: Actividad económica

CUADRO N° 3 Actividad económica

Zona	Índice de pobreza	Desarrollo educativo	Acceso de salud	Desarrollo social
Urbana	51,0%	71,50%	72,0%	71,50%
Rural	87,8%	39,10%	39,0%	39,10%

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a las proyecciones para el año 2008 del Censo de Población y Vivienda de 2001, algunos índices sociales en Otavalo muestran las grandes desigualdades que existen entre la zona urbana y rural. Así, la incidencia de la pobreza es mayor en el sector rural, el desarrollo educativo es mayor en el sector urbano, al igual que en el acceso a la salud y el desarrollo social, lo cual repercute en el desarrollo de proyectos productivos.

CUADRO N° 4 Índice de pobreza en parroquias

Parroquias	Porcentaje
San José de Quichinche	77,00%
San Juan de Ilumán	74,00%
San Rafael	74,00%
Dr. Miguel Egas	72,00%
Eugenio Espejo	72,00%

Fuente: Caicedo 2010

Elaborado por: La Autora

Lo anterior se pone de manifiesto cuando se observan las parroquias de Otavalo que reportan mayor incidencia de pobreza: San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, San Rafael, Dr. Miguel Egas y Eugenio Espejo, en las cuales más del

70% de la población es origen indígena (Caicedo,2010). Por lo tanto, se evidencia que este grupo poblacional tiene condiciones de vida mucho más precarias en comparación a otros grupos poblacionales del cantón. Se consideran estas comunidades por estar en la zona de influencia del proyecto.

CUADRO N° 5 Distribución de la PEA

Zona	PEA	Categorías de ocupación	Porcentaje
Urbana	64%	Trabaja por cuenta propia	36,8%
Rural	36%	Empleados/ Obreros privados	27,1%
Total	100%	Jornaleros	11,9%
		Empleados públicos, trabajos domésticos y otros	24,2%
		Total	100%

Fuente: Caicedo 2010

Elaborado por: La Autora

La población económicamente activa (PEA) de Otavalo representa el 32% del total de la población, la mayor parte se encuentra concentrada en el área urbana, mientras que un porcentaje menor se encuentra en el área rural. Respecto a las categorías de ocupación tenemos a las siguientes: trabajos por cuenta propia; empleados/obrerros privados, jornaleros y porcentajes menores se ocupan en la función pública, en trabajos domésticos, como propietarios o como trabajadores no remunerados.

La actividad económica de Otavalo se desarrolla alrededor del mediano y pequeño comercio, la agricultura, la ganadería y la artesanía. Esta última alcanzó gran impulso desde la década de los años 70, generando la diversificación de actividades económicas, sobre todo de las que se relacionan con servicios turísticos (hoteles, restaurantes, bares, hosterías, agencias de viajes, etc.) y con todo aquello que es necesario para la producción y comercialización de las artesanías (bancos, agencias de exportaciones, distribuidoras de insumos y materias primas, maquinarias, repuestos, entre otros).

c) Indicador: Cultura

Con respecto al cuadro de población total del cantón Otavalo, se observa la siguiente distribución con respecto a la composición étnica.

CUADRO N° 6 Composición étnica

Otavalo	Porcentaje
Mestizo	40,30%
Indígena	57,24%
Blanco	1,14%
Otros grupos	0,85%
Total	100%

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la composición étnica, la mayor parte de habitantes en el cantón Otavalo son indígenas y mestizos, como se indica anteriormente. Cabe destacar que en la provincia de Imbabura, aunque los indígenas Otavalo tienen mayor presencia poblacional, también se encuentran los Natabuela, Karanqui, Kayambi que forman parte de la nacionalidad kichwa. Es decir, el cantón Otavalo se caracteriza porque la población que habita en su mayoría es indígena. Los habitantes de la comunidad principalmente son indígenas kichwa, por ser comunidades alejadas de la ciudad aun se conserva su vestimenta y lenguaje nativo.

El idioma oficial del Ecuador es el castellano, aunque la población indígena habla otras lenguas, principalmente el quechua o quichua, idioma de los incas.

Otavalo es una zona turística muy visitada por personas de todo el mundo y de esta manera dan a conocer sus artesanías que llaman mucho la atención de quienes la visitan, de igual forma sus artesanías son vendidas en el exterior de manera que prevalece su cultura en el extranjero.

d) Indicador: Clima, flora y fauna

Clima.- Imbabura cuenta con un clima tropical de altura, clima caliente llega a los 35° C y clima frío, baja hasta los 4° C. Además cuenta con un agradable clima

seco y una temperatura que oscila alrededor de los 18 grados centígrados. El cantón Otavalo cuenta con un clima frío de 10°C en promedio.

Flora.- Otavalo tiene espacios tropicales donde hay una gran variedad de plantas. La vegetación característica de las faldas de la cordillera de los andes es el bosque húmedo; los flancos de ambas cordilleras están densamente poblados del bosque hay hasta 3.050 m en los que destacan la presencia de quina roja y con Durango, donde predominan los extensos pajonales (cañas) y la grama de (gramíneas) las tierras de cultivo de Otavalo y de Ibarra son muy fértiles por la erupción del volcán Imbabura. Porque fertilizó con la expulsión de las cenizas, gran parte de su entorno territorial, lo que originó una gran variedad de vegetación. Entre las especies más abundantes se destacan la miconiacrocea, brachyotumlidefolium, gaiadendrompunctatum, miconia latifolia, rhynchosporamacrochaeta y polylepisreticulata. Existen plantas gramíneas, musgos, pajas, plantas trepadoras y flores pequeñas. También los árboles Páramo de ángel, famosos por sus frailejones gigantes.

Básicamente agrícola, Otavalo cuenta con productos como maíz y fréjol seco, caña de azúcar y cabuya. Es importante su cabaña vacuna. En las zonas bajas, la vegetación es de estepas herbáceas, y en las altas hay prados naturales.

Fauna.- Gracias a la gran variedad de fauna que tienen las provincias de Otavalo e Ibarra, esto originó la existencia de una gran diversidad de grandes mamíferos como son jaguares, pumas, osos hormigueros y gatos monteses; entre los de menor tamaño destacan la comadreja, la nutria, los diversos tipos de monos y la mofeta. Los caimanes, lagartos, camaleones y serpientes como la coral ratonera son los ejemplos más representativos de reptiles, también hay una gran diversidad de anfibios e invertebrados; Hay una enorme variedad de aves.

1.5.2. Variable: Atractivos turísticos

a) Indicador: Atractivos naturales

Los atractivos turísticos naturales más relevantes para los turistas nacionales y extranjeros son: lagos como San Pablo, Cuicocha, Mojanda, Yahuarcocha, Piñan, Puruanta; cascadas como Peguche; montañas como Imbabura, Cotacachi, Intisana; además de senderos, flora, fauna, culturas y costumbres.

Los atractivos naturales con los que cuenta la comunidad Pucará de Velásquez son: el Lago San Pablo, Parque Cóndor, El Lechero, Muelle

b) Indicador: Potenciales turísticos

Los potenciales turísticos con los que cuenta el cantón Otavalo son: Piscinas Neptuno, Sara Ñusta, centro artesanal El Colibrí, La plaza de Ponchos, Mercados, Haciendas, entre otros. En la comunidad Pucará de Velásquez existen atractivos como antiguo Hotel Chicapán, Parque acuático, La playita.

1.5.3. Variable: Espacio Físico y Recursos

a) Indicador: Espacio físico

La comunidad Pucará de Velásquez tiene dominio sobre un área aproximada de 1.500 m² de las propiedades aledañas al muelle del Lago San Pablo, en estos lugares al momento se encuentran ubicados el antiguo Hotel Chicapán, Club de pesca y una construcción abandonada. Toda esta área es propiedad de la comunidad de la cual pueden utilizarla para su beneficio.

b) Indicador: Servicios básicos

CUADRO N° 7 Cobertura servicios básicos

Servicios básicos en el sector rural	Porcentaje de cobertura
Agua potable	20,90%
Alcantarillado	15,60%
Recolección de basura	8,00%
Electricidad	95,00%

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Los servicios básicos son limitados en el sector rural del cantón Otavalo: el agua potable y el alcantarillado llegan a tan solo una quinta parte de la población rural, la recolección de basura tiene poca cobertura, mientras que el servicio de electricidad destaca una amplia cobertura en la zona rural.

c) Indicador: Servicios complementarios

Los servicios complementarios con los que cuenta la comunidad son servicio de transporte, teléfono, internet, vías de acceso pavimentadas, hoteles, cabañas, restaurantes, entre otros, los mismos que son muy importantes para impactar a los turistas que arriban al lago San Pablo.

1.5.4. Variable: Talento Humano

a) Educación

El nivel de analfabetismo en Otavalo es de 15,2%, en las comunidades es el mayor problema, pero gracias a los proyectos educativos de los últimos años el porcentaje de educación ha aumentado significativamente, además es significativo el hecho de que las personas migren al extranjero; estas experiencias a varios países de Europa y Norte América lleva consigo el aprendizaje de varias lenguas que se pueden considerar como potencial para la creación del complejo eco-turístico.

b) Capacitación

Existe personal capacitado en idiomas extranjeros para que exista un buen desenvolvimiento del servicio del complejo eco-turístico con las personas extranjeras que lo visiten, además los pobladores están preparados académicamente para brindar un servicio de calidad hacia los usuarios del servicio.

c) Experiencias

Se ha podido constatar que los pobladores de la comunidad de Pucara de Velásquez han tenido experiencia en trabajos similares por la existencia de otros complejos como las cabañas del Lago, Puerto Lago, Parque Cóndor, además de

las experiencias adquiridas en el extranjero brindando servicios como la música folclórico y venta de artesanías.

d) Costumbres

Las costumbres más cotidianas de la comunidad indígena son los siguientes:

- **Intiraymi**
- **Travesía natatoria en el lago San Pablo**
- **Purificación en ritual de baño para los comuneros**
- **Fiestas del Yamor.**

Estas costumbres son de vital importancia ya que la comunidad puede mostrar al mundo su riqueza cultural, de esta manera incentivar a los turistas a visitar Otavalo y el Lago San Pablo, por lo que disfrutarán de la visita y aprenderán más sobre la cultura del Ecuador.

1.6. ALIADOS, Oponentes, Riesgos y Oportunidades

1.6.1. ALIADOS

Los factores que intervienen como aliados en este proyecto son los siguientes:

- La cultura existente en el sector; la comunidad Pucará de Velásquez es rica en cultura, costumbres y tradición, lo cual atrae a los turistas tanto nacionales como internacionales, lo cual beneficia al proyecto.
- La infraestructura existente, ya que podemos readecuar el complejo eco-turístico con las edificaciones existentes y continuar con la construcción de las áreas que hagan falta.
- El clima es propicio para la construcción de un complejo eco-turístico, que albergue a los turistas en un lugar cálido y acogedor, y que pueda preservar el medio ambiente mientras visitan el Lago San Pablo.

- Existe espacio físico existente, además la comunidad es dueña de este espacio físico, por lo que traerá beneficios tanto para la comunidad como para sus habitantes.
- Los habitantes de la comunidad tiene experiencia con trabajos similares, este es un beneficio ya que podemos contar con la mano de obra propia de la comunidad.
- Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, entidad encargada de preparar políticas y planificar la actividad turística, además; elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información.

El Ministerio de Turismo de Ecuador ha lanzado su nueva campaña publicitaria "I Discovered" en Nueva York con la que busca convertir al país en líder del ecoturismo en Sudamérica con destinos a la costa del Pacífico, los Andes, la Amazonía y las islas Galápagos, es parte de la nueva imagen país "Ecuador Ama la Vida", y aseguró que es acorde con la política del buen vivir de la Constitución ecuatoriana.

Sin duda un buen aliado para la creación del nuevo complejo eco-turístico que le permita adherirse al turismo con facilidad y sostenibilidad más que la rentabilidad económica.

- **Empresas de Turismo**

Las empresas de turismo y el Estado ha preparado una estrategia importante en el área, el Plan es una iniciativa del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador (FMPT), que es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional. En la entidad participan representantes del Estado, de los gremios de Sector Turístico, los Operadores Especializados, el Sector Hotelero, de Ferias, Seminarios y Aerolíneas.

Las agencias de viaje ofrecen una variedad de paquetes turísticos dentro de los cuales están el visitar lugares privilegiados de hermosas vistas y promocionar la cultura del Ecuador.

- **Organización Mundial de Turismo**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es la principal organización internacional en el campo de viajes y turismo. Su objetivo fundamental es el fomento y desarrollo del turismo, con el objetivo de contribuir al crecimiento económico, el entendimiento internacional, la paz mundial, la prosperidad universal y el respeto por los derechos humanos, la libertad individual, independientemente de la raza, el sexo, el idioma o la religión, poniendo atención especial a los intereses de los países en desarrollo.

Sus miembros incluyen 132 países y territorios, además de 358 miembros afiliados representando gobiernos locales, asociaciones de turismo y empresas del sector privado, incluyendo aerolíneas, grupos hoteleros y operadores turísticos.

- **Municipio del Cantón Otavalo**

El Municipio está promoviendo el desarrollo de las comunidades del cantón y la mejor manera es la práctica del turismo rural comunitario.

En la actualidad se está manejando proyectos comunitarios y el más importante es la creación del malecón en el lago San Pablo, el cual será un atrayente potencial para los turistas.

1.6.2. OPORTUNIDADES

Las oportunidades para el proyecto son las siguientes:

- La situación geográfica, ya que el Lago San Pablo tiene una hermosa vista que atrae a propios y extraños, además el antiguo muelle es un lugar muy conocido por los turistas, por lo que será fácil posicionar al nuevo complejo en la mente de los usuarios.
- Contar con servicios básicos como agua, luz, alcantarillado y recolección de basura y servicios complementarios como teléfono, internet, vías de

acceso y transporte son importantes para la creación del complejo eco-turístico.

- Existe un gran porcentaje de aceptación por parte de la población de que se realice la creación del complejo eco-turístico ya que esto los beneficia en sobremanera no solo económicamente sino en la imagen de la comunidad.
- Existen competidores actuales, tanto gratuitos como pagados por lo que los cuales se pueden convertir en aliados estratégicos del proyecto ya que los grupos de turistas tienen más opciones para escoger el lugar que quieren visitar.

- **Constitución de la República del Ecuador**

"La Constitución también reconoce los derechos de la "Pacha Mama" o madre naturaleza como un ente activo, parte de la sociedad. Los ecuatorianos son congruentes con amar la vida, con la práctica de un turismo de conciencia y, el Plan Nacional del Buen Vivir, que contempla posicionar al Ecuador, a escala mundial, como líder del turismo consciente.

- **Plan de Marketing Turístico del Ecuador**

El plan de marketing se centra principalmente en:

- Planificar el Ecoturismo, con planes, políticas y programas al respecto a escala local, nacional e internacional; integración de políticas en planes de desarrollo sostenible; planificación territorial; uso de parques naturales y áreas protegidas; equilibrio entre desarrollo y conservación; programas y financiación para ecoturismo y desarrollo de recursos humanos.

- Desarrollo de Productos, Marketing y Promoción con estudios de mercado y promoción, creación de productos sostenibles, cooperación de múltiples agentes, educación ambiental, relaciones de cooperación entre los sectores público y privado.

- Supervisión de los Costos y Beneficios con la contribución a la conservación medioambiental, efectos potenciales, adopción de medidas preventivas, integración en la supervisión y evaluación, necesidades de investigación y sistemas de gestión.

Dichos debates se centraron en sustentar el ecoturismo desde lo ambiental, sociocultural y económico y, en la participación y atribución de competencias de las comunidades locales, la gestión y supervisión de las actividades y la distribución equitativa de los beneficios reportados.

1.6.3. OPONENTES

Los factores oponentes a este proyecto son:

- Se requiere de una fuerte inversión, tanto para los trámites de constitución como para la readecuación y construcción del complejo eco-turístico.
- El nivel de educación de los habitantes no es alto, esto podría ser un oponente del proyecto, pero al ser un proyecto comunitario daría facilidades para que terminen su ciclo educativo y pueden ser quienes aporten con la mano de obra en el proyecto.
- Ministerio del Ambiente

Se puede considerar como un oponente por la negación de una licencia ambiental la misma que importante para cumplir con los requisitos ambientales y el buen manejo de los recursos naturales.

- **Policía**

Al momento la policía ocupa en comodato el inmueble que se estaría considerando para una parte del proyecto, por esta razón no podrían estar de acuerdo en la entrega del inmueble para darle un fin turístico y beneficioso para la comunidad.

1.6.4. RIESGOS

Los riesgos que podría tener el proyecto son los siguientes:

- **Políticas Publicas**

El país se encuentra en desarrollo en las cuales las políticas de gobierno son muy cambiantes que a veces no benefician en gran parte a la inversión nacional ni extranjera.

- **Manejo inadecuado de los recursos naturales**

El mal uso de los recursos humanos puede llevar a la destrucción del habitat natural y la contaminación del lago, esto puede conllevar a la mala fama del sector y por ende la perdida de turistas y mala aceptación de los habitantes de la comunidad.

1.7. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DELA INVERSIÓN

Con la creación de un complejo eco-turístico en el muelle del algo San Pablo se optaría por mejores opciones de entretenimiento y sano esparcimiento tanto para los habitantes del sector como lo turistas en general.

La necesidad y oportunidad de inversión se ha identificado así:

- a) En la actualidad se está fomentando el turismo comunitario responsable y sostenible a través del Ministerio de Turismo, lo cual beneficia al desarrollo del proyecto por el trabajo conjunto de los habitantes del sector en mismo.
- b) La creación de un complejo eco-turístico incentiva el sano esparcimiento de la población de todas las edades, además de turistas nacionales y extranjeros, ya sea en compañía de amigos y familiares.
- c) Se puede aprovechar la mano de obra de los pobladores ya que estos tienen la educación, capacitación y experiencia necesaria para de esta manera mejorar las condiciones de vida de la comunidad.
- d) Se puede aprovechar la infraestructura existente en la comunidad con la finalidad de preservar el ambiente y dar el toque ecológico al complejo.

- e) Se debe considerar la creación del complejo eco--turístico ya que proveería de un ingreso económico para la comunidad, lo cual reflejaría el crecimiento económico de la comunidad.

Todas estas necesidades en conjunto se reducen en una sola que permitirá satisfacer las exigencias de los turistas, con LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARA DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

CAPITULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1. DESARROLLO COMUNITARIO O RURAL

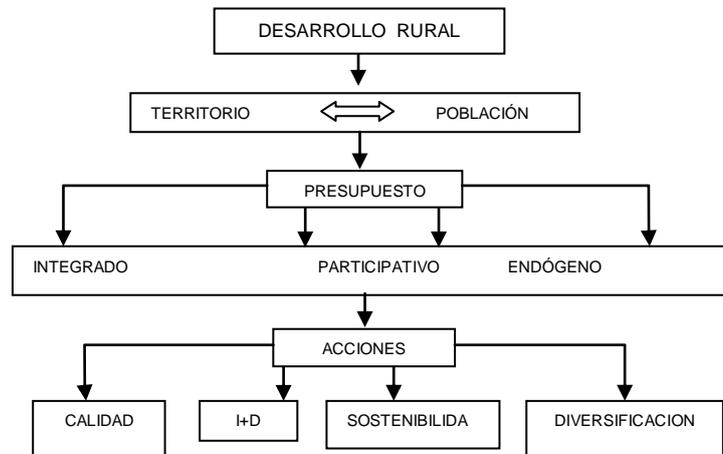
Según VALCÁRCEL-RESALTS 2004, indica: “El desarrollo rural es un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, que tiene por finalidad el progreso permanente de la comunidad rural y de cada individuo integrado en ella.”

Mediante este proceso se pretende una mejora de las condiciones de vida y trabajo que lleve consigo la creación de empleo y riqueza, compatible con la preservación del medio y el uso sostenible de los recursos naturales.

2.1.1. OBJETIVOS DEL DESARROLLO RURAL

Según GONZÁLEZ DE CANALES (2004) lo concibe como: “la capacidad que tienen las personas en un territorio de movilizarse asumiendo el protagonismo de asegurar su futuro, procurando la máxima integración de los actores locales, organizándose en partenariado local capaz de asumir acciones de desarrollo de forma corresponsable con las administraciones públicas, capitales e iniciativas de I+D+I innovadoras.”

CUADRO Nº 8 OBJETIVOS DEL DESARROLLO RURAL



Fuente: Gonzales de Canales, 2004.

Elaborado por: La Autora

Respecto a los contenidos cabe señalar los siguientes aspectos para cada una de las acciones:

- Calidad de vida: Debe realizarse bajo una triple perspectiva, dotar al mundo rural de las infraestructuras y servicios necesarios, dar la cohesión económica y social y procurar la recuperación del prestigio social y los valores del medio rural ante una sociedad netamente urbana.
- Creación de empleo: Debe promocionar el empleo de jóvenes, desarrollar una verdadera política de ayuda a la mujer y diseñar planes de formación permanente.
- Diversificación económica: debe buscarse la plurifuncionalidad de los territorios generando diversas ofertas tales como la producción agraria, el recreo y turismo, la agroindustria, la artesanía, la restauración, la valorización ambiental.
- Sostenibilidad: el desarrollo no debe poner en peligro los recursos para generaciones futuras, sino más bien, y en concreto el desarrollo de la actividad agraria, tener entre sus objetivos cuidar el paisaje y mantener el espacio natural de un modo que dichos valores.
- I+D: La investigación y el desarrollo de nuevos productos así como la adaptación del mundo agrario a las nuevas tecnologías es fundamental para no genera una brecha con los entornos urbanos e impedir la marginación del espacio rural.

2.2. EL TURISMO

Según, **PÉREZ de las Heras Mónica**, en su libro Manual del Turismo Sostenible, (2012), pag. 23, indica que el turismo es: “el viaje medio ambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y preciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local”.

Es un fenómeno social de masa, que se ha convertido para algunos países en factor importante y básico para su economía tanto en su mayor parte para su desarrollo.

2.2.1. ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO

Según, **PÉREZ de las Heras Mónica**, en su libro Manual del Turismo Sostenible, (2012):

- a) **ASPECTO NEGATIVO:** Se le puede calificar así por la destrucción de frágiles ecosistemas, por contribuir a la inflación, por cambiar estilos de vida locales, por causar contaminación marina, terrestre, por contribuir a la polución, al calentamiento global.
- b) **ASPECTO POSITIVO:** Puede promover empleos e intercambios económicos para beneficios de algún país; como fuentes de recursos para mantener parques y reservas ecológicas y artesanías como productos turísticos, promueve el trabajo y desarrollo económico y social en un determinado sector.

2.2.2. EL TURISTA

Como define, **PÉREZ de las Heras Mónica**, en su libro Manual del Turismo Sostenible, (2012): "Es la persona que viaja temporalmente y regresa a su lugar de origen"

2.3. EL ECOTURISMO

Según, **PÉREZ de las Heras Mónica**, en su libro Manual del Turismo Sostenible, (2012), "Consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios."

2.3.1. OBJETIVO

El objetivo fundamental del turismo sostenible es mantenerse en el tiempo, necesitando para ello obtener la máxima rentabilidad pero protegiendo los recursos naturales que lo sostienen.

2.3.2. PRINCIPIO DEL ECOTURISMO

- a) Los viajes y el turismo deberían ayudar a conseguir una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza.
- b) Contribuir a la conservación, protección y restauración de los ecosistemas de la Tierra.
- c) Basarse en modelos de producción y consumo sostenible.
- d) La protección medioambiental debe constituir un parte integral del proceso de desarrollo turístico.
- e) Debe utilizar su capacidad al máximo para crear empleo para mujeres y los pobladores locales.
- f) El desarrollo turístico debe conocer y apoyar la identidad, la cultura y los intereses de los pobladores locales.
- g) Debe respetar la legislación relativa a la protección del medio ambiente.
- h) Uso moderado de los recursos naturales.
- i) Conservar el ecosistema, las especies y los genes, es decir todos los recursos.

2.3.3. GUÍAS DE ECOTURISMO

Resultan ser una pieza clave en la actividad eco-turística. De ellos depende que todo un proyecto de ecoturismo tenga o no éxito, pues ellos son la imagen de la empresa.

Debe conocer como mínimo, información suficiente sobre los siguientes temas:

- a) **ECOLOGÍA:** Definición, conceptos generales, interrelación con el turismo y su importancia.

- b) **ECOSISTEMAS:** Definición, ecosistemas más importantes, cómo funcionan, cuáles son los más significativos de la región donde llevan a los turistas.
- c) **LEGISLACIÓN AMBIENTAL:** Orígenes, objetivos, leyes relacionados con el turismo, evolución del derecho ecológico.
- d) **GEOGRAFÍA:** Aspectos geográficos del país y de la región; geografía política, historia, geografía física y humana, interpretación de planos, cartas topográficas, terrestres y marinas.
- e) **INTERPRETACIÓN AMBIENTAL:** Conocimiento del medio ambiente donde se guía a los grupos, clima, árboles, flora, fauna, florística, insectos, aves, reptiles, mamíferos y todas las especies de la región.

2.4. EMPRESA

IBORRA, María, (2008) dice: “Una empresa se define como una institución en la que un conjunto de personas transforman diversos recursos en bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades humanas con la finalidad de obtener beneficios para distribuir entre sus propietarios. Las relaciones entre las personas y los recursos de la empresa se organizan a través de una estructura, de un conjunto de procedimientos y reglas establecidos”

La empresa es una unidad económica con un fin de provecho, que produce bienes y servicios a través de la transformación de sus recursos tangibles, intangibles y humanos con el fin de obtener un beneficio, sea de forma lucrativa o no lucrativa para sus socios y todos quienes conforman la empresa.

2.4.1. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los objetivos generales de la empresa son hechos con las motivaciones personales de los socios que deben responder a las áreas organizacionales y pueden ser:

- a) Objetivos de servicio.
- b) Objetivos económicos.
- c) Objetivos sociales.

d) Objetivos de desarrollo.

2.4.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

a) SEGÚN SU NATURALEZA

- Industriales; aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- Comerciales; aquellas que se dedican a la compra y venta de productos, convirtiéndose en intermediarias, entre productores y consumidores.
- Servicios; aquellas que se dedican a la generación y venta de productos intangibles, destinados a satisfacer necesidades complementarias de seguridad, protección, desarrollo, tecnificación, mantenimiento, custodia de valores, etc.

2.5. LA CONTABILIDAD

Según **BRAVO** Mercedes, Contabilidad General, (2009), manifiesta: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en un empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al termino de un ejercicio económico o período contable.”

La contabilidad aporta al proceso de toma de decisiones de las empresas, presenta los estados de situación actual en cifras a través de variables e indicadores que muestran la realidad económica y financiera de las empresas.

2.5.1. EL PROCESO CONTABLE

Según **BRAVO** Mercedes, Contabilidad General, (2009), manifiesta: “Se denomina también ciclo contable, constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción hasta la presentación de los Estados Financieros”

El ciclo contable contiene:

- a) Comprobantes o Documentos Fuente
- b) Estado de Situación Inicial
- c) Libro Diario
- d) Libro Mayor
- e) Libros Auxiliares
- f) Balance de Comprobación
- g) Hoja de Trabajo
- h) Ajustes y Resultados
- i) Cierre de Libros
- j) Estados Financieros

2.5.2. ESTADOS FINANCIEROS

Según **BRAVO** Mercedes, Contabilidad General, (2009), manifiesta: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de varios Estados Financieros.”

Son las herramientas que contienen la información financiera y económica de la empresa que se elaboran al finalizar un período, que puede ser mensual, semestral, anual o plurianual, su finalidad es reflejar la realidad de la empresa y la óptima toma de decisiones.

a) OBJETIVOS

- Proporcionar información útil para la toma de decisiones de inversión y de préstamos.
- Para que la información sea útil, debe ser pertinente confiable y comparable.

- La información pertinente e s útil para tomar decisiones y evaluar el desempeño pasado de la empresa, es confiable cuando está libre de errores importantes y libre de prejuicios desde un punto de vista particular.
- La información comparable se puede comparar de un periodo a otro para ayudar a los inversionistas y acreedores a seguir el progreso del negocio a través del tiempo.

b) CLASIFICACIÓN

- Estado Posición Financiera o Balance General
- Estado de Resultados Integrales o Pérdidas y Ganancias
- Estado de Flujo de Efectivo
- Estado de Evolución del Patrimonio.

2.6. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA

- NIIF

2.6.1. OBJETIVOS

Proporcionar información financiera sobre la entidad que informa que sea útil a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para tomar decisiones de recursos a la entidad.

2.6.2. IMPACTOS

- Mayor revelación de información de los estados financieros
- Modificar las políticas contables de acuerdo a NIIF
- Evaluar los procedimientos actuales y efectuar modificaciones para adecuarlos a los requerimientos de las NIIF
- Cambios en los sistemas para adecuarlos a nuevos procedimientos NIIF
- Evaluación del impacto tributario

2.7. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO

Según **OROZCO Arturo**, Investigación de mercados, 1999, explica: “Es el proceso que estudia el entorno y las posibilidades comerciales de la empresa”.

El estudio del ambiente es esencial dado que es donde se encuentra la problemática a investigar o la necesidad de esa población para la reacción o implementación de un requerimiento.

2.7.1. TIPOS DE AMBIENTES A ANALIZARSE

a) AMBIENTE GEOGRÁFICO

Es la evaluación de las concentraciones humanas donde se generan las oportunidades del mercado, debido al poblamiento.

b) AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Estudia los cambios de composición de los poblamientos bajo condiciones étnicas, sociales y demás aspectos que componen el perfil de los consumidores.

c) AMBIENTE SOCIAL Y CULTURAL

Relaciona los estados y cambios en los valores, creencias y actitudes de la población, como los estilos de vida imperantes y las conductas de consumo.

d) AMBIENTE POLÍTICO

Estudia las condiciones comerciales imperantes como las regulaciones, las tendencias, y las políticas que pueden afectar el desenvolvimiento de los negocios.

e) AMBIENTE ECONÓMICO

Analiza el ciclo económico, las fuentes de recursos, las capacidades de consumo y, en general los estados relacionados con el mercado.

f) **AMBIENTE TECNOLÓGICO**

Recopila información sobre tecnologías y tendencias en la manufactura, la productividad y los sistemas administrativos.

2.7.2. VARIABLE

Entendemos por variable cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, es decir, que puede variar, aunque para un objeto determinado que se considere puede tener un valor fijo.

Las variables son aquellos conceptos básicos con los que se identifica los objetivos, de estas variables parten los indicadores, los cuales amplían la visión de la variable.

2.7.3. INDICADOR O RATIO

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Los indicadores son coeficientes, razones, índices o expresiones numéricas de la relación proporcional entre dos o más medidas que permiten conocer, en términos absolutos y relativos, una variable económica, administrativa, financiera, etc., para administrarla en términos ideales-estándar, controlando y orientando su comportamiento hacia las estrategias competitivas del negocio.”

Los indicadores son parámetros de control en tanto que se establecen en términos e estándares o ideales que se pretende alcanzar, así mismo son información temporal de los resultados o del comportamiento del fenómeno administrativo que habrá de estudiarse en términos relativos o absolutos.

2.7.4. UNIVERSO

En estadística es el nombre específico que recibe particularmente en la investigación social la operación dentro de la delimitación del campo de

investigación que tienen por objeto la determinación del conjunto de unidades de observaciones del conjunto de unidades de observación que van a ser investigadas. En general, el universo es la totalidad de elementos o características que conforman el ámbito de un estudio o investigación.

2.7.5. POBLACIÓN

En términos estadísticos, población es un conjunto finito o infinito de personas, animales o cosas que presentan características comunes, sobre los cuales se quiere efectuar un estudio determinado. En otras palabras, la población se define como la totalidad de los valores posibles (mediciones o conteos) de una característica particular de un grupo especificado de personas, animales o cosas que se desean estudiar en un momento determinado.

2.7.6. MUESTRA

La muestra es un subconjunto de la población, seleccionado de tal forma, que sea representativo de la población en estudio, obteniéndose con el fin de investigar alguna o algunas de las propiedades de la población de la cual procede. En otras palabras es una parte de la población que sirve para representarla. Es una parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa del mismo. La muestra debe obtenerse de la población que se desea estudiar; una muestra debe ser definida sobre la base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra sólo podrán referirse a la población en referencia.

2.8. ESTUDIO DE MERCADO

Según **COLLAZOS** Jesús, El estudio de mercado en los proyectos de inversión, 2002, manifiesta: “El estudio de mercado tiene como finalidad la reunión sistemática de información, el cual puede inducir o señalar planes de acción. Dicho estudio requiere la aplicación de métodos científicos a los problemas inherentes al mercado de bienes y servicios.”

El estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado.

2.8.1. SERVICIO

Según **BATEMAN y SNELL**, Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, (2009), manifiesta: “En un contexto competitivo, servicio significa ofrecer a los consumidores lo que desean o necesitan y en el momento en que lo requieren. Así el servicio se enfoca en la satisfacción continua de las necesidades de los clientes, estableciendo una relación benéfica y recíproca de largo plazo. El servicio es también una oferta importante para muchas compañías que venden intangibles”

Un servicio es un bien intangible que ofrece la empresa y sus competidores a un conjunto de clientes-usuarios de un mercado determinado para satisfacer sus necesidades o deseos.

2.8.2. OFERTA

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio objeto del proyecto”

Si la oferta es mayor que la demanda es importante determinar mediante una investigación a fondo si existe un nicho de mercado no saturado.

Si la oferta es menor que la demanda, es decir existe una demanda insatisfecha el proyecto es viable.

a) **TIPOS DE OFERTA**

- Monopólica
- Oligopólica
- Competitiva

b) **FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA**

- Conocimiento de la competencia
- Conocimiento de la capacidad instalada
- Conocimiento de restricciones
- Oferta externa

2.8.3. DEMANDA

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “La demanda es la función más importante que se necesita analizar, porque establece quienes van a ser los posibles demandantes del proyecto o servicio.”

Se entiende por demanda el volumen de pedido de un producto o servicio que realiza el consumidor, en base a una necesidad

a) **TIPOS DE DEMANDA**

- **Demanda Potencial.-** Esta integrada por todos los “posibles” compradores. El término potencial puede traducirse como posible. Este tipo de demanda toma en cuenta a todas las personas naturales o jurídicas que están en capacidad de adquirir el producto o que de una u otra manera han manifestado su deseo de comprarlo. Este sector puede ubicarse en el espacio geográfico local, nacional o internacional, sin descartar ninguno de ellos.
- **Demanda Real.-** Como su nombre lo señala, se relación a con la demanda del producto entre los que pueden ser clasificados como clientes fijos o seguros, es decir los compradores habituales, a los que se

suman los exportadores, con quienes ya se ha establecido un contacto y han adquirido un compromiso de llevar un producto al extranjero. Este aspecto, desde luego, es temporal, puesto que en futuro no muy lejano se establecerán los contactos directos con los mercados internacionales.

- **Demanda Actual.**- Aquella que se encarga de comprobar la existencia y ubicación de los compradores del producto.

La primera aproximación se obtiene con el consumo aparente:

$$Ca = P + M - X$$

Cuando se puede cuantificar los inventarios se obtiene el consumo efectivo:

$$Ce = \text{consumo aparente} + \text{ó} - \text{inventarios}$$

b) **FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA**

Dentro de los factores que afectan la demanda la demanda se encuentran:

- Tamaño y crecimiento de la población
- Hábitos de consumo
- Gustos y preferencias
- Niveles de ingreso
- Precios
- Precio interno
- Precio de mercado o competencia
- Ingreso per cápita
- Condición geográfica
- Promoción y publicidad
- Nivel de educación
- Políticas de estado

c) **PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

- Tendencia histórica de la demanda: Los especialistas en mercadotecnia aconsejan realizar el estudio de la tendencia con una proyección de por lo menos 5 años (dependiendo de cuanto lleva el producto en el mercado).

Para la proyección se continúa con la tendencia histórica siempre que se presume que las observaciones del pasado continuarán con seguridad en el futuro.

Lo más conveniente es afectar la tendencia con las circunstancias que se admite se presentarán.

Método de la tendencia histórica:

$Y = a + bx$ mínimos cuadrados

$\sum Y = na + b \sum X$

$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2$

Se aplica para bienes que no son básicos.

- Método del monto: para bienes básicos cuyo comportamiento es similar al de la población.

$$P_n = P_o * (1 + i)^n$$

P_n Población en el año "n"

P_o población en el año base

i tasa de crecimiento anual

n número de años

d) **DEMANDA INSATISFECHA**

Su determinación se produce de la relación:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{Oferta Futura} - \text{Demanda Futura}$$

En el cálculo de la demanda insatisfecha hay que considerar los resultados de la siguiente forma:

- Si el resultado es positivo se archiva el proyecto
- Si es negativo se continúa

2.8.4. PRECIO

Según **HERNANDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “el éxito de la comercialización de un producto o servicio radica en determinar correctamente el precio de venta, para lo cual se requiere conocer los costos, gastos administrativos de la empresa y margen de utilidad proyectada, así como precios de los productos y/o servicios en el mercado en cada segmento o sección del mismo en el que la empresa compite”

El precio es el número de unidades monetarias que se necesita para obtener a cambio una unidad de bien o servicio.

2.8.5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Es una estructura de negocios de organizaciones independientes que va desde el punto de origen del productor hasta llegar al consumidor final, también se los puede llamar intermediarios que son las personas por las cuales pasa el producto antes de llegar al consumidor final.

2.8.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Es el proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos (segmentos), a fin de determinar el mercado meta en términos de valor económico. Permite a las empresas definir los productos y servicios que ofrecerá en términos de calidad, precio y canales de distribución, así como determinar los elementos intangibles que influyen en la decisión de los clientes a partir de marca, etiqueta, empaque, publicidad y promoción.”

La segmentación del mercado puede darse de acuerdo a criterios como:

- Área geográfica
- Cultura

- Edad
- Género
- Ocupación
- Gustos y preferencias
- Niveles socioeconómicos
- Entre otros

2.9. ESTUDIO TÉCNICO

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “Corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”

Es el estudio en el cual se define elementos técnicos y sus costos para elegir lo más conveniente en correlación a costo- beneficio.

2.9.1. LOCALIZACIÓN

Según **BACA** Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2007), manifiesta: “La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instalara el proyecto.”

La localización es la selección de la ubicación más conveniente para el proyecto.

a) MACRO LOCALIZACIÓN

Se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde se llevara a cabo el proyecto considerando: Región, provincia y cantón.

b) MICRO LOCALIZACIÓN

Se establece condiciones específicas o particulares que permiten establecer el lugar donde se va a desarrollar el proyecto, considerando: parroquia, dirección y croquis.

c) FACTORES

En el siguiente cuadro se hace una relación acerca de los factores que inciden en la macrolocalización y microlocalización de un proyecto.

CUADRO N° 9 Factores que inciden en la macrolocalización y microlocalización

Macrolocalización	Microlocalización
Factores geográficos: Clima, tipo de suelo, topografía, disponibilidad de terrenos, agua.	Factores estratégicos: Ubicación comercial, cultura de compra y consumo, comportamiento de competencia, facilidad de transporte, zonas pobladas, policía y bomberos, plusvalía predial, cercanía a carreteras.
Factores comunitarios: Actitud de la comunidad, infraestructura básica, disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo, condiciones de vida, calidad y disponibilidad de la mano de obra, costo de los terrenos.	
Factores estratégicos: Formas de transporte, disponibilidad de materia prima e insumos, recursos energéticos, tipo y tamaño del mercado, canales de distribución.	Factores colaterales: Servicios de apoyo, seguridad privada, impuestos, restricciones fiscales y legales, demanda real, comportamiento de la competencia, calidad del suelo, energías alternativas, tipología del lugar con respecto a la zona rural o urbana.
Factores legales: Ordenanzas municipales, zonas francas, acuerdos internacionales, parques industriales, seguridad y riesgo.	
Factores ambientales: Ecología, polución, manejo de desechos, tratamiento de aguas servidas, afectación de paisaje, recursos hídricos y forestales, contaminación auditiva	

Fuente: JÁCOME, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005).

Elaborado por: La Autora

2.10. ADMINISTRACIÓN

Según **BATEMAN y SNELL**, Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, (2009), manifiesta: “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales”

La administración es la coordinación de hombres y recursos materiales para el logro de objetivos organizativos, es decir el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar para lograr objetivos organizacionales preestablecidos.

2.10.1. PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN

a) PLANEACIÓN

Según **BATEMAN y SNELL**, Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, (2009), manifiesta: “Planear es definir las metas que se perseguirán y anticipar que acciones serán las adecuadas para alcanzarlas”

La planeación es una fase de vital importancia del proceso administrativo ya que el trabajo de las personas está determinado por esta etapa.

b) ORGANIZACIÓN

Según **BATEMAN y SNELL**, Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, (2009), manifiesta: “la organización es la unión y la coordinación de los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros necesarios para la consecución de las metas. La organización de las actividades incluye a traer a las personas a la organización, especificar las responsabilidades de trabajo, agrupar las tareas en unidades de trabajo, discernir y asignar los recursos y crear las condiciones para que las personas y las cosas funcionen juntas con el objeto de alcanzar el máximo éxito.”

La organización es la función de crear o proporcionar las condiciones y relaciones básicas y que son requisito previo para la ejecución efectiva y económica del proyecto, e incluye por consiguiente, prever y proporcionar por anticipado los factores básicos y las fuerzas potenciales, como esta especificado en el proyecto.

c) **DIRECCIÓN**

Según **BATEMAN y SNELL**, Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, (2009), manifiesta: “Dirigir es estimular a las personas a desempeñarse mejor. Incluye la motivación y la comunicación con empleados, individual o grupalmente, así como el contacto estrecho y cotidiano con las personas y la guía e inspiración hacia metas de equipo y de la organización. La dirección ocurre en equipos, departamentos y divisiones, así como en la cima de grandes organizaciones.”

La dirección es un elemento dinámico consistente, desempeñado por una persona altamente creativa e imaginativa, tiene la finalidad de estudiar a detalle los elementos y medios de ejecutar efectivamente, eficiente y eficaz los objetivos y planes delegados y definidos a las funciones estructuradas durante la fase de la organización.

d) **CONTROL**

Según **HERNÁNDEZ Sergio**, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Es la acción administrativa técnica de evaluar los resultados de una empresa o institución conforme a lo planeado y a los elementos de medición (indicadores o estándares), para determinar el estado de desempeño y la acción correctiva correspondiente”

El control de los elementos administrativos permite medir con parámetros correctos las variables de un proceso productivo planeado para el cumplimiento de un objetivo, el que garantiza que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas.

2.10.2. MISIÓN

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “La misión debe estar definida en términos de existencia organizacional para servir a los usuarios o clientes, quienes al estar satisfechos, adquirirán sus productos y recomendarán a la empresa.”

Es la guía o marco de referencia de la razón de ser de la empresa, los caminos con los cuales se harán realidad la visión de la empresa condicionando actividades presentes y futuras para lograrlo.

2.10.3. VISIÓN

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Conjunto de ideas rectoras y mapas de ruta del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar”

La visión es aquella idea o conjunto de ideas que se tiene de la organización a futuro, le da un sentido estratégico a los planes, programas, proyectos, acciones y decisiones de negocios.

2.11. MARKETING MIX

KOTLER Philip y Armstrong Gary, 2008 dicen: “Es el conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. Está compuesto por todo aquello que la empresa pueda hacer para influir sobre la demanda de su producto.”

- **Producto**
- **Precio**
- **Plaza**
- **Promoción**

Son las herramientas con las que cuenta el empresario para cumplir los objetivos de la compañía, esto es llegar al usuario con el mejor servicio combinando las “P” de marketing para lograr mejores ventas.

2.12. ESTUDIO FINANCIERO

Según **BACA** Gabriel, Evaluación de proyectos, (2007), manifiesta: “Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, que abarque las funciones de administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto.”

Es el estudio que analiza la viabilidad financiera de un proyecto, es decir la factibilidad que puede tener y su permanencia en el mercado en un promedio de 5 años. Se puede partir con datos históricos. Para ello se emplean índices económicos y razones financieras.

2.12.1. PRESUPUESTO

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Son estimaciones programadas de ingresos y egresos por partida o rubros de operación y resultados en términos monetarios para un periodo de operaciones (quincenal, mensual, trimestral, etc). Determina las políticas de aplicación de los recursos y las prioridades. Su objetivo es generar una disciplina en la correcta eficiencia del uso.”

Es un documento en el cual se definen a través del tiempo en forma cronológica y ordenada un resumen de ingresos y gastos que se realizaran en un determinado período de tiempo resultado de la realización de un proyecto.

2.12.2. FLUJO DE EFECTIVO

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, se debe tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero.”

Es estado de efectivo es el documento que refleja cuanto efectivo queda luego de los ingresos percibidos y los gastos efectuados, es decir indica los movimientos de efectivo que se ha realizado en un determinado período de tiempo.

2.12.3. VALOR ACTUAL NETO

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.”

Su fórmula es:

$$VAN = < Inversion > + \sum FC / (1 + i)^n$$

En donde: FC = Flujos de caja proyectados

i = tasa de descuento

n = tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva

2.12.4. TASA INTERNA DE RETORNO

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en el que el VAN = 0.”

Existen tres clases de TIR:

- Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio
- Financiera cuando la inversión es con financiamiento
- Real solo analiza los flujos de caja positivos.

Su fórmula es:

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

Donde:

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN (+) Valor positivo

VAN (-) Valor negativo

2.12.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Según **JÁCOME**, Walter, Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, (2005), nos expresa: “Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes o cambiantes.”

Es el período de tiempo en el que se va a recuperar la inversión que se efectuó para realizar el proyecto, tomando en cuenta los estados financieros proyectados.

2.12.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Según **HERNÁNDEZ** Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2008), dice: “Es el momento en que el importe de las ventas es el suficiente para absorber los costos y gastos y, por lo tanto, la utilidad de operación es cero, es decir, no hay pérdida o ganancia. Estudia las relaciones entre costos fijos, costos variables y utilidades.”

$$IT = CT$$

$$Ingreso = Costototal$$

$$IT = CF + CV$$

$$Ingreso = Costofijo + Costovariable$$

$$P(x) = CF + CV(x)$$

$$P(x) - CV(x) = CF$$

$$X = \frac{CF}{P - CV}$$

En donde:

- P= Precio por unidad
- X= Numero de unidades vendidas
- CV= Costo variable por unidad
- CF= Costo fijo total

2.12.7. COSTO/ BENEFICIO

$$Costo/Beneficio = \frac{\sum FC / (1 + i)^n}{Inversión}$$

Cuando:

- $C/B > 1$, indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.
- $C/B = 1$, existe una indiferencia que necesita analizar otras opciones.
- $C/B < 1$, no tiene un retorno atractivo, por lo tanto se debe realizar un nuevo análisis de oportunidades para buscar una inversión rentable.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES

El presente estudio de mercado tiene como finalidad determinar la demanda y oferta de los servicios que ofrece el Lago San Pablo; en cuanto a recreación, distracción, gastronomía, comercio artesanal y turismo ecológico.

Con esto se determinó que la creación del nuevo complejo eco-turístico de comercio artesanal y recreación en el muelle del Lago San Pablo del cantón Otavalo, provincia de Imbabura, es de vital importancia, no solo para reactivar el turismo, sino también como fuente de trabajo para los habitantes de la zona y de esta manera mejorar la economía del cantón. Así como también para llegar a determinar las características, beneficios de los diferentes servicios que ofrecen los complejos existen en los alrededores del lago.

El estudio se realizó en el muelle del Lago San Pablo que se encuentra ubicado en la comunidad de Pucara de Velásquez del cantón Otavalo, en donde se investigó las variables: servicios, demanda, oferta, precios, proveedores y difusión, para ello se utilizó dos fuentes de información:

La fuente primaria, consistió, en la aplicación de encuestas a una muestra representativa de 187 turistas nacionales y extranjeros que visitaban el muelle del lago, para ello se consideró una población de 4500 turistas semanales, un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95%.

La investigación secundaria, se fundamentó en la recopilación de datos históricos de los turistas que visitan Otavalo en la Cámara de Turismo de Otavalo, páginas de internet del Municipio de Otavalo, de la competencia directa, entre otras.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. OBJETIVOS GENERALES

Determinar la existencia de mercado para la creación de un complejo eco-turístico de comercio artesanal y recreación en el muelle del Lago San Pablo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los servicios relacionados existentes en los alrededores del Lago San Pablo.
- Analizar la demanda que tendría la creación del complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo.
- Identificar la oferta de los servicios relacionados existentes en el lago San Pablo.
- Determinar los precios actuales de los servicios relacionados existentes en el Lago San Pablo.
- Identificar los medios de comunicación adecuados para la difusión del servicio que ofrecerá el complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo.

3.3. VARIABLES

- Servicio
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Difusión

3.4. INDICADORES

a) Servicio

- Aceptación del servicio
- Descripción del servicio
- Beneficio del servicio

b) Demanda

- Características del consumidor
- Frecuencia de compra
- Cantidad de compra

c) Oferta

- Competencia
- Sustitutos

d) Precios

- Cantidad de dinero que destinan en recreación
- Precios de la competencia

e) Difusión

- Publicidad medios masivos
- Publicidad en medios no tradicionales

3.5. MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO N° 10 Matriz de estudio de mercado

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	ORIGEN DE INFORMACIÓN
Determinar los servicios relacionados existentes en los alrededores del Lago San Pablo.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación del servicio • Descripción del servicio • Beneficios del servicio 	Primaria	Encuesta	Turistas
			Primaria	Encuesta	Turistas
Analizar la demanda que tendría la creación del complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Características del consumidor • Frecuencia de compra • Cantidad de compra 	Primaria	Encuesta	Turistas
			Primaria	Encuesta	Turistas
			Primaria	Encuesta	Turistas
Identificar la oferta de los servicios relacionados existentes en el lago San Pablo.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Sustitutos 	Secundaria	Lincografía	Internet
			Secundaria	Lincografía	Internet
Determinar los precios actuales de los servicios relacionados existentes en el Lago San Pablo.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de dinero que destinan en recreación • Precios de la competencia 	Primaria	Encuesta	Turistas
			Secundaria	Lincografía	Internet
Identificar los medios de comunicación adecuados para la difusión del servicio que ofrecerá el complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo.	Difusión	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad medios masivos • Publicidad en medios no tradicionales 	Primaria	Encuesta	Turistas
			Primaria	Encuesta	Turistas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población que se estudio son turistas nacionales y extranjeros que visitan el muelle del Lago San Pablo, considerando una población aproximada de 4.500 turistas semanales según el último reporte turístico emitido por el Municipio de Otavalo del 2012.

“ n ” = tamaño de la muestra

“ N ” = tamaño de la población (4.500 potenciales turistas semanales)

“ δ ” = varianza de población, valor constante (0,25)

“ z ” = nivel de confianza, valor constante es de 95%; dos colas equivalente a 1,96)

“ ε ” = nivel de error (7% para población finita)

$N-1$ = es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

FÓRMULA

$$n = \frac{N \times z_2 \times \delta}{\varepsilon_2(N - 1) + z_2 \delta^2}$$
$$n = \frac{4.500 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,07)^2(4.500 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$
$$n = \frac{4.321,80}{22,0451 + 0,9604}$$
$$n = \frac{4.321,80}{23,0051} = 187$$

Se establece una muestra de consumidores de 187 turistas.

La fuente primaria, consistió, en la aplicación de encuestas a una muestra representativa de 187 turistas nacionales y extranjeros que visitaban el muelle del lago, para ello se consideró una población de 4.500 turistas semanales, un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95%.

3.7. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.7.1. Aceptación del servicio

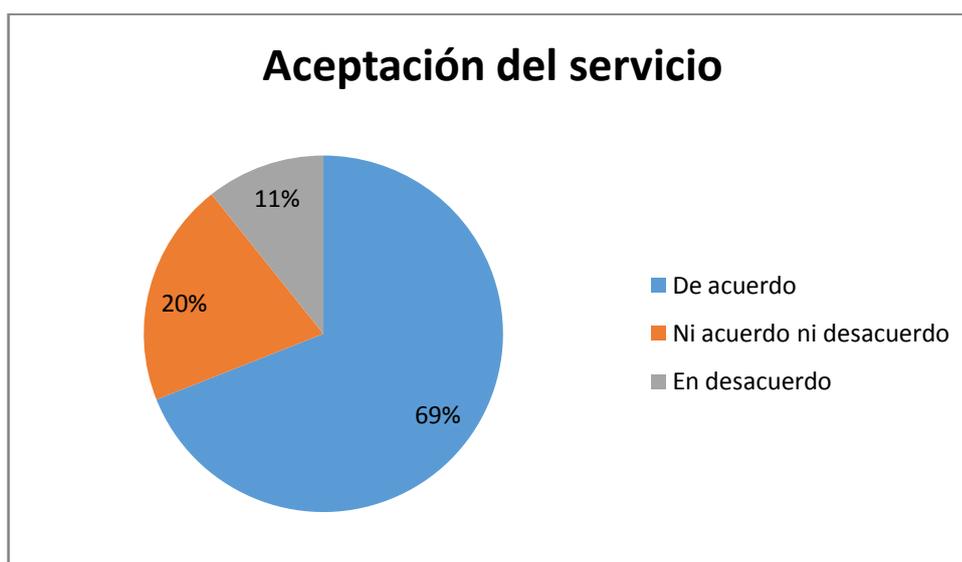
CUADRO N° 11 Aceptación del servicio

ACEPTACIÓN DEL SERVICIO		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	129	68,98%
Ni acuerdo ni desacuerdo	38	20,32%
En desacuerdo	20	10,70%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 1 Aceptación del servicio



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

Este indicador es el más importante ya que nos ayuda a identificar si es factible el proyecto. Según los resultados se tienen una respuesta positiva de los turistas que están de acuerdo con la creación del complejo eco – turístico en el muelle del lago San Pablo, con este dato se puede realizar las proyecciones para la demanda.

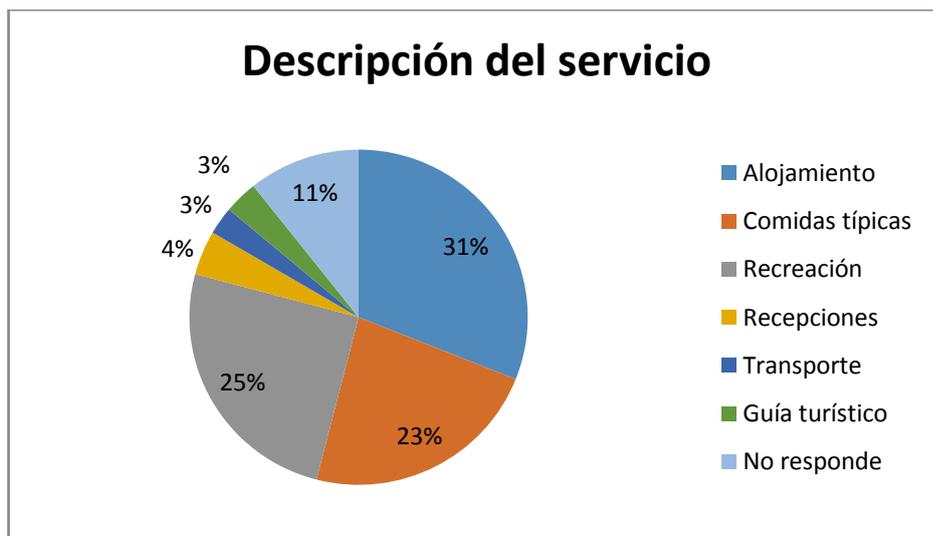
3.7.2. Descripción del servicio

CUADRO N° 12 Descripción del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alojamiento	58	31,02%
Comidas típicas	43	22,99%
Recreación	47	25,13%
Recepciones	8	4,28%
Transporte	5	2,67%
Guía turístico	6	3,21%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 2 Descripción del servicio



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

Análisis

En la propuesta de creación del complejo eco – turístico se ha contemplado 3 servicios principales: alojamiento, comidas típicas y recreación, los mismos que tienen los mayores porcentajes de aceptación de los turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo.

3.7.3. Beneficios del servicio

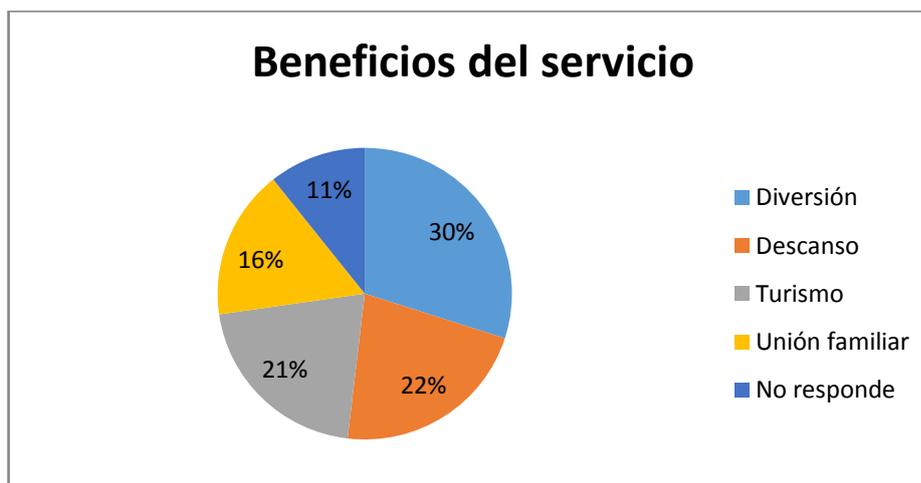
CUADRO N° 13 Beneficios del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diversión	56	29,95%
Descanso	41	21,93%
Turismo	39	20,86%
Unión familiar	31	16,58%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 3 Beneficios del servicio



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

Entre las opciones que se dieron como respuesta encontramos que la mayoría de encuestados les gustaría visitar el complejo eco-turístico por descanso y diversión, lo cual nos ayuda a establecer los servicios que tendrá el complejo que serán alojamiento (descanso) y recreación (distracción) además de turismo y unión familiar.

3.7.4. Frecuencia de compra

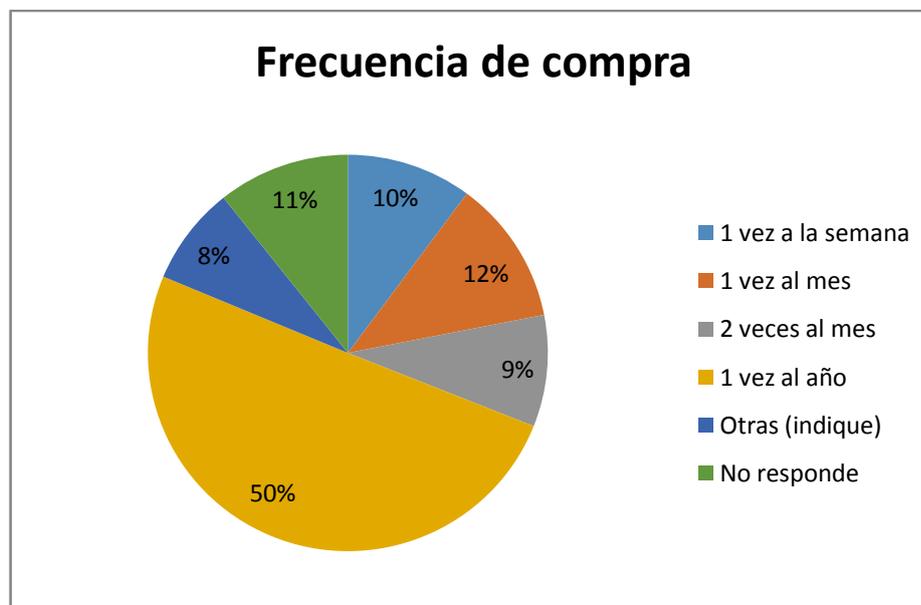
CUADRO N° 14 Frecuencia de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez a la semana	19	10,16%
1 vez al mes	22	11,76%
2 veces al mes	17	9,09%
1 vez al año	94	50,27%
Otras (indique)	15	8,02%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 4 Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de los encuestados revelaron que visitan el lago San Pablo 1 vez al año y un buen porcentaje indico que es la primera vez q lo hace, mientras que sobre todo los encuestados residentes en la provincia de Imbabura revelaron que lo hacen con más frecuencia como es: una vez al mes, 2 veces al mes o una vez a la semana. Esto nos da un promedio de visita de 8 veces al año.

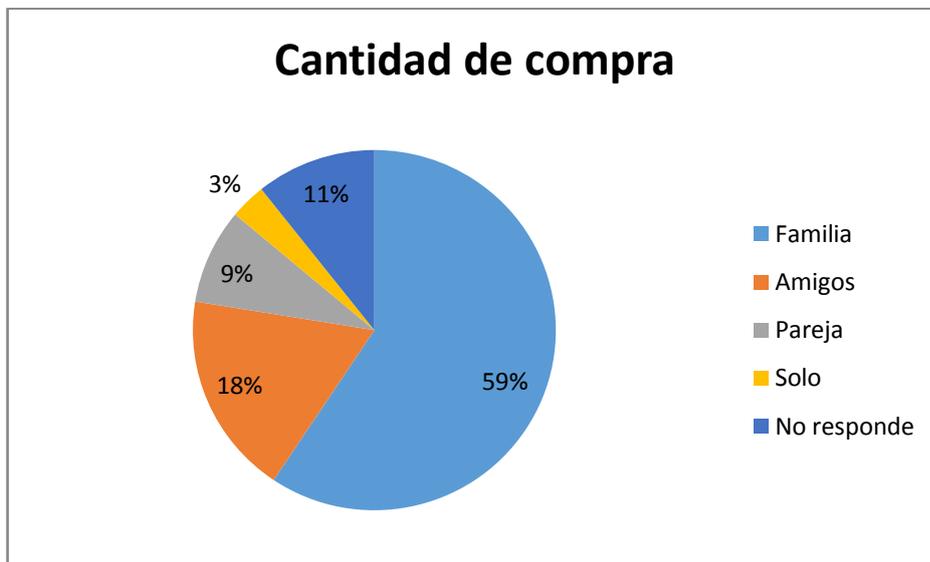
3.7.5. Cantidad de compra

CUADRO N° 15 Cantidad de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	111	59,36%
Amigos	34	18,18%
Pareja	16	8,56%
Solo	6	3,21%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 5 Cantidad de compra



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

Análisis

La gran mayoría de encuestados reveló que al momento de visitar un sitio turístico lo hace en compañía de su familia, seguido por casi la quinta parte de los encuestados que opinan que al visitar un sitio turístico lo hace en compañía de amigos, esto nos ayuda a calcular la cantidad de demanda ya que tenemos datos de los mismos encuestados que indican que un promedio de número de familia es de 5 personas y un promedio de un grupo de amigos es de 4 personas.

3.7.6. Cantidad de dinero que destina en recreación

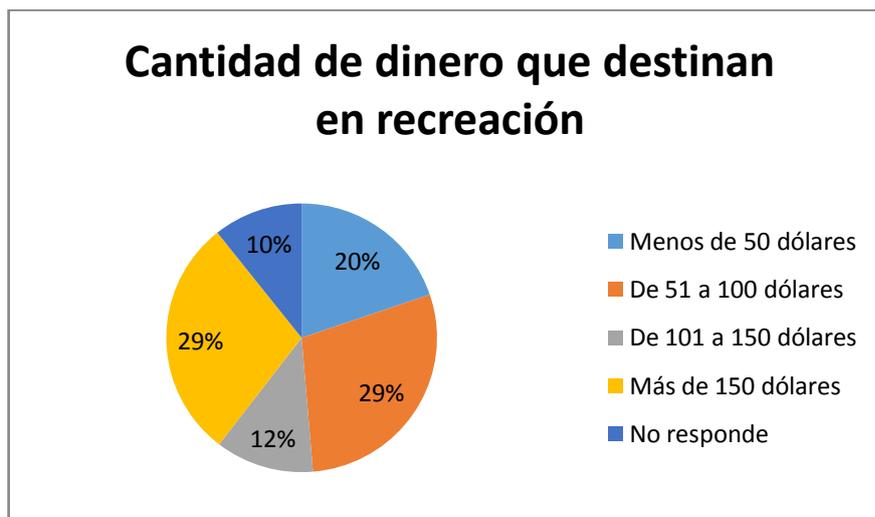
CUADRO N° 16 Cantidad de dinero

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 50 dólares	37	19,79%
De 51 a 100 dólares	54	28,88%
De 101 a 150 dólares	22	11,76%
Más de 150 dólares	54	28,88%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 6 Cantidad de dinero



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de encuestados tienen un rango de entre 50 a 150 dólares destinados a gasto en recreación mensuales, esto nos indica cual es el nivel de compra de las personas que asistirán al complejo eco-turístico en el muelle del Lago San Pablo, y con esto sabremos cual es el nivel de precios que debemos poner a los servicios.

3.7.7. Difusión en medios

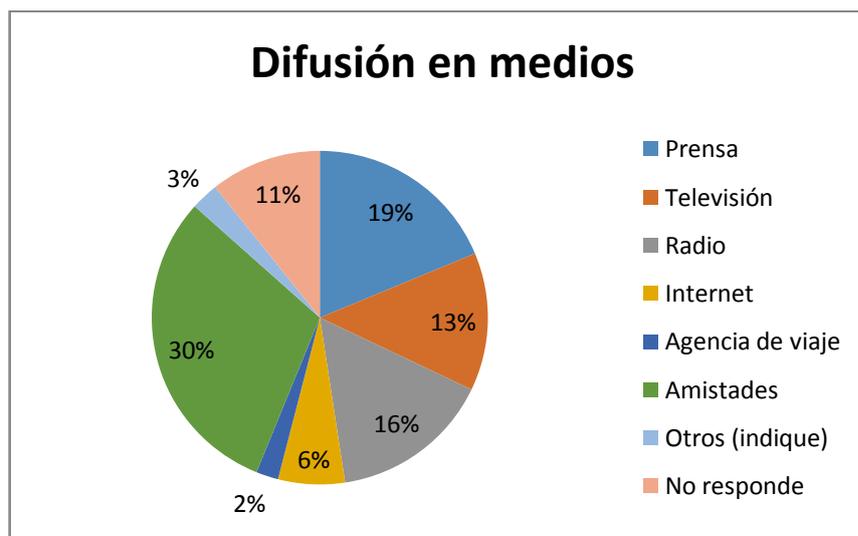
CUADRO N° 17 Difusión de medios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	35	18,72%
Televisión	25	13,37%
Radio	29	15,51%
Internet	12	6,42%
Agencia de viaje	4	2,14%
Amistades	57	30,48%
Otros (indique)	5	2,67%
No responde	20	10,70%
TOTAL	187	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 7 Difusión de medios



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

Una parte importante de la investigación se centró en saber cuál va a ser el medio para la difusión de los servicios que tendrá el nuevo complejo eco - turístico, el resultado fue que en medios tradicionales como radio, prensa y televisión está dividido los criterios, tomando en cuenta que un buen porcentaje de encuestados

son turistas internacionales prefieren enterarse del servicio mediante internet, agencias de viajes o sus propias amistades, a través de sus experiencias en este lugar.

3.7.8. Características de los consumidores

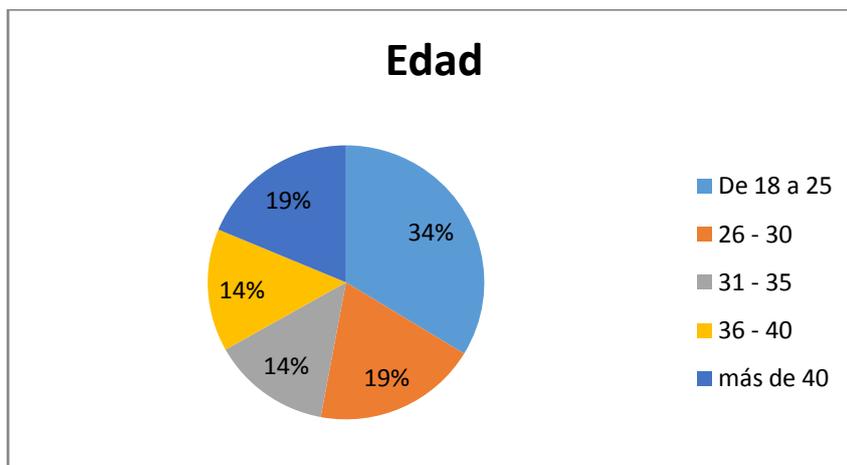
CUADRO N° 18 Edad de los consumidores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 25	63	33,69%
26 - 30	36	19,25%
31 - 35	26	13,90%
36 - 40	27	14,44%
más de 40	35	18,72%
TOTAL	187	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 8 Edad de los consumidores



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

Nuestros posibles usuarios se encuentran en un rango de edad de 18 a 40 años, es decir son personas jóvenes, lo cual puede influir en el comportamiento de compra, para este tipo de usuarios es necesarios mostrar servicios novedosos, con la

finalidad de obtener una recompra, además esta clase de usuarios tienen conciencia global, lo cual ayuda ya que el proyecto es eco - turístico.

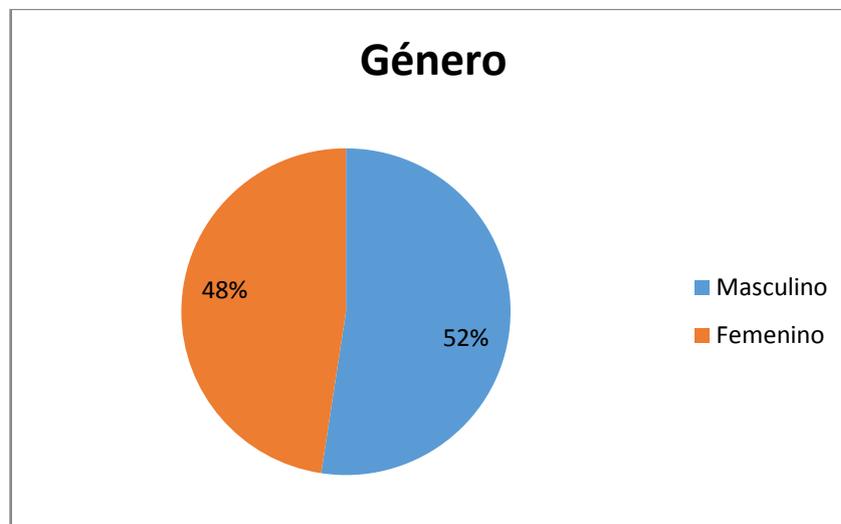
CUADRO N° 19 Género de los consumidores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	98	52,41%
Femenino	89	47,59%
TOTAL	187	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 9 Género de los consumidores



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)

Elaborado por: La Autora

Análisis

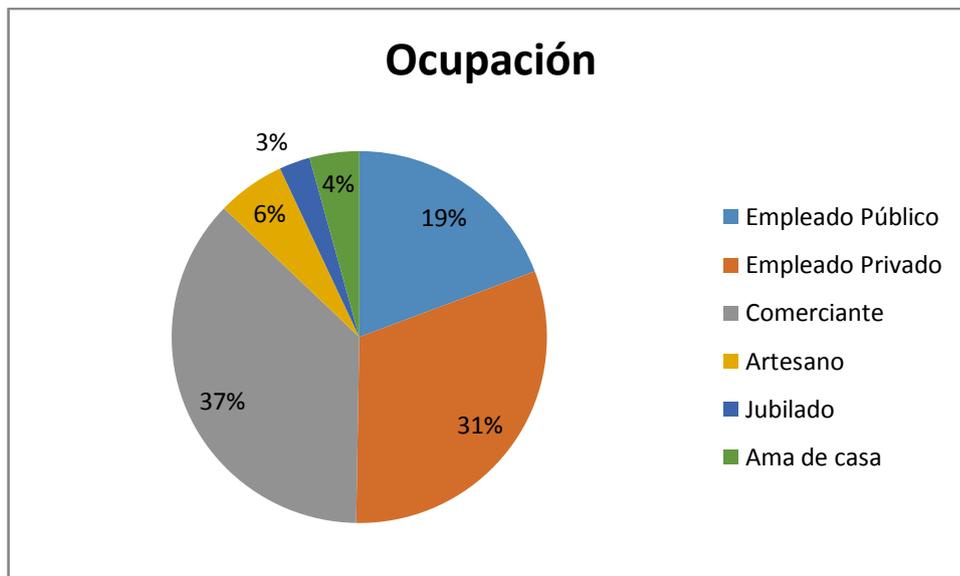
Se realizó las encuestas tanto a hombres como a mujeres, lo cual no muestra un sesgo diferenciado en el género de nuestros usuarios. Se denota que existe tanto interés de parte de hombres como de mujeres.

CUADRO N° 20 Ocupación de los consumidores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado Público	36	19,25%
Empleado Privado	58	31,02%
Comerciante	69	36,90%
Artesano	11	5,88%
Jubilado	5	2,67%
Ama de casa	8	4,28%
TOTAL	187	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°. 10 Ocupación de los consumidores



Fuente: Encuesta realizada a turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo (2012)
Elaborado por: La Autora

Análisis

Entre los encuestados se encuentran personas con ocupaciones de empleados públicos, privados y comerciantes, lo cual nos indica el nivel socioeconómico de los encuestados, lo cual influye en el nivel de compra de los servicios.

3.7.9. Competencia

CUADRO N° 21 Competencia

DETALLE	LUGAR	SERVICIOS QUE OFRECE
Cabañas del Lago	San Pablo del Lago	Alojamiento, alimentación y recreación
Puerto Lago	San Pablo del Lago	Alojamiento, alimentación y recreación
La Playita	San Pablo del Lago	Alimentación y recreación
Parque acuático	San Pablo del Lago	Alimentación y recreación

Fuente: <http://cabanasdellago.com.ec/> ; <http://www.puertolago.com/> ; Municipio de Otavalo
Elaborado por: La Autora

Análisis

Alrededor del lago San Pablo se pueden encontrar varios lugares que ofrecen los servicios de alojamiento, alimentación y recreación, como se puede observar en el cuadro anterior los 4 lugares son complejos turísticos, las Cabañas del Lago así como Puerto Lago son lugares reconocidos tanto a nivel nacional como internacional y ofrecen los servicios de alojamiento, alimentación y recreación; mientras que La Playita y el Parque Acuático con solo de recreación, no obstante existen puestos de venta de comida típica en los alrededores de los lugares.

3.7.10. Sustitutos

CUADRO N° 22 Sustitutos

DETALLE	Lugar
Parque “El Cóndor”	Otavalo
Cascada de Peguche	Otavalo
Piscinas de Neptuno	Otavalo
Piscinas de Sara Nusta	Otavalo
Laguna de Cuicocha	Cotacachi
Laguna de Yahuarcocha	Ibarra
Lagunas de Mojanda	Otavalo

Fuente: Municipio de Otavalo; Gobierno Provincial de Imbabura

Elaborado por: La Autora

Análisis

Dentro de los sustitutos del servicio tenemos a los lugares naturales que posee la provincia de Imbabura, como son: Parque “El Cóndor”, Lagunas de Cuicocha,

Yahuarcocha, Mojanda, cascada de Peguche, entre otras; y lugares rehabilitados dentro del cantón Otavalo como son las piscinas de Neptuno. Estos lugares no representan una competencia directa ya que el complejo que se va a crear eco – turístico y de desarrollo comunitario.

3.7.11. Precios de la competencia

CUADRO N° 23 Precios de la competencia

DETALLE	Precios Promedios por persona		
	Precios de alojamiento	Precios de alimentación	Precios de recreación
Cabañas del Lago	132,77	15,65	15,00
Puerto Lago	98,75	15,00	10,00
La Playita	-	-	-
Parque acuático	-	3,00	2,00

Fuente: <http://cabanasdellago.com.ec/> ; <http://www.puertolago.com/> ; Municipio de Otavalo
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los precios que se han analizado son en relación a la competencia que existe alrededor del lago san Pablo, en los lugares de Cabañas del Lago y Puerto lago los precios son altos, ya que van dirigidos a un segmento de clase económicamente alto; en los lugares de La Playita y el Parque Acuático se manejan costos bajos, ya que son dirigidos s un segmento popular, además son proyectos que se han impulsado por el municipio de Otavalo.

3.8. RESULTADOS DEL ESTUDIO

Las encuesta se la realizó a una muestra de 187 turistas de una población de 4.500 (esta población es semanal), de manera aleatoria, es decir sin hacer ninguna distinción específica al encuestado. Los resultados obtenidos se detallan a continuación:

3.8.1. SERVICIO

a) Descripción física

De acuerdo a los resultados obtenidos el nuevo complejo eco turístico de desarrollo comunitario en el muelle del Lago San Pablo contará con una infraestructura rústica, ecológica, amplia y acogedora; ofreciendo los siguientes servicios:

- Alojamiento

Se contará con el servicio de alojamiento de 18 habitaciones con capacidad para 60 personas, las habitaciones serán familiares y matrimoniales. En este lugar se podrá disfrutar de un momento inigualable a precios cómodos.

- Alimentación

Buscando el bienestar de los turistas en cuanto a su alimentación, el complejo contará con un patio de comidas, cómodo, limpio y seguro, en este lugar se brindará diversos platos típicos de la provincia de Imbabura.

- Recreación

Dentro del servicio de recreación se contará con: una cancha de fútbol, una cancha de basketball, una cancha de volleyball, paseos a caballo, alquiler de canoas (Remo y Pedal), paseo en lancha a motor, alquiler de bicicletas, pesca deportiva, área de bañistas y áreas verdes. También dentro de este servicio se encuentran rutas turísticas, así como campamentos vacacionales.

3.8.2. COMPETENCIA DIRECTA

Se pudo comprobar que la competencia directa en el Lago San Pablo son Cabañas del Lago, Cabañas Puerto Lago, Parque Acuático y La Playita; debido a que estos lugares brindan servicios de distracción, alimentación, juegos acuáticos, rutas turísticas, venta de artesanías, incluso algunos también cuentan con estadía.

3.8.3. SUSTITUTOS

Los servicios sustitutos fuera del Lago San Pablo pero dentro de la provincia de Imbabura, que ofrecen un servicio de distracción y son lugares turísticos son: Parque Cóndor, la cascada de Peguche, Laguna Cuicocha, Laguna Yahuarcocha y las Lagunas de Mojanda, las piscinas remodeladas de Neptuno, entre otros lugares turísticos.

3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.9.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES

Para conocer las características de los visitantes es necesario analizar ciertos aspectos como: grupos de edad, género, nacionalidad y ocupación. A continuación se detallan los resultados de las encuestas para cada uno de ellos.

a) Grupos de Edad

El mayor porcentaje de visitantes son personas adultas en edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, y los 26 a 30 años; esto indica que en general las personas que llegan a Otavalo son en su mayoría jóvenes y adultas; lo cual puede influir en el comportamiento de compra, para este tipo de usuarios es necesarios mostrar servicios novedosos, con la finalidad de obtener una recompra, además esta clase de usuarios tienen conciencia global, lo cual ayuda ya que el proyecto es eco - turístico.

b) Género

En cuanto a la distribución de los visitantes según el género, no se evidencia un sesgo significativo entre hombres y mujeres. La composición es equilibrada, no existe una tendencia fuerte hacia ningún extremo.

c) Nacionalidad

Del total de visitantes encuestados, el 5,70% son extranjeros, mientras que el 94,30% restante son ecuatorianos. De los visitantes extranjeros, el 1% son turistas

de Norteamérica, un 1% son europeos, un 3,60% son de países sudamericanos como Bolivia y Colombia.

Los visitantes ecuatorianos que representaban el 94.3% del total de personas que llegan al muelle de Lago San Pablo, son en su mayoría quiteños (62.4%), seguidos de Ibarra (9.8%), guayaquileños (3.1%). Además llegan visitantes desde Otavalo, Riobamba, Cayambe, Pujilí, Santo Domingo y Machala, etc. Esta información nos indica cual es el target al cual va dirigido el servicio.

d) Ocupación

Se determino, que la mayoría de los visitantes que llegan al muelle del Lago San Pablo son profesionales y tienen un trabajo fijo, es decir sus ingresos son fijos. En su mayoría los encuestados son empleados privados, comerciantes, empleados públicos, entre otros, lo cual ayuda para que estas personas puedan destinar parte de sus ingresos en recreación familiar.

3.9.2. FRECUENCIA DE VISITAS

En este punto se pretende definir cuántas veces han venido los turistas al Lago San Pablo.

a) Acompañado por:

En su mayoría los visitantes llegan con amigos, con su familia, con su pareja o solo. De acuerdo con la observación realizada, los grupos de amigos que llegan al Lago San Pablo son en promedio de 4 personas, los grupos familiares son de 5 personas en promedio.

3.9.3. CANTIDAD TOTAL DEMANDADA

a) Ingreso de turistas al Ecuador

CUADRO N° 24 Ingreso de turistas al Ecuador

PRIMER TRIMESTRE DEL 2012 AL 2013		
MES	2012	2013
ENE	127.119	130.842
FEB	99.551	103.768
MAR	96.975	113.361

Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: La Autora

Durante el mes de marzo 2013 se registra un total de 113.361 arribos, que comparado con los arribos del mes de marzo de 2012, presenta un crecimiento de 14,45%, que en términos absolutos significa un aumento de 16.386. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos de los mercados clave, al pasar de 96.975 en marzo de 2012 a 113.361 en marzo 2013.

CUADRO N° 25 PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN			
ENERO -MAYO / 2012 – 2013			
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	2012	2013	Var% 2013/2012
Colombia	138.870	143.250	3,15
Estados Unidos	94.596	95.253	0,69
Perú	56.066	59.932	6,90
Venezuela	14.034	28.924	106,10
España	23.477	23.690	0,91
Argentina	25.529	23.453	-8,13
Chile	20.488	19.975	-2,50
Canadá	12.136	12.593	3,77
Alemania	11.681	10.881	-6,85
Gran Bretaña	8.455	9.174	8,50

Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: La Autora

Estos índices nos dan una clara idea de los principales países de origen del turismo, este indicador puede ayudar a determinar las preferencias sobre el tipo de servicios turísticos que esta población pudiera demandar.

Otro objetivo de establecer los mercados clave es determinar el tipo de promoción y los costos de los servicios ofrecidos por el proyecto.

CUADRO N° 26 MOVIMIENTOS LLEGADA DE EXTRANJEROS

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86,544	96,109	105,548	127,119	130,842	2.93
FEB	72,742	89,924	86,421	99,551	103,768	4.24
MAR	72,226	82,452	87,495	96,975	113,361	16.90
ABR	72,910	70,540	87,507	92,627	89,669	-3.19
MAY	70,277	77,618	82,870	92,646	98,400	6.21

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Ministerio de Turismo

b) Ingreso de turistas a Otavalo

CUADRO N° 27 Ingreso semanal año 2012

INGRESO SEMANAL AÑO 2012		
CALIFICACIÓN	INGRESO DE VISITANTES	PROMEDIO
Ecuador	1395	31%
EE.UU	1080	24%
Canadá	270	6%
Europa	1395	31%
Sudamérica	329	7,3%
Otros	31	0,7%
TOTAL	4500	100%

Fuente: Cámara de Turismo Otavalo

Elaborado por: La Autora

Este dato es de suma importancia debido a que es la población de la cual se partió para realizar el muestreo y la posterior encuesta a los turistas que visitan el muelle del Lago San Pablo. Este dato se lo obtuvo de la Cámara de Turismo de Otavalo,

son datos promedios, luego de realizar una investigación durante 5 meses indistintamente dentro del año 2012.

3.9.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento lineal, utilizando el grado de aceptación del proyecto que es de 68,98% y la tasa de crecimiento de ingresos de turistas a la ciudad de Otavalo es del 6,21%, anual en base a la cual se proyectó la población en el período 2013 – 2017.

Para calcular la proyección anual se realizó lo siguiente:

- Base semanal de turistas que ingresan a la ciudad de Otavalo y población tomada para la muestra= 4.500
- Porcentaje de aceptación del proyecto= 68,98%
- Total proyectado de población con aceptación del proyecto semanal = 3.104
- Frecuencia de visita anual = 8 veces
- Compañía de visita promedio = 5 personas
- Tasa de incremento de turistas a la ciudad de Otavalo = 6,21% al año.

CUADRO N° 28 Proyección de demanda para el primer año

Proyección para el primer año					
Población turistas semanal	% de aceptación del proyecto	Total población que acepta el proyecto	Compañía de visita	No. De frecuencia de visita	Total anual
4,500	68.98%	3,104	5	8	124,164

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Se procede a realizar la proyección real de los datos con referencia a la frecuencia de visita:

CUADRO N° 29 Proyección de demanda anual del complejo

Proyección de la demanda anual del complejo ecoturístico				
Año	No. Personas que irán al complejo	Crecimiento tasa anual	Proyección	Total Proyección
2013	124,164	6.21%	7,711	131,875
2014	131,875	6.21%	8,189	140,064
2015	140,064	6.21%	8,698	148,762
2016	148,762	6.21%	9,238	158,000
2017	158,000	6.21%	9,812	167,812

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.10.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES

Los competidores actuales que influyen en este proyecto son Cabañas del Lago, Hostería Puerto Lago, Parque Acuático y La Playita, Hostería Cusin, Jatuncocha; debido a que estos lugares brindan servicios de distracción, alimentación, juegos acuáticos, rutas turísticas, venta de artesanías, incluso algunos también cuentan con estadía.

3.10.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA EN CIUDAD DE OTAVALO Y LAS PARROQUIAS ALEDAÑAS AL PROYECTO.

Es necesario establecer el monto de la oferta turística con respecto a alojamiento y servicios turísticos complementarios para poder establecer una posible demanda insatisfecha la cual será de gran importancia para el desarrollo del proyecto.

**CUADRO N° 30 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA
CIUDAD DE OTAVALO Y LAS PARROQUIAS ALEDAÑAS**

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CIUDAD DE OTAVALO Y LAS PARROQUIAS ALEDAÑA AL PROYECTO			
AÑOS	N° ESTABLECIMIENTOS	N° HABITACIONES	N° PLAZAS SEMANAL
2010	57	936	1.904
2011	56	911	1.843
2012	56	911	1.843

Fuente: catastro turístico ministerio de turismo
Elaborado por: La Autora

3.10.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de la oferta se la hará en base a la tendencia de la oferta histórica y a los datos obtenidos en el cuadro anterior.

Para lo cual se emplea el método de regresiones o mínimos cuadrados, puesto que se estimara un crecimiento en el sector porque se aprecia la misma tendencia durante los tres años anteriores.

Función Lineal: $Y = a + bx$

Formula: $Y = y + (\sum XY / \sum X^2) * X * t$

CUADRO N° 31 Cálculo de mínimos cuadrados

Años	N° plazas (y)	A	X=a-\bar{x}	Y=y-\bar{y}	X²	E XY
2009	2.106	0	-1	40,67	1	-40,67
2010	2.045	1	0	-20,33	0	0,00
2011	2.045	2	1	-20,33	1	-20,33
total	6.196	1			2	-61,00
(\bar{y} media)	2.065,33	(\bar{x} media)				

Fuente: catastro turístico ministerio de turismo
Elaborado por: La Autora

$$Y1 = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (-1) * 52 = 108.983$$

$$Y1 = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (0) * 52 = 107.397$$

$$Y1 = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (1) * 52 = 105.811$$

Se procede a la proyección de la oferta en base a la tendencia de la oferta histórica y a los datos obtenidos.

$$Y = y + (\Sigma XY / \Sigma X^2) * X * t$$

$$Y = \quad \quad \text{N}^\circ \text{ plazas}$$

$$y = \quad \quad 2.065.33$$

$$\Sigma XY = -61,00$$

$$\Sigma X^2 = \quad \quad 2$$

$$X = \quad \quad (\text{año tiempo a definir})$$

Esto es igual a:

Para el año 2013 se aplicara el valor 4 como factor de tiempo a definir.

$$Y_{2013} = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (4) * 52 = 102.648$$

Para el año 2014 se aplicara el valor 5 como factor de tiempo a definir.

$$Y_{2014} = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (5) * 52 = 101.036$$

Para el año 2015 se aplicara el valor 6 como factor de tiempo a definir.

$$Y_{2015} = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (6) * 52 = 99.476$$

Para el año 2016 se aplicara el valor 7 como factor de tiempo a definir.

$$Y_{2016} = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (7) * 52 = 97.864$$

Para el año 2017 se aplicara el valor 8 como factor de tiempo a definir.

$$Y_{2017} = 2.065,33 + (-61.02 / 2) * (8) * 52 = 96.304$$

Tendencia de la oferta futura con respecto a los productos y servicios turísticos de la ciudad de Otavalo y las parroquias aledañas al proyecto.

CUADRO N° 32 OFERTA COMPLEJO ECO-TURÍSTICO

OFERTA COMPLEJO ECO-TURÍSTICO					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
TURISTAS	102.648	101.036	99.476	97.864	96.304

Fuente: catastro turístico ministerio de turismo
Elaborado por: La Autora

Como se observa en el cuadro la tendencia por cada año sobre la oferta es negativa, este factor es favorable para el desarrollo de presente proyecto.

3.10.4. DEMANDA POR SATISFACER

CUADRO N° 33 Balanza oferta - demanda

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA POR SATISFACER
2013	102.648	131.785	29.137
2014	101.036	140.064	39.028
2015	99.476	148.762	49.286
2016	97.864	158.000	60.136
2017	96.304	167.812	71.508

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Como se observa en el cuadro la oferta actual y futura es insuficiente para satisfacer la demanda por lo cual el presente proyecto disminuirá considerablemente la presión que ejerce la demanda actual y futura.

3.11. PROPUESTA DE CREACIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO.

3.11.1 OFERTA DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO

El complejo eco-turístico ofrecerá 3 servicios para el deleite de los turistas que visiten el muelle del lago San Pablo:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Recreación
- ✓ Alimentación

Se ha visto factible la realización de los 3 servicios ya que según el estudio de mercado realizado existe una gran aceptación, incluso muchos de los turistas piden que se desarrolle el proyecto para tener más que un lugar natural por visitar.

La oferta queda determinada de la siguiente manera:

CUADRO N° 34 Propuesta oferta del complejo eco-turístico

DETALLE	Número	Descripción	Capacidad individual	Capacidad Diaria	Frecuencia	Porcentaje de utilización	Total anual
Alojamiento	5	Habitaciones matrimoniales	2	10	365	75%	2738
	5	Habitaciones familiares	4	20	365	75%	5475
Recreación	4	Botes a pedal	4	16	365	75%	4380
	6	Botes de remo	6	36	365	75%	9855
	1	Tour Ruta turística	17	17	365	75%	4654
	2	Lanchas a motor	8	16	365	75%	4380
Alimentación	5	Locales de comida	1	5	365	75%	1369
				115	365	75%	32850

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.11.2. PRECIO

Es fundamental determinar el precio más idóneo, por lo cual al considerar el precio de la competencia se pudo establecer los siguientes precios.

3.11.3. ALOJAMIENTO

CUADRO N° 35 Propuesta oferta de alojamiento

DETALLE	PVP.	CAPACIDAD	Ingreso por habitación
Habitación familiar	15,00	4	60,00
Habitación matrimonial	15,00	2	30,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.11.4. ARRIENDO DE PATIO DE COMIDA

Se realizará el arrendamiento de 5 puestos en el patio de comida para que los habitantes de la comunidad sean los que puedan utilizar este espacio para expender sus productos al precio que ellos crean conveniente.

Se les cobrará 200,00 mensuales cada local, ellos deben traer sus menajes para realizar la comida y en el complejo se estandariza las sillas y mesas para que los turistas se sientan a gusto.

CUADRO N° 36 Propuesta oferta de patio de comidas

DETALLE	PVP.
Local de comida 1	200,00
Local de comida 2	200,00
Local de comida 3	200,00
Local de comida 4	200,00
Local de comida 5	200,00
Total	1.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

3.11.5. RECREACIÓN

CUADRO N° 37 Propuesta oferta de recreación

DETALLE	PVP.
Botes de pedal	6,00
Botes de remo	6,00
Tur ruta turística	5,00
Paseo en lancha	5,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.

A través de este estudio se determina aspectos como: la macro y micro localización, las instalaciones y su capacidad de producción, el equipamiento, su utilización y distribución, la ingeniería del proceso, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que el nuevo “**COMPLEJO ECOTURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE PUCARA DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**” sea más eficiente.

4.1. OBJETIVO GENERAL.

Elaborar el estudio técnico del proyecto, tomando como punto de partida el requerimiento económico para el equipamiento del complejo eco-turístico, su infraestructura, el análisis de los procesos de comercialización y su ingeniería.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- 1) Determinar la localización
- 2) Determinar el tamaño.
- 3) Diseñar la infra estructura.
- 4) Determinar las inversiones necesarias para la implantación e inicio de las operaciones de comercialización.

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La localización es importante y con repercusión a largo plazo, ya que una vez instalado el complejo eco-turístico es difícil y costosa la reubicación.

La propuesta de macro y micro localización está orientada al mercado meta ya que son los turista que concurren al lago San Pablo, tanto nacionales como internacionales.

4.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El complejo eco-turístico estará situado en el cantón Otavalo en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar. El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

GRÁFICO N°. 11 MAPA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE IMBABURA



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

Elaborado Por El Instituto Geográfico Militar 2010

4.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Estará localizado en Las orillas del lago San Pablo, este es uno más de los bellos lugares turísticos de la provincia de Imbabura, a 4 km hacia el oeste de la ciudad de Otavalo y a 2670 metros sobre el nivel del mar. La laguna de San Pablo es un

ecosistema que abarca algunas especies representativas como: garzas, patos, algunos anfibios y varias plantas acuáticas. Además se encuentra a los pies del Volcán Imbabura, de la cual fluye el agua que se descarga por la Cascada de Peguche.

País: ECUADOR

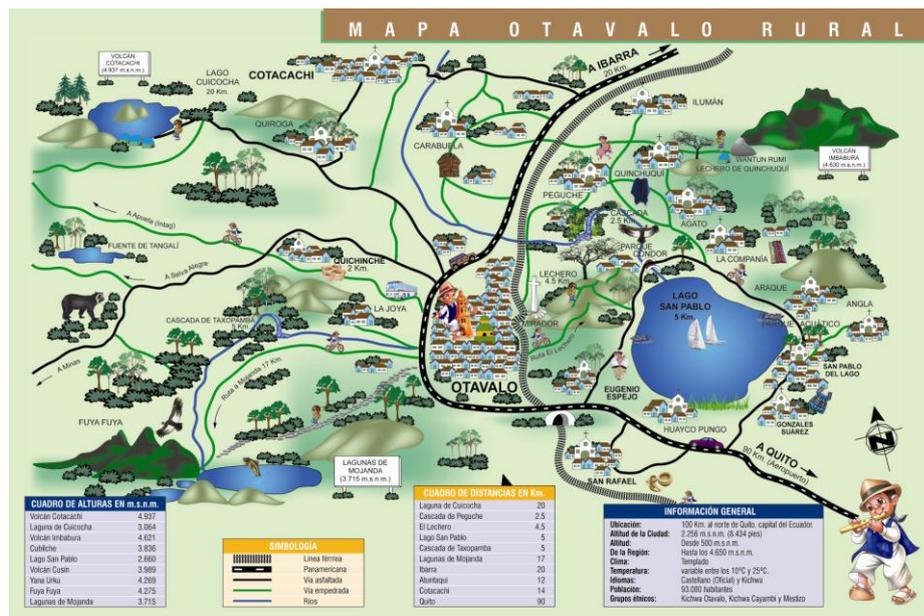
Provincia: IMBABURA

Cantón: OTAVALO

Parroquia: EUGENIO ESPEJO

Comunidad: PUCARA DE VELÁSQUEZ

GRÁFICO N°. 12 MAPA RURAL DE OTAVALO.



Fuente: Municipio de Otavalo.
 Elaborado Por El Instituto Geográfico Militar 2010

4.3.3. TAMAÑO DEL PROYECTO E INFRAESTRUCTURA

El tamaño del proyecto está relacionado con el tamaño del mercado al que se pretende satisfacer.

El terreno posee una superficie de 1.500 m², el cual estará distribuido de la siguiente manera:

- 10 Habitaciones con capacidad para 30 personas.
- 5 puestos de venta de comida típica
- 1 Recepción y Oficina de Administración.
- Espacios verdes.
- Área para actividades Acuáticas.
- Juegos Infantiles.
- Parqueaderos.

4.4. EDIFICACIÓN E INSTALACIONES

4.4.1. SUPERFICIE DE EDIFICACIÓN

La infraestructura contempla los espacios destinados para los servicio a ofrecer como son: las habitaciones para el alojamiento, el área de recreación, el patio de comidas, el salón de recepción, las canchas y parqueaderos siempre armonizando con el entorno y en lo posible sin causar impactos a eco sistema local, todas las instalaciones serán construidas en su totalidad con productos amigables con el medio ambiente.

4.4.2. PLANO HORIZONTAL DEL COMPLEJO ECOTURISTICO

GRÁFICO N°. 13 PLANO HORIZONTAL DEL COMPLEJO ECOTURISTICO



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.4.3. MONTO DE INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA

La inversión en la infraestructura es en parte el peso más significativo sobre los activos de la pequeña empresa.

Ya que el terreno es propiedad de la comunidad y existe en ella varias edificaciones, además la infraestructura debe ser ecológica y amigable con el ambiente, es decir minimizando en lo posible todo lo relacionado a construcciones, se realizará una remodelación a la infraestructura existente.

CUADRO N° 38 INVERSION EN INFRAESTRUCTURA

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA					
N°	RUBRO	UNID.	CANTIDAD	P.UNIT	TOTAL
1	Remodelación de la infraestructura existente	m2	1500	80,00	120.000,00
2	Restaurante	m2	375	100,00	37.500,00
3	Juegos infantiles		225	100,00	22.500,00
4	Administración	m2	40	150,00	6.000,00
5	Baños (SS.HH.)	m2	60	200,00	12.000,00
6	Canchas deportivas	m2	250	19,00	4.750,00
TOTAL					202.750,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Como se detalla en el cuadro el monto de la inversión en infraestructura es de \$202.750,00 dólares.

4.5. TIPOS DE SERVICIOS

El complejo eco-turístico de desarrollo comunitario contará con los servicios de:

- Alojamiento
- Alimentación
- Recreación

4.5.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

a) Servicios de alojamiento

El proyecto contara con 10 habitaciones con las siguientes características:

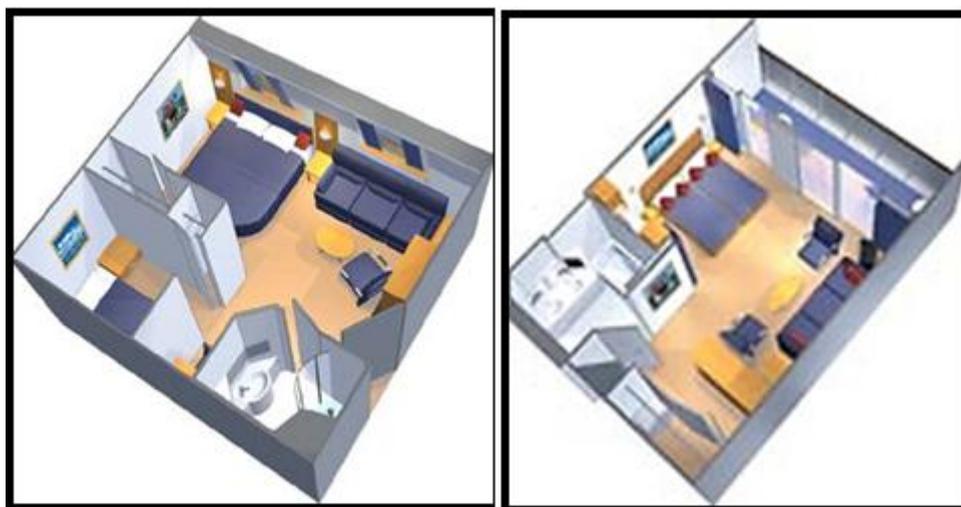
5 Habitaciones familiares con baño privado, closets y 1 televisor, con una superficie de 25 m², con capacidad de alojamiento para 4 personas.

5 Habitaciones matrimoniales con baño privado, televisión, closets, con una extensión de 20 m².

El total de capacidad hotelera es de 60 personas por alojamiento.

Para la atención del hospedaje se es necesaria la contratación de dos camareras.

GRÁFICO N°. 14 PLANO 3D DE LAS HABITACIONES COMPLEJO ECO-TURISTICO



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

b) Alimentación

El proyecto construirá un área de comidas, tipo patio de comidas para arrendarlo a los habitantes de la comunidad, quienes tendrán la opción de vender sus productos y platos típicos, este lugar contará con las siguientes características:

5 puestos de comida típica de 10m² cada una con mesas al frente para que los turistas puedan degustar los alimentos.

Con ambientación que evoque la cultura y tradición autóctona de las comunidades que se encuentran en su zona de influencia (etnia indígena kichwa de los Otavalos).

Estará ubicado con vista panorámica al lago San Pablo, con una capacidad de 90 comensales contará con 12 mesas rectangulares de 0,70 m * 0,90 m, para 4 personas y 5 mesas rectangulares de 2 m * 0,70 m, familiares.

Cada arrendatario tiene la opción de presentar los platos a su elección.

c) Servicios de recreación

Esta es el área que más visitantes atraerá al parque ya que tendrá diferentes servicios como: alquiler de canoas (Remo y Pedal), paseo en lancha a motor y áreas verdes en donde se podrá disfrutar de la naturaleza y relajarse mediante el uso de hamacas. Por las noches el complejo eco-turístico comunitario se alumbrará, dando al lugar un aspecto romántico, mediante postes eléctricos y reflectores además estará al aire libre.

GRÁFICO N°. 15 Área recreacional



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

El personal que estará a cargo de esta área será de cuatro personas por turnos rotativos y se contratará un servicio de seguridad.

d) Área administrativa

Este constará con una oficina para el gerente del complejo el que estará a cargo del buen funcionamiento del mismo y de la supervisión, dos departamentos de dirección, el departamento administrativo financiero a cargo de un Ingeniero Contador/a Administrativo/a, será responsable del área financiera y de recursos humanos y el departamento de Operaciones que engloba los departamentos de logística, Información, Desarrollo Online y Marketing. Su objetivo será coordinar estos departamentos buscando sinergias y orientándolos hacia la venta. Este departamento estará a cargo de un Ingeniero Mercadólogo Administrativo/a.

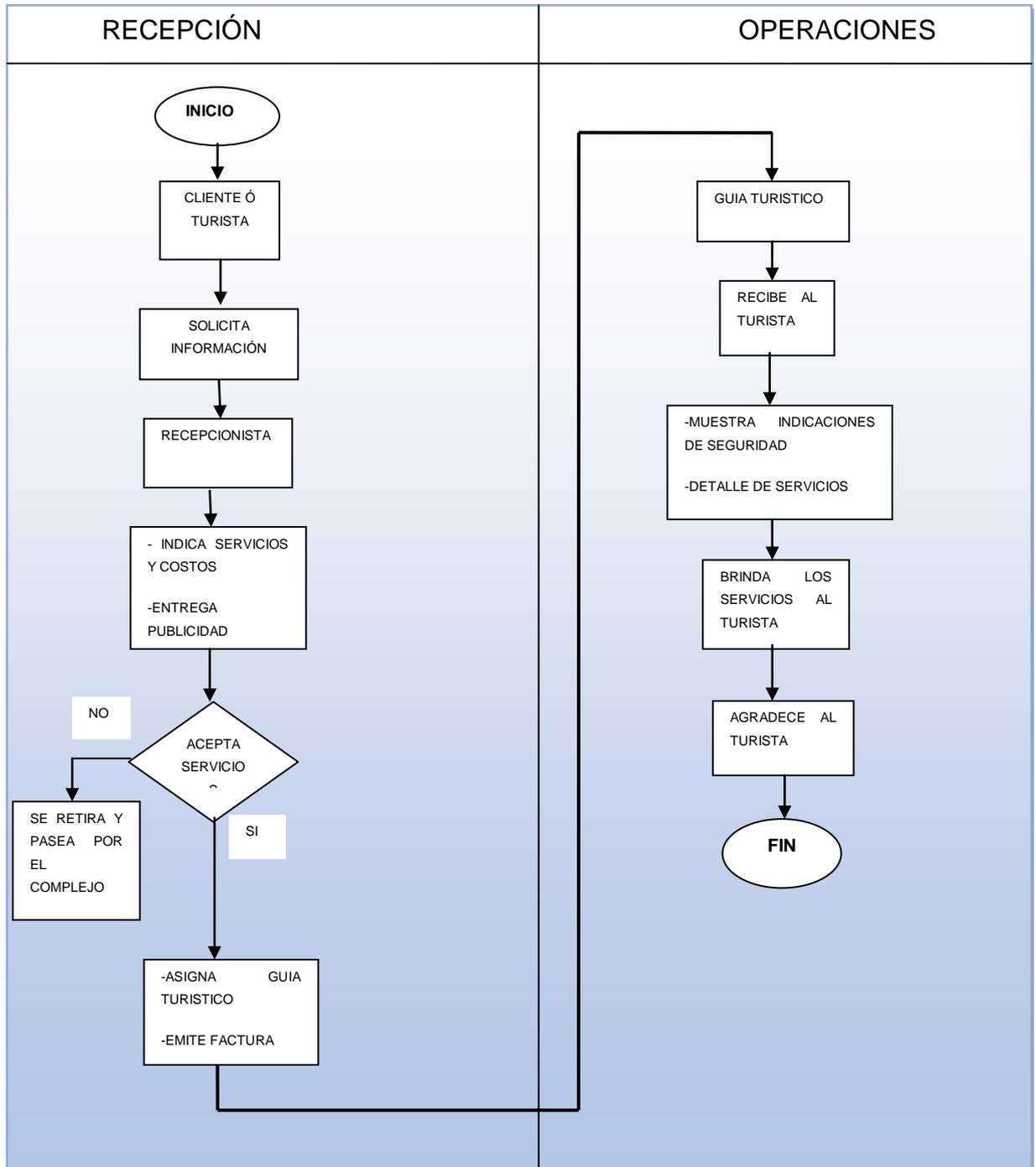
Una secretaria para apoyo del área administrativa y estará a cargo de la consolidación de los documentos generados por todos los departamentos y la agenda de las actividades administrativas de todo el complejo.

El área de alojamiento tendrá dos recepcionistas los cuales se encargarán de cumplir a cabalidad sus obligaciones y funciones específicas. Los recepcionistas tendrán dos turnos de 9 horas laborables, el primer turno será desde las 6:00 de la mañana hasta con 15 horas y el siguiente turno de 15:00 hasta las 24 horas y el resto de la noche estará a cargo del guardia del parque ya que simplemente será para entregar o recibir las llaves de los huéspedes, el área operativa está a cargo de este personal.

Se contará con un servicio de guardianía que realizará su trabajo con 3 guardias en turnos de 8 horas cada uno.

4.5.2. FLUJO GRAMA DE PROCESOS

CUADRO N° 39 FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA PRESTACION DE SERVICIOS DEL COMPLEJO



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Se estableció este diagrama de flujo para los procesos de todos los servicios. El seguimiento del proceso establecido facilita la provisión del servicio desde que el cliente solicita la información deseada hasta que el cliente es atendido hasta que se despide.

4.6. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.

4.6.1. TERRENO Y OBRAS CIVILES

El terreno tiene una extensión de 1.500,00 m², este terreno es propiedad de la comunidad, por lo que no hay necesidad de adquirirlo, además en el área de terreno también se encuentra ubicado el antiguo Hotel Chicapán, el cual se va a reestructurar, esto además de abaratar costos, hace que el complejo eco-turístico sea más amigable con el ambiente debido a que no vamos a construir todo sino solo a reestructurar.

4.6.2. EQUIPAMIENTO

Para brindar un servicio de calidad todas las áreas deben tener lo necesario para satisfacer de una mejor manera las expectativas de los clientes y huéspedes.

a) Equipos

Es el detalle de los requerimientos necesarios con respecto a equipamiento de cada una de las áreas.

CUADRO N° 40 EQUIPAMIENTO NECESARIO POR AREA

EQUIPAMIENTO NECESARIO POR ÁREA			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
HABITACIONES			
Televisión 14"	12	150.00	1,800.00
Teléfonos	12	20.00	240.00
PATIO DE COMIDAS			
Televisor 30"	1	550.00	550.00
Mini componete	1	200.00	200.00
Equipo de amplificación	1	250.00	250.00
RECREACIÓN			
Actividades acuáticas			
Botes de pedal (4 personas)	4	850.00	3,400.00
Botes de remo (6 personas)	4	900.00	3,600.00
Chalecos salvavidas	52	45.00	2,340.00
Lanchas a motor	2	4,000.00	8,000.00
ADMINISTRACIÓN			
Teléfonos	2	20.00	40.00
Mini componete	1	200.00	200.00
RECEPCIÓN Y VENTAS			
Teléfonos	1	20.00	20.00
Mini componete	1	200.00	200.00
Caja registradora	1	250.00	250.00
Personal operativo y mantenimiento			
Aspiradoras	2	150.00	300.00
Carros de limpieza	2	70.00	140.00
Juegos de herramientas	2	45.00	90.00
Lavadora industrial	1	800.00	800.00
Secadora	1	400.00	400.00
Planchas	2	15.00	30.00
Inter comunicador	2	20.00	40.00
Equipo de jardinería	1	50.00	50.00
Cortador césped	1	800.00	800.00
Extintores de incendios	5	50.00	250.00
TOTAL			23,990.00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: La Autora

b) Equipo de cómputo

El equipo de cómputo necesario para el área administrativa del complejo ecoturístico es los siguientes:

CUADRO N° 41 EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE CÓMPUTO ÁREA ADMINISTRATIVA			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Impresoras	2	60,00	120,00
Computadoras	3	600,00	1.800,00
Total			1.920,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

c) Muebles y enseres

Para que exista un eficaz servicio se necesitará los siguientes muebles y enseres, dependiendo del área.

CUADRO N° 42 MUEBLES Y ENSERES POR AREAS

MUEBLES Y ENSERES			
ÁREA DE ALOJAMIENTO			
Habitaciones familiares	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camas matrimoniales (2 plazas)	5	80,00	400,00
Camas literas	5	150,00	750,00
Veladores	5	20,00	100,00
Soportes para televisores	5	20,00	100,00
Decoraciones de habitación	5	30,00	150,00
Lámparas	5	8,00	40,00
Basureros	5	2,50	12,50
Habitaciones matrimoniales			
Camas matrimoniales (2,5 plazas)	5	100,00	500,00
Veladores	5	20,00	100,00
Soportes para televisores	5	20,00	100,00
Decoraciones de habitación	5	40,00	200,00
Lámparas	5	10,00	50,00
Basureros	5	2,50	12,50
RESTAURANTE			
Mesa para 4 personas	12	60,00	720,00
Mesas familiares	5	90,00	450,00
Sillas de madera	100	25,00	2.500,00
ADMINISTRACIÓN			
Escritorios	3	200,00	600,00
Archivadores	2	60,00	120,00
Anaqueles	2	60,00	120,00
Sillas tipo escritorio	3	80,00	240,00
Decoración administración	1	30,00	30,00
Recepción y ventas			
Front desk (recepción)	1	200,00	200,00
Sillas tipo escritorio	1	80,00	80,00
Casillero de llaves	1	50,00	50,00
Archivadores	1	60,00	60,00
TOTAL			7.685,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

d) **Blancos y uniformes**

CUADRO N° 43 Blancos y uniformes

BLANCOS Y UNIFORMES			
HABITACIONES			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Juego de Sabanas (2 Plazas)	10	15,00	150,00
Juego de Sabanas (1 1/2 Plazas)	10	12,00	120,00
Cobijas (2 plazas)	10	25,00	250,00
Cobijas (1 1/2 plaza)	10	20,00	200,00
Cubrecamas (2 plazas)	10	20,00	200,00
Almohadas	30	3,00	90,00
Tollas de baño	20	15,00	300,00
Toallas de Mano	10	7,00	70,00
UNIFORMES EMPLEADOS			
Camisetas	15	8,00	120,00
Gorras	15	5,00	75,00
TOTAL			1.575,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

e) **Remuneración personal administrativo para el primer trimestre**

A continuación se detalla el personal requerido para el buen funcionamiento del complejo eco-turístico tanto en el área administrativa como operativa así como los sueldos y salarios necesarios para la puesta en marcha del proyecto es decir el primer trimestre.

CUADRO N° 44 Remuneración personal administrativo para el primer trimestre

ADMINISTRATIVOS	SUELDOS POR MES	IESS-PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TRIMESTRE	TOTAL SUELDOS AÑO 2013
Gerente general	800,00	89,20	800,00	2.400,00	9.600,00
Secretaria	450,00	50,18	450,00	1.350,00	5.400,00
Director Operativo	650,00	72,48	650,00	1.950,00	7.800,00
Director Financiero A.	650,00	72,48	650,00	1.950,00	7.800,00
Total administrativos	2.550,00	284,33	2.550,00	7.650,00	30.600,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

f) **Remuneración del personal operativo para el primer trimestre**

CUADRO N° 45 Remuneración del personal operativo para el primer trimestre

OPERATIVOS	SALARIO POR MES	IESS-PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TRIMESTRE	TOTAL SALARIOS AÑO 2013
Mucama 1	318,00	35,46	318,00	954,00	3.816,00
Mucama 2	318,00	35,46	318,00	954,00	3.816,00
Recepcionista 1	350,00	39,03	350,00	1.050,00	4.200,00
Recepcionista 2	350,00	39,03	350,00	1.050,00	4.200,00
Guías turísticos	350,00	39,03	350,00	1.050,00	4.200,00
Guías turísticos	350,00	39,03	350,00	1.050,00	4.200,00
TOTAL	2.036,00	227,01	2.036,00	6.108,00	24.432,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Como resultado se obtuvo que para el primer trimestre son necesarios para el pago de sueldos administrativos \$7.650,00 dólares y para el salario del personal operativo \$6.108,00 dólares.

g) **Gastos administrativos**

Para el funcionamiento del complejo eco-turístico se ha calculado los gastos administrativos como pago de servicios básicos, útiles de oficina, útiles de limpieza, combustible, e imprevistos, los siguientes rubros:

CUADRO N° 46 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DETALLE	TOTAL
Servicios básicos	730,00
Útiles de oficina	133,87
Útiles de limpieza	479,12
Combustible	100,00
Imprevisto (2%)	28,86
TOTAL MES	1.471,85
TOTAL AÑO	17.662,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

h) Gastos de constitución

CUADRO N° 47 Gastos de constitución

REQUERIMIENTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA	
DETALLE	MONTO USD
Aprobación de Constitución	400.00
Publicación de Extracto	120.00
Afiliación Cámara de Comercio	85.00
Inscripción en el Registro Mercantil	30.00
Notaria Anotación Marginal	50.00
SRI Obtención del RUC	0.00
Inscripción en el Registro Societario	280.00
Permiso Sanitario de Funcionamiento	50.00
Registro Sanitario	500.00
Patente Municipal	1,000.00
Cuenta de integración de capital	650.00
TOTAL	3,165.00
1-Superintendencia de Compañías	
2-Diario de mayor circulación	
3-Registro mercantil	
4-Súper intendencia de compañías	
5-Ministerio de Salud	
6-Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.	
7-Cualquier Institución Financiera.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la normativa vigente en el país es necesario realizar el registro de constitución del complejo eco-turístico para lo cual se debe cumplir con los expuestos en el cuadro.

i) Financiamiento

Parte del financiamiento será cubierto con un préstamo de la corporación financiera nacional a un interés del 10% anual, el resto de la inversión será cubierta por la participación en acciones por parte de los participantes de la Sociedad Anónima.

CUADRO N° 48 FINANCIAMIENTO

Interés trimestral

CAPITAL	150.000,00				
PERIODO EN MESES	60				
TASA DE INTERÉS MENSUAL	0,00875				
CUOTA MENSUAL	3.224,09				
INTERÉS ANUAL	10%				
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CAPITAL	SALDO FINAL	CUOTA MENSUAL
1	150.000,00	1.312,50	1.911,59	148.088,41	3.224,09
2	148.088,41	1.295,77	1.928,32	146.160,09	3.224,09
3	146.160,09	1.278,90	1.945,19	144.214,90	3.224,09
		3.887,17			

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

j) Gastos de publicidad

En este rubro constan la promoción y publicidad del complejo eco-turístico, esto se realizará por la inauguración del lugar y para la promoción de los diferentes servicios del complejo. Esto se refleja en un Plan de medios que se encuentra en el capítulo 6 de esta investigación.

CUADRO N° 49 Presupuesto Publicidad

PRESUPUESTO PUBLICIDAD ATL				
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR PARCIAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas en Radio Canela	53	13,00	650,00	7.800,00
Publicación Diario El Norte	5	162,00	810,00	9.720,00
TOTAL			1.460,00	17.520,00

Fuente: Radio Canela, Diario el Norte.
Elaborado por: La Autora

4.6.3. RESUMEN DE ACTIVOS

Se realizó el resumen de activos con la finalidad de establecer el monto de financiamiento, son los siguientes:

CUADRO N° 50 RESUMEN DE ACTIVOS

RESUMEN DE ACTIVOS	
CONCEPTO	Monto
Infraestructura	202.750,00
Equipos	23.990,00
Equipo de computo	1.920,00
Muebles y enseres	7.685,00
TOTAL	236.345,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.6.4. CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 51 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO	GASTO MENSUAL	GASTO TRIMESTRAL	TOTAL TRIMESTRE
Gastos operacionales			6.108,00
Gasto salarios personal operativo	2.036,00	6.108,00	
Gastos Administrativos			16.805,55
Gasto servicios generales y otros	1.471,85	4.415,55	
Gasto Sueldos administrativos	2.550,00	7.650,00	
Gasto uniformes y blancos		1.575,00	
Gastos de constitución		3.165,00	
Gastos Publicidad			4.380,00
Publicidad y Promoción	1.460,00	4.380,00	
Gastos Financieros			3.887,17
Intereses Prestamos cuota Banco		3.887,17	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			31.180,72

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.7. Inversión

Con el activo fijo, y capital de trabajo necesario, se necesita una inversión de 272.925,72 USD, de los cuales al finalizar este estudio se tiene previsto hablar con 300 personas cabezas de hogar, los cuales aportarán con el 45% de la inversión en partes iguales, el resto se obtendrá mediante un financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés de 10,50%.

Para una mejor explicación se presenta un cuadro demostrativo de la inversión a realizarse:

CUADRO N° 52 Inversión

INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	236.345,00
CAPITAL DE TRABAJO	31.180,72
TOTAL	267.525,72

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero proporciona elementos que permiten formar una opinión de las cifras que se presentan en los estados financieros de la empresa y su panorama general, se efectúa para determinar la rentabilidad de un proyecto.

En este capítulo se presenta la proyección de los estados financieros: Flujo de Caja, Estado de Resultados.

Para medir la rentabilidad del proyecto se utiliza las herramientas financieras como el TIR, VAN, Costo Beneficio, y el período de recuperación de la Inversión.

5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del proyecto se necesita una inversión de 267.525,72 USD, de los cuales al finalizar este estudio se tiene previsto hablar con 150 socios que serán los mismos habitantes de la comunidad que aportarán con el 44% de la inversión en partes iguales, el resto se obtendrá mediante un financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés de 10,50%.

Para una mejor explicación se presenta un cuadro demostrativo de la inversión a realizarse:

CUADRO N° 53 Financiamiento

FINANCIAMIENTO			
CONCEPTO	VALOR	valor cada soc	%
RECURSOS PROPIOS	117.525,72	391,75	44%
CRÉDITO	150.000,00		56%
TOTAL	267.525,72		100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.2. PROYECCIONES DE INGRESOS

5.2.1. INGRESOS POR ARRENDAMIENTO DE LOCALES DEL ÁREA DE ALIMENTACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado se tiene previsto arrendar los locales del área de comida, para de esta manera incentivar pro medio de un concurso a los habitantes de la comunidad a ofrecer sus diferentes platos típicos, ellos tienen libre albedrío de vender los platillos que deseen y se les cobrará un arriendo de 200,00 mensuales, este arriendo es en relación al arriendo de locales de comida en el Parque Acuático.

CUADRO N° 54 INGRESO POR ARRENDAMIENTO DE LOCALES DE COMIDA

INGRESOS POR ARRENDAMIENTO DE LOCALES DEL ÁREA DE COMIDA					
INGRESOS LOCALES	2013	2014	2015	2016	2017
Local 1	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
Local 2	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
Local 3	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
Local 4	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
Local 5	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
TOTAL	14.013,00	15.214,00	16.535,00	17.988,00	19.586,20

Fuente: Parque acuático

Elaborado por: La Autora

Se prevé un incremento en este ingreso del 10%, tomando en relación a la tasa de incremento del SBU Salario básico unificado y de la inflación.

5.2.2. INGRESOS POR ALOJAMIENTO

Se ha previsto, según el estudio de mercado que los turistas se alojarían en el complejo eco-turístico en el 75% de la capacidad total, esto nos indica que la capacidad del hotel estaría llena, no hace falta incrementar habitaciones en el antiguo hotel Chicapán, el cual cuenta con 5 habitaciones matrimoniales y 5 familiares, lo que facilita su uso. Además se debe tener presente que estas habitaciones no estarán todo el tiempo ocupadas, también existe una capacidad ociosa.

CUADRO N° 55 Ingresos por alojamiento

NÚMERO DE PLAZAS OCUPADAS POR ALOJAMIENTO AL AÑO 213						
DESCRIPCIÓN	No de habitaciones	No de personas por habitación	Total Personas diario	Precio	75% de utilización del proyecto	Ingresos anuales
Habitaciones matrimoniales	5	2	10	15,00	2738	41.062,50
Habitaciones familiares	5	4	20	15,00	5475	82.125,00
TOTAL	10	6	30		8.213	123.187,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La proyección de la realiza en base a un incremento en la oferta de 3,98% correspondiente al indicador de crecimiento económico en el país (PIB estimado para el 2013).

CUADRO N° 56 Ingresos proyectados por alojamiento

NÚMERO DE PLAZAS OCUPADAS POR ALOJAMIENTO AL AÑO 213					
DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Habitaciones matrimoniales	41.062,50	42.696,79	44.396,12	46.163,09	48.000,38
Habitaciones familiares	82.125,00	85.393,58	88.792,24	92.326,17	96.000,75
TOTAL	123.187,50	128.090,36	133.188,36	140.505,26	144.001,13

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.2.3. INGRESOS POR RECREACIÓN

Con los siguientes servicios: alquiler de canoas (Remo y Pedal), paseo en lancha a motor, y tour de ruta turística, los mismos que se preveen realizarse en lo fines de semana.

CUADRO N° 57 Ingresos por recreación

NÚMERO DE PLAZAS DE OCUPACIÓN POR SERVICIOS DE RECREACIÓN							
DESCRIPCIÓN	No de equipos	No de personas por equipo	Total Personas diario	Precio	Ingresos diarios	75% de la capacidad del complejo	Total Anual
Botes de pedal	4	4	16	6,00	96,00	4380	26.280,00
Botes de remo	6	6	36	6,00	216,00	9855	59.130,00
Tour ruta turística	1	17	30	3,00	90,00	4653,75	13.961,25
Lanchas a motor	2	8	16	5,00	80,00	4380	21.900,00
TOTAL	13	35	98		482,00		121.271,25

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 58 Ingresos proyectados por recreación

NÚMERO DE PLAZAS OCUPADAS POR RECREACIÓN PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Botes de pedal	26.280,00	27.325,94	28.413,52	29.544,37	30.720,24
Botes de remo	59.130,00	61.483,37	63.930,41	66.474,84	69.120,54
Tour ruta turística	13.961,25	14.516,91	15.094,68	15.695,45	16.320,13
Lanchas a motor	21.900,00	22.771,62	23.677,93	24.620,31	25.600,20
TOTAL	121.271,25	126.097,85	131.116,54	138.350,98	141.761,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3. PROYECCIONES DE EGRESOS

Los egresos en que se incurrirá en la operación del proyecto son los gastos operativos del servicio, gastos administrativos, de ventas y financieros.

Para incrementar los costos y gastos futuros se ha decidido tomar en cuenta el indicador de inflación que hasta junio de 2013 es de 2,68% con lo que los precios también podrían variar en este porcentaje.

5.3.1. GASTOS OPERATIVOS

Son los gastos directos que se tiene para que entre en operación el complejo eco-turístico en el muelle del Lago San Pablo.

a) GASTO SALARIOS PERSONAL OPERATIVO

Los gastos por pago de salarios al personal operativo se han calculado con sujeción a la ley. Aquí se encuentran: 2 mucamas, 2 recepcionistas y 2 guías turísticos; quienes realizarán el trabajo y supervisarán las actividades que se realicen en el complejo eco-turístico, en el área recreativa y de alojamiento. Para esto se ha tomado en cuenta beneficios sociales, fondo de reserva que se calcula a partir del segundo año de trabajo de una persona, entre otros.

Para el cálculo de la tasa de incremento en sueldos se ha considerado una tasa de 8,90% que es el porcentaje de incremento del salario mínimo vital en el último año.

CUADRO N° 59 Gastos salarios personal operativo

GASTO SALARIOS PERSONAL OPERATIVO					
OPERATIVOS	2013	2014	2015	2016	2017
Mucama 1	3.816,00	4.155,62	4.525,47	4.928,24	5.366,86
Mucama 2	3.816,00	4.155,62	4.525,47	4.928,24	5.366,86
Recepcionista 1	4.200,00	4.573,80	4.980,87	5.424,17	5.906,92
Recepcionista 2	4.200,00	4.573,80	4.980,87	5.424,17	5.906,92
Guías turísticos	4.200,00	4.573,80	4.980,87	5.424,17	5.906,92
Guías turísticos	4.200,00	4.573,80	4.980,87	5.424,17	5.906,92
TOTAL ANUAL	24.432,00	26.606,45	28.974,42	31.553,15	34.361,38

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 60 Gasto Salarios proyectados para los 5 años

GASTO PAGO SALARIOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
SALARIO					
BÁSICO ANUAL	24.432,00	26.606,45	28.974,42	31.553,15	34.361,38
APORTE PATRON	2.724,17	2.966,62	3.230,65	3.518,18	3.831,29
FONDOS DE RESE	-	2.216,32	2.413,57	2.628,38	2.862,30
13° SUELDO	2.036,00	2.217,20	2.414,54	2.629,43	2.863,45
14° SUELDO	318,00	349,55	384,22	422,34	464,23
VACACIONES	1.018,00	1.108,60	1.207,27	1.314,71	1.431,72
TOTAL	30.528,17	35.464,74	38.624,66	42.066,18	45.814,37

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

b) GASTO DEPRECIACIÓN

Para la depreciación se ha tomado en cuenta la depreciación de la edificación, y equipos para la adaptación del complejo eco turístico.

CUADRO N° 61 Depreciación anual

DEPRECIACIÓN ANUAL			
DESCRIPCIÓN	% de Depreciación	Valor a depreciar	Depreciación Anual
Edificación	5%	202.750,00	10.137,50
Equipos	10%	23.990,00	2.399,00
TOTAL			12.536,50

Fuente: Investigación Directa, LRTI

Elaborado por: La Autora

5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Estos gastos corresponden a sueldos, beneficios sociales, fondo de reserva del personal administrativo, además de otros gastos como la compra de uniformes y blancos (ropa de cama), pago de servicios básicos, depreciaciones de activos fijos para el área administrativa y los gastos de constitución. Se debe aclarar que todos los gastos se han proyectado con una tasa de 2,68% que es la tasa de inflación a junio de 2013.

a) GASTO SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS

CUADRO N° 62 Gastos servicios básicos y otros

GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
Servicios básicos	730,00	770,15	812,51	857,20	904,34
Útiles de oficina	133,87	141,23	149,00	157,20	165,84
Útiles de limpieza	479,12	505,47	533,27	562,60	593,55
Combustible	100,00	105,50	111,30	117,42	123,88
Servicio de guardiana	9.600,00	10.128,00	10.685,04	11.272,72	11.892,72
Depreciaciones	1.402,10	1.402,10	1.402,10	1.402,10	1.402,10
Imprevistos 3%	373,35	391,57	410,80	431,08	452,47
TOTAL	12.818,44	13.444,03	14.104,02	14.800,31	15.534,90

Fuente: Municipio de Otavalo, CNT, LRTI
Elaborado por: La Autora

Se ha tomado en cuenta gastos por concepto de agua 80,00 USD mensuales, permisos un monto anual de 400,00 USD, servicio Gasto de internet 70,00 USD mensuales, servicio de guardiana 800,00 USD mensuales, las depreciaciones de muebles y enseres de la parte administrativa y por imprevistos un 3% del valor total.

CUADRO N° 63 Depreciación anual

DEPRECIACIÓN ANUAL			
DESCRIPCIÓN	% de Depreciación	Valor a depreciar	Depreciación Anual
Equipo de cómputo	33%	1.920,00	633,60
Muebles y enseres	10%	7.685,00	768,50
TOTAL			1.402,10

Fuente: LRTI
Elaborado por: La Autora

b) GASTO SUELDOS DE ADMINISTRATIVOS

A continuación el cuadro de las personas que trabajaran en la parte administrativa.

CUADRO N° 64 Gasto sueldos administrativos

ADMINISTRATIVOS	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente general	9,600.00	10,454.40	11,384.84	12,398.09	13,501.52
Secretaria	5,400.00	5,880.60	6,403.97	6,973.93	7,594.61
Director Operativo	7,800.00	8,494.20	9,250.18	10,073.45	10,969.99
Director Financiero A.	7,800.00	8,494.20	9,250.18	10,073.45	10,969.99
Total administrativos	30,600.00	33,323.40	36,289.18	39,518.92	43,036.10

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

Se realizará el pago mensual de 800,00 USD al Gerente General, 450,00 USD a la Secretaria, 650,00 USD al Director Operativo y 650,00 USD al Director Financiero.

CUADRO N° 65 Gasto de sueldos proyectados

GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
SALARIO BÁSICO ANUAL	30.600,00	33.323,40	36.289,18	39.518,92	43.036,10
APORTE PATRONAL	3.411,90	3.715,56	4.046,24	4.406,36	4.798,53
FONDOS DE RESERVA	-	2.775,84	3.022,89	3.291,93	3.584,91
13° SUELDO	2.550,00	2.776,95	3.024,10	3.293,24	3.586,34
14° SUELDO	954,00	1.048,64	1.152,66	1.267,01	1.392,69
VACACIONES	1.275,00	1.388,48	1.512,05	1.646,62	1.793,17
TOTAL	38.790,90	45.028,86	49.047,12	53.424,08	58.191,74

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

5.3.3. GASTOS DE VENTAS

En este rubro se presentan los gastos por publicidad.

a) PUBLICIDAD Y MEDIOS

En este rubro consta la publicidad tanto ATL y BTL, esto se realizará por la inauguración del lugar y para la promoción de los diferentes servicios del complejo ecoturístico. Esto se refleja en un Plan de medios que se encuentra en el capítulo 6 de esta investigación.

CUADRO N° 66 Presupuesto Publicidad ATL

PRESUPUESTO PUBLICIDAD ATL PROYECTADO					
CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017
Cuñas en Radio Canela	7.800,00	8.009,04	8.223,68	8.444,08	8.670,38
Publicación Diario El Norte	9.720,00	9.980,50	10.247,97	10.522,62	10.804,63
TOTAL	17.520,00	17.989,54	18.471,66	18.966,70	19.475,00

Fuente: Radio Canela, Diario el Norte.

Elaborado por: La Autora

5.3.4. GASTOS FINANCIEROS

Para la creación del complejo eco-turístico en el Muelle del Lago San Pablo se necesitará realizar un crédito de 150.000,00 USD, mismo que se realizará en la Corporación Financiera Nacional a una tasa de 10,50% pagaderos a 5 años en cuotas mensuales.

Datos:

CUADRO N° 67 Datos para calcular el interés

CAPITAL	150.000,00
PERÍODOS	60
TASA	0,00875
CUOTA MENSU	3.224,09

Fuente: Corporación Financiera Nacional

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407

Elaborado por: La Autora

La amortización de la deuda se encuentra en la siguiente tabla:

CUADRO N° 68 Cálculo del interés

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL	CUOTA MENSUAL
1	150.000,00	1.312,50	1.911,59	148.088,41	3224,09
2	148.088,41	1.295,77	1.928,32	146.160,09	3224,09
3	146.160,09	1.278,90	1.945,19	144.214,90	3224,09
4	144.214,90	1.261,88	1.962,21	142.252,69	3224,09
5	142.252,69	1.244,71	1.979,38	140.273,32	3224,09
6	140.273,32	1.227,39	1.996,70	138.276,62	3224,09
7	138.276,62	1.209,92	2.014,17	136.262,45	3224,09
8	136.262,45	1.192,30	2.031,79	134.230,65	3224,09
9	134.230,65	1.174,52	2.049,57	132.181,08	3224,09
10	132.181,08	1.156,58	2.067,51	130.113,58	3224,09
11	130.113,58	1.138,49	2.085,60	128.027,98	3224,09
12	128.027,98	1.120,24	2.103,85	125.924,14	3224,09
13	125.924,14	1.101,84	2.122,25	123.801,88	3224,09
14	123.801,88	1.083,27	2.140,82	121.661,06	3224,09
15	121.661,06	1.064,53	2.159,56	119.501,50	3224,09
16	119.501,50	1.045,64	2.178,45	117.323,05	3224,09
17	117.323,05	1.026,58	2.197,51	115.125,54	3224,09
18	115.125,54	1.007,35	2.216,74	112.908,80	3224,09
19	112.908,80	987,95	2.236,14	110.672,66	3224,09
20	110.672,66	968,39	2.255,70	108.416,95	3224,09
21	108.416,95	948,65	2.275,44	106.141,51	3224,09
22	106.141,51	928,74	2.295,35	103.846,16	3224,09
23	103.846,16	908,65	2.315,44	101.530,72	3224,09
24	101.530,72	888,39	2.335,70	99.195,03	3224,09
25	99.195,03	867,96	2.356,13	96.838,89	3224,09
26	96.838,89	847,34	2.376,75	94.462,14	3224,09
27	94.462,14	826,54	2.397,55	92.064,60	3224,09
28	92.064,60	805,57	2.418,52	89.646,07	3224,09
29	89.646,07	784,40	2.439,69	87.206,39	3224,09
30	87.206,39	763,06	2.461,03	84.745,35	3224,09
31	84.745,35	741,52	2.482,57	82.262,78	3224,09
32	82.262,78	719,80	2.504,29	79.758,49	3224,09
33	79.758,49	697,89	2.526,20	77.232,29	3224,09
34	77.232,29	675,78	2.548,31	74.683,98	3224,09
35	74.683,98	653,48	2.570,61	72.113,38	3224,09
36	72.113,38	630,99	2.593,10	69.520,28	3224,09
37	69.520,28	608,30	2.615,79	66.904,49	3224,09
38	66.904,49	585,41	2.638,68	64.265,82	3224,09
39	64.265,82	562,33	2.661,76	61.604,05	3224,09
40	61.604,05	539,04	2.685,05	58.919,00	3224,09
41	58.919,00	515,54	2.708,55	56.210,45	3224,09
42	56.210,45	491,84	2.732,25	53.478,20	3224,09
43	53.478,20	467,93	2.756,16	50.722,05	3224,09
44	50.722,05	443,82	2.780,27	47.941,77	3224,09
45	47.941,77	419,49	2.804,60	45.137,17	3224,09
46	45.137,17	394,95	2.829,14	42.308,03	3224,09
47	42.308,03	370,20	2.853,89	39.454,14	3224,09
48	39.454,14	345,22	2.878,87	36.575,27	3224,09
49	36.575,27	320,03	2.904,06	33.671,22	3224,09
50	33.671,22	294,62	2.929,47	30.741,75	3224,09
51	30.741,75	268,99	2.955,10	27.786,65	3224,09
52	27.786,65	243,13	2.980,96	24.805,69	3224,09
53	24.805,69	217,05	3.007,04	21.798,65	3224,09
54	21.798,65	190,74	3.033,35	18.765,30	3224,09
55	18.765,30	164,20	3.059,89	15.705,41	3224,09
56	15.705,41	137,42	3.086,67	12.618,74	3224,09
57	12.618,74	110,41	3.113,68	9.505,06	3224,09
58	9.505,06	83,17	3.140,92	6.364,14	3224,09
59	6.364,14	55,69	3.168,40	3.195,74	3224,09
60	3.195,74	27,96	3.196,13	- 0,39	3224,09

Fuente: Corporación Financiera Nacional

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407

Elaborado por: La Autora

Los intereses se pagarán de acuerdo a la siguiente tabla:

CUADRO N° 69 Resumen de cálculo del interés

INTERESES DE LA DEUDA					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
Enero	1,312.50	1,101.84	867.96	608.30	320.03
Febrero	1,295.77	1,083.27	847.34	585.41	294.62
Marzo	1,278.90	1,064.53	826.54	562.33	268.99
Abril	1,261.88	1,045.64	805.57	539.04	243.13
Mayo	1,244.71	1,026.58	784.40	515.54	217.05
Junio	1,227.39	1,007.35	763.06	491.84	190.74
Julio	1,209.92	987.95	741.52	467.93	164.20
Agosto	1,192.30	968.39	719.80	443.82	137.42
Septiembre	1,174.52	948.65	697.89	419.49	110.41
Octubre	1,156.58	928.74	675.78	394.95	83.17
Noviembre	1,138.49	908.65	653.48	370.20	55.69
Diciembre	1,120.24	888.39	630.99	345.22	27.96
TOTAL	14,613.22	11,959.97	9,014.33	5,744.07	2,113.42

Fuente: Corporación Financiera Nacional

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407

Elaborado por: La Autora

5.4. BALANCE GENERAL INICIAL

El estado de situación inicial del proyecto para el año 2013 es:

CUADRO N° 70 Balance de Situación Inicial

ECOCHA S.A.		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL 2013		
ACTIVO		
Activo Disponible		31,180.72
Bancos	31,180.72	
Propiedad, Planta y equipo		236,345.00
Edificación	202,750.00	
Equipo	23,990.00	
Equipo de computación	1,920.00	
Muebles y enseres	7,685.00	
TOTAL ACTIVOS		267,525.72
PASIVOS		
Préstamo bancario	150,000.00	
TOTAL PASIVOS		150,000.00
PATRIMONIO		
Capital social	117,525.72	
TOTAL PATRIMONIO		117,525.72
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		267,525.72

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5. PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 2013

Con los datos proporcionados anteriormente tanto de ingreso como de egresos se elabora el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los 5 años de estudio del proyecto.

CUADRO N° 71 Estado de Pérdidas y Ganancias

Año 2013 - 2017

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS					
Ingresos por arrendamiento de locales del área de alimentación	14.013,00	15.214,00	16.535,00	17.988,00	19.586,20
Ingreso por alojamiento	123.187,50	128.090,36	133.188,36	140.505,26	144.001,13
Ingresos por recreación	121.271,25	126.097,85	131.116,54	138.350,98	141.761,11
TOTAL INGRESOS	258.471,75	269.402,21	280.839,90	296.844,23	305.348,44
EGRESOS					
<u>Gastos operativos</u>	43.064,67	48.001,24	51.161,16	54.602,68	58.350,87
Gasto salarios personal	30.528,17	35.464,74	38.624,66	42.066,18	45.814,37
Depreciación	12.536,50	12.536,50	12.536,50	12.536,50	12.536,50
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	215.407,08	221.400,97	229.678,74	242.241,56	246.997,56
<u>Gastos Administrativos</u>					
Gasto servicios básicos y otros	12.818,44	13.444,03	14.104,02	14.800,31	15.534,90
Gasto sueldos administrativos	38.790,90	45.028,86	49.047,12	53.424,08	58.191,74
Total Gastos Administrativos	51.609,34	58.472,89	63.151,15	68.224,39	73.726,64
<u>Gastos Ventas</u>					
Publicidad	17.520,00	17.989,54	18.471,66	18.966,70	19.475,00
Total Gastos Ventas	17.520,00	17.989,54	18.471,66	18.966,70	19.475,00
<u>Gastos Financieros</u>					
Intereses por deuda	14.613,22	11.959,97	9.014,33	5.744,07	2.113,42
Total Gastos Financieros	14.613,22	11.959,97	9.014,33	5.744,07	2.113,42
TOTAL GASTOS	83.742,56	88.422,40	90.637,13	92.935,16	95.315,07
UTILIDAD OPERACIONAL	131.664,52	132.978,58	139.041,60	149.306,40	151.682,50
15% de participación a trabajadores	19.749,68	19.946,79	20.856,24	22.395,96	22.752,37
IMPUESTOS	111.914,85	113.031,79	118.185,36	126.910,44	128.930,12
Impuesto a la renta	24.621,27	24.866,99	26.000,78	27.920,30	28.364,63
UTILIDAD NETA	87.293,58	88.164,80	92.184,58	98.990,14	100.565,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.6. FLUJO DE CAJA

CUADRO N° 72 Flujo de caja

Año 2013

FLUJO OPERATIVO						
CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016	2017
FLUJO POR FINANCIAMIENTO	267,525.72					
Préstamo	150,000.00					
Aporte socios	117,525.72					
INGRESOS						
Ingresos por arrendamiento de locales del área de alimentación		14,013.00	15,214.00	16,535.00	17,988.00	19,586.20
Ingreso por alojamiento		123,187.50	128,090.36	133,188.36	140,505.26	144,001.13
Ingresos por recreación		121,271.25	126,097.85	131,116.54	138,350.98	141,761.11
TOTAL INGRESOS		258,471.75	269,402.21	280,839.90	296,844.23	305,348.44
EGRESOS						
<u>Costos operativos</u>		30,528.17	35,464.74	38,624.66	42,066.18	45,814.37
Gasto salarios personal		30,528.17	35,464.74	38,624.66	42,066.18	45,814.37
<u>Costos Administrativos</u>						
Gasto servicios básicos y otros		11,416.34	11,722.30	12,036.46	12,359.04	15,534.90
Gasto sueldos administrativos		38,790.90	45,028.86	49,047.12	53,424.08	58,191.74
Total Gastos Administrativos		50,207.24	56,751.16	61,083.58	65,783.11	73,726.64
<u>Costos Ventas</u>						
Publicidad		17,520.00	17,989.54	18,471.66	18,966.70	19,475.00
Total Gastos Ventas		17,520.00	17,989.54	18,471.66	18,966.70	19,475.00
<u>Costos Financieros</u>						
Intereses por deuda		14,613.22	11,959.97	9,014.33	5,744.07	2,113.42
Pago de capital		24,075.86	26,729.11	29,674.75	32,945.01	36,575.66
Total Gastos Financieros		38,689.08	38,689.08	38,689.08	38,689.08	38,689.08
TOTAL GASTOS		136,944.49	148,894.51	156,868.98	165,505.06	177,705.10
pago 15% de participación a trabajadores		19,749.68	19,946.79	20,856.24	22,395.96	22,752.37
Pago Impuesto a la renta		24,621.27	24,866.99	26,000.78	27,920.30	28,364.63
FLUJO NETO	267,525.72	77,156.31	75,693.92	77,113.90	81,022.91	76,526.34

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Obteniendo el valor presente de los flujos de caja, con la tasa de descuento emplearemos el criterio de si es o no factible la realización del proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto se acepta y si es menor a cero se rechaza.

Para determinar la tasa de descuento se realiza el siguiente cálculo:

CUADRO N° 73 Costo de capital

COSTO DE CAPITAL				
RECURSOS	VALOR	% de COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR DE PONDERACIÓN
Propio	117.525,72	44%	7,00%	3,08%
Financiado	150.000,00	56%	10,50%	5,89%
	267.525,72	100%	17,50%	8,96%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CK 8,96%

Inflación 2,68%

$$TD = (1+CK)*(1+i)-1$$

$$TD = (1+0,0896)*(1+0,0268)-1$$

$$TD = 1,11880128 - 1$$

$$TD = 0,11880128 \approx 11,88\%$$

$$VAN = -267.525,72 + \frac{77.156,31}{(1 + 0,1188)^1} + \frac{75.693,92}{(1 + 0,1188)^2} + \frac{77.113,90}{(1 + 0,1188)^3} + \frac{81.022,91}{(1 + 0,1188)^4} + \frac{76.526,34}{(1 + 0,1188)^5}$$

$$VAN = -267.525,72 + 68.963,45 + 60.472,24 + 55.064,96 + 51.712,79 + 43.656,47$$

$$VAN = 12.344,19$$

Con este resultado se puede afirmar la rentabilidad del complejo eco-turístico durante los 5 años.

5.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta tasa sirve para identificar la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, es decir la tasa interna de retorno que debe obtener el negocio para saber si es rentable.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN.Ti}{VAN.Ti - VAN.Ts}$$

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

Ti = Tasa inferior = 11%

Ts = Tasa superior = 12%

VAN Ti = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN Ts = Valor actual neto de la tasa superior

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa inferior

$$VAN_{ti}(0,11) = -267.525,72 + \frac{77.156,31}{(1 + 0,11)^1} + \frac{75.693,92}{(1 + 0,11)^2} + \frac{77.113,90}{(1 + 0,11)^3} + \frac{81.022,91}{(1 + 0,11)^4} + \frac{76.526,34}{(1 + 0,11)^5}$$

$$VAN_{ti}(0,11) = -267.525,72 + 69.510,19 + 61.434,88 + 56.385,02 + 53.372,30 + 45.414,65$$

$$VAN_{ti}(0,11) = 18.591,32$$

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa superior

$$VAN_{ts}(0,12) = -267.525,72 + \frac{77.156,31}{(1+0,12)^1} + \frac{75.693,92}{(1+0,12)^2} + \frac{77.113,90}{(1+0,12)^3} + \frac{81.022,91}{(1+0,12)^4} + \frac{76.526,34}{(1+0,12)^5}$$

$$VAN_{ts}(0,12) = -267.525,72 + 68.889,56 + 60.342,73 + 54.888,15 + 51.491,52 + 43.423,10$$

$$VAN_{ts}(0,12) = 11.509,34$$

$$TIR = 0,11 + (0,12 - 0,11) \frac{18.591,32}{18.591,32 - 11.509,34}$$

$$TIR = 0,11 + (0,12 - 0,11)(7,625158)$$

$$TIR = 0,11 + (0,07625158)$$

$$TIR = 0,186251$$

$$TIR = 18,62\%$$

El proyecto resulta factible ya que la TIR es 18,62% es mayor que el costo de capital de 17,50%, confirmando la rentabilidad del proyecto durante los 5 años.

5.7.3. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Este valor se determina de la siguiente manera:

$$CB = \frac{\frac{77.156,31}{(1+0,1188)^1} + \frac{75.693,92}{(1+0,1188)^2} + \frac{77.113,90}{(1+0,1188)^3} + \frac{81.022,91}{(1+0,1188)^4} + \frac{76.526,34}{(1+0,1188)^5}}{267.525,72}$$

$$CB = \frac{68.963,45 + 60.472,24 + 55.064,96 + 51.712,79 + 43.656,47}{267.525,72}$$

$$CB = \frac{279.842,91}{267.525,72}$$

$$CB = 1,046$$

Con el costo beneficio de 1,046 se puede analizar que las ventas cubrirán los gastos y costos, además generarán beneficios económicos. Es decir por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 5 centavos.

5.7.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Para determinar el periodo de tiempo en que se recuperará la inversión se realiza el siguiente cálculo:

CUADRO N° 74 Período de recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO	% DE RECUPERACIÓN
2013	77.156,31	77.156,31	28,84%
2014	75.693,92	152.850,23	57,13%
2015	77.113,90	229.964,13	85,96%
2016	81.022,91	310.987,04	116,25%
2017	76.526,34	387.513,38	144,85%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

En el 4to año se recupera la totalidad de la inversión. Pero solo se necesita 3 años, y 7 meses.

Esto nos indica que el proyecto de creación de un complejo eco-turístico en el muelle del Lago San Pablo en la comunidad Pucará de Velásquez, cantón Otavalo es rentable y la recuperación de la inversión es en un corto período de tiempo.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. DENOMINACIÓN

La infraestructura del nuevo “**COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE PUCARA DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**”, De acuerdo a los resultados obtenidos el nuevo complejo contara con una infraestructura campestre, ecológica, amplia y acogedora; ofreciendo los servicios de:

- Alojamiento
- Recreación
- Alimentación

6.1.1. NOMBRE

El “**COMPLEJO ECOTURISTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE PUCARA DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**” será construido y desarrollado a las orillas del Lago San Pablo cual debe identificarse con las características y necesidades propias de la localidad, así como cubrir las expectativas del turista tanto nacional como internacional es por ello que se lo llamara,” ECOCHÁ S.A.” y estará legalmente constituido como una Sociedad Anónima.

6.1.2. LOGOTIPO

GRÁFICO N° 14 Logotipo



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Este nombre es la unión de las palabras ecológico y cocha, tiene un acento en la letra “A” en forma de hoja lo cual nos da la idea de ecológico, además su primera y última letra son iguales pero dan la sensación de estar reflejadas en el agua del Lago San Pablo.

6.1.3. ESLOGAN

El slogan es “El más placentero descanso”.

Este slogan fue elaborado pensando en los servicios que va a brindar el complejo ecoturístico, además la sensación que provoca en los turistas al visitar el complejo.

6.1.4. TIPO DE EMPRESA

El complejo eco turístico “ECOCHA S.A.” será una sociedad anónima, puesto que su capital estará dividido en acciones negociables, y está formado por la aportación de los accionistas que serán los propios habitantes de la comunidad, estos responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”.

6.2. ASPECTOS FILOSÓFICOS Y ADMINISTRATIVOS.

Para el funcionamiento normal del complejo eco turístico se ha establecido la filosofía, Misión, Visión, Orgánico Estructural y Funcional en base al estudio realizado.

6.2.1. FILOSOFÍA

“Desarrollar un producto turístico que esté comprendido en el orden de la sostenibilidad, brindando confort al turista sin perder el encanto de la naturaleza pura. Asegurando la interacción de la comunidad y su crecimiento sin perder identidad”.

6.2.2. MISIÓN

Considerando la actividad que realizará el “ECOCHA S.A.” se establece que su misión es:

“Aplicar conceptos de sostenibilidad en el Lago San Pablo que coincidan con factores de calidad para ofertar un producto certificado al visitante, desarrollado en base a las facilidades y locaciones existentes; hacer de la cultura y la naturaleza un producto tangible (basados en los servicios), enriquecido por la interacción de los habitantes del área”.

6.2.3. VISIÓN

Considerando que la visión es el punto al que se desea llegar, en un espacio de tiempo específico, se ha idealizado la siguiente visión.

““ECOCHA S.A.” Al cabo de los 5 años será líder en la promoción y desarrollo turístico en la Provincia de Imbabura, con servicios de calidad y en continua evolución para crear un servicio único y especial que se quede en la mente de sus visitantes”.

6.2.4. OBJETIVO DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO “ECOCHA S.A.”.

Ser la mejor propuesta de turismo integral, con el acompañamiento de todos los componentes tanto sociales como productivos de la parroquia Eugenio Espejo, con la finalidad de ofrecer productos y servicios turísticos responsables y sustentables tanto para el medio ambiente como para el desarrollo del complejo eco-turístico “ECOCHAS.A.”.

6.2.5. POLÍTICAS

- Ser una empresa ambientalmente viable.
- Ser sustentable y generadora de valor agregado tanto para sus clientes internos como externos.
- Mantener un continuo sistema de capacitación a los trabajadores y la comunidad con respecto del trato hacia el turista.

6.2.6. VALORES CORPORATIVOS

- **Calidad de Servicio**

“El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

- **Seguridad**

La seguridad es primordial en el servicio que ofrecerá el complejo eco-turístico, sobretodo en el servicio de recreación, ya que no puede representar un peligro para nuestras vidas, ni causar daño a la salud, a cualquier otro interés vital o a la integridad del consumidor.

- **Higiene**

Un alojamiento debe ser saludable y limpio. Las normas de higiene y seguridad no solo están dirigidas hacia los usuarios sino para los empleados, y se debe tener en cuenta sobre todo en el cuidado en el trato de los alimentos.

- **Accesibilidad**

Este factor exige que se cuenten con vías de acceso, además de accesibilidad hacia cada uno de los servicios, eliminando barreras, sobre todo para los discapacitados.

- **Transparencia**

Garantiza la legitimidad de las expectativas y la protección del consumidor. Comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total.

- **Autenticidad**

La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. Disminuye y, llegado el caso, se extingue cuando el producto se desvincula de su entorno cultural y natural. Un producto auténtico puede también evolucionar y adaptarse a las necesidades y expectativas.

- **Armonía**

La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sustentabilidad, un concepto a medio y a largo plazo. "Para mantener la sustentabilidad del turismo se requiere gestionar los impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico y de los mercados de turistas" No puede haber sustentabilidad sin calidad.

- **Sostenibilidad y sustentabilidad**

Satisface las necesidades de los turistas en el presente y de la comunidad que los reciben mientras protege y mejora las oportunidades para el futuro. Enfrenta y lidera hacia el manejo de todos los recursos de tal manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas pueden ser satisfechas, mientras mantienen la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y el soporte mismo de la vida.

6.3. ESTRUCTURA ORGÁNICA

GRÁFICO N°. 16 ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Esta propuesta de organización tiene los niveles jerárquicos necesarios para este tipo de empresa. Las distintas áreas mantienen una interrelación funcional desde la parte administrativa y operativa lo que permitirá que el complejo eco-turístico alcance niveles óptimos de sus recursos humanos, materiales e infraestructura.

6.4. ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.4.1. MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL

CUADRO N° 75 FUNCIONES GERENCIA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	GERENTE GENERAL
Jefe Inmediato:	JUNTA DE SOCIOS
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Selección de técnicas para escoger los elementos necesarios. • Desarrollo, que es la necesidad de que todos los elementos progresen o mejoren. • Dirección: Impulsar, coordinar y vigilar las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor. Tomando en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Autoridad para indicar como ejecutar una acción. • Comunicación: Flujo de información entre todos los elementos de la administración. • Supervisión: Asegurarse si las actividades se están realizando como se habían planeado. • Control: determina como se han realizado todas las acciones en relación con lo que se había establecido, es el conjunto de medios e instrumentos que permiten comparar los resultados reales con los estimados, para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos. • Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para otros niveles. • Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo. • Planear, coordinar, dirigir, coordinar la función sustantiva o de apoyo de las unidades. • Elaborar y ejecutar programas, estableciendo objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo. • Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas. • Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de los programas. • Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo. • Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores. • Proponer candidatos para ocupar puestos en sus áreas así como estímulos para su personal. 	
Requisitos de Educación:	Ingeniero en Administración de empresas, de preferencia empresas turísticas
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Dirección de empresas, Gestión de riesgos, Seguridad industrial
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.4.2. MANUAL DE FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA

CUADRO N° 76 FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	DIRECTOR/A DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO FINANCIERO Y CONTABLE
Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Supervisa y controla las acciones de personal, logística, contabilidad y valores, en armonía con las políticas, directivas, procedimientos, normas y programas.</p> <p>Recopila, elabora y mantiene actualizados los análisis económicos que permitan evaluar las variaciones del entorno económico del país en cuanto puedan tener relación con la empresa.</p> <p>Vela por el cumplimiento de las directivas emanadas de la Junta General de Accionistas, Directorio y disposiciones de Gerencia General, así como informa sobre su cumplimiento.</p> <p>Administra los recursos humanos y establece mecanismos de control que garanticen el correcto cumplimiento de funciones y responsabilidades.</p> <p>Propicia y controla la política de desarrollo de personal tendiendo a lograr su constante superación mediante una efectiva capacitación</p> <p>Supervisa las actividades de control de los bienes que forman el patrimonio empresarial, velando por su correcta ubicación, conservación, así como del oportuno control y registro de las obras destinadas a incorporarse al patrimonio empresarial.</p> <p>Dirige y controla la administración contable de la empresa, a través de la formulación de los estados financieros y verificando su oportuna presentación a los organismos superiores internos y a las instituciones externas indicadas por dispositivos legales vigentes, con eficiencia, eficacia y transparencia.</p> <p>Dirige las actividades financieras, velando por la correcta administración de los recursos económicos y financieros controlando todas las transacciones, decidiendo o proponiendo el uso de las distintas fuentes de financiamiento disponibles, buscado permanentemente lograr la mayor rentabilidad para la empresa.</p> <p>Coordina y controla la ejecución del Presupuesto anual operativo y de inversión.</p> <p>Dirige y supervisa la administración logística de la empresa, en lo referente a la adquisición, recepción, almacenaje, custodia y expedición de los bienes materiales requeridos por la organización a fin de garantizar su operatividad.</p> <p>Diseña las estrategias y adopta acciones a fin de obtener las mejores condiciones económicas y financieras.</p> <p>Integra el Comité de Seguridad, Comité de Adquisiciones y participa en el Comité de Gerencia.</p> <p>Norma y aplica programas de optimización de procedimientos y racionalización de costos.</p> <p>Representa a la Empresa en actos y contratos relativos a sus funciones, frente a todo tipo de autoridades y entidades; y, ejerce las atribuciones y poderes inherentes al cargo, como suscripción de cheques, transferencias y otros.</p> <p>Supervisa la apertura y cierre de cuentas bancarias u otras, operándolas de acuerdo a los poderes y autorizaciones vigentes.</p> <p>Autoriza la asignación de cajas chicas, fondos de emergencia y fondos especiales, de acuerdo a los objetivos y requerimiento de las Áreas.</p> <p>Responsable por el uso y custodia de los activos que le sean asignados.</p> <p>Cumplir con las responsabilidades específicas establecidas en los procedimientos, instructivos y documentos asociados al sistema de gestión de calidad y seguridad de la información de la Empresa, para su adecuado desempeño y mejora continua.</p> <p>Otras que le sean asignadas por el Gerente General.</p>	
Requisitos de Educación:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Contabilidad, Procesos de adquisiciones, Recursos humanos, Tributación
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

6.4.3. MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

CUADRO N° 77 FUNCIONES DE LA SECRETARIA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	SECRETARIA.
Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Recepción, trámite, redacción, mecanografiado, envío y archivo de documentación, en forma oportuna dentro de las reglas de presentación; internamente y a entidades externas.</p> <p>Revisa la correspondencia relacionada con el área y la prioriza dependiendo de su urgencia e importancia, derivándola a las dependencias correspondientes del área.</p> <p>Elabora y tipiar documentación de las áreas correspondientes a la Gerencia de Administración y Valores.</p> <p>Efectúa la elaboración y revisión de informes del área, garantizando el cumplimiento de las fechas de entrega y el contenido solicitado.</p> <p>Realiza el tipeo de transferencias bancarias.</p> <p>Elabora, controla y efectúa seguimiento especial de documentación oficial para entidades estatales.</p> <p>Apoya, elabora y revisa los informes presentado para la carpeta del Directorio, en temas referidos al área.</p> <p>Centraliza y remite oportunamente la información que reportan las diferentes instancias de la Gerencia de Administración a entidades externas.</p> <p>Coordina, programa y prepara la agenda diaria del Gerente General, tomando las acciones del caso para su cumplimiento en las mejores condiciones.</p> <p>Organiza y mantiene en custodia los archivos debidamente actualizados.</p> <p>Vela por la buena imagen institucional; y, mantiene y contribuye a mejorar la buena imagen de la Gerencia y la Administración.</p> <p>Mantiene actualizado el directorio de las diferentes entidades y representantes: nombre, dirección, teléfono, fax, fechas importantes de celebraciones de las instituciones, titular, principales funcionarios y otros aspectos de importancia.</p> <p>Controla y registra las llamadas telefónicas, fax y fotocopiadora, las mismas que deben mantenerse descongestionadas para la mejor atención del servicio.</p> <p>Realiza encargos de protocolo y citación a reuniones y prepara comunicaciones de saludos por celebraciones.</p> <p>Efectúa trámites y coordinaciones ante las compañías de seguros.</p> <p>Revisa las Normas legales, fotocopia y da a conocer los aspectos legales importantes, afines a cada área.</p> <p>Responsable por el uso y custodia de los activos que le sean asignados.</p> <p>Cumplir con las responsabilidades específicas establecidas en los procedimientos, instructivos y documentos asociados al sistema de gestión de calidad y seguridad de la información de la Empresa, para su adecuado desempeño y mejora continua.</p> <p>Otras que le sean asignadas.</p>	
Requisitos de Educación:	Título de Secretaria Ejecutiva. Suficiencia en inglés hablado y escrito
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Atención al cliente, Relaciones humanas, Mecanografía
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

6.4.4. MANUAL DE FUNCIONES DEL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y OPERACIONES

CUADRO N° 78 FUNCIONES DEL DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y OPERACIONES

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y OPERACIONES.
Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Coordinación de las actividades destinadas a la promoción, venta, mercadeo de la empresa y servicio al cliente. Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan. Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales. Atención personal y telefónica de los clientes. Desarrollar nuevos servicios de recreación por temporadas. Preparar informes de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia. Evaluar de manera constante junto con la gerencia los costos de los servicios ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Presentar informes a la gerencia mensualmente. Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con la gerencia. Controlar la administración de mercadeo. Evaluar los procesos de atención al cliente</p>	
Requisitos de Educación:	Ingeniero en administración de empresas con mención en Mercadotecnia o Ingeniero en Mercadotecnia
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Mercadeo y ventas Técnicas de ventas Administración y planificación operativa
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

6.4.5. MANUAL DE FUNCIONES DEL GUÍA TURÍSTICO

CUADRO N° 79 FUNCIONES DEL GUÍA TURÍSTICO

MANUAL DE FUNCIONES DEL GUÍA TURÍSTICO	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	GUÍA TURÍSTICO
Jefe Inmediato:	DIRECTOR DE OPERACIONES.
Número de Personas en el Cargo:	Dos (2)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Prepara las diferentes rutas turísticas • Conocer los atractivos turísticos naturales así como los potenciales turísticos que posee la ciudad de Otavalo y la comunidad de Pucará de Velásquez • Conocer e informar acerca de las costumbres y tradiciones ancestrales de los habitantes de la comunidad a los turistas. • Diariamente presentará un informe acerca del número de personas que ha guiado y los grupos que ha presentado • Conducir la chiva turística y dar clases acerca del manejo de los botes a pedal cuando sea necesario • Proveer de chalecos salvavidas a los turistas que deseen hacer uso de los botes a pedal. 	
Requisitos de Educación:	Profesional de tercer nivel en ecoturismo
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) año de experiencia en rutas turísticas
Requisitos de capacitación:	Mínimo 20 horas en: Turismo, Ecoturismo, Desarrollo comunitario
Otros Requisitos:	Licencia profesional de conducción Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.4.6. MANUAL DE FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA

CUADRO N° 80 FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA

MANUAL DE FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	RECEPCIONISTA.
Jefe Inmediato:	DIRECTOR DE OPERACIONES
Número de Personas en el Cargo:	Dos (2).
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación del servicio. • Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfaga las expectativas de los clientes. • Generar una atención de calidad a los clientes para anticiparse a sus expectativas. • Formalizar la documentación y gestionar la información para remitirla posteriormente a los departamentos adecuados. • Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes. • Ser los mediadores entre las comunicaciones de los clientes y los departamentos que la emitan y reciban, a fin de que se efectuó las mismas con fiabilidad, prontitud y discreción. • Registrar y controlar adecuadamente todo tipo de llamadas que mantengan los clientes con el resto del personal, mediante los medios disponibles para realizar una correcta facturación y control de la producción. • Supervisar y determinar las funciones y horarios de atención y limpieza de las habitaciones del complejo por parte de las mucamas 	
Requisitos de Educación:	Estudiante de Hostelería y Turismo,
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Curso de atención al cliente y relaciones interpersonales.
Otros Requisitos:	Excelente capacidad de trabajo en equipo.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

6.4.7. MANUAL DE FUNCIONES DE LA MUCAMA

CUADRO N° 81 FUNCIONES DE LA MUCAMA

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MUCAMA	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	MUCAMA.
Jefe Inmediato:	RECEPCIONISTA
Número de Personas en el Cargo:	DOS (2).
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Limpieza diaria de las habitaciones y baños• Limpieza de las áreas que rodean las habitaciones.• Prepara informes sobre el estado de las habitaciones.• Lavado, secado y planchado de ropa de cama	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Cursos de atención al cliente y relaciones interpersonales.
Otros Requisitos:	Trabajo en equipo y cooperación

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.4.8. ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS

Redactar un manual administrativo con la finalidad de que permanezcan establecidos los procesos de cada uno de los departamentos y así controlarlos con mayor eficacia.

Mantener los precios de las habitaciones con el propósito de atraer y conservar a la clientela y estar acorde con los precios de acuerdo con la competencia.

Arrendar los puestos de comida para obtener ingresos extras, además de ayudar a la comunidad a dar a conocer sus platos típicos.

Es muy importante que dentro del establecimiento exista la señalización correspondiente de cada servicio complementario que tenga, ya que es una forma de promocionar o hacerles conocer a los huéspedes que se ofrece dichos servicios.

En el caso del complejo turístico “ECOCHA S.A.” se necesitará pequeños rótulos dentro del establecimiento para dar a conocer los servicios que se ofrecen, los cuales se los puede asignarles un nombre para darles más realce.

6.4.9. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Realizar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación como televisión, radio y prensa. La finalidad de la campaña publicitaria es dar a conocer el servicio dentro del mercado turístico, de tal manera que sea demandado. Se conoce que al trabajar con una campaña publicitaria bien estructurada se mejorará las relaciones comerciales con el intermediario el cual constituye un requisito vital en el convenio cliente – producto.

Se elaborará una base de datos en relación a los clientes que acudan al complejo ecoturístico para realizar un proceso de clasificación que permita identificar a los mejores clientes y ofrecerles un servicio diferenciado y promociones anuales.

Esta estrategia se utilizará para concertar nuevos negocios, proporcionar información completa sobre: promociones en fechas especiales, descuentos, servicios especiales y demás información relevante del complejo.

Creación de un sitio Web y correo electrónico que contenga la información detallada de los servicios que ofrece el complejo turístico “ECOCHA S.A.”. Considerando las necesidades del establecimiento para mejorar las comunicaciones del complejo turístico “ECOCHA S.A.” se prevé la creación de una página Web que dé a conocer información sobre los productos como de los servicios que se ofrecen; este medio no solo permite dar a conocerse a nivel nacional sino internacionalmente. La página Web será creada con la finalidad de brindar información relevante, permanente, actualizada, accesible, completa, atractiva que respondan a las expectativas de los usuarios que visiten el sitio Web.

Suscribir al establecimiento en los directorios y guías turísticas especializadas. La inserción de anuncios en prensa ya sea en periódicos o en revistas de carácter turístico – hotelero es uno de los aspectos que dará mayor realce a la publicidad del establecimiento.

Dentro de las guías turísticas y hoteleras se escogerán lo más conocido por los turistas:

PRENSA TURÍSTICA

El complejo turístico “ECOCHA S.A.” realizará un contrato para una publicación anual a la prensa turística o Transport: Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo, la cual sirve como herramienta vital a las agencias de viajes, operadoras y mayoristas.

Aplicar las estrategias de posicionamiento para el segmento meta. En la folletería que va dirigida para el segmento meta imprimirla con el slogan e igualmente en la página Web para posesionar al establecimiento en la mente del consumidor ya que el slogan informa el beneficio que les ofrece el complejo turístico.

Desarrollar y mantener un servicio de información actualizada a cerca del establecimiento.

El complejo turístico “ECOCHA S.A.” contará con la ayuda de material publicitario como son: trípticos, flyers los cuales contiene: fotos de las instalaciones, de los servicios que ofrecen con el propósito de persuadir al cliente y canalizar de forma directa la venta. El material se encontrará en la recepción y serán entregados alrededor del establecimiento.

6.5. PLAN DE MEDIOS

Para la imagen y promoción del “ECOCHA S.A.”, se ha estructurado un plan de medios con la finalidad de distribuir la promoción en los diferentes medios sean ATL de la siguiente manera:

CUADRO N° 82 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

Descripción del público meta	Mujeres y hombres de toda edad, condición económica y nacionalidad.
Requisitos de comunicación y elementos creativos	Se utilizaran tanto ATL como BTL
Geografía	Nuestro servicio se proyectará en la provincia de Imbabura, así como a nivel nacional e internacional
Alcance	Otavaló y cantones de Imbabura a través de radio y prensa local Internacional a través de convenios con agencias de viajes.
Frecuencia Radio	10 cuñas de Lunes a Viernes 3 cuñas los fines de semana
Continuidad	Toda las programaciones

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.5.1. ATL

Según el calendario de medios que se adjunta la publicidad a utilizarse está programada para un mes como se detalla a continuación:

CUADRO N° 83 CALENDARIO DE MEDIOS

TIEMPO EN SEMANAS	Primer mes				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
MEDIOS					
Radio Canela	53 Cuñas				
Prensa (Diario el Norte)	12 módulos el fin de semana				

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.5.2. CALENDARIO DE MEDIOS

Según la radio consultada, los programas donde se transmitirán las cuñas serán en todo el día, y debido a la magnitud del proyecto pareció correcto debido a que el target al cual va dirigido el proyecto escucha las emisoras durante el día, se prevé poner

publicidad en 1 radio con la mayor sintonía a nivel provincial para la transmisión de las cuñas:

- **Radio Canela**

Esta radio contratada pasará la cuña en promedio 10 veces al día de Lunes a Viernes, y los fines de semana nos dan un beneficio de 3 cuñas en promedio para pasarlas en horarios diferentes y alternando. Se ha previsto estas radio porque tienen buena sintonía y está dirigida directamente al target al cual vamos enfocados.

También se prevé tener publicidad en el Diario el Norte, el mayor diario a nivel local con 12 módulos full color en fin de semana el día domingo.

En el primer año el objetivo de la publicidad es dar a conocer que en la comunidad de Pucará de Velásquez existe un complejo eco-turístico que brinda servicios de: alojamiento, alimentación y recreación, además la existencia de la misma y su ubicación y el servicio que brinda, los siguientes años se trabajará en las actitudes del cliente para que se fidelice su compra.

6.6. ESTRATEGIAS OPERACIONALES

Para mejorar el desempeño de las actividades del establecimiento se propone la contratación del personal acorde a los perfiles planteados en la propuesta estratégica con el objetivo de que exista una relación de manera efectiva con los huéspedes así como con los clientes que visiten al hotel. Con esto tratar que el personal se involucre y comprometa con la organización en la atención al cliente durante su estancia, satisfaciendo todas sus expectativas y así también cumplir con los objetivos fijados por el establecimiento.

Los productos hoteleros se caracterizan por ser un servicio intangible, por esa razón si se tiene la mano de obra de calidad automáticamente el servicio será de calidad ya que los empleados son los que venden y hacen conocer al establecimiento a los clientes externos.

Las estrategias de atención al cliente son las siguientes:

- Distribuir material bibliográfico entre los empleados, con un temario relacionado con la atención al cliente y realizar una verificación de lectura a través de un cuestionario.
- Dar charlas por parte del Gerente con el objetivo de motivarles y refrescar los procesos internos.
- Propiciar reuniones en la que el talento humano exprese sus ideas y retroalimentarse.
- Realizar capacitaciones a través del Ministerio de Turismo para que el personal se instruya en temas relacionados a su trabajo.

Se lo realizará en un promedio; un evento de capacitación por mes. La duración depende de la técnica que se aplique.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Es necesario realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de los impactos que genera la creación de un “**COMPLEJO ECO-TURÍSTICO DE DESARROLLO COMUNITARIO EN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO, COMUNIDAD PUCARÁ DE VELÁSQUEZ, CANTÓN OTAVALO**”. Entendiéndose como impactos al efecto sean estos positivos o negativos que produce la creación del complejo eco-turístico recreacional.

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

IMPACTO SOCIO ECONÓMICO.

IMPACTO EMPRESARIAL.

IMPACTO AMBIENTAL.

Para la evaluación se aplicara la matriz de valoración utilizando la siguiente escala de puntuación.

CUADRO N° 84 MATRIZ VALORACIÓN DE IMPACTOS

MATRIZ VALORACIÓN DE IMPACTOS	
VALORACIÓN CUALITATIVA.	VALORACIÓN CUANTITATIVA.
Indiferente	0
Muy bajo	1
Bajo	2
Medio	3
Alto	4
Muy alto	5

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{FORMULA: Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\# \text{indicadores}}$$

7.1.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

CUADRO N° 85 MATRIZ IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

MATRIZ IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO												
NIVEL DE IMPACTO	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INDICADOR												
Calidad de vida									X			
Efecto multiplicador										X		
Capacidad de compra									X			
Inflación							X					
Dependencia del turismo									X			
TOTAL							1		9	4		14

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{14}{5} = 2.8$$

Análisis

Poniendo en marcha el proyecto, el impacto socio-económico es positivo en un nivel bajo.

Con respecto a la calidad de vida su incidencia es media puesto que genera moderadamente nuevas fuentes de trabajo y estabilidad laboral, con el incremento de nuevas plaza de trabajo.

El efecto multiplicador tiene una incidencia alta dinamizando la economía local, y es de esta forma que se mejora la calidad de vida tanto en los habitantes de la comunidad como en los trabajadores del complejo.

La capacidad de compra del servicio tiene un nivel de incidencia medio puesto que incide directamente sobre ingresos mejorando el poder adquisitivo.

Con respecto a la inflación tiene una valoración muy baja puesto que el incremento del turismo en la comunidad pueden dar un errónea percepción el valor de los bienes y servicios, lo que podría forzar a que se incremente su costo y de esta manera reducir el poder adquisitivo de toda la comunidad.

Con respecto a la dependencia del turismo se considera una valoración media, además que es la principal fuente de ingresos, también se debe considerar una mayor afluencia por temporadas lo que aumentaría considerablemente la dinámica productiva de la comunidad.

7.1.2. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 86 MATRIZ IMPACTO EMPRESARIAL

MATRIZ IMPACTO EMPRESARIAL												
NIVEL DE IMPACTO	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INDICADOR												
Inversión										X		
Gestión										X		
Imagen										X		
Creatividad e innovación									X			
Liderazgo – competencia										X		
Manejo de recursos											X	
TOTAL									3	16	5	24

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{24}{6} = 4$$

Análisis

En la inversión se observa un índice alto puesto la creación del complejo eco-turístico “ECOCHÁ S.A.”, presionará a los inversionistas directos, que son los propios habitantes de la comunidad de Pucará de Velásquez.

Con respecto a la gestión de igual manera se obtiene una incidencia alta ya que el complejo eco-turístico “ECOCHÁ S.A.”, mejora la imagen tanto al interior, como fuera de la circunscripción en la que se encuentra, así como el involucramiento de toda la población de la comunidad para un empoderamiento de identidad con el proyecto.

Con respecto a la creatividad e innovación tiene un valor medio ya que el impulso de la participación de nuevos servicios turísticos mejora la calidad de los mismos, además que el proyecto es totalmente ecológico que se ampara en dos principios básico el de ser sustentable y sostenible.

Con respecto al liderazgo su incidencia es alta puesto que crea liderazgos sobre la competencia, haciendo eficiente el manejo de los recursos existentes en la comunidad.

7.1.3. IMPACTO AMBIENTAL

La implementación de un emprendimiento turístico sin importar su tamaño siempre generara impactos sobre el ecosistema, estos pueden ser, la contaminación por ruido, la caza y pesca excesiva, el manejo inadecuado de los desechos sólidos puede contaminar los acuses naturales de ríos y del lago, en todos estos aspectos es indispensable controlar, mitigar y eliminar estos impactos negativos.

CUADRO N° 87 MATRIZ IMPACTO AMBIENTAL

MATRIZ IMPACTO AMBIENTAL												
NIVEL DE IMPACTO	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INDICADOR												
Manejo y control del ruido excesivo causado por lanchas y vehículos a motor							X					
Manejo de desechos y reciclaje							X					
Conservación y uso racional de los recursos naturales							X					
Introducción de nuevas especies animales no autóctonas							X					
Control del uso de la madera como combustible							X					
TOTAL							5					5

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{5}{5} = 1$$

Análisis

El resultado de la matriz es bajo puesto que los espacios para el desarrollo de las actividades turísticas es controlado y además la comunidad está ligada a la actividad turística desde hace muchos años, existe la preparación necesario tanto en la comunidad como en los operadores e interventores turísticos como para mitigar y eliminar estos riesgos, la flora y fauna la controla el ministerio del ambiente, además en la comunidad existe una fuerte relación ancestral entre sus miembros y el manejo de la naturaleza y el manejo de desechos es una política de implantación en la creación de la pequeña empresa.

7.1.4. IMPACTO GENERAL

CUADRO N° 88 MATRIZ IMPACTO GENERAL

MATRIZ IMPACTO GENERAL												
NIVEL DE IMPACTO	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INDICADOR												
SOCIO ECONÓMICO									X			
COMERCIAL										X		
EMPRESARIAL										X		
AMBIENTAL							X					
TOTAL							1		3	8		12

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$Niveldeimpacto = \frac{12}{4} = 3.25$$

Análisis

En forma general el nivel de impacto que el proyecto generará será positivo en el nivel medio lo cual hace viable su aplicación.

CONCLUSIONES

1. La existencia de recursos naturales y paisajes turísticos en la comunidad Pucara de Velásquez, el Cantón Otavalo y la Provincia de Imbabura como el lago San Pablo pueden ser aprovechados y valorados mediante la implementación de proyectos turísticos evitando que se deterioren con el paso del tiempo.
2. La creación del complejo eco-turístico permitirá que los habitantes de la comunidad visualicen nuevas formas de asociación y explotación de recursos disponibles con concienciación de conservación de esos recursos, además de nuevas formas de empleo y superación de los habitantes de la comunidad y otras comunidades aledañas.
3. Las encuestas aplicadas reflejan una gran aceptación del proyecto en cuanto a la creación de un Complejo eco-turístico en el muelle del lago San Pablo.
4. El Estudio de Mercado permitió evidenciar afluencia de turistas a la comunidad Pucara de Velásquez y el lago San Pablo, además se logró determinar una demanda potencial suficiente para el proyecto.
5. Los evaluadores financieros aplicados al proyecto demuestran su factibilidad porque están dentro de los rangos esperados.
6. La ejecución del complejo en la comunidad de Pucará de Velásquez cantón Otavalo, provocará impactos económicos, sociales y ambientales positivos en el área ambiental por lo que se pretende que todos los involucrados del proyecto concienticen y difundan la importancia de la conservación del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- 1.- Se debería implementar el proyecto para que la comunidad Pucara de Velásquez cuente con un lugar turístico de calidad y que a futuro pueda desarrollarse en un polo de desarrollo eco-turístico.
- 2.- Sugerir al municipio que inicie una campaña de aprovechamiento de los recursos naturales existentes y un apoyo especial al proyecto para que mejore la imagen de la comunidad y el lago San Pablo.
- 3.- Aprovechar la gran aceptación del proyecto y tomar especial cuidado en que los servicios que se vayan a ofertar satisfagan plenamente a los usuarios mostrando una calidad incomparable creando fidelidad por parte del turista dando paso a la publicidad boca a boca.
- 4.- Persuadir al turista mediante publicidad, buena imagen y excelente servicio manteniendo los contextos para su seguro retorno al complejo turístico.
5. Cuidar siempre la conservación del medio ambiente, de la mejor manera, evitando que los desechos que resulten de la creación de este proyecto y su puesta en marcha afecten al medio ambiente.
6. Aprovechar el apoyo y campañas del Ministerio de Turismo con el propósito de llevar a ejecución este proyecto en mejora de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad Pucara de Velásquez.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

BACA Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, editorial Mc Graw Hill, México, 2007.

BATEMAN Thomas, SNELL Scott, Administración, Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, editorial Mc Graw Hill, octava edición, Mexico, 2009

BERNAL César Augusto, Metodología de la investigación, segunda edición 2006.

BRAVO Mercedes, Contabilidad General, Novena edición, Editorial Nuevo Día, Quito-Ecuador, 2009.

CASIH James, Fundamentos y técnicas de contabilidad de Costos, segunda edición, Cali, 1998.

COLLAZOS Cerrón Jesús, El estudio de mercado en los proyectos de inversión, primera edición, Perú, 2002.

COSTA Antonio, Saber ver el cine, ediciones PAIDÓS IBÉRICA, Colección Dirigida por HUMBERTO ECO, segunda reimpresión, Barcelona, 1997.

DÁVALOS Nelson, Diccionario contable, Corporación Edi- Abaco, Quito, 2003.

FERRANDO José María, Marketing en empresas de servicio, Grupo editor Alfaomega, México, 2008.

GUTIERREZ Abraham, Métodos y técnicas de investigación, editorial época, 1984.

HARGADON Bernard, Principios de contabilidad, Grupo editorial Norma, cuarta edición, Bogotá-Colombia, 1997.

HERNANDEZ y Rodriguez Sergio, Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad, editorial Mc Graw Hill, segunda edición, Mexico, 2008.

JÁCOME Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial Universitaria, Ibarra, 2005.

KOONTZ Harold, Administración, Editorial Mc Graw Hill, octava edición, 1987.

KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary, Principios de marketing, Pearson Educación S.A., Madrid- España, 2008.

MÉNDEZ Rosemary, Sandoval Franco, Investigación, fundamentos y metodología, alma del cid primera edición, 2007.

OROZCO Arturo, Investigación de mercados, concepto y práctica, Editorial Norma Bogotá- Colombia, 1999.

REINOSO Victor, El Proceso administrativo y su aplicación en las empresas, Riobamba, 1985.

ZAPATA Sánchez Pedro, Contabilidad General, editorial Mc Graw Hill, quinta edición, Bogotá- Colombia, 2005.

LINCONGRAFÍA

[http://es.wikipedia.org/wiki/Otavales_\(Imbabura\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Otavales_(Imbabura))

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

<http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoIbarra01.html>

<http://www.darklighttech.com/es/products.asp?gclid=CKT8-LawjqICFQ3F3AodRFI6Wg>

<http://www.elcomercio.com/Generales/Solo-Texto.aspx?gn3articleID=155895>

<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

<http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=11&ciudad=2HtHLCqA>

http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=11&cod_sec=PRNcaUA&cod_men=h6CaJgvh0e

<http://html.rincondelvago.com/caracteristicas-y-clasificacion-de-la-empresa.html>

<http://aldocgh.tripod.com/>

ANEXO

**ANEXO N°. 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS
QUE VISITAN EL MUELLE DEL LAGO SAN PABLO**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN EL MUELLE
DEL LAGO SAN PABLO

FINALIDAD: La siguiente encuesta tiene como objeto recopilar información para medir la aceptación de la creación de un complejo eco-turístico en el muelle del Lago San Pablo, comunidad Pucará de Velásquez, Cantón Otavalo.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente las preguntas
- Marque con una X la respuesta que crea conveniente

CUESTIONARIO

1. ¿Esta usted de acuerdo con que se realice un complejo eco-turístico de desarrollo comunitario en el muelle del Lago San Pablo, comunidad Pucará de Velásquez, Cantón Otavalo?

De acuerdo	
Ni acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	

Si esta de acuerdo con la anterior, proceda a responder las siguientes preguntas:

2. Qué tipo de servicios le gustaría que tenga el nuevo complejo eco-turístico en el muelle del Lago San Pablo

Servicios	Si	No
Alojamiento		
Comidas típicas		
Recreación		
Recepciones		

Transporte		
Guía turístico		

3. ¿Cuál es el beneficio que usted busca al visitar un complejo turístico?

Diversión	
Descanso	
Turismo	
Unión familiar	

4. ¿Con que frecuencia visitaría el nuevo complejo eco-turístico?

1 vez a la semana	
1 vez al mes	
2 veces al mes	
1 vez al año	
Otras (indique)	

5. Cuando visita este tipo de sitios turísticos lo hace en compañía de:

Familia	
Amigos	
Pareja	
Solo	

6. ¿Cuál es su presupuesto mensual destinado a recreación o paseos?

Menos de 50 dólares	
De 51 a 100 dólares	
De 101 a 150 dólares	
Más de 150 dólares	

7. Indique el medio por el cual le gustaría informarse acerca de los servicios del nuevo complejo eco – turístico en el muelle del Lago San Pablo

Prensa	
Televisión	
Radio	
Internet	
Agencia de viaje	
Amistades	
Otros (indique)	

Datos técnicos

Edad: 18 – 25 ()
 26 – 30 ()
 31 – 35 ()
 36 – 40 ()
 Más de 41 ()

Sexo: M ()
 F ()

Ocupación _____
 Nacionalidad _____
 Ciudad _____