



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA  
PÚBLICA DE TURISMO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE  
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTOR:**

**WILSON RUBÉN SALTOS VÁSQUEZ**

**DIRECTOR:**

**DR. FAUSTO LIMA SOTO**

**Ibarra, Junio 2012**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo ha sido elaborado para determinar la factibilidad de crear la Empresa Pública de turismo del cantón Cotacachi, como un modelo de gestión que se encargue de fomentar el turismo y dinamizar la economía local, así como también dirija, administre y controle los servicios y atractivos turísticos que posee el Municipio de Cotacachi. En la actualidad el sector turístico es una de las mejores expectativas de crecimiento para el país ya que contamos con un fuerte potencial turístico, siendo en la provincia de Imbabura principalmente en el cantón Cotacachi donde existen numerosos atractivos turísticos relacionados con el paisaje, el volcán Cotacachi, la laguna de Cuicocha, laguna de Piñán, complejo de Nangulvi, sitios arqueológicos, comunidades andinas. Para el estudio investigativo se procedió a recopilar la información de acuerdo a las variables mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos a los turistas que visitan el cantón Cotacachi siendo el objetivo crear un nuevo modelo de gestión en turismo a través de la Empresa Pública de Turismo que tenga autonomía financiera, económica, administrativa y que operará sobre bases comerciales relacionados con la actividad turística. Realizado el estudio de mercado se determinó la necesidad de crear productos y tours turísticos articulando las tres zonas del cantón, conectando lo urbano y lo rural, una combinación de turismo de naturaleza y de compras; principalmente para visitar la laguna de Cuicocha y comprar las artesanías aprovechando las bellezas naturales del entorno, las culturas vivas, tradiciones, biodiversidad, distintos sitios ecológicos, su gente y producción. Luego de los respectivos estudios económicos- financieros, se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad del proyecto para lo cual la Empresa debe prestar los servicios de los atractivos que mantiene el Municipio, entre los que se encuentra la Hostería Cuicocha que tiene el servicio de Restaurante, bar, servicio de lanchas y de cabañas, los mismos que deben estar articulados a los Tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present work has been developed to determine the feasibility of creating The Public Tourism Company of the canton Cotacachi, as a management model that is responsible for promoting Tourism and dinamize the local economy, as well as direct, manage and control the services and touristic attractions owned by the Municipality of Cotacachi. Today tourism is one of the best growth prospects for the country because we have a strong touristic potential being mainly the province of Imbabura in the city of Cotacachi where numerous touristic attractions related to the landscape, the volcano Cotacachi, Cuicocha Lagoon, PiñanLaggon, Nangulvi complex, Archeological Places, Andean Communities.

For the research study we proceeded to collect information according to the variables trough the application of data collection to tourists who visit Cotacachi, being the objective of creating a new model of management in tourism through a public Company financially self sustainable tourism, economic, administrative operates on a commercial basis related to tourism.

Research is determined, the need to create products and tourist tours articulating the three areas of the city, connecting Urban and Rural, a combination of natural tourism and buying crafts, mainly to visit Cuicocha Lagoon exploiting the natural beauty of the environment, living culture, traditions, bio-diversity, ecological places, it' s people and production.

After a respective economic and financial studies, it is determined the sustainability of the project for which the Company must provide the services and attractions that keeps the city, among which is he Inn that has Cuicocha: Restaurant, Bar- cafeteria, Boats services around the lake, and Cabins, they must be articulated to the tours offered in a Urban Areas, Andean and Sob tropical.

# AUTORÍA

Yo, Wilson Rubén Saltos Vásquez, con cédula de identidad Nro. 100167462-9, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

**Firma**  
**WILSON R. SALTOS V.**  
**100167462-9**

# **CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el estudiante egresado Wilson Rubén Saltos Vásquez, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de enero del 2012

Firma

Dr. Fausto Lima Soto



**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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100167462-9		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	SALTOS VÁSQUEZ WILSON RUBÉN		
<b>DIRECCIÓN:</b>	ATUNTAQUI CALLE LOS LAURELES Y CELIANO AGINAGA		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:wrsaltos@yahoo.com">wrsaltos@yahoo.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2907999	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	085442223

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.
<b>AUTOR (ES):</b>	SALTOS VÁSQUEZ WILSON RUBÉN
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2012-ENERO-16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA –CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	DR. FAUSTO LIMA SOTO

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

Yo, Wilson Rubén Saltos Vásquez, con cédula de ciudadanía Nro. 100167462-9 en calidad de autor 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 143.

## **3. CONSTANCIAS**

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es 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 30 días del mes de Enero de 2012

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

-----  
Wilson Rubén Saltos Vásquez  
C.C. 10016462-9

-----  
Lic. Ximena Vallejos  
JEFE DE BIBLIOTECA



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Wilson Rubén Saltos Vásquez, con cédula de identidad Nro. 100167462-9 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del Trabajo de Grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA” que ha sido desarrollado para optar por título de Ingeniero de Contabilidad Superior y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales del trabajo antes citado.

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.

Atentamente,

Wilson Rubén Saltos Vásquez  
C.I. 100167462-9



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado dedico a Dios por darme la oportunidad de existir y hacer que mis anhelos se hagan realidad.

Con mucho cariño dedico a mi esposa e hijos quienes son las personas más importantes de mi vida, y me han brindado su apoyo de forma incondicional en los momentos buenos y malos. Ellos han sido la fuente de motivación y superación en cada día de mi vida para cumplir con mis metas y objetivos.

A todos mis familiares gracias por creer en mí; por brindarme su confianza y apoyo en todo momento para culminar mi carrera profesional

Wilson Saltos V.

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo expresar mis agradecimientos: A Dios por ser quien nos da la oportunidad de vivir y nos permite ser personas de bien.

De manera especial quiero agradecer a mi esposa e hijos quienes son las personas que más quiero, y me han brindado su confianza en esta etapa de mi vida motivándome a superarme y cumplir con mis metas.

A la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de formarme y educarme en sus aulas y darme valiosos conocimientos y experiencias y a todos sus docentes.

A mi asesor de proyecto el Doctor Fausto Lima quien me guió durante el desarrollo de la tesis, brindándome su conocimiento profesional, su apoyo y tiempo.

A todos mis familiares les expreso mi agradecimiento por que demostraron su confianza y apoyo en todo momento.

Wilson Saltos V.

## PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para crear la Empresa Pública de turismo del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura se desarrollo en función de fomentar el turismo y dinamizar la economía local, así como también de contar con un Ente Público que dirija, administre y controle los servicios y atractivos turísticos que posee el Municipio de Cotacachi.

La investigación se ha dividido en siete capítulos, los mismos que detallan información relevante acerca del tema y que permiten determinar la viabilidad y sustentabilidad del proyecto.

El primer capítulo parte del diagnóstico situacional, objetivos, variables, e indicadores, gráficos acerca de la investigación, estos contenidos sirven de base para el desarrollo del proyecto además permite conocer el potencial turístico que posee el cantón Cotacachi.

En el marco teórico se procedió a fundamentar sobre el objeto de la investigación, mediante el apoyo de la teoría básica, conceptos, principios que se relacionan directamente con el proyecto.

En el estudio de mercado determino la potencial demanda y expectativas de crecimiento del sector turístico, y la necesidad de crear productos y tours turísticos articulando las tres zonas del cantón, conectando lo urbano y lo rural.

El estudio técnico se estableció la ubicación de la Empresa, su tamaño, la distribución de las áreas, la implementación de tecnología, la adquisición de equipamiento y maquinaria para la operación.

En el estudio económico se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución y viabilidad del proyecto, se realizó las proyecciones de los

ingresos y egresos, los costos de los servicios, el punto de equilibrio, balance de situación, estado de resultados y la evaluación financiera a través del VAN, TIR.

Se desarrolló la estructura organizacional y funcional, se estableció la visión, la misión, valores corporativos con los que la Empresa Pública trabajará para alcanzar sus objetivos establecidos en el proyecto.

Finalmente se analiza los principales impactos que tiene la aplicación del proyecto, así como las conclusiones y recomendaciones.

En la actualidad el sector turístico es una de las mejores expectativas de crecimiento para el país, principalmente en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura donde existe numerosos atractivos turísticos relacionados con el paisaje, lagunas como Cuicocha y Piñán, Termas de Nangulvi, zona Subtropical. Para el estudio investigativo se procedió a recopilar la información de acuerdo a las variables mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos a los turistas que visitan el cantón Cotacachi siendo el objetivo crear un nuevo modelo de gestión en turismo a través de la Empresa Pública de Turismo que tenga autonomía financiera, económica, administrativa y que operará sobre bases comerciales relacionados con la actividad turística. Se estableció la necesidad de combinarla naturaleza y el turismo de compras; visitando la laguna de Cuicocha a su vez comprando las artesanías aprovechando las bellezas naturales del entorno, las culturas vivas, las tradiciones, la biodiversidad, los distintos sitios ecológicos. Luego de los respectivos estudios económicos-financieros, se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad del proyecto para lo cual la Empresa debe prestar los servicios de los atractivos que mantiene el Municipio, entre los que se encuentra la Hostería Cuicocha que tiene el servicio de Restaurante, lanchas y de cabañas, los mismos que deben estar articulados a los Tours propuestos en las tres Zonas.

## ÍNDICE GENERAL

<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>
Portada	
Resumen Ejecutivo	ii
ExecutiveSummary	iii
Autoría	iv
Aceptación del director de Trabajo de Grado	v
Cesión de Derechos de Autor	vi
Autorización de Uso de Publicación	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice General	xiii
Índice de Cuadros	xvii
Índice de Gráficos	ixx
Introducción al Proyecto	21

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	27
Objetivos Diagnósticos	27
Variables Diagnósticas	28
Indicadores	28
Matriz de Relación Diagnóstica	29
Mecánica Operativa	30
Tabulación y Análisis de la Información	33
Resultados de la observación directa	56
Matriz FODA	58
Estrategias FO FA DO DA	59
Determinación del Problema Diagnóstico	61

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Definición y Clasificación de las Empresas	63
Empresas Públicas	67
Elementos de la Empresa	68
Componente Humano	69
Aspectos Conceptuales del Mercado	70
<i>Aspectos Conceptuales de Turismo</i>	74
Aspectos Técnicos	77
Aspectos Económicos Financieros	78

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

Marco de Desarrollo	83
Identificación de los Productos y Servicios Turísticos	84
Consumidor del Producto	87
Estructura del Mercado	90
Análisis de la Demanda	96
Proyección de la Demanda	103
Análisis de la Oferta	104
Estructuración de Productos turísticos	108
Análisis y Determinación de precios	110
Proyección de la Oferta	111
Balance oferta-demanda	112
Demanda potencial a satisfacer	113
Estrategia de Comercialización	113

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO**

Tamaño del Proyecto	117
Macro localización	117
Micro localización	120
Distribución de la Planta	121
Diagrama de Procesos	123
Presupuesto Técnico	124
Cronograma de Ejecución	131

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

Inversión Inicial	132
Determinación de Gastos y Costos	134
Ingresos Proyectados	143
Egresos Proyectados	145
Costos para la Prestación de los Servicios	146
Punto de Equilibrio	149
Estado de Situación Inicial	151
Estado de Resultados (pérdidas y ganancias)	152
Determinación de la Tasa de Descuento	153
Con Flujos de Efectivo sin Financiamiento	154
Determinación del VAN y el TIR	
Con Flujos de Efectivo con Financiamiento	155
Determinación del VAN y el TIR	
Periodo de Recuperación de la Inversión	156
Relación Costo Beneficio	157

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA ESTRATÉGICA**

La Empresa	158
Base Filosófica	163
Organización Empresarial	165
Organigrama Estructural	169
Orgánico Funcional	170
Estrategias Operativas y Financieras	177
Imagen Institucional	180
Calidad de los servicios	181
Calidad del producto	182

## **CAPÍTULO VII**

### **ESTUDIO DE IMPÁCTOS**

Niveles de Impacto	183
Impacto Legal	184
Impacto Social	185
Impacto Ambiental	186
Impacto Económico	187
Matriz General de Impactos	188

<b>CONCLUSIONES</b>	189
---------------------	-----

<b>RECOMENDACIONES</b>	191
------------------------	-----

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	193
---------------------	-----

<b>LINKOGRAFÍA</b>	195
--------------------	-----

<b>ANEXOS</b>	196
---------------	-----



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Matriz de relación diagnóstica	29
Cuadro N° 2: Género	33
Cuadro N° 3: Edad	34
Cuadro N° 4: Nivel académico	35
Cuadro N° 5: Procedencia o residencia	36
Cuadro N° 6: Gasto promedio anual	37
Cuadro N° 7: Principales motivos de viaje	38
Cuadro N° 8: Personas acompañantes	39
Cuadro N° 9: Noches de alojamiento	41
Cuadro N° 10: Lugares atractivos de Cotacachi visitados	42
Cuadro N° 11: Opinión acerca de Cotacachi	43
Cuadro N° 12: Compras en Cotacachi	44
Cuadro N° 13: Servicio turístico en Cotacachi	45
Cuadro N° 14: Que hacer para incrementar el turismo en Cotacachi	46
Cuadro N° 15: Características de Servicios Turístico	47
Cuadro N° 16: Medios de Información	48
Cuadro N° 17: Matriz FODA	58
Cuadro N° 18: Mercadeo Turístico	89
Cuadro N° 19: Llegada de extranjeros a Ecuador	99
Cuadro N° 20. Visitantes nacionales y extranjeros	103
Cuadro N° 21: Proyección de la demanda	104
Cuadro N° 22. Servicios de hospedaje, y alimentación	106
Cuadro N° 23. Atractivos turísticos naturales y culturales	107
Cuadro N° 24. Productos turísticos por zona	109
Cuadro N° 25. Precios tours por zona	110
Cuadro N° 26. Proyección de servicios ofertado	112
Cuadro N° 27. Balance oferta demanda	112

Cuadro N° 28. Demanda potencial a satisfacer	113
Cuadro N° 29. Inmuebles	124
Cuadro N° 30. Muebles y Enseres	124
Cuadro N° 31. Equipo uso administrativo	
125Cuadro N° 32: Equipo de computación	
125	
Cuadro N° 33: Vehículos para los tours	125
Cuadro N° 34: Maquinaria y equipo	126
Cuadro N° 35: Gasto de Constitución	126
Cuadro N°.36: Capital de trabajo	127
Cuadro N° 37: Servicios básicos	127
Cuadro N° 38: Suministros de oficina y de aseo	128
Cuadro N° 39: Menaje de cocina y lencería de restaurant	128
Cuadro N°. 40: Talento humano	129
Cuadro N°. 41: Resumen de inversiones	130
Cuadro N°. 42: Cronograma de ejecución	131
Cuadro N° 43: Inversión inicial	133
Cuadro N° 44: Porcentaje de depreciación	134
Cuadro N°45: Depreciación de activos fijos	135
Cuadro N° 46: Remuneraciones	136
Cuadro N° 47: Remuneraciones proyectadas	137
Cuadro N° 48: Materiales y suministros de oficina	137
Cuadro N° 49: Proyección materiales y suministros de oficina	138
Cuadro N° 50: Materiales y suministros de aseo	138
Cuadro N° 51: Proyección materiales y suministros de aseo	138
Cuadro N° 52: Gatos Servicios básicos	139
Cuadro N° 53: Proyección servicios básicos	139
Cuadro N° 54: Proyección gasto seguro	139
Cuadro N° 55: Gasto movilización y viáticos	140
Cuadro N° 56: Mantenimiento de locales	140

Cuadro N° 57:Gasto Lencería de Restaurant	141
Cuadro N° 58: Proyección Gasto Lencería de Restaurant	141
Cuadro N° 59:Gasto Menaje de Cocina	142
Cuadro N° 60: Proyección Gasto Menaje de Cocina	142
Cuadro N° 61: Promoción y Publicidad	143
Cuadro N° 62: Proyección Gasto Promoción y Publicidad	143
Cuadro N° 63: Presupuesto de Ingresos Proyectados	144
Cuadro N° 64: Presupuesto de Gastos Proyectado	145
Cuadro N° 65: Costos de los Servicios	146
Cuadro N°66: Fuente de la Inversión	147
Cuadro N° 67: Amortización mensual del préstamo	148
Cuadro N°68: Punto de Equilibrio	149
Cuadro N°69: Balance de Situación Inicial	151
Cuadro N°70: Estado de Resultados	152
Cuadro N°71: Costo de Capital y Tasa de Rendimiento	153
Cuadro N°72: Flujos del Efectivo Sin Financiamiento	154
Cuadro N°73: Flujos del Efectivo Con Financiamiento	155
Cuadro N°74: Periodo de Recuperación de la Inversión	156
Cuadro N°75: Relación Costo Beneficio	157
Cuadro N°76: Nivel de Impacto	183
Cuadro N°77: Impacto Legal	184
Cuadro N°78: Impacto Social	185
Cuadro N°79: Impacto Ambiental	186
Cuadro N°80: Impacto Económico	187
Cuadro N° 81: Matriz General de Impactos	188

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico N° 1: Género	33
Gráfico N° 2: Edad	34
Gráfico N° 3: Nivel académico	35

Gráfico N° 4: Procedencia o residencia	36
Gráfico N° 5: Gasto promedio anual	37
Gráfico N° 6: Principales motivos de viaje	38
Gráfico N° 7: Personas acompañantes	40
Gráfico N° 8: Noches de alojamiento	41
Gráfico N° 9: Lugares atractivos de Cotacachi visitados	42
Gráfico N° 10: Opinión acerca de Cotacachi	43
Gráfico N° 11: Compras en Cotacachi	44
Gráfico N° 12: Servicio turístico en Cotacachi	45
Gráfico N° 13: Que hacer para incrementar el turismo en Cotacachi	46
Gráfico N° 14: Características de Servicios Turístico	47
Gráfico N° 15: Medios de Información	48
Gráfico N° 16: Origen de turistas extranjeros que llegan a Cotacachi	100
Gráfico N° 17: Principales actores	107
Gráfico N° 18: Mapas turísticos de Cotacachi	119
Gráfico N° 19: Diagrama de procesos	123
Gráfico N° 20: Organigrama estructural	169

## **INTRODUCCIÓNAL PROYECTO**

### **ANTECEDENTES**

Si bien durante los últimos años el cantón Cotacachi, según datos de la Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi, (2009), ha registrado un ingreso por año de 250.000 turistas, de los cuales, aproximadamente, el 25% preferirían realizar un Turismo Comunitario y Alternativo (TCA), no es menos cierto que la ciudad y el cantón no han logrado satisfacer las demandas de servicios turísticos ofreciendo un paquete completo de servicios alternativos, incluidos alojamiento y diversión nocturna, que obligue a los visitantes a pernoctar y dejar sus presupuestos de turismo en el territorio cantonal, sin dar opción a que esos recursos migren a otras ciudades.

Por otro lado los elevados niveles de pobreza y pobreza extrema por necesidades básicas insatisfechas, NBI, que aquejan a la mayoría de la población cantonal (73% y 52% respectivamente. SIISE 2008), han motivado que la actual administración municipal considere el componente económico, en especial el turismo, como un sector estratégico para el desarrollo cantonal proyectado hacia la eliminación de las inequidades sociales y en la búsqueda del buen vivir.

En la misma línea del desarrollo económico cantonal, la actual administración municipal está interesada en promover la generación de nuevas iniciativas e incentivos para que los propios operadores turísticos y otros involucrados en el sector, previa concertación, fusionen sus recursos, armonicen y diversifiquen la oferta de turismo del cantón Cotacachi en forma técnica, con el propósito de generar trabajo y empleo permanente y la consiguiente reducción y eliminación de los niveles de pobreza que subsisten en amplios sectores sociales de la jurisdicción cantonal.

De acuerdo con el Plan de Marketing para las Operaciones Turísticas Comunitarias de la provincia de Imbabura, “el turismo es la industria más grande del mundo, crece a un ritmo del 4% anual, representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial. La demanda turística mundial es creciente (4 a 5 % anual), se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentarán a 1.600 millones de dólares en el 2.020. El pasado año con 924 millones de turistas internacionales (16 millones más), un 2 por ciento más que en el 2007.

El turismo tiene gran y creciente impacto en los pueblos y en la naturaleza. El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y operación inapropiados del turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales, generar desperdicios y contaminación. Por el contrario, el turismo responsable puede ayudar a crear consciencia y apoyo para la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y las comunidades.

En Imbabura la actividad turística se ha desarrollado desde los años 60, entre los principales atractivos turísticos está la feria artesanal indígena de Otavalo Plaza Centenario, más conocida como la plaza de los Ponchos que en éste tiempo ya llamaba la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros. En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas extranjeros y nacionales, además de la buena infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación; estos factores han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

La provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo son puntos estratégicos para la demanda turística nacional. La ciudad de Otavalo recibe un promedio de 250.000 visitantes (turistas y no turistas) al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan Otavalo, de éste grupo la mayoría

son extranjeros (67%), y un importante grupo son turistas nacionales (33%).

La ubicación de la provincia de Imbabura favorece el desarrollo del turismo porque está ubicada a una distancia relativamente corta (90km - 2horas) de la ciudad de Quito, principal centro de turismo receptor del país. La conectividad es otro elemento que favorece la afluencia de turistas a ésta provincia, su principal vía de acceso es la “Panamericana”. Ésta vía de primer orden conecta tres puntos ejes en el norte del país: Quito, Otavalo y Tulcán; actualmente está en buenas condiciones y tiene buena afluencia de transporte público.

Existe también una amplia red de caminos de segundo y tercer orden en las zonas rurales, que permiten llegar en vehículo a casi todos los atractivos sin mayor dificultad y durante todo el año. El corredor: Quito – Otavalo – Cotacachi – Cuicocha - San Antonio, es un recorrido casi obligatorio para los turistas que llegan a la provincia. La cercanía con Colombia ha permitido un mayor flujo de visitantes, convirtiendo a la frontera norte en la segunda puerta de entrada, después de Quito.

El Cantón Cotacachi posee numerosos atractivos turísticos, relacionados con el paisaje, el volcán Cotacachi, la laguna de Cuicocha y de Piñán, sitios arqueológicos, comunidades andinas.

Según la jerarquización dada por el Ministerio de Turismo a los atractivos de mayor importancia, en la provincia de Imbabura hay dos atractivos con jerarquía. Uno de éstos atractivos es la laguna de Cuicocha por su buen estado de conservación y rasgos escénicos sobresalientes.

## **JUSTIFICACIÓN**

El Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi suscribió el Convenio de Descentralización y Transferencia de Competencias del Ministerio de Turismo, el 19 de julio de 2001, por el cual se trasladaron las atribuciones de planificar, fomentar, incentivar, regular, controlar y sancionar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística en su jurisdicción territorial.

El Gobierno Local dentro del proceso de participación ciudadana y en el Plan Notariado del Alcalde, 2009, ha identificado al turismo como el principal eje dinamizador de la economía, reflejándose en el Plan de Desarrollo Cantonal y Ordenamiento Territorial, en construcción, en el que se señala la necesidad de fortalecer el desarrollo turístico, ecológico, cultural, con base en las riquezas naturales, costumbres, tradiciones, artesanías y habilidades, existentes en los pobladores de las tres zonas geográficas que componen el territorio.

El primer inciso del Art. 315 de la Constitución de la República del Ecuador, autoriza que el Estado a través de sus diferentes niveles de gobierno, constituya empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

La antes referida disposición constitucional dispone que las empresas públicas funcionen como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 54, literal g), del Código



Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización, COOTAD, vigente, el gobierno municipal debe promover, especialmente, la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.

La Ley Orgánica de Empresas Públicas fue publicada en el suplemento del Registro Oficial N°. 48 del 16 de octubre del 2009, en cuyo cuerpo legal, en su disposición transitoria segunda, establece las normas y el procedimiento de conformación de empresas con participación accionaria mayoritaria del Estado.

El primer inciso del Art. 319 de la Constitución de la República del Ecuador dice: Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas o mixtas.

En el cantón no se ha incentivado la asociatividad de los operadores del sector turístico lo que ha desarrollado una serie de debilidades expresadas en: la no identificación y clasificación de las potenciales y reales ofertas turísticas, desconocimiento o no aplicación de la legislación nacional y local de turismo y ambiental vigentes, inexistencia de un liderazgo de una entidad pública o privada local que promueva el mejoramiento del sector, dificultad para aprovechar recursos financieros nacionales o externos para el sistema, inversionistas turísticos desestiman a Cotacachi como un destino nacional e internacional, progresiva eliminación de operadores locales, proliferación de mercado turístico informal, destrucción de ecosistemas y biodiversidad, y, pérdida de oportunidades de desarrollo económico territorial.

En base a estos justificativos legales y a la voluntad expresa del Gobierno Cantonal de Santa Ana de Cotacachi de fomentar el desarrollo económico

– productivo del territorio, con énfasis en el fomento del subsistema turístico, se propone la realización del presente Estudio de Factibilidad de la Empresa Pública de turismo del cantón Cotacachi, como un modelo de gestión encargada de dinamizar la economía local, identificado con los objetivos 6 y 11 del Plan Nacional del Buen Vivir.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un estudio de factibilidad para la Creación de la Empresa Pública de Turismo en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer un Diagnóstico Situacional del Subsistema de Turismo en el Cantón Cotacachi.
- Establecer el Marco Teórico que sustentan la creación de la Empresa Pública de Turismo en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.
- Establecer un Estudio de Mercado para determinar la oferta y demanda de los Servicios Turísticos en el Cantón Cotacachi
- Diseñar el Estudio Técnico sobre la creación de la Empresa Pública de Turismo.
- Determinar la rentabilidad económica y financiera que permita la viabilidad del proyecto de creación de la Empresa Pública de Turismo.
- Propuesta estratégica para la creación de la Empresa Pública de Turismo en el Cantón Cotacachi.
- Determinar los principales impactos que generará el proyecto en el ámbito: legal, social, ambiental, económico.

## **CAPÍTULO I**

### **1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

El presente diagnóstico se realizó en la ciudad de Cotacachi, Provincia de Imbabura, durante el mes de noviembre del año 2011, con la finalidad de conocer sobre el mercado de los servicios turísticos en Cotacachi que permita crear una estrategia de un nuevo modelo de Gestión en Turismo.

Se procedió a recopilar la información de acuerdo a las variables de estudio mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos, para el efecto, se aplicó una encuesta estructurada a 383 turistas y visitantes al Cantón Cotacachi y tres entrevistas dirigidas a los prestadores de servicios turísticos en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, información que servirá de soporte para determinar los posibles aliados, oponentes y riesgos del entorno.

Para la realización de la investigación de campo, cabe señalar que se tuvo un gran feriado en el mes de noviembre y por lo tanto una movilidad importante de visitantes y turistas de diferentes partes del país y del extranjero.

#### **1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

##### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico que permita determinar la necesidad para la Creación de la Empresa Pública de Turismo en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura que dirija, administre y controle los servicios y atractivos turísticos que posee el Municipio de Cotacachi.

## **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 1.2.2.1 Determinar la Normativa Legal vigente que permite crear la Empresa Pública de Turismo en Cotacachi.
- 1.2.2.2 Identificar el entorno de los servicios turísticos.
- 1.2.2.3 Conocer modelos de gestión de empresas turísticas del sector público.
- 1.2.2.5 Conocer los recursos turísticos del cantón Cotacachi.

## **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- 1.3.1. Normativa Legal.
- 1.3.2. Servicios Turísticos
- 1.3.3. Gestión de Empresas
- 1.3.4. Recursos Turísticos

## **1.4. INDICADORES**

### **1.4.1. NORMATIVA LEGAL.**

- 1.4.1.1 Grado de aplicación Ley Orgánica de Empresas Públicas.
- 1.4.1.2 Grado de aplicación artículo 54 literal g) del COOTAD.
- 1.4.1.3 Grado de aplicación Ley de Turismo y Reglamento.

### **1.4.2. SERVICIOS TURÍSTICOS**

- 1.4.2.1 Nivel de Calidad
- 1.4.2.2 Competitividad
- 1.4.2.3 Comercialización

### **1.4.3. GESTIÓN EMPRESARIAL**

- 1.4.3.1 Estructura organizativa
- 1.4.3.3 Procesos administrativos
- 1.4.3.4 Recursos.

## 1.4.8. RECURSOS TURÍSTICOS

### 1.4.8.1 Tipo

### 1.4.8.2 Características

### 1.4.8.3 Estructura

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**CUADRO N° 1:MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la Normativa Legal vigente que permite crear la Empresa Pública de Turismo en Cotacachi.	Normativa Legal	Grado de aplicación Ley Orgánica de Empresas Públicas. Grado de aplicación artículo 54 literal g) del COOTAD. Grado de aplicación Ley de Turismo y Reglamento.	Documental (Leyes, Reglamentos)	Primaria
Identificar el entorno de los servicios turísticos	Servicios Turísticos	Nivel de Calidad competitividad Comercialización	Encuestas Entrevistas Observación Directa	Primaria
Conocer modelos de gestión de empresas turísticas del sector público.	Gestión de Empresas	Estructura organizativa Procesos administrativos Recursos	Entrevistas Observación Directa	Primaria
Conocer los recursos turísticos del cantón Cotacachi.	Recursos Turísticos	Tipos. Características. Estructura.	Observación Directa Encuesta	Primaria

Elaborado por: El Autor.

## 1.6. MECÁNICA OPERATIVA

### 1.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente estudio investigativo se ha considerado a los turistas visitantes al año al cantón Cotacachi que según el Boletín de Estadísticas Turísticas 2004 – 2008 son 120.867, de los cuales el 70,57% son nacionales y el 29, 43% son extranjeros.

Para identificar a la población que están relacionadas con las cadenas de apoyoturístico, se ha estimado, que la población económicamente Activa al año 2010 es de 35,45%,equivalente a 14.193 personas, calculado en base a40.036 habitantesdel cantón Cotacachisegún el último censo, de los cuales el 19% equivalentes a 2.697 personas están dedicados al sector de servicios relacionados con la actividad turística.

### 1.6.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra de la población que será sujeta al diagnóstico se ha considerado a los turistas visitantes al año al cantón Cotacachi, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o Población

Z= Nivel de confianza 95% que equivale a 1.96

Q= Probabilidad de que ocurra o no (50%)<sup>2</sup>

E= Limite de Error muestral 5% lo más recomendable

N-1= Corrección para muestras mayores a 30 unidades

$$n = \frac{120.000 \times (0,25)^2 \times (1,96)^2}{(0,05)^2 (120.000 - 1) + (0,25) \times (1,96)^2}$$

$$n = \frac{115.248}{300,96}$$

$$n = 382,93$$

### **1.6.3. INFORMACIÓN PRIMARIA**

#### **1.6.3.1. ENCUESTAS**

Con esta técnica y mediante los instrumentos necesarios permitieron recopilar la información, como son los datos de la población. (Ver anexo)

El número de encuestas realizadas fue de 383 de los cuales se realizaron en la Laguna de Cuicocha, ya que es donde visitan una mayor afluencia de turistas principalmente los fines de semana y en los feriados.

#### **1.6.3.2. ENTREVISTAS**

Esta técnica se utilizó como un mecanismo para recopilar información de los prestadores de servicios relacionados con actividades turísticas en el Cantón Cotacachi. (Ver anexo).

#### **1.6.3.3. OBSERVACIÓN DIRECTA**

Este instrumento ha sido importante como un mecanismo de realizar observaciones directas de los lugares atractivos para el turismo, el patrimonio cultural, las manifestaciones ancestrales y culturales del Cantón Cotacachi.

#### **1.6.3.4. LEYES Y REGLAMENTOS**

Para determinar la normativa legal vigente que permite crear la Empresa Pública de Turismo en Cotacachi, se tomó como fuente de información la siguiente:

- a) Ley Orgánica de Empresas Públicas
- b) Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD
- c) Ley de Turismo y su Reglamento

#### **1.6.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA**

La recolección de la información secundaria se la realizó a través de:

- d) Plan de desarrollo local y ordenamiento territorial del cantón Cotacachi. Diagnóstico general. Cotacachi, Ecuador. 2011;
- e) Plan de desarrollo económico sustentable del cantón Cotacachi. Diagnóstico Socio Económico del cantón Cotacachi. SEPROYCO. 2011;
- f) Plan estratégico de turismo Cantonal; 2002
- g) Ministerio de Turismo del Ecuador,
- h) INEC
- i) Libros de Administración y Contabilidad
- j) LINKOGRAFÍA.



## 1.6.5 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 1.6.5.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS QUE VISITAN COTACACHI Y LA RECC.

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad conocer sobre el mercado de los servicios turísticos en Cotacachi que permita crear una estrategia de un nuevo modelo de Gestión en Turismo.

#### DATOS INFORMATIVOS:

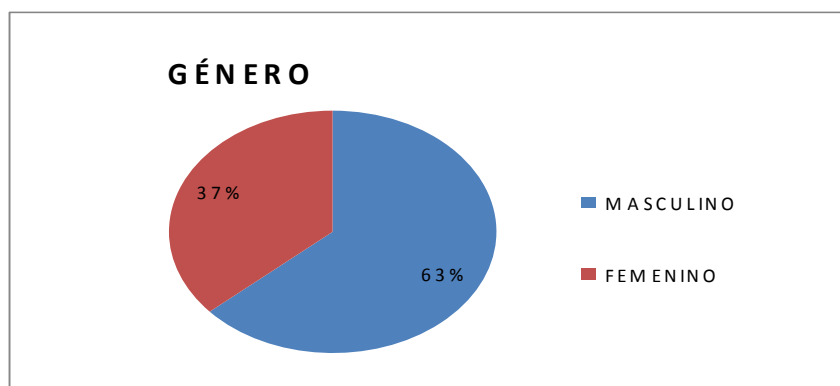
¿Señale con una x a que genero corresponde?

**Cuadro N° 2: Género**

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	243	63%
FEMENINO	140	37%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 1: Género**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

#### Análisis:

De los visitantes a Cotacachi la mayoría son del género masculino.

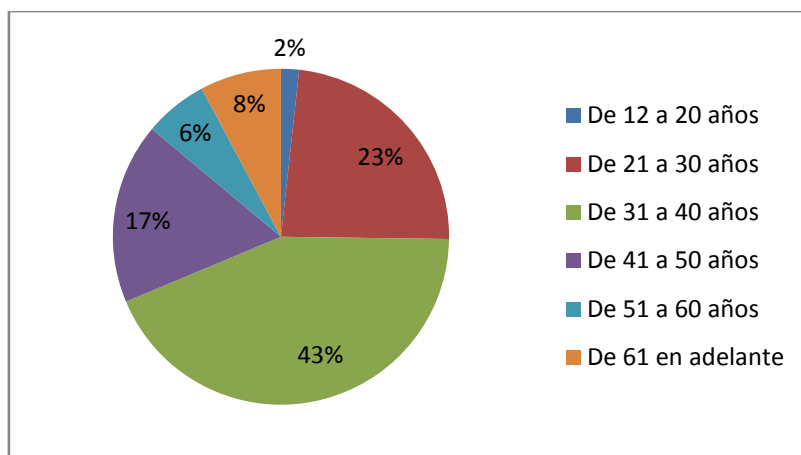
¿Señale con una x a qué edad corresponde?

**Cuadro N° 3: Edad**

<b>EDAD:</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 12 a 20 años	7	2%
De 21 a 30 años	90	23%
De 31 a 40 años	167	43%
De 41 a 50 años	67	17%
De 51 a 60 años	23	6%
De 61 en adelante	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 2: Edad**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría se encuentran comprendidos entre 31 y 40 años.

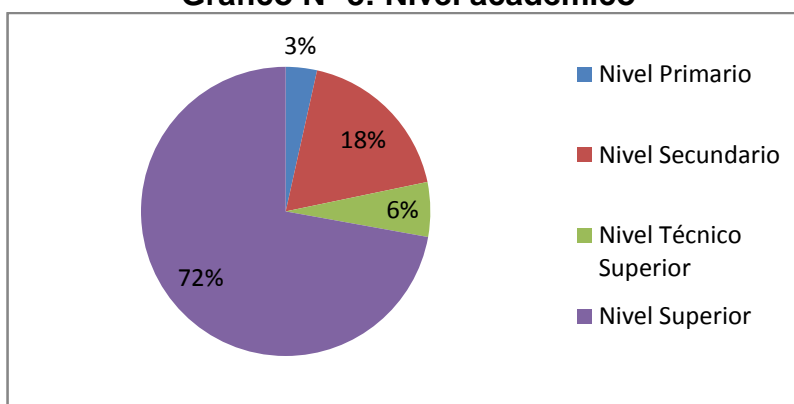
¿Señale con una x a qué nivel académico corresponde?

**Cuadro N° 4: Nivel académico**

<b>NIVEL ACADÉMICO:</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nivel Primario	13	3%
Nivel Secundario	70	18%
Nivel Técnico Superior	23	6%
Nivel Superior	276	72%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 3: Nivel académico**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría tienen un nivel superior, lo que indica que la gran mayoría de visitantes a Cotacachi son profesionales.

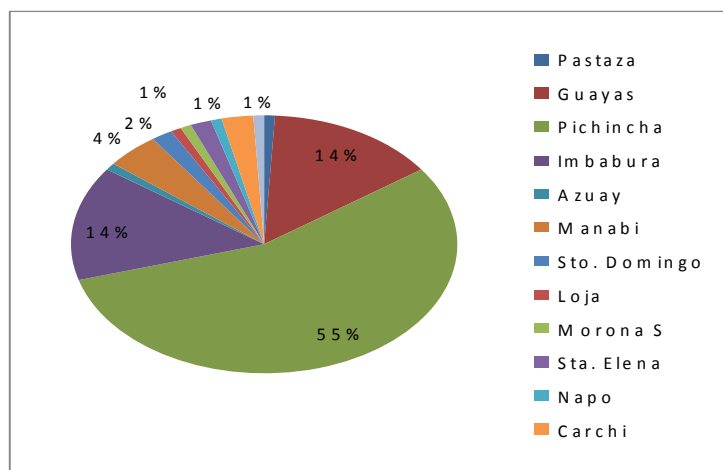
## ¿Señale a que Procedencia corresponde?

**Cuadro N° 5: Procedencia o residencia**

Procedencia o Residencia:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pastaza	3	1%
Guayas	57	15%
Pichincha	213	56%
Imbabura	53	14%
Azuay	3	1%
Manabi	17	4%
Sto. Domingo	7	2%
Loja	3	1%
Morona S	3	1%
Sta. Elena	7	2%
Napo	3	1%
Carchi	10	3%
Los Rios	3	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 4: Procedencia o residencia**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

### **Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría provienen de Pichincha, lo que indica que provienen de Quito ciudad metropolitana capital del Ecuador, considerando su cercanía que está aproximadamente a dos horas de viaje en transporte terrestre que hace que los visitantes se desplacen a Cotacachi en un día y regresen a su lugar de origen.

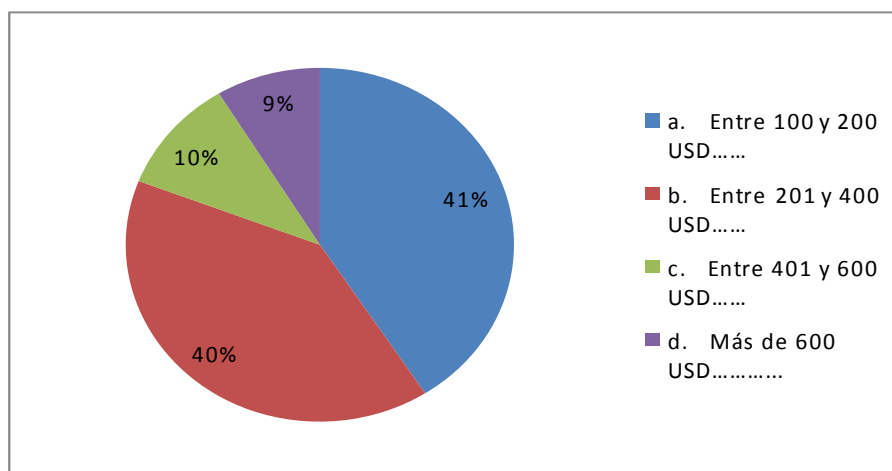
**¿El Gasto promedio anual aproximado en Turismo es?**

**Cuadro N° 6: Gasto promedio anual**

<b>GASTO PROMEDIO ANUAL</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a. Entre 100 y 200 USD.....	157	41%
b. Entre 201 y 400 USD.....	153	40%
c. Entre 401 y 600 USD.....	40	10%
d. Más de 600 USD.....	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 5: Gasto promedio anual**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría gastan en promedio en turismo entre 100 y 200 dólares, lo que indica que la mayoría de visitantes a Cotacachi corresponde a la clase media.

## ¿Cuáles son los principales motivos de viaje?

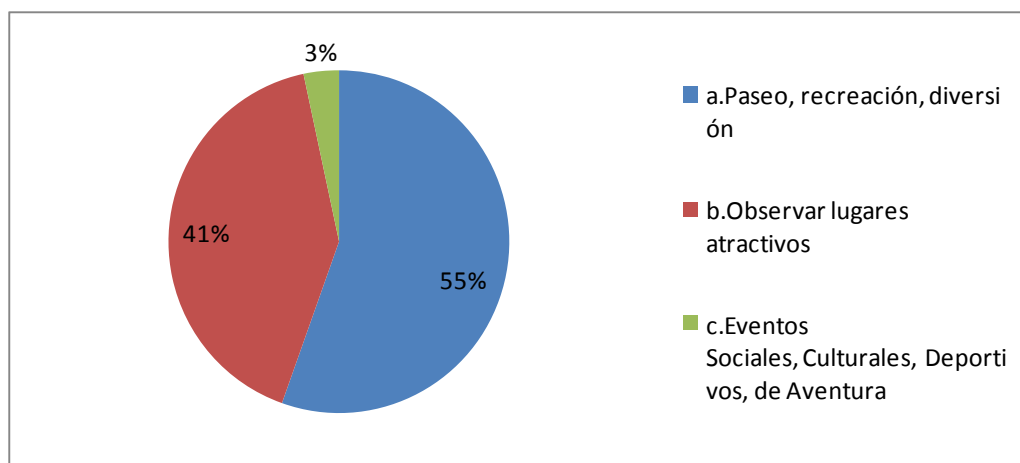
**Cuadro N° 7: Principales motivos de viaje**

MOTIVOS DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Paseo, recreación, diversión	213	56%
b. Observar lugares atractivos	157	41%
c. Eventos Sociales, Culturales, Deportivos, de Aventura	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.

Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 6: Principales motivos de viaje**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.

Elaborado por: El Autor.

### **Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría visitan Cotacachi principalmente motivados por viajes de paseo, recreación, diversión,

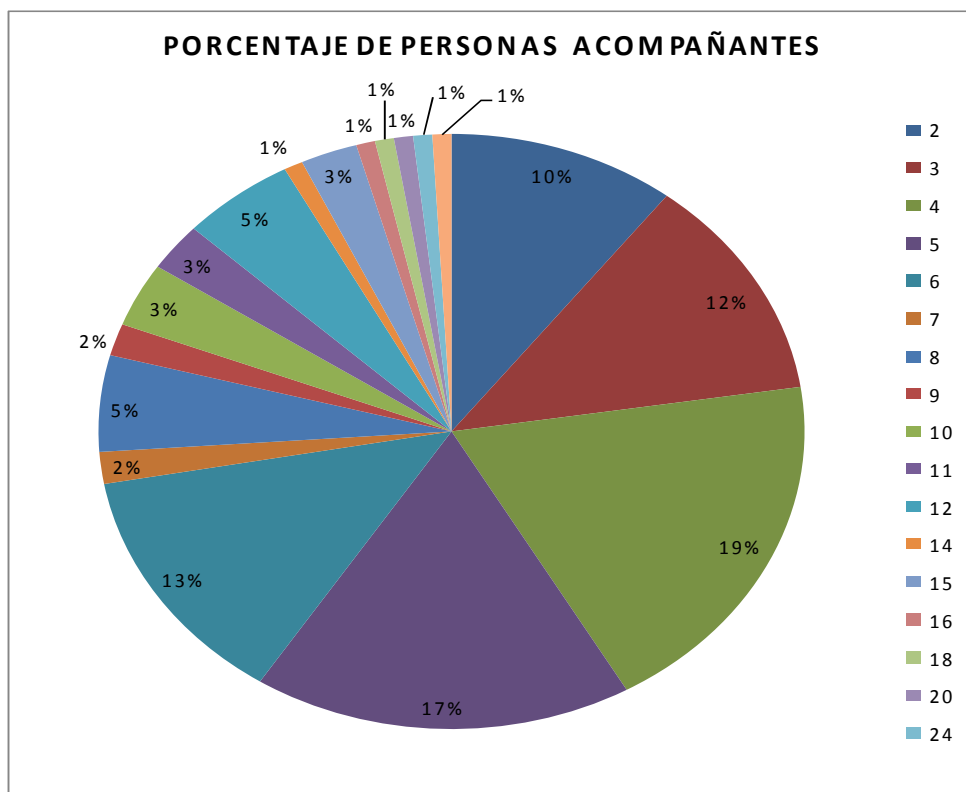
## ¿Con cuántas personas viajan?

**Cuadro N°8: Personas acompañantes**

<b>PERSONAS ACOMPAÑANTES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2	40	10%
3	47	12%
4	73	19%
5	67	17%
6	50	13%
7	7	2%
8	20	5%
9	7	2%
10	13	3%
11	10	3%
12	21	5%
14	3	1%
15	10	3%
16	3	1%
18	3	1%
20	3	1%
24	3	1%
37	3	1%

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 7: Personas acompañantes**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría viajan acompañadas de 4 personas, lo que indica que la mayoría visita Cotacachi en familia es decir padres, hijos, abuelos, etc.



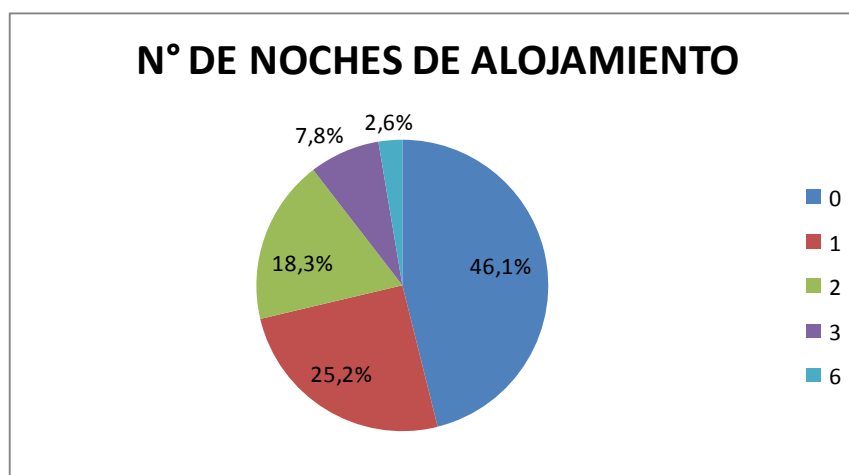
## ¿Cuántas noches permanece en los lugares a que viajan?

**Cuadro N° 9: Noches de alojamiento**

<b>N° DE NOCHES DE ALOJAMIENTO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0	177	46,1%
1	97	25,2%
2	70	18,3%
3	30	7,8%
6	10	2,6%
<b>12</b>	<b>383</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 8: Noches de alojamiento**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

### **ANALISIS:**

De las personas encuestadas no se alojan cuando viaja, lo que indica que la mayoría de visitantes a Cotacachi está de paso y que no se queda a pernoctar.

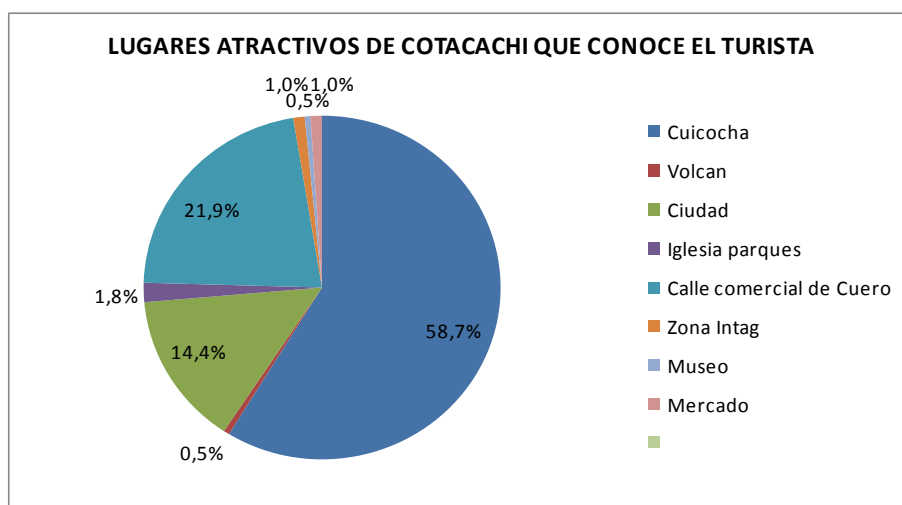
¿Cuáles son los lugares atractivos que conoce o ha visitado existentes en la ciudad de Cotacachi?

**Cuadro N° 10: Lugares atractivos de Cotacachi visitados**

LUGARES ATRACTIVOS DE COTACACHI	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuicocha	225	58,7%
Volcan	2	0,5%
Ciudad	55	14,4%
Iglesia parques	7	1,8%
Calle comercial de Cuero	84	21,9%
Zona Intag	4	1,0%
Museo	2	0,5%
Mercado	4	1,0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 9: Lugares atractivos de Cotacachi visitados**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría conoce o ha visitado Cuicocha.

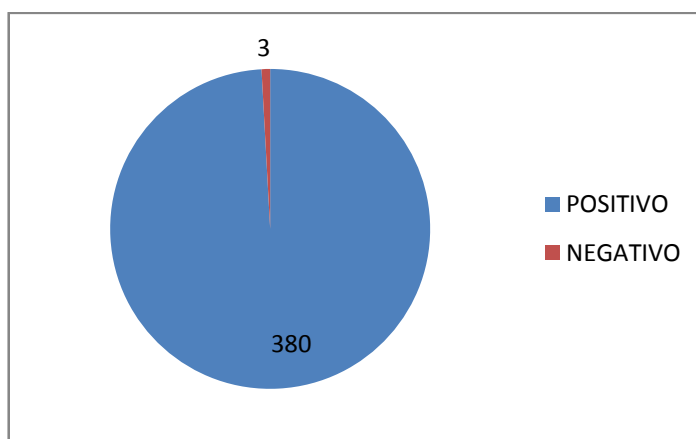
¿Qué opinión (positiva y negativa) tiene acerca de la ciudad de Cotacachi?

**Cuadro N°11: Opinión acerca de Cotacachi**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE
<b>POSITIVO</b>		380	99%
<b>NEGATIVO</b>		3	1%
		383	100%

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 10: Opinión acerca de Cotacachi**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría tienen una opinión positiva de Cotacachi, esto es importante para promocionarlo como un destino turístico.

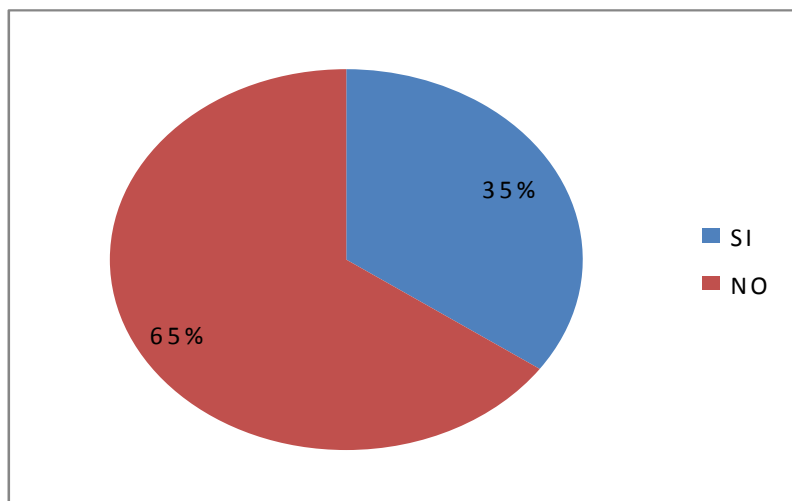
**¿Ha comprado algún servicio turístico, artesanía u otro producto en la ciudad de Cotacachi?**

**Cuadro N° 12: Compras en Cotacachi**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE
SI		133	35%
NO		250	65%
<b>TOTAL</b>		<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 11: Compras en Cotacachi**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas que visitan Cotacachila mayoría no realizan compras, lo que indica que debemos promocionar, comercializar y vender con descuentos los productos y artesanías de Cotacachi.

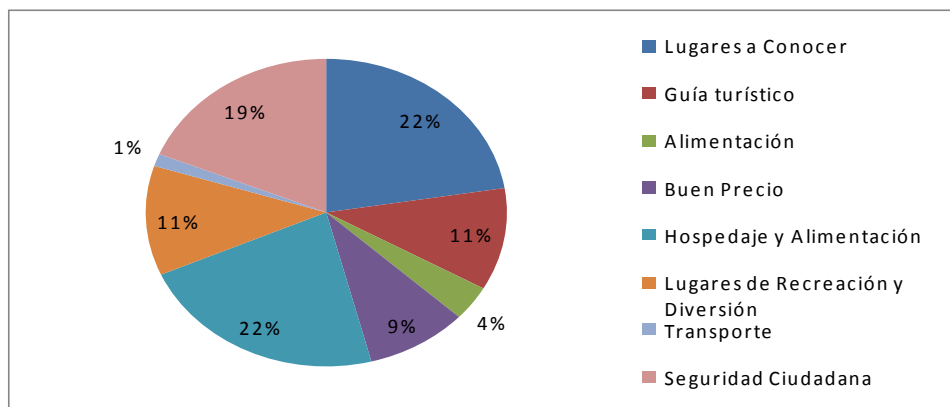
## ¿Qué es lo que debe tener un servicio turístico para que lo adquiera?

**Cuadro N° 13: Servicio turístico en Cotacachi**

QUE HACER PARA INCREMENTAR EL TURISMO EN COTACACHI	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lugares a Conocer	86	22%
Guía turístico	41	11%
Alimentación	14	4%
Buen Precio	35	9%
Hospedaje y Alimentación	86	22%
Lugares de Recreación y Diversión	44	11%
Transporte	5	1%
Seguridad Ciudadana	72	19%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 12: Servicio turístico en Cotacachi**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

### **Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría manifiestan que para adquirir un servicio turístico debe haber lugares a conocer, hospedaje y alimentación, lo que indica que se debe conseguir el involucramiento y cooperación de los prestadores de servicios turísticos como hoteles, hosterías, restaurantes que generen ofertas aprovechando el entorno natural.

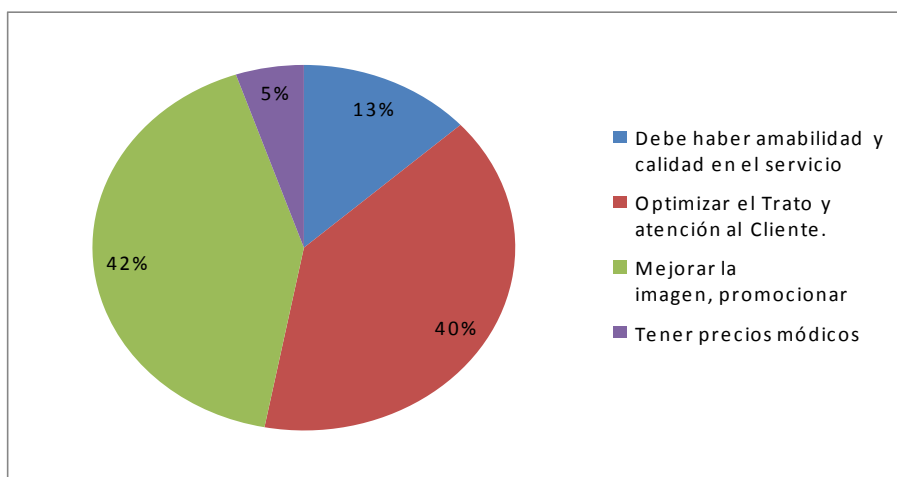
¿Qué cree que deberían hacer para incrementar el turismo en la ciudad de Cotacachi?

**Cuadro N° 14: Que hacer para incrementar el turismo en Cotacachi**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Debe haber amabilidad y calidad en el servicio	51	13%
Optimizar el Trato y atención al Cliente.	152	40%
Mejorar la imagen, promocionar	160	42%
Tener precios módicos	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 13: Que hacer para incrementar el turismo en Cotacachi**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría manifiestan que para incrementar el turismo en Cotacachi se debe mejorar la imagen, promocionar; lo que indica que se debe promover un mercadeo turístico, difundir una imagen y marca.

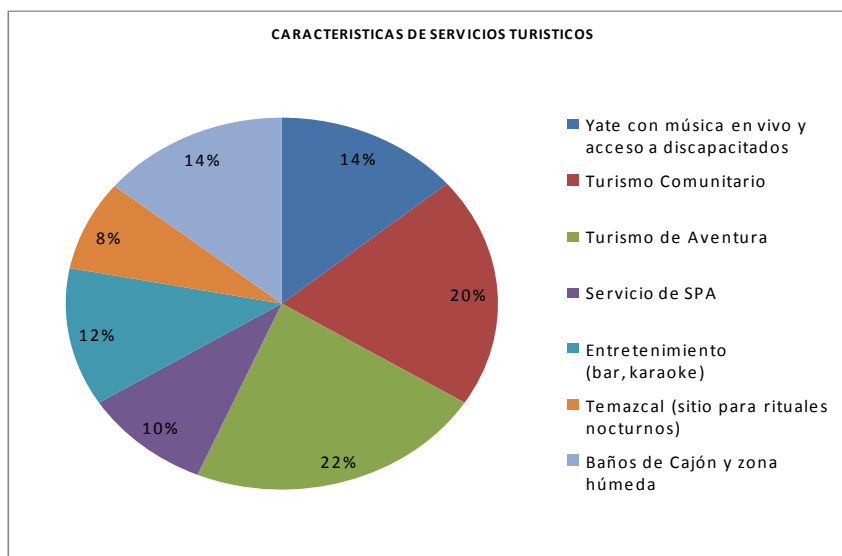
**Si tuviera que escoger 3 características de lo que debe tener un servicio turístico ¿Cuál escogería?**

**Cuadro N° 15: Características de Servicios Turístico**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Yate con música en vivo y acceso a discapacitados	53	14%
Turismo Comunitario	77	20%
Turismo de Aventura	86	22%
Servicio de SPA	37	10%
Entretención (bar, karaoke)	46	12%
Temazcal (sitio para rituales nocturnos)	30	8%
Baños de Cajón y zona húmeda	54	14%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 14: Características de Servicios Turístico**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría escogerían el turismo de aventura, lo que indica que los turistas están motivados por una modalidad

alternativa, turismo de reto, deportivo o de adrenalina.

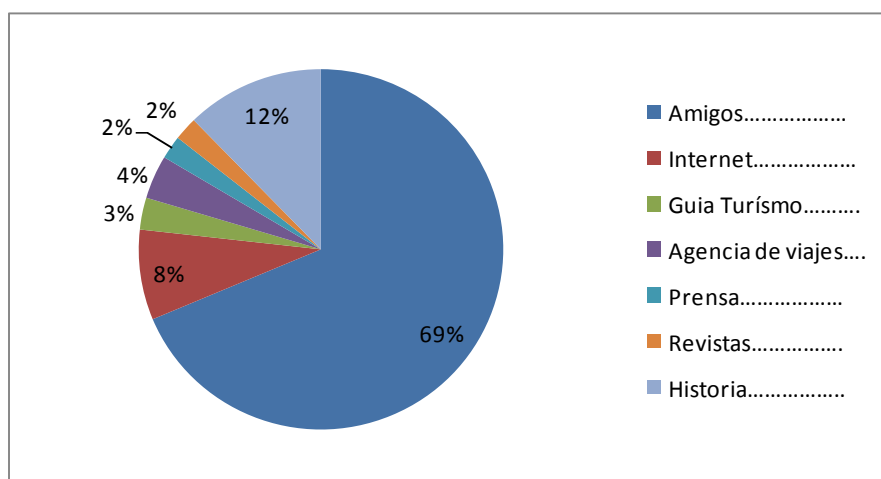
### ¿Qué medio le informó sobre Ciucocha?

**Cuadro N° 16: Medios de Información**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos.....	263	69%
Internet.....	31	8%
GuiaTurismo.....	11	3%
Agencia de viajes....	15	4%
Prensa.....	8	2%
Revistas.....	8	2%
Historia.....	47	12%
TOTAL	383	100%

Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

**Gráfico N° 15: Medios de Información**



Fuente: Turistas que visitan Cotacachi y la RECC.  
Elaborado por: El Autor.

### **Análisis:**

De las personas encuestadas la mayoría manifestó que el medio de información que le motivo a visitar Cuicocha es por sus amigos, Lo que indica que es necesario mejorar la promoción de los lugares turísticos por los medios de comunicación y la página Web.



## **CONCLUSIÓN**

Los turistas que visitan Cotacachison de diferentes partes del país y del extranjero, las personas son en su mayoría profesionales de edad promedio entre 31 a 40 años principalmente vienen de Quito que viajan acompañados de su familia cuyo motivo principal es por paseo, recreación, diversión, además desean observar atractivos turísticos naturales como Cuicocha cuyo medio de información es de sus amigos, o por historia pero pocas personas se quedan a pernoctary hace compras por lo que su gasto promedio en Cotacachi es bajo, por tal motivo para que Cotacachi sea un destino turístico se debe mejorar la imagen y promocionar dando a conocer más lugares turísticos, para lo cual se debe contar con un buen servicio de hospedaje y alimentación ofertando un turismo alternativo de aventura y comunitario, por lo tanto se hace necesario crear una estrategia de un nuevo modelo de Gestión en Turismo a través de la Empresa Pública de turismo.

## **1.6.5.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS**

### **1.6.5.2.1. ENTREVISTA DIRIGIDA A PRESTADOR DE SERVICIO TURÍSTICO EN COTACACHI HOSTAL BACHITA SEÑOR LUIS AYALA.**

#### **1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en el Cantón Cotacachi?**

Aún bajo por la potencialidad que tiene el Cantón, el trabajo en el sector turístico por parte del Gobierno Municipal de Cotacachi debe ser mucho más fuerte y con mayor presencia.

#### **2. De acuerdo con su experiencia ¿Cuál ha sido la evolución del turismo en Cotacachi en estos últimos años?**

Importante la extensión del turismo a la zona rural en estos últimos años, haciendo falta la conexión entre lo urbano y lo rural.

#### **3. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en torno al turismo de Cotacachi?**

El entorno natural, culturas vivas, biodiversidad, distintos sitios ecológicos, su gente, producción agropecuaria, infraestructura hotelera existente.

#### **4. ¿Cuáles son las dificultades que existen para mejorar el turismo de Cotacachi?**

La calidad de los servicios públicos en el sector rural, como son el estado de las vías, inseguridad, la falta de atención Municipal en el tema de promoción turística.

**5. ¿Cuáles son las oportunidades del entorno al turismo en Cotacachihoy?**

La variedad de servicios turísticos, la conexión internacional, la promoción de los clientes, la creación de la empresa pública de turismo, inversión turística.

**6. ¿Cuáles son las amenazas del entorno que afectan al turismo en Cotacachi hoy?**

La calidad de la energía eléctrica, la inestabilidad política, inseguridad, la competencia de países que le apuestan al turismo con mayores presupuestos, el tema ambiental en general.

**7. ¿Qué es lo peor de Cotacachi como destino turístico?**

La gestión ambiental, la capacitación de la gente en general en atención al cliente.

**8. ¿Qué es lo mejor de Cotacachi como destino turístico?**

Los distintos sitios ecológicos, y su entorno natural, los precios son cómodos, su gente.

**9. ¿Qué es lo que le falta a Cotacachi en turismo?**

Promoción turística, la gestión de créditos a bajos intereses para el sector turístico, gestión para que se mejore la infraestructura vial rural.

**10. ¿Qué opina de la oferta turística de Cotacachi, tanto en términos de cantidad como de calidad, precios y promoción, sus puntos fuertes y débiles?**

Una débil promoción, precios competitivos, mejorar la calidad, aumentar la cantidad y variedad de oferta turística.

## **CONCLUSIÓN**

El Gobierno Municipal de Cotacachi debe tener mayor presencia y presupuesto por lo que es necesario la creación de la empresa pública de turismo, para que exista inversión en el sector turístico conectándose entre lo urbano y lo rural aprovechando el entorno natural, culturas vivas, biodiversidad, distintos sitios ecológicos, su gente, producción agropecuaria, se gestione mejorar la infraestructura hotelera existente, además se debe mejorar la calidad de los servicios públicos en el sector rural, como son el estado de las vías, inseguridad, la calidad de la energía eléctrica y una mayor gestión ambiental, la capacitación de la gente en general en atención al cliente, promoción turística, la gestión de créditos a bajos intereses para el sector turístico.

### **1.6.5.2.2. ENTREVISTA DIRIGIDA A PRESTADOR DE SERVICIO TURÍSTICO EN COTACACHI HOTEL EL ARBOLITO SEÑOR ROMÁN GALINDO**

#### **1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en el Cantón Cotacachi?**

El turismo en Cotacachi está bajando porque los artículos de cuero son muy caros. Cotacachi no tiene más alternativas que ofrecer a los turistas.

#### **2. De acuerdo con su experiencia ¿Cuál ha sido la evolución del turismo en Cotacachi en estos últimos años?**

No hay evolución del turismo, porque Cotacachi no ha explotado sus riquezas turísticas desde hace mucho tiempo.

#### **3. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en torno al turismo de Cotacachi?**

La calidad de los artículos de cuero, la laguna de Cuicocha, la gastronomía. la falta de organización de los prestadores turísticos.

**4. ¿Cuáles son las dificultades que existen para mejorar el turismo de Cotacachi?**

Los altos costos de los artículos de cuero, la falta de organización de los prestadores turísticos, la falta de inversión.

**5. ¿Cuáles son las oportunidades del entorno al turismo en Cotacachi hoy?**

Explotar nuestras riquezas naturales, dar a conocer. Costumbres y tradiciones.

**6. ¿Cuáles son las amenazas del entorno que afectan al turismo en Cotacachi hoy?**

Las pandillas de Imantag que afecta a nuestro Cantón dándole mala imagen, la delincuencia.

**7. ¿Qué es lo peor de Cotacachi como destino turístico?**

Que los turistas no saben que ofrece Cotacachi.

**8. ¿Qué es lo mejor de Cotacachi como destino turístico?**

La laguna de Cuicocha.

**9. ¿Qué es lo que le falta a Cotacachi en turismo?**

Que la gente le ponga más entusiasmo y amor en su trabajo.

**10. ¿Qué opina de la oferta turística de Cotacachi, tanto en términos de cantidad como de calidad, precios y promoción, sus puntos fuertes y débiles?**

La oferta es buena y se puede seguir mejorando.

## **CONCLUSIÓN**

No hay evolución del turismo, porque Cotacachi no ha explotado sus riquezas naturales, no da a conocer sus costumbres y tradiciones, los altos costos de los artículos de cuero, la falta de organización de los prestadores turísticos, la falta de inversión, las pandillas de Imantag, por lo que es necesario que la gente le ponga más entusiasmo y amor en su trabajo en el sector turístico.

### **1.6.5.2.3. ENTREVISTA DIRIGIDA A PRESTADOR DE SERVICIO TURÍSTICO EN COTACACHIPARADOR TURÍSTICO EN CUICOCHA ERNESTO SEVILLANO.**

**1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en el Cantón Cotacachi?**

El sector turístico ha venido reclamando que exista un apoyo, como también una coordinación, para trabajar de una manera mancomunada.

**2. De acuerdo con su experiencia ¿Cuál ha sido la evolución del turismo en Cotacachi en estos últimos años?**

El aumento turístico en lo que corresponde a turistas extranjeros ha sido baja debido a la crisis mundial, a frecuentado más el turista nacional

**3. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en torno al turismo de Cotacachi?**

Las atracciones de lugares turísticos naturales, su cultura ancestral, andina y la tranquilidad de nuestra tierra Cotacachi.

**4. ¿Cuáles son las dificultades que existen para mejorar el turismo de Cotacachi?**

Que exista voluntad política con la finalidad de coordinar con todos los cotacacheños sin mirar colores, ni partidos políticos.

**5. ¿Cuáles son las oportunidades del entorno al turismo en Cotacachi hoy?**

Las oportunidades que tenemos es que las instancias públicas tengan el deseo de que Cotacachi sea el referente turístico con el sentido de impulsar el mismo

**6. ¿Cuáles son las amenazas del entorno que afectan al turismo en Cotacachi hoy?**

La falta de fuentes de trabajo, la inseguridad turística y ciudadana

**7. ¿Qué es lo peor de Cotacachi como destino turístico?**

No hay nada de malo cuando quieres tu tierra

**8. ¿Qué es lo mejor de Cotacachi como destino turístico?**

La laguna de Cuicocha, la cultura, las comunidades de nuestro Cantón

**9. ¿Qué es lo que le falta a Cotacachi en turismo?**

Falta preocupación por el desarrollo.

**10. ¿Qué opina de la oferta turística de Cotacachi, tanto en términos de cantidad como de calidad, precios y promoción, sus puntos fuertes y débiles?**

Se debe hacer encuestas a los turistas que vienen a Cotacachi.

## **CONCLUSIÓN**

El sector turístico ha venido reclamando que exista un apoyo, como también una coordinación, para trabajar de una manera mancomunada.

El aumento turístico en lo que corresponde a turistas extranjeros ha sido baja debido a la crisis mundial, ha frecuentado más el turista nacional, las atracciones de lugares turísticas naturales, su cultura ancestral, andina y la tranquilidad de nuestra tierra Cotacachi, debe existir voluntad política con la finalidad de coordinar con todos los Cotacacheños sin mirar colores, ni partidos políticos para aprovechar las oportunidades que tenemos es que las instancias públicas tengan el deseo de que Cotacachi sea el referente turístico con el sentido de impulsar el mismo

### **1.6.6 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA**

Una vez realizado la observación directa se ha obtenido los siguientes resultados:

Se ha observado que Cotacachi posee una importante diversidad étnica y cultural, diversidad paisajística y pisos ecológicos, además en la zona de Intag existe sitios arqueológicos que deben ser explotados turísticamente.

Se ha podido identificar que se cuenta con disponibilidad de servicios turísticos con amplia capacidad instalada en el que existe guías capacitados en el turismo comunitario que está en auge en el mundo y su



interés por la naturaleza, sin embargo existe escasa señalización orientativa y turística.

La poca infraestructura que posee el Municipio de Cotacachi como las piscinas de Yanayacu se encuentran deterioradas por lo que se hace necesaria una inversión para restaurarle.

Las vías de comunicación hacia la zona rural y de Intagincluido los senderos están en mal estado.

En la zona de Intag se pudo observar un mal manejo de los desechos sólidos, una tala de bosques sin un control por parte de las autoridades competentes, lo que ha provocado una pérdida de su biodiversidad.

## 1.7. MATRIZ FODA

### 1.7.1. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ FODA

#### CUADRO N°17: LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SECTOR TURÍSTICO - FODA

<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atractivos en recursos paisajísticos, naturales y biodiversidad.</li><li>• Diversidad Étnica y cultural.</li><li>• Diversidad paisajística y pisos ecológicos.</li><li>• La Reserva Ecológica “Cotacachi-Cayapas”</li><li>• Presencia de sitios arqueológicos.</li><li>• Disponibilidad de servicios turísticos y amplia capacidad instalada.</li><li>• Guías locales capacitados.</li><li>• Imagen fortalecida en el tema del turismo comunitario.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Imagen posicionada de Cotacachi como destino de compras en artesanías de cuero.</li><li>• El turismo comunitario está en auge en el mundo y su interés por la naturaleza.</li><li>• Demanda de turistas nacionales e internacionales.</li><li>• Incremento de la demanda turística.</li><li>• Accesibilidad y conectividad a los atractivos turísticos.</li><li>• Crecimiento del ecoturismo, turismo de naturaleza y aventuras.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El Municipio no cuenta con un organismo público empresarial dedicado exclusivamente a trabajar en el tema turístico.</li><li>• La poca Infraestructura Municipal relacionada con el turismo está deteriorada.</li><li>• Escasa señalización orientativa y turística.</li><li>• Escasa promoción, venta y mercadeo del cantón como destino turístico nacional e internacional</li><li>• No se ha generado nuevos productos y paquetes turísticos para los visitantes.</li><li>• Senderos en mal estado, poco seguros para los turistas.</li><li>• falta de organización de los prestadores turísticos</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis Mundial afecta los flujos turísticos.</li><li>• Cambio Climático.</li><li>• Manejo inapropiado de los desechos sólidos en la zona rural, especialmente en Intag.</li><li>• Precios altos en artículos del cuero amenazan con la pérdida de clientes y visitantes.</li><li>• Pandillas de Imantag afecta la seguridad ciudadana.</li><li>• Tala de bosques descontrolada.</li><li>• Pérdida de biodiversidad.</li><li>• Pérdida de identidad cultural.</li><li>• Vías de comunicación a la zona Rural y de Intag en mal estado.</li></ul>

Elaborado por: El Autor.

## 1.8. ESTRATEGIAS FO FA DO DA

### ESTRATEGIAS

**LA ESTRATEGIA DA.** Persigue la reducción al mínimo tanto de debilidades como de amenazas y puede llamarse estrategia Mini-Mini. Puede implicar para la empresa la formación de una sociedad en participación, el atrincheramiento.

Crear un Ente Empresarial Público que permita un manejo administrativo eficiente y que controle los atractivos paisajísticos y naturales que asegure la coordinación entre todas las cadenas de producción, promoción y comercialización del producto turístico y enfrentar a la competencia.

**LA ESTRATEGIA DO.** Pretende la reducción al mínimo de las debilidades a fin de aprovechar oportunidades. De este modo una Empresa con ciertas debilidades en algunas áreas puede desarrollar o bien adquirir las aptitudes necesarias, a fin de aprovechar las oportunidades que las condiciones externas le ofrecen.

Administración deficiente y falta de programas de vinculación con diversas instituciones para dar apoyo a emprendimientos turísticos.

Buscar planes de financiamiento para la implementación del turismo comunitario, turismo de aventura articulado al ecoturismo y a la naturaleza.

**LA ESTRATEGIA FA.** Se basa en las fortalezas de la Organización para enfrentar amenazas en su entorno. El propósito es optimizar las fortalezas y reducir al mínimo las Amenazas. Así, una organización puede servirse de sus virtudes tecnológicas, financieras, administrativas o de comercialización para vencer las amenazas de la introducción de un nuevo

producto por parte de un competidor.

Organización Empresarial Pública preocupada por la introducción de nuevos productos turísticos que presenten condiciones de alta competitividad.

**LA ESTRATEGIA FO.** Es la situación más deseable, potencialmente la estrategia más exitosa, que se sirve de las fortalezas de la organización para aprovechar las oportunidades. Se debe proponer pasar de las demás ubicaciones de la matriz a ésta. Si resienten debilidades, se empeñarán en vencerlas para convertirlas en fortalezas. Si enfrentan amenazas, las sortearán para concentrarse en las oportunidades.

Cotacachi cuenta con un Ente Empresarial Público con conocimiento administrativo eficiente y apoyos gubernamentales y no gubernamentales que inserte y financie emprendimientos turísticos.

Gran cantidad de atractivos turísticos articulados a las cadenas de valor para ofertar productos turísticos de calidad.

## **1.9. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

Luego de hacer un análisis de los datos obtenidos en la investigación, el problema diagnóstico queda identificado así:

Al cantón Cotacachi visitan turistas de diferentes partes del país y del extranjero principalmente de la ciudad de Quito que desean observar atractivos turísticos naturales como la laguna de Cuicocha, sin embargo pocas personas se quedan a pernoctar y hacen compras en el Cantón por lo que su gasto promedio es bajo.

Para que Cotacachi sea un destino turístico se debe mejorar la imagen y promocionar dando a conocer más lugares turísticos. Se debe contar con un buen servicio de hospedaje y alimentación y ofertar un turismo alternativo de aventura y comunitario.

No hay evolución del turismo, porque Cotacachi no ha explotado sus riquezas naturales, no da a conocer sus costumbres y tradiciones, los precios altos de los artículos de cuero, la falta de organización de los prestadores turísticos, y la falta de inversión.

La potencialidad turística que tiene el Cantón es aún baja, el trabajo en el sector turístico por parte del Gobierno Municipal de Cotacachi debe ser mucho más fuerte y con mayor presencia.

El Gobierno Municipal de Cotacachi debe tener mayor presupuesto de inversión para potencializar el sector turístico, aprovechando sus riquezas naturales, sus culturas vivas, biodiversidad, distintos sitios ecológicos, su gente, producción agropecuaria.

Por lo tanto, como alternativa para dar solución a la problemática anteriormente expuesta se hace necesario ejecutar el proyecto planteado, denominado “Estudio de factibilidad para crear la Empresa Pública de Turismo en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura que dirija, administre y controle los servicios y atractivos turísticos que posee el Municipio de Cotacachi.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Las bases teóricas y científicas es la información sobre el objeto que se está estudiando e investigando dentro de un conjunto de conocimientos que pueden venir como teoría básica conceptos, principios, leyes, enfoques, modelos.

#### 2.1. DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

##### 2.1.1. DEFINICIÓN DE EMPRESA

PAEZ Roberto N. (2008) dice en su obra sobre la Mentalidad Empresarial: *“Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”*. Pág.3

La Empresa es una entidad compuesta por un capital, grupo de personas capacitadas que se dedican a realizar actividades de producir, comercializar y a la prestación de bienes y/o servicios a la colectividad en general, esto con la finalidad de obtener beneficios económicos o sociales.

##### 2.1.1.1 DEFINICIONES DE EMPRESAS PÚBLICAS.

Las Empresas Públicas Según el art. 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas “Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de Derecho Público, con autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión”.

Las Empresas Subsidiarias son empresas mercantiles de economía mixta

Creadas por la Empresa Pública, en las que el Estado o sus instituciones tengan la mayoría accionaria.

Las empresas filiales son sucursales de la empresa pública matriz que estarán administradas por un gerente, creadas para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada o desconcentrada.

Las Agencias y Unidades de Negocio son áreas administrativo-operativas de las Empresa Pública, dirigidas por un administrador con poder especial para el cumplimiento de las atribuciones que le sean conferidas por el representante legal de la referida empresa, que no gozan de personería jurídica propia y que se establecen para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada o desconcentrada.

## **2.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

Las empresas se clasifican de la siguiente manera:

### **2.1.2.1 SEGÚN LA ACTIVIDAD**

- a. Comerciales.-** Es especializada en revender el producto sin haberlo transformado.
- b. Servicios.-** Utiliza una habilidad personal, principalmente de carácter intangible (atención, información, despacho), en muchos casos con apoyo de algún equipo.
- c. Producción.-** Las actividades están ubicadas en el campo agrícola, pecuario y acuícola; es decir en donde se explota la tierra, la crianza de ganado, peces y/o vegetales en piscinas respectivamente.
- d. Artesanal.-** Se utilizan fundamentalmente la habilidad manual, apoyada de alguna maquinaria o equipo cuyo resultado es un objeto tangible.



- e. **Extracción.-** Se dedica a la explotación de recursos naturales, en los que no interviene la mano del hombre (minas, pesca, explotación de bosques).
- f. **Fabricación.-** Se transforma la materia prima en un producto terminado para la venta, la fabricación sea artesanal o industrial, se manipulan maquinarias y equipo que vayan de acuerdo al tipo de actividad.

#### **2.1.2.2. SEGÚN SU CAPITAL**

- a. **Público.-** Su capital procede del Estado y no existe utilidades sino excedentes que deben ser reinvertidos.
- b. **Privado.-** Participan con su capital las organizaciones no gubernamentales o entes particulares.
- c. **Economía Mixta.-** el capital procede una parte del estado y otra de particulares.

#### **2.1.2.3 SEGÚN SU ESCALA**

- a. **La microempresa.-** Es la pequeña de la escala empresarial, que no sobrepasa de los USD 20.000 y no más de 10 trabajadores.
- b. **Artesanía.-** Es la que posee un capital máximo de USD 62500 y no más de 20 trabajadores incluyendo trabajadores y operarios.
- c. **Pequeña Industria.-** Es aquella que tiene un capital de USD 350.000 excluido terreno y edificio.
- d. **Unipersonales.-** Poseen un capital de diez salarios básicos unificados esto es USD 2.400, rige desde enero del 2010.
- e. **Compañía de responsabilidad limitada.-** Su capital mínimo es de USD 5.000, rige desde el 1 de noviembre del 2006.
- f. **Compañía Anónima y de Economía Mixta.-** Su capital es de USD 10.000, rige desde el 1 de noviembre del 2006.
- g. **Compañía Extranjera.-** su capital mínimo es de USD 30.000, rige desde el 1 de noviembre del 2006.

## **2.1.2.4 SEGÚN EL MARCO JURÍDICO**

### **2.1.2.4.1 EMPRESA PRIVADA.-**

Según la ley de Compañías se puede constituir las siguientes:

**a. Empresas Mercantiles.-** Se constituyen para realizar actos de comercio y que para realizar actos de comercio y que previamente deben cumplir con requisitos que contemplan en el Código de Comercio y la Ley de Compañías, como son: escritura pública de constitución de la compañía, aprobación en la Superintendencia de Compañía, depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria, inscripción en el Registro Mercantil, afiliación a una de la Cámaras; obtener el RUC y Patente Municipal.

**b. Empresas Civiles.-** requieren de un acto civil, en el que intervienen una o más personas ante el Juez de lo Civil o un Notario Público, para realizar cualquier acto de comercio que no esté prohibido por la Ley.

**c. Empresas Unipersonales de responsabilidad Limitada.-** Son personas jurídicas, conformadas por una persona natural, que no está prohibida por Ley para ejercer actos de comercio y que aporta con un capital de 10 salarios básicos unificados (USD 2.000, desde enero del 2008).No puede realizar actividades bancarias, de seguros, captación de dineros, actividades a que se refieren las Leyes de Mercado de Valores o Instituciones Financieras.

**d. Empresas de Hecho.-** Se constituyen sin necesidad de cumplir ninguna solemnidad para su constitución y realizan actividades de comercio permitidas por la Ley.

#### 2.1.2.4.2 EMPRESAS PÚBLICAS

Según el artículo 315 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que “El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

Según el artículo 1, numeral segundo de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, publicada en el Registro Oficial, suplemento No. 48 del 16 de octubre del 2009, expresamente señala: **ÁMBITO.-** Las disposiciones de la presente Ley regulan la constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión y liquidación de las empresas públicas que no pertenezcan al sector financiero y que actúen en el ámbito internacional, nacional, regional, provincial o local; y, establecen los mecanismos de control económico, administrativo, financiero y de gestión que se ejercerán sobre ellas, de acuerdo a lo dispuesto por la Constitución de la República.

Según el artículo 2, numeral cuarto de la **LOEP establece:OBJETIVOS.-**

“Fomentar el desarrollo integral, sustentable, descentralizado y desconcentrado del Estado, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades básicas de sus habitantes, a la utilización racional de los recursos naturales, a la reactivación y desarrollo del aparato productivo y a la prestación eficiente de servicios públicos con equidad social. Las empresas públicas considerarán en sus costos y procesos productivos variables socio-ambientales y de actualización tecnológica;...”

En el mismo texto legal según el artículo 5, numeral segundo, expresamente señala: ...” La creación de empresas públicas se hará:

- a) Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;
- b) Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
- c) Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso.

Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional, nacional, e internacional.

La denominación de las empresas deberá contener la indicación de “EMPRESA PÚBLICA” o la sigla “EP”.

El domicilio principal de la empresa estará en el lugar en que se determine mediante acto de creación y se podrá establecerse agencias o unidades de negocios.

## **2.2.ELEMENTOS DE LA EMPRESA**

Los elementos de la empresa son también recursos, estos son fundamentales para llegar a los objetivos establecidos; ya que deben contribuir para el adecuado funcionamiento de la organización, estos se clasifican en:

- a. **Recursos Materiales.-** Son todos los bienes tangibles de la empresa (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, herramientas, etc.)

- b. **Recursos Técnicos.-** Son los instrumentos que sirven en la coordinación de los otros recursos (sistemas de producción, sistemas en ventas, sistemas en finanzas, etc.)
- c. **Recursos Humanos.-** Este recurso es el más importante para cualquier organización, ya que ellos dependen el buen funcionamiento de los demás recursos y tienen la característica que pueden ser creativos, aportar ideas para mejorar el desarrollo de la empresa.
- d. **Recursos Financieros.-** Son los elementos monetarios con que cuenta la empresa ya sean estos propios (dinero en efectivo, aportaciones de los inversionista, las utilidades y/o excedentes) o ajenos como (préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios, créditos privados, etc.)

Todos los recursos son importantes dentro de la empresa ya que deben ser manejados adecuadamente para lograr los objetivos propuestos desde el inicio de la misma, esto trae como consecuencia una mejor productividad y éxito.

## **2.3.COMPONENTE HUMANO**

### **2.3.1. EMPRESA PRIVADA.-**

Personas encargadas de cumplir los objetivos en el sector privado son:

- a) Propietarios:**Aportan el dinero y tienen intereses particulares
- b) Empresario:**Es el que tiene la idea, la iniciativa.
- c) Directivos:**Toman las decisiones y dirigen a los operarios o trabajadores
- d) Operarios:**No tienen responsabilidades, realizan su trabajo, pero las decisiones las toman los directivos.

### 2.3.2. EMPRESA PÚBLICA.-

En el artículo 6, de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, establece que: Son órganos de dirección y administración de las empresas públicas:

**a) Nivel Directivo.-**El nivel directivo estará conformado por un Directorio que será el órgano máximo de dirección de la empresa y estará conformado por 5 miembros.

**b) Nivel Ejecutivo.-**Un/a Gerente/a General que será el/la administrador/a y representante legal, judicial y extrajudicial de la empresa.

**c) Servidores Públicos de Libre Designación y Remoción.-** Aquellos que ejercen funciones de dirección, representación, asesoría y en general funciones de confianza.

**d) Servidores Públicos de Carrera.-** Personal que ejerce funciones administrativas, profesionales, de jefatura, técnicas en sus distintas especialidades y operativas, que no son de libre designación y remoción que integran los niveles estructurales de cada empresa pública.

**e) Obreros.-** Aquellos definidos como tales por la autoridad competente, aplicando parámetros objetivos y de clasificación técnica, que incluirá dentro de este personal a los cargos de trabajadoras y trabajadores que de manera directa formen parte de los procesos operativos, productivos y de especialización industrial de cada empresa pública.

### 2.4 ASPECTOS CONCEPTUALES DEL MERCADO

Estudio de Mercado, según lo manifestado por KOTLER, Philip. (2008).  
*“Es la información que se usa para identificar oportunidades y problemas*

*de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico*". Pág. 127.

El estudio de mercado se refiere al análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista entre otras, esta información tiene que ver con las preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda oferta, etc. El estudio de mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

#### **2.4.1 Demanda**

Según BACA, Gabriel. (2006) en su libro Evaluación de Proyectos. Pág. 17. *"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado"*.

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. La demanda puede ser considerada en relación a su probabilidad y al tipo de consumidores. En relación al tiempo a la demanda puede ser histórica, actual o futura.

#### **2.4.2 Oferta**

En la obra de JACOME, Walter. (2005) en su obra. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Pag.101. Manifiesta *"que la oferta constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y este constituye competencia para el proyecto"*.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a

la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que el de la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

### **2.4.3 Demanda Potencial Insatisfecha**

Según lo que expresa BACA, Gabriel. (2006). En su obra Evaluación de Proyectos. Pág. 51. *“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”*.

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir, por tanto ningún producto actual puede satisfacer si las condiciones de mercado son las mismas. Cuando existe una demanda insatisfecha en cualquier producto o servicio es oportunidad de iniciar un negocio.

### **2.4.4. Producto.**

*“Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor”*. Según lo manifiesta SANTESMASES, Miguel. (2001). Marketing Conceptos y Estrategias. Pág. 94.

El autor nos hace ver que un producto no solo nos permite observar algo tangible sino va más allá, lo que buscamos es que o quienes nos puedan proporcionar un servicio que satisfaga nuestras necesidades.

### **2.4.5. Mercado**



*“Es el conjunto de compradores y potenciales de un producto o servicio”.* Así lo afirma KOTLER, Philip. (2008) en su obra Principios de Marketing. Pág.9.

Es el lugar donde se encuentran vendedores y compradores de productos los cuales tienen un valor para la transacción económica, el mercado está manejado por la oferta y la demanda para la determinación del valor económico de las mercancías, cuando existe mucha oferta de productos y poca demanda del mismo el precio baja y cuando existe poca oferta de productos y mayor demanda de consumidores el precio alza.

La concepción de mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos de alza y baja que se manifiestan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado local.

#### **2.4.6. Precio**

*“El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.* Manifiesta ARBOLEDA, Germán. (2001). Formulación Evaluación y Control de Proyectos. Pág.55

El precio de un producto o servicio está relacionado directamente con las ventas, ya que el valor monetario expresado en dinero, es el precio de cualquier producto o servicio.

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

### **2.4.7. Promoción**

De acuerdo a lo que indica STATON, William. (2002). Fundamentos de Marketing. Pág. 482. *“La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”.*

Con el fin de dar a conocer o la de ofrecer el producto o servicio es un segmento del mercado en el cual queremos posicionarnos. Esta actividad permite que los clientes consumidores conozcan y demanden nuestros productos o servicios, generando un impacto directo sobre nuestras ventas.

## **2.5 ASPECTOS CONCEPTUALES DE TURISMO**

### **2.5.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE TURISMO**

**Turismo.-** El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, en lo fundamental por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro.

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”

Krapf y Hunzinker

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante

sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”

OMT

Turismo artesanal (vinculado con el transporte)

Turismo como fenómeno de masas (visita a un lugar distinto a su residencia habitual)

**Turista.**- Es toda persona que viaja por una duración de 24 horas o más, a un lugar distinto al de su residencia habitual y gasta en el lugar que visita, el dinero ganado donde reside.

**Turismo receptivo (turismo de entrada).**- Forma de turismo constituido por personas que vienen del extranjero a nuestro país

**Turismo egresivo (turismo de salida).**- Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

**Turismo Interno.**-Forma de turismo constituido por personas que visitan su propio país, desplazándose de una ciudad a otra.

**Turismo Recreativo.**- El turismo recreativo no es otra cosa que el turismo convencional, es decir, los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de orden médico, de recreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios, en fin, vacacionar.

**Producto Turístico.**- El producto turístico está conformado por el atractivo, infraestructura y planta turística.

**Atractivo Turístico.-** Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico que tiene una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los turistas

**Planta Turística.-** Está conformada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido (transporte, alojamiento, recreación y servicio de apoyo)

**Infraestructura (Accesibilidad).-** La infraestructura consta de los sistemas de abastecimiento de agua, eliminación de aguas negras, tuberías de gas, sistemas eléctricos y de comunicaciones, sistemas de alcantarillado y otras instalaciones construidas como autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, calzadas, estacionamientos para uso turístico.

**Circuito Turístico.-** Es el recorrido que se efectúa uniendo diversos puntos de interés turístico, pueden ser locales, regionales y nacionales. Estos circuitos son importantes para desarrollar la actividad turística en localidades que tienen atractivos y que han tenido poca afluencia de visitantes, de tal manera que, vinculándolos a un circuito de mayor movimiento, se pueda lograr que tengan un mayor número de turistas.**Demanda turística.-** Está conformado por los diferentes intereses (cultural y natural) que motivan los viajes de los turistas a una localidad.

**Oferta turística.-** Está conformado por los diferentes atractivos que atraen al turista así como las posibilidades de acceso a este destino y los servicios turísticos que se ofrecen tales como: hoteles, restaurantes, centros de recreación, etc.

**Recurso turístico.-** Es todo elemento capaz de motivar corrientes

turísticas actuales o potenciales

**Recursos culturales.**-Se refiere al testimonio cultural, desde la época pre-inca hasta el presente.Se considera también las obras técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.

**Recursos naturales.**-Son aquellos elementos o factores que ofrece la naturaleza y que pueden ser aprovechados con fines de turismo mediante actividades de recreación, esparcimiento o deporte.

## **2.6 ASPECTOS TÉCNICOS**

### **2.6.1 Localización Óptima del Proyecto**

*“La localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”.*

Manifiesta BACA, Gabriel. (2006). Evaluación de Proyectos. Pág. 107.

### **2.6.2 Macro localización del Proyecto**

JÁCOME, Walter. (2005). En su obra Evaluación de Proyectos Productivos. Pág.133.Considera que *“la macro localización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”.*

### **2.6.3 Micro localización del Proyecto**

JÁCOME, Walter. (2006). Evaluación de Proyectos Productivos, manifiesta: *“Micro localización de un proyecto consiste el determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto tomando en cuenta factores determinantes como son:*

*transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima disponibilidad de servicios entre las más importantes". Pág.86.*

#### **2.6.4 Presupuesto Técnico**

MIRANDA, Juan. (2006). Gestión de Proyectos, manifiesta:

*"Es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica. Con el presupuesto técnico se puede determinar inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos gastos pre operacionales etc."Pág. 86.*

### **2.7 ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS**

#### **2.7.1 Balance General**

De acuerdo a lo que nos indica VÁSCONEZ, José. (2001). Pág. 169. *"Es aquel que representa la situación financiera de la empresa en un momento determinado".*

#### **2.7.2 Balance de Resultados**

*"El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante el período determinado" Según lo expresado por ZAPATA, Pedro. (2002). Contabilidad General. Pág.71.*

Contrastando las definiciones de estos autores podemos decir que el estado de resultados es una estructura financiera donde se resume ingresos, egresos como también se determina la utilidad o pérdida en un período económico dado. El balance de resultados muestra en forma clara las utilidades o pérdidas de los ejercicios económicos de las empresas

### 2.7.3 Estado del Flujo de Efectivo

OJEDA, F. (2006) interpreta el flujo de caja como “La empresa en funcionamiento está inmersa en un permanente intercambio con los mercados: continuamente está comprando y vendiendo bienes; adicionalmente invierte en mercados financieros y también se procura fondos de estos mercados, mediante préstamos bancarios, colocación de acciones y obligaciones. Toda esta actividad da origen a corrientes (o flujos) de valor que ingresan a la empresa o bien egresan de ésta” (Pág. 176).

Jácome Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005, manifiesta: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar 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”. Pág. 74.

### 2.7.4. Punto de Equilibrio

CHILQUINGA, Jaramillo (2007) define: “es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto no gana ni pierde.” Pág. 49.

Para mayor comprensión se puede mencionar que el punto de equilibrio puede demostrarse en cantidades y en unidades monetarias, es aquel que permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, esto es la relación entre ingresos y costos totales.

Fórmula de Cálculo

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PV_q - CV_q}$$

$$PEventas = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{IT}}$$

### 2.7.5. Valor Presente Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Jácome Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005, sostiene: “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma” pág. 82

### 2.7.6. Costo de Oportunidad

De la Torre Joaquín-Zamarrón Berenice, Evaluación de Proyectos de Inversión; 2002, manifiesta:

“Existen proyectos que utilizan un recurso escaso, para lo cual no existe una manera explícita de cuantificarlo. El costo de utilizar dichos recursos se conoce como costos de oportunidad, y su medición se realiza mediante la estimación del monto que se hubiese obtenido de ser rechazada la inversión. Aparentemente utilizar los costos de oportunidad en la evaluación financiera de proyectos es una violación del principio de emplear los flujos de efectivo en los que se ha incurrido en realidad. Sin embargo, como se mencionó, el costo de oportunidad que se cargue debe medir el flujo neto de efectivo que se pudo haber obtenido si el proyecto hubiese sido rechazado” Pág. 18.

### 2.7.7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al



contrario del VAN (Valor Actual Neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje.

Jácome Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005, Indica: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0” Pág. 84.

La tasa interna de retorno se la define también como aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, es decir es la tasa propia del proyecto.

Es un valioso indicador de la rentabilidad del proyecto y es aquella tasa aplicada a la actualización de la inversión y de los ingresos netos igualan a los valores actualizados.

La fórmula que se aplica es:

$$n = TVAN (+) + \frac{VAN (+)}{VAN (+) + VAN (-)} * (TVAN(-) - TVAN (+))$$

Dónde:

VAN (-) = Valor Actual Neto Inferior

VAN (+) = Valor Actual Neto Superior

TVAN (-) = Tasa de VAN Inferior

### **2.7.8. Relación Costo Beneficio**

Jácome Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005, señala: “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.” Pag. 96

### **2.7.9. Capital de Trabajo**

De la Torre Joaquín-Zamarrón Berenice, Evaluación de Proyectos de Inversión; 2002, indica:

Capital de Trabajo forma parte de la inversión: esto es para que en un proyecto opere requiere contar al final del periodo de inversión de una caja mínima e inventarios de materias primas y refacciones, entre otros. Durante la operación se generan cuentas por cobrar y por pagar”. Pag. 19.

CAPITAL DE TRABAJO NETO = ACTIVO CORRIENTE – PASIVOS CORRIENTES.
--

## CAPÍTULO III

### 3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. MARCO DE DESARROLLO

El Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, dentro del proceso de participación ha identificado al turismo como el principal eje dinamizador de la economía, reflejándose en el Plan de Desarrollo Cantonal, en el que se señala que es necesario fortalecer el desarrollo turístico, ecológico, cultural, con base en las riquezas naturales, costumbres, tradiciones, artesanías y habilidades, existentes en los pobladores;

El turismo basado en productos y servicios con identidad ha logrado articular una diversidad de actividades económicas locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes) y ha sido rentable en el manejo de varios activos importantes (Complejo de Nangulví, laguna de Cuicocha, Feria del Cuero) e incluso en actividades de turismo comunitario rural.

Aunque no se ha logrado una articulación suficiente entre los grandes activos turísticos (Cuicocha, Otavalo) y el conjunto de ofertas turísticas de Cotacachi, hay indicios de que la estrategia general puede funcionar si se sigue aplicando con constancia.

El Municipio de Santa Ana de Cotacachi ha visto la necesidad de emprender procesos viables que permitan la sostenibilidad de proyectos que beneficien a la población. La estrategia de promoción del turismo en Cotacachi es uno de los más importantes ejes de desarrollo económico y cultural, perfilado por el proceso participativo de todos los actores, por lo que se pretende valorizar económicamente las particularidades culturales, las artesanías mestizas del cuero y las bellezas naturales del

lugar, valorizando simultáneamente los activos culturales disponibles como una forma de dar valor al territorio por sobre los productos específicos y también ser una estrategia distributiva que permita al mayor número posible de actores económicos a beneficiarse de las políticas públicas; dentro de este proceso se viene apoyando iniciativas que permitan fortalecer el turismo local, mediante la creación de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. con la finalidad de que los atractivos turísticos que posee el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, presten un servicio de eficiencia y eficacia con calidez a los turistas nacionales y extranjeros y que funcione de forma encadenada a otras ofertas de bienes y servicios que ofrece el cantón.

### **3.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

El turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos los recursos.

En nuestro país se cuenta con mucha potencialidad para el desarrollo turístico, por su ubicación geográfica que divide a nuestro país en cuatro regiones bien marcadas: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular la que se encuentra situada a 1000 kilómetros de la costa ecuatoriana.

En la actualidad el sector turístico es una de las mejores expectativas de crecimiento para el país ya que contamos con un fuerte potencial turístico, como son el turismo comunitario, deportes de aventura y el ecoturismo.

Imbabura es una provincia privilegiada por ser una provincia de los lagos, por su riqueza turística, misma que es uno de los destinos turísticos tanto nacionales como extranjeros.

Cotacachi ubicada a 25 Km. al sureste de Ibarra y a 104 kilómetros del

noroeste de Quito, capital del Ecuador, en donde esta construyéndose un gran aeropuerto internacional que permitirá tener visitas Internacionales. Cotacachi tiene una altitud máxima de 4.939 metros por encima del nivel del mar, una extensión de 1.809 kilómetros cuadrados siendo el más extenso de la provincia y una población de 40.036 habitantes, Su fundación se celebra el 6 de Julio de 1.861. El Cantón Cotacachi tiene una diversidad cultural que proviene de la coexistencia de grupos étnicos que se asentaron históricamente, grupo quichua, mestizo y afro-ecuatoriano, además cuenta con tres zonas geográficas como son: zona urbana, zona andina y la zona subtropical. La zona urbana cuenta una gran dinámica de talleres de artesanías en cuero y la zona comercial en la calle 10 de Agosto, sus atractivos turísticos principalmente son el Museo de las Culturas ubicado en el centro histórico de Cotacachi, muestra la historia e identidad cultural del cantón, en las salas se exhiben los aspectos etnográfico, arqueológico, artesanal y musical. La Iglesia de La Matriz conserva un estilo neoclásico, en ella se combinan la arquitectura Griega y Romana. Luce majestuosa e irradia el cristianismo de su pueblo. En su altar mayor es venerada con devoción la imagen de Santa Ana patrona de la ciudad.

La zona andina está ubicada en las faldas del volcán Cotacachi, su clima oscila entre 10 y 20 grados centígrados, sus principales atractivos turísticos son:

Laguna de Cuicocha denominada “Laguna de los Dioses” está ubicada a 12 Km. al Sur Oeste de Cotacachi y 14 Km. de Otavalo, con una altitud de 3.068 m.s.n.m., forma parte de la Reserva Cotacachi-Cayapas, que se ubica entre las provincias del Imbabura y Esmeraldas. Está formada por un antiguo cráter al pie del Volcán Cotacachi, tiene 4 Km. de largo por 3 Km. de ancho y aproximadamente 200 metros de profundidad. Es uno de los destinos turísticos más visitados en el Ecuador, porque cuenta con una belleza impresionante, es rica en flora y fauna.

Lagunas de Piñan situada al Nor Occidente de Urcuquí y a 3.000 m.s.n.m., es un complejo lacustre donde sobresalen las lagunas de Donoso, Patococha y Cristococha, cubiertas de pajonales y regadas por ríos cristalinos que ofrecen un paisaje impresionante.

Termas de Yanayacu ubicadas a 1Km. al Nor Occidente de Cotacachi, sus aguas subterráneas con alta concentración de hierro presenta un color amarillo, tienen una temperatura de 17°C con poderes medicinales. Son utilizadas principalmente para tratamiento de enfermedades.

La cascada Sisa Faccha (Cascada de las flores) es un atractivo turístico existente en el territorio, pero no aprovechado.

La zona subtropical que abarca Intag y los Manduriacos, se extiende desde el volcán Cotacachi en la cordillera occidental de los Andes hasta el límite con la provincia de Esmeraldas y Pichincha, su clima oscila entre 18 y 30 grados centígrados. Se puede disfrutar de una gran variedad de atractivos naturales siendo los siguientes:

Bosque protector “La Florida”, el bosque andino primario protector “La Florida”, tapizado de orquídeas, helechos, y flores silvestres, está ubicado al norte de la parroquia de Apuela, al noroccidente del cantón Cotacachi. Es un bosque primario andino que sirve de refugio de algunas especies animales que están en peligro de extinción. Bosque Protector “Los Cedros” ubicado en el sector de manduriacos, zona de Intag. Su fauna la componen animales silvestres.

Balneario de Nangulví ubicado en la parroquia Peñaherrera de la zona de Intag. Es un manantial de aguas termales de origen volcánico rodeado de colinas cubiertas de bosque primario, sus aguas tienen una coloración azul transparente.

Actualmente, prevalece en el mercado nacional e internacional la percepción de Cotacachi como un destino de un día o de pocas horas, en una combinación de turismo de naturaleza y de compras; principalmente para visitar la laguna y comprar u observar los artículos de cuero y la producción artesanal. La presencia de otros atractivos naturales y culturales, como las celebraciones de Semana Santa e Inti Raymi, el volcán Cotacachi y la zona subtropical de Íntag, ha empezado a aprovecharse para desarrollar productos alternativos, relacionados con modalidades de turismo comunitario vivencial, de aventura y ecoturismo.

En lo referente a servicios turísticos, según información de las Patentes de Cotacachi del año 2010, se registra 35 restaurantes y picanterías, 8 cafeterías y heladerías, 2 hoteles, 3 hostales y 3 hosterías. Hay también al menos una agencia operadora de turismo y una agencia de viajes internacional.

La mayor parte de estos establecimientos se encuentran en la cabecera cantonal y corresponden principalmente a establecimientos de segunda y tercera categoría y algunos de primera clase (2 hosterías). En los últimos años se ha incorporado a la oferta de alojamiento 12 albergues comunitarios, que cuentan con 1 a 2 habitaciones cada uno y realizan sus actividades a través de una operadora comunitaria. Según el catastro de los servicios turísticos de Imbabura, existen 15 establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje a las personas que visitan el Cantón, disponen de 231 habitaciones con acceso para 584 personas.

### **3.3. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO**

#### **3.3.1 MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo para la Empresa Pública está compuesto por turismo alternativo para lo cual se establecerá una estrategia de mercadotecnia social y de conservación del ambiente.

Se han identificado cinco sectores de mercados meta:

**El Primer mercado objetivo**, se considera el turismo interno, constituido por personas que visitan nuestro propio país, desplazándose a nuestra ciudad acompañados por su pareja, familias, amigos, trabajadores públicos o privados, para lo cual se promocionara por motivos de recreación, descanso, diversión, cultura y salud.

**El Segundo mercado objetivo** constituye el captar turismo a través de instituciones educativas, entre lo cual realizan visitas a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas para observación y aprendizaje, por medio de Convenios con Instituciones Educativas ofreciéndoles un recorrido adecuado para sus estudiantes.

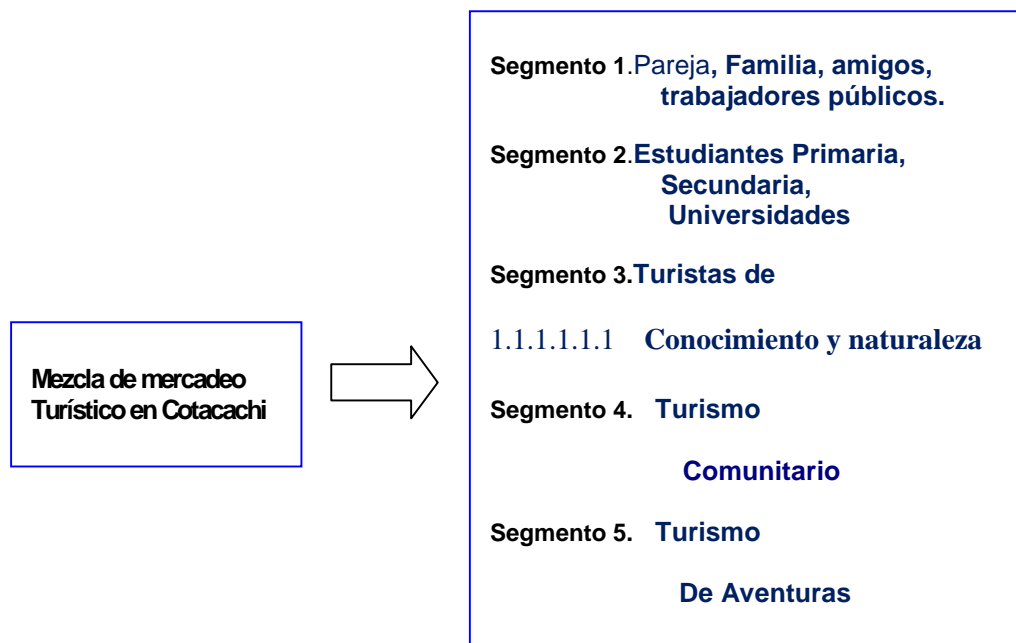
**El Tercer mercado objetivo** constituyen los turistas de conocimiento y naturaleza sea este nacional o extranjera para lo cual se promocionará los atractivos del área protegida y se formarán las alianzas estratégicas con operadoras de turismo y hosterías que nos servirían como agentes de difusión.

**El Cuarto mercado objetivo**, se considera el turismo comunitario, en este caso serían turistas nacionales o extranjeros que quieren conocer la realidad de familias indígenas cotacacheñas, observar la elaboración de artesanías, sus actividades agrícolas y crianza de animales además de sus costumbres y tradiciones.

**El Quinto mercado objetivo**, constituye los turistas que están motivados por una modalidad alternativa de aventuras, deportivos o bien de turismo de reto o de adrenalina.



## CUADRO N° 18: MERCADEO TURÍSTICO



El perfil del mercado objetivo para la Empresa Pública de Turismo se tomó en cuenta de acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado comparado con los estudios existentes, por lo tanto el mercado objetivo resulta ser principalmente de origen nacional que visita anualmente la ciudad de Cotacachi, como paso a la zona de reserva Cotacachi-Cayapas y turismo de compras, que son personas generalmente de edad adulta de 30 años en adelante.

Para el tipo de turismo que se pretende implementar en este sitio, ésta información resulta bastante interesante ya que como se observa en los estudios realizados estos visitantes son el mayor potencial de turistas que eligen visitar lugares como éste, con una modalidad de turismo de bajo impacto. Además se tiene la referencia de que los turistas son personas que cuentan con una educación de nivel superior y están dispuestas a pagar precios importantes para salir del estrés del trabajo, del ruido de la ciudad, y visitar la naturaleza por observar los paisajes, la laguna de

Cuicocha y por vivir experiencias de tipo comunitario, tradición, costumbres y de aventuras, y el potencial de los estudiantes secundarios y universitarios que realizan visitas de observación, conocimiento, educación y tradición, así mismo se observa tanto en el estudio de mercado como en el perfil de mercado existente que la forma de viajar para la mayoría de los turistas es por pareja de 2 a 4 personas, por lo que es importante mencionar que los costos de los tours que ofrecen las operadoras están basados en grupos de 4 a 8 personas.

Como ya se indicó el mercado meta estará enfocado en cinco grupos; para lo cual se establecerá una estrategia de mercadotecnia social y de conservación del ambiente, para lo cual se plantea el enganchar visitantes promocionando los productos y Tours por parte de los involucrados en el quehacer turístico, como las operadoras turísticas y hosterías de la región; entre las operadoras se ha considerado mantener alianzas con: Runa Tuparic, Intipungo, Andeans Travel, Yurac Tours, entre otras.

### **3.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO**

- **3.4.1. Análisis del Entorno del Mercadeo**

El Ministerio de Turismo mantiene su potestad como órgano rector del turismo nacional y se espera de él principalmente una función de coordinación, regulación y promoción internacional de la oferta turística nacional. El Gobierno Municipal, a su vez, asume las competencias de planificar, controlar y promocionar el desarrollo turístico en el área del cantón. El Ministerio de Ambiente, como administrador del Sistema Nacional de Áreas Protegidas es también un actor clave en la coordinación del desarrollo del turismo en la zona, ya que es el Organismo que debe autorizar el permiso o patente ambiental.

En la provincia, el Gobierno Provincial se presenta como un espacio de acercamiento, coordinación y optimación del uso de recursos para el desarrollo turístico de los cantones de la provincia de Imbabura; existe al momento la propuesta de creación de la Corporación Provincial de Turismo, como un espacio de cooperación público-privado para la promoción turística.

De acuerdo a las competencias señaladas en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, COOTAD, al municipio le corresponde planificar, controlar y promocionar el desarrollo turístico en el cantón. El Ministerio de Ambiente, como administrador del Sistema Nacional de Áreas Protegidas es también un actor clave en la coordinación del desarrollo del turismo en la zona. Al momento la municipalidad ha propuesto la creación mediante una ordenanza, de la EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO COTACACHI, como un espacio de cooperación público-privado para la promoción turística con el fin de fortalecer la participación de los actores de todo el cantón y la adecuada utilización, administración y promoción de los servicios turísticos con que cuenta el cantón.

La sostenibilidad social, equidad, género y participación ciudadana está determinada por la estructuración de las cadenas de valor turístico en cada una de las tres zonas, en la que se integrarán los operadores directos y agentes de los servicios de apoyo, identificados plenamente en cada una de las funciones que realizan al interior de la cadena. La equidad, género y participación ciudadana, estará supervisada por las siguientes instancias constituidas localmente: Consejo de Planificación y Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

En el nivel local, las propuestas de desarrollo turístico han sido lideradas por algunas de las organizaciones sociales que se mencionaron antes; principalmente el Gobierno Municipal, la Asamblea de Unidad Cantonal a

través del Comité Intersectorial de Turismo, la UNORCAC y la DECOIN, las Juntas Parroquiales, de los cuales se espera sigan jugando un papel importante como gestores y beneficiarios del turismo en el cantón.

El Municipio de Santa Ana de Cotacachi a través de la creación de la Empresa de Turismo está empeñado en el diseño de estrategias de desarrollo económico y de turismo con identidad, facilitando el acceso de los turistas nacionales e internacionales, buscando la articulación a mercados justos, ecológicos y turismo responsable; potenciar a Cotacachi como un destino a nivel del país y del mercado turístico, para reafirmar la valoración de la identidad étnica, mestiza a través de la reivindicación de fiestas, costumbres y productos locales.

El Municipio de Santa Ana de Cotacachi considera de gran importancia que se colabore con las alternativas viables de mejorar el turismo de conocimiento con proyectos en el área comercial y de conocimiento a través de Componentes de Educación, sumado al seguimiento y asistencia técnica desarrollada y coordinada por la Empresa Pública de Turismo E.P.

Considerando alianzas estratégicas con emprendimientos para fomentar el turismo de descanso, de observación y conocimiento, de ecoturismo, turismo cultural, turismo rural, comunitario y deporte de aventura es decir posesionarlos en el mercado turístico que en este caso son considerados de resultados de corto y mediano plazo, para lo cual se pretende desarrollar el plan comercial de promoción y difusión, enmarcado a las condiciones actuales de oferta de servicios para los visitantes sean estos nacionales o extranjeros, para lo cual se planifica un proceso de difusión de los atractivos turísticos de Cotacachi a través de material divulgativo, con lo cual permita captar un mayor número de visitantes e iniciar la generación de ingresos.

El concentrar los esfuerzos de mercadotecnia en buscar una especialización en la oferta de un servicio o producto considerado estrella permitiría que La empresa pública conquiste espacios y se fortalezcan ante competidores existentes y con mayores recursos, como en este caso el posicionamiento turístico en el mercado de Otavalo. De esta manera se pretenderá alcanzar una posición sólida en el mercado al definir bien el segmento por atender y para lo cual se considera que al igual como se han identificado los posibles mercados meta estos vayan captándose y promocionando en concordancia con el aprendizaje y atención al cliente o visitante así como por el mayor conocimiento de las necesidades del mismo que se vayan identificando, esto permitirá alcanzar mayores economías en la actividad, en razón del servicio especializado, con una adecuada promoción y a su vez ofertando más y mejores servicios que identifiquen y resalten la naturaleza, la cultura, costumbres ancestrales e identidad propia de nuestra zona.

#### **3.4.1.1 Fuerzas Competitivas**

La oferta de servicios de turismo en nuestro país es bastante amplia al ser considerado como un país de megadiversidad, dentro de la provincia de Imbabura en igual forma existe una gran variedad de oferta turística, en este sentido cabe indicar que la competencia es significativa, considerando que la preferencia de los turistas que desean conocer la diversidad biológica y cultural, se encuentran bastante publicitados o difundidos, especialmente la ciudad de Otavalo. En este punto nos enfocamos básicamente a las preferencias del mercado turístico, lugares que visitan, motivación, tiempo de estancia, tiempo de viaje.

El turismo basado en naturaleza y servicios ha logrado articular una diversidad de actividades económicas locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes) y ha sido rentable en el manejo de varios activos importantes (Centro de Nangulví,

laguna de Cuicocha, Feria del Cuero) e incluso en actividades de turismo comunitario rural como lo prueba la experiencia de Runa Tupari.

Las preferencias de destinos turísticos así como actividades han ido cambiando radicalmente, en los últimos años, mas personas se aúnan a recorrer lugares y realizar actividades en contacto directo con la naturaleza y la cultura del lugar.

El turismo de naturaleza y cultural ha aumentado recientemente su popularidad, al grado de que se ha mencionado que es el mercado de turismo que más rápidamente ha crecido en el mundo con un 20% y se espera que su crecimiento continúe.

#### **3.4.1.2 Fuerzas Económicas**

Sin duda alguna el invertir en proyectos de turismo requieren de fuertes montos de inversión tanto de adecuaciones en infraestructura, como en promoción y publicidad con lo cual se podrá competir con el servicio privado.

El considerarse proyectos establecidos y posesionados en el mercado turístico la cantidad de visitantes es de 80.000 personas por año, distribuidos de la siguiente manera: 60.000 adultos, 13.000 niños y 7.000 estudiantes, siendo el 30% turistas extranjeros y el 70% nacionales; mientras que 120.000 visitantes llegan al área protegida la reserva Cotacahi-Cayapas. El desarrollar estrategias de promoción y mercadeo sea esta a través de difusión o alianzas con operadoras de turismo, Ministerio de Ambiente, Ongs, nos permiten enganchar o promocionar y arrancar en buena manera y generar un flujo importante de visitantes con un incremento del 4% anual.

### **3.4.1.3 Fuerzas Políticas**

No hay influencias o acontecimientos políticos esperados que puedan afectar el normal desarrollo en las operaciones del proyecto, más bien las autoridades y los organismos del gobierno local y regional podrían ser cooperantes como el Ministerio de Turismo, de Educación, de Ambiente, de Cultura los cuales se encuentran desarrollando políticas gubernamentales y disponibilidad de recursos para impulsar el turismo.

De acuerdo a lo establecido en el artículo 277 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, “ Los gobiernos regional, provincial, metropolitano o municipal podrán crear empresas públicas siempre que esta forma de organización convenga más a sus intereses y de la ciudadanía; garantice una mayor eficiencia mejorandolos niveles de calidad en la prestación de servicios públicos de su competencia o en el desarrollo de actividades de emprendimiento ...”;

De conformidad con el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, que en su parte pertinente expresamente señala: “Art. 2.- Ámbito.- Se encuentran sometidos a las disposiciones contenidas en este reglamento”: “...b). Las Instituciones del Estado del régimen nacional dependiente que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tienen relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposición de sus leyes especiales, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios...” y “ d). Las Instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se ha transferido o no potestades relacionadas con la gestión turística en los términos establecidos en este reglamento, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios...”

#### **3.4.1.4 Fuerzas Tecnológicas**

La infraestructura considerada y los servicios existentes han sido concebidos con un alto parámetro de funcionalidad e imagen que conjuguen con el entorno propio del área, se ofrecerán servicios básicos como también alternativas de comodidad y estética para generar un ambiente de confort para alcanzar altos niveles de satisfacción de los turistas.

Se plantea implementar adecuadas instalaciones como zona Wi-Fi, sonorización, y demás herramientas tecnológicas interactivas, tanto para recorridos terrestres y acuáticos, como para recepción de turistas, así como el promocionar a través de la página Web, Internet, redes sociales y medios de comunicación masivos.

### **3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

#### **3.5.1. DESTINO DE LA DEMANDA**

A nivel mundial, el turismo de naturaleza, orientado principalmente hacia las áreas protegidas, se considera uno de los segmentos con mayor crecimiento. Esta tendencia está asociada con una mayor identificación del ser humano con el entorno y a su reconocimiento como parte de los ecosistemas y paisajes culturales. Esta tendencia se manifiesta también para el caso de Ecuador y se ve reflejada por el creciente número de visitantes que acceden a las áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP). Por ejemplo, el Parque Nacional Galápagos recibió un total de 173.420 visitantes en 2008, seguido muy de cerca por la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, RECC, con aproximadamente 120.867 visitantes para el mismo periodo, constituyéndose como las áreas con mayor número de visitas turísticas en Ecuador.



## **El turismo también produce cambios en los hábitos de compra**

- ✓ Incremento del nivel de preferencias por los viajes organizados Individualmente.
- ✓ Búsqueda de canales de compra alternativos a los tradicionales.

### **Nuevos mercados turísticos**

- ✓ Congresos y convenciones.
- ✓ Incentivos de empresas.
- ✓ Naturaleza.
- ✓ Práctica deportiva.
- ✓ Diversión.
- ✓ Tercera edad.

### **Cambios en los hábitos de consumo**

- ✓ Mayor nivel de actividad durante las vacaciones.
- ✓ Preferencia por establecimientos con elevado nivel de equipamiento.
- ✓ Mayor preocupación por el entorno medioambiental.
- ✓ Deseo de un servicio personalizado y flexible.
- ✓ Realización de diversos viajes vacacionales cortos en distintas épocas del año.
- ✓ Incremento de los viajes de largo recorrido.
- ✓ Reducción del nivel de fidelidad al destino turístico.

### **3.5.2. DEMANDA DE TURISMO INTERNACIONAL**

En el mes de Diciembre de 2010, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en

el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010, según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Diciembre se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 23,79%, 19,48% y 14,73% en su orden, y mercados tales como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,64%, 2,39%, 2,14% y 1,94% respectivamente.

En el mismo período de referencia (Enero-Diciembre), las salidas de ecuatorianos al exterior presentan un incremento del 10,37% en comparación al año 2009, al pasar de 813.637 a 898.007, siendo los principales países receptores los siguientes: Estados Unidos, Perú y Colombia en el Continente Americano con una participación del 33,93%, 16,86% y 11,82% en su orden, en tanto que en el continente europeo, España e Italia entre otros, registran una participación del 11,06% y 2,82%. En el caso del mercado Colombiano se evidencia un 27,35 % de crecimiento en el período Enero – Diciembre de 2010 con respecto al mismo período del año anterior, al pasar de 160.116 llegadas a 203.914.

En el mismo período de referencia, alrededor del 97% de movimientos (entradas-salidas) se efectúan a través de cuatro Jefaturas de Migración ubicadas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas, sin embargo es preciso señalar que en la entrada de extranjeros al Ecuador, el 70,96% lo hace vía aérea y el 25,86% vía terrestre.

## CUADRO N° 19: LLEGADA DE EXTRANJEROS A ECUADOR

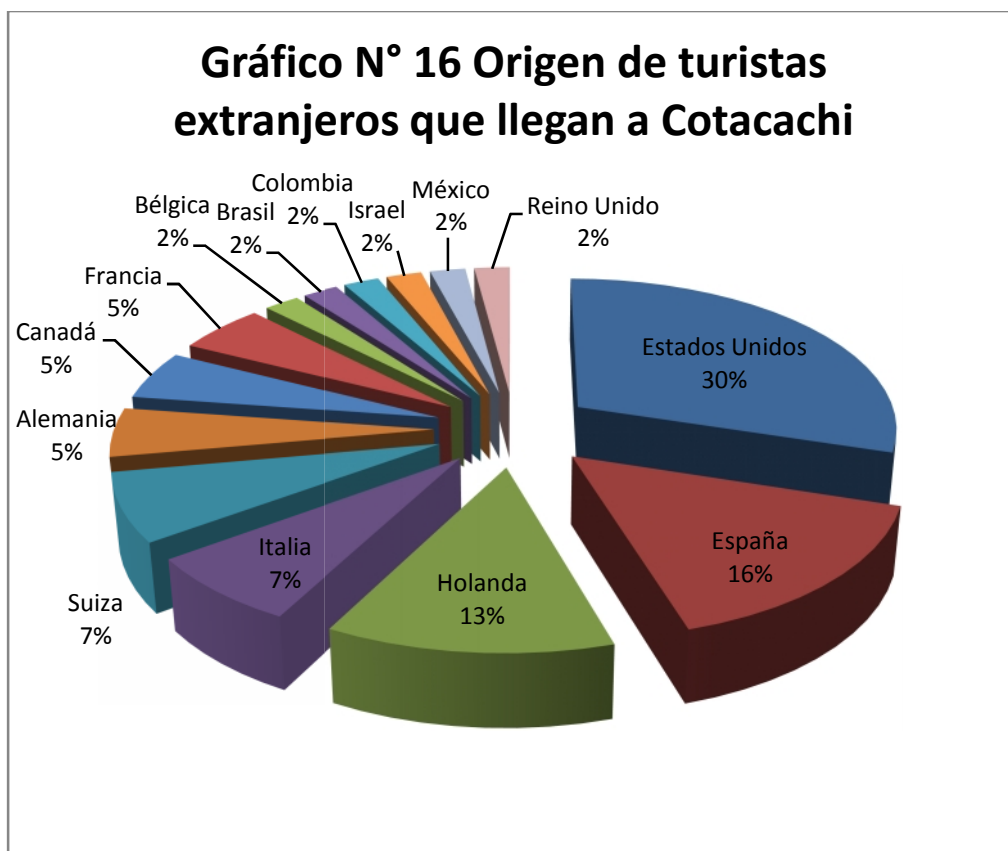
	2007 2004	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	9,81
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06
MAY	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11
JUL	101.088	109.250	102.571	110.545	117.997	6,74
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219	98.987	3,96
<b>Sub total</b>	<b>643.070</b>	<b>681.570</b>	<b>654.380</b>	<b>714.009</b>	<b>766.699</b>	<b>7,38</b>
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776		
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701		
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253		
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359		
<b>TOTAL</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>		

Fuente : Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)  
Dirección Nacional de Migración (2008 - 2011)

En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer semestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 386,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al Egreso de Divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 410,4 millones de dólares, de los cuales 282,8 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 127,6 millones de dólares al gasto en transporte aéreo, con lo cual, la Balanza Turística en términos generales, en el primer semestre presenta un déficit, representado con un saldo negativo de 23,6 millones de dólares.

La procedencia de los turistas extranjeros que visitan Cotacachi es de un 30% en relación de un 70% de turistas nacionales, de los cuales la mayor

parte provienen de Europa (57%), Norteamérica (34%), Colombia (2%), Otros Países (7%).



Elaboración: Seproyco Cia. Ltda. 2010.

- Edad de los visitantes: 26 a 45 años (56%), de 46 a 65 años (23%), de 12 a 25 años (25%),
- Nivel de instrucción de los turistas: Universitaria (58%), Postgrado (17%), Secundaria (15%).
- Ocupación de los visitantes: Empleado Privado (39%), empleado público (14%), estudiante (21%), comerciante (9%), empresario (4%).
- Motivación para visitar Cotacachi: Belleza paisajista, compras de artesanías, aspectos culturales.
- Estadía promedio de los visitantes: menos de 24 horas (77%), más de 24 horas (23%).

- Medios más utilizados para informarse: amigos, televisión, internet, textos turísticos.
- Los turistas llegan a Cotacachi principalmente en grupos familiares (43%), entre amigos (27%), en pareja (13%).
- Expectativas de los turistas que llegan a Cotacachi: Los precios de las artesanías de cuero deberían bajar, mayor aseo, mejorar vías de acceso hacia la zona andina y subtropical del cantón, mejorar la calidad de la alimentación, provisión de mayor información turística, señalización, promoción y publicidad, servicios de guianza, mejorar atención al cliente, mayor oferta de lugares de entretenimiento así como también de descanso.
- Mercados de Productos Turísticos en Cotacachi
- Medicina Ancestral
- La medicina ancestral se ejerce a través de sabios empíricos populares tales como: hierbateros, curanderos, sobanderos, parteros, remedieros, etc.
- Música como producto cultural y de identidad.

### **3.5.3. DEMANDA DE TURISMO NACIONAL**

La provincia de Imbabura favorece el desarrollo del turismo porque está ubicada a una distancia relativamente corta (90km - 2horas) de la ciudad de Quito, principal centro de turismo receptor del país. La conectividad es otro elemento que favorece la afluencia de turistas a ésta provincia, su principal vía de acceso es la "Panamericana". Ésta vía de primer orden conecta tres puntos ejes en el norte del país: Quito, Otavalo y Tulcán; actualmente está en buenas condiciones y tiene buena afluencia de transporte público. Además la provincia de Imbabura tiene gran acogida turística en el mercado local o nacional por la gran influencia comercial, textil y artesanal y atractivos de gran interés turístico como son: Laguna de Cuicocha, Yahuarcocha, San Pablo, Cascada de Peguche, Piñan, Volcán Cotacachi, entre otros.

La demanda turística que ingresa al Cantón Cotacachi proviene de todos los lugares del Ecuador, y en los últimos años se ha incrementado el de Guayas, Santo Domingo, Manabí, Carchi y otras provincias especialmente el turismo nacional, siendo principalmente los turistas de la provincia de Pichincha que visitan Cotacachi motivados por sus numerosos atractivos turísticos, relacionados con el paisaje, el volcán Cotacachi, la laguna de Cuicocha, el complejo de Nangulvi, las lagunas de Piñán, sitios arqueológicos, comunidades andinas que están articulados a una diversidad de actividades económicas locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes)

La procedencia de turistas nacionales que visitan Cotacachi es de (70%) en relación con un 30% de turistas extranjeros. De los cuales la mayor parte provienen de Pichincha (55%), Guayas (14%), Imbabura (14%), Manabí (4%) y otras provincias el (7%)

- Edad de los visitantes: 30 a 40 años (43%), de 21 a 30 años (23%), de 41 a 50 años (17%),
- Nivel de instrucción de los turistas: Universitaria (72%), Secundaria (18%) Nivel Técnico (6%).
- Motivación para visitar Cotacachi: paseo, recreación (55%), Belleza paisajista, observar lugares atractivos (41%), eventos sociales, culturales (3%).
- El 35% de turistas si realizan compras de servicios turísticos.
- Los turistas viajan en grupos de 1 a 4 personas (41%), grupos de 5 a 8 (25%) más de 8 (34%)
- Estadía promedio de los visitantes: menos de 24 horas (71,3%), más de 24 horas (28,7%).
- Medios más utilizados para informarse: amigos, internet, agencias de viaje.

- Los turistas llegan a Cotacachi principalmente en grupos familiares (41%), entre amigos (25%), en tours (34%).

### 3.5.4.PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la estimación de la demanda se recopiló información histórica del flujo de turistas nacionales y extranjeros que han ingresado a la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas, considerando para la proyección la tasa de crecimiento de turistas que visitan Cotacachi siendo del 4% anual.

#### CUADRO N° 20. VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A COTACACHI

Turismo	Unidad	Dato	Indicador	Metas	Medio de verificación
Visitantes extranjeros a Cotacachi	Personas	35.567	Visitantes extranjeros a Cotacachi	Incremento anual del 4 %	Boletín de Estadísticas Turísticas 2004-2008
Visitantes nacionales a Cotacachi	Personas	85.300	Visitantes nacionales a Cotacachi	Incremento anual del 4 %	Boletín de Estadísticas Turísticas 2004-2009

- Según el Boletín de Estadísticas Turísticas 2004 – 2008, son **120.867 turistas visitantes al año al cantón Cotacachi**, de los cuales el 70,57% son nacionales.

Para proceder a calcular la proyección se la realizará para 5 años con una tasa de incremento anual del 4% de los visitantes extranjeros y nacionales a Cotacachi, obteniendo resultados objetivos siendo la fórmula la siguiente:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

En donde:

Pp = Demanda Futura

Pb = Demanda Inicial

i = Tasa de crecimiento anual

n= Año Proyectado

### CUADRO N° 21: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

<b>AÑO</b>	<b>Visitantes Extranjeros</b>	<b>Visitantes Nacionales</b>	<b>PROYECCIÓN DEMANDA</b>
<b>AÑO 2012</b>	$Pp = 35.567(1 + 0,04)^1$ $Pp = 36.989,68$	$Pp = 85.300(1 + 0,04)^1$ $Pp = 88.712,00$	<b>125.701,68</b>
<b>AÑO 2013</b>	$Pp = 36.989,68(1 + ,04)^2$ $Pp = 40.008,04$	$Pp = 88.712,00(1 + ,04)^2$ $Pp = 95.950,90$	<b>135.958,94</b>
<b>AÑO 2014</b>	$Pp = 40.008,04(1 + ,04)^3$ $Pp = 45.003,60$	$Pp = 95.950,90(1 + ,04)^3$ $Pp = 107.931,71$	<b>152.935,31</b>
<b>AÑO 2015</b>	$Pp = 45.003,60(1 + ,04)^4$ $Pp = 52.647,85$	$Pp = 107.931,71(1 + ,04)^4$ $Pp = 126.264,84$	<b>178.912,69</b>

Elaborado por: El Autor.

### 3.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

De la información analizada se desprende que Cotacachi ha mejorado su oferta turística por la existencia de variados y numerosos atractivos turísticos y una adecuada infraestructura turística, la cual debe ser mejorada a través de elevar la calidad de servicios de restaurantes y establecimientos afines, así como fomentar la capacitación profesional para la atención al cliente y en temas de gastronomía, catering e idioma, al menos inglés y francés. Es imprescindible, por otra parte, complementar la variada oferta turística con una buena infraestructura vial, a fin de que existan condiciones apropiadas de seguridad para ampliar la gama de turistas que visitan la zona tropical que hoy se concentra en personas jóvenes, aventureros. Es también apropiado mejorar los servicios básicos de saneamiento y conectividad.

En lo referente a servicios turísticos, según información de las Patentes



de Cotacachi del año 2010, se registra 35 restaurantes y picanterías, 8 cafeterías y heladerías, 2 hoteles, 3 hostales y 3 hosterías. Hay también al menos una agencia operadora de turismo y una agencia de viajes internacional.

La mayor parte de estos establecimientos se encuentran en la cabecera cantonal y corresponden principalmente a establecimientos de segunda y tercera categoría y algunos de primera clase (2 hosterías). En los últimos años se ha incorporado a la oferta de alojamiento 12 albergues comunitarios, que cuentan con 1 a 2 habitaciones cada uno y realizan sus actividades a través de una operadora comunitaria. De acuerdo con el Catastro de Servicios Turísticos de la Provincia de Imbabura 2010, existen en el Cantón Cotacachi, 15 establecimientos para alojamiento, de los cuales 10, están ubicados en la cabecera cantonal. El número de habitaciones para hospedaje es 221 y el número de personas que pueden ser alojadas alcanza a 597. En la cabecera cantonal se dispone de 132 habitaciones y se puede alojar a 438 personas. En cuanto a la infraestructura para el servicio de alimentos y bebidas, se cuenta con 560 mesas, de las cuales 466 están ubicadas en la cabecera cantonal.

Se debe resaltar que, tanto en la parte alta como en la parte baja de la RECC se han desarrollado iniciativas de turismo comunitario, principalmente orientadas al desarrollo de hospederías. Actualmente existen 14 iniciativas de alojamiento comunitario en las cuales participan cinco comunidades de la parte alta de la Reserva. Esta iniciativa ha venido organizándose desde 2001 por medio de la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi). El concepto básico detrás de esta Propuesta es la “convivencia”, es decir, permitir un intercambio cultural entre visitantes y residentes comuneros/as, mediante el desarrollo de facilidades básicas de alojamiento. Los albergues se encuentran localizados dentro del Cantón Cotacachi y las comunidades anfitrionas son las siguientes: 1) Chilcapamba, 2) Calera, 3) Santa Bárbara 4)

Morochos, 5) Tunibamba.

La infraestructura turística de la zona de Intag, comprende categorías de establecimientos de alojamiento que van desde residencias particulares, paraderos, residenciales, cabañas, hospederías y un hotel, que pertenecen a la segunda y tercera categoría. La parroquia Peñaherrera cuenta con 5 establecimientos, Apuela, 2, Plaza Gutiérrez, 3, 6 de julio de Cuellaje, 1 y García Moreno, 6, incluyendo un hotel.

El presente estudio se ha desarrollado con el objeto de estimar la oferta de los servicios de Cotacachi que pretende el fomento, promoción y difusión de la cadena productiva de turismo, sus operadores directos o el personal asignado en las actividades primarias como son las involucradas en la logística de abastecimientos, la transformación del producto, su transporte, el marketing y ventas, y el servicio posventa. De igual manera se integran en la cadena el capital humano que gestiona las actividades de apoyo turístico como son las que dan soporte a las actividades primarias y a ellas entre sí, incluyendo la gestión de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías, los aprovisionamientos y la infraestructura de la empresa.

#### **CUADRO N° 22. SERVICIOS DE HOSPEDAJE, Y ALIMENTACIÓN**

<b>TURISMO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>DA-TO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>METAS</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Número establecimientos hospedaje	Número	33	Número establecimientos hospedaje	Incremento anual del 4 %	Catastro de Servicios Turísticos Provincia de Imbabura 2010
Número de restaurantes, cafetaleras	Número	21	Número de restaurantes, cafetaleras	Incremento anual del 4 %	Catastro de Servicios Turísticos Provincia de Imbabura 2010
Atractivos turísticos	Número	37	Atractivos turísticos	Incremento anual del 4 %	Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte

Fuente: Información Primaria del Cantón Cotacachi

Elaboración: SEPROYCO CIA. LTDA.

Además, la Red Eco turística Intag, integrada por catorce organizaciones, está desarrollando un modelo de turismo comunitario propio, que busca consolidar la economía local de las comunidades de la Zona de Intag, a la vez que fomenta fuentes de empleo para frenar la migración.

En el cuadro siguiente se indica la localización y el número de los principales atractivos turísticos del cantón.

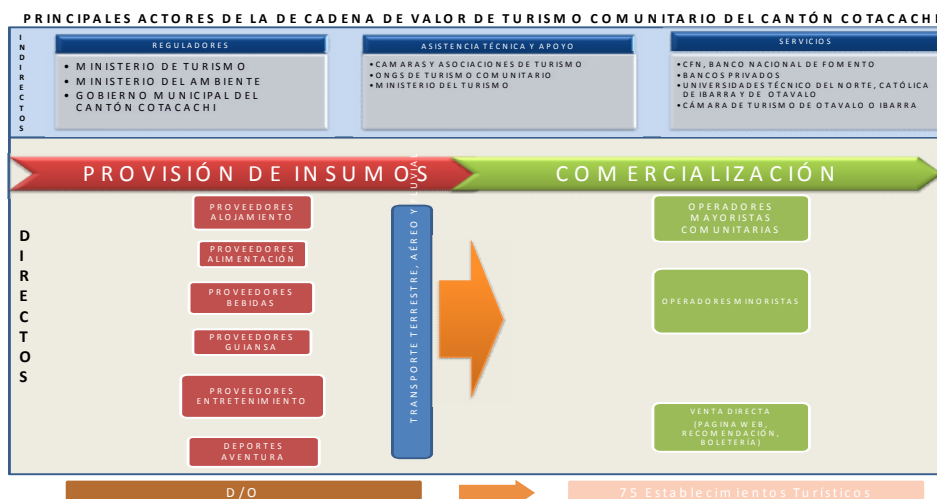
**Cuadro N° 23. Atractivos turísticos naturales y culturales**

	NATURALES	CULTURALES
INTAG	13	17
MANDURIACOS	25	14
ANDINA	21	16
URBANA	9	27
TOTAL	68	74

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Cotacachi. 2002

Los siguientes gráficos, presentan de manera esquemática el nivel de diversificación y desarrollo de la cadena de turismo en Cotacachi, y en otras zonas de Ecuador. Esto debe servir como referencia, para identificar oportunidades aún no tomadas en el cantón Cotacachi.

**GRÁFICO N° 17 PRINCIPALES ACTORES**



Fuente: Información Primaria del Cantón Cotacachi  
Elaboración: SEPROYCO CIA. LTDA.

### **3.6.1 ESTRUCTURACIÓN DE SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS**

El Municipio de Santa Ana de Cotacachi a través de la creación de la Empresa de Turismo está empeñado en estructurar una articulación suficiente entre los grandes activos turísticos (Balneario de Nangulví, laguna de Cuicocha, laguna de piñan, Feria del Cuero) con productos y servicios basado en un turismo con identidad que logre una diversidad de actividades económicas locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes) que fomente las cadenas productivas de turismo introduciendo valor en cada uno de los eslabones turísticos enmarcados en una estrategia de promoción y difusión.

Para iniciar se estructura una articulación entre los diversos servicios que presta la Hostería Cuicocha que tiene jerarquía y esta posesionada en el mercado turístico con 3 Productos de cadenas de valor una por cada zona geográfica: producto turístico zona urbana, producto turístico zona subtropical y producto turístico zona andina. Entre los productos y servicios considerados en capacidad de oferta están:

La Empresa debe prestar los servicios de los atractivos que mantiene el Municipio, entre los que se encuentra el Museo de las Culturas y la Hostería Cuicocha que tiene el servicio de Restaurante, bar - cafetería, servicio de lanchas y de cabañas, en la cual se establecerá una Unidad de Negocios para manejar los servicios con óptima calidad y capacidad de satisfacer las expectativas del cliente; a su vez estos deben estar articulados a los Tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina.

## CUADRO N° 24. PRODUCTOS TURÍSTICOS

NOMBRE DE LA CADENA	ATRACTIVOS, RECURSOS Y SERVICIOS	SEGMENTOS POR MOTIVACIONES	SEGMENTOS POR GRUPOS OBJETIVOS
SERVICIOS TURISTICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Hostería Cuicocha</b></li> <li>Servicios de Restorán</li> <li>Servicio de Cafetería</li> <li>Servicio de Lancha</li> <li>Servicio de Cabañas</li> <li>-<b>Museo de las Culturas</b></li> <li>-<b>Servicios Instituciones</b></li> <li>Públicas y Privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía.</li> <li>Compras</li> <li>Cultural</li> <li>Paseo</li> <li>Hospedaje y</li> <li>Alimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familias</li> <li>Tercera Edad</li> <li>Jóvenes</li> <li>Niños</li> <li>Extranjeros</li> <li>Profesional</li> <li>Amigos</li> <li>Estudiantes</li> </ul>
PAQUETE TURÍSTICO ZONA URBANA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Zona Comercial Céntrica de la Calle 10 de Agosto</li> <li>-Casa de las Culturas</li> <li>-Iglesia La Matriz</li> <li>-Cafetería</li> <li>-Hospedaje y Alimentación</li> <li>-Artesanías en cuero, orfebrería, platería, sombreros,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía.</li> <li>Compras</li> <li>Cultural</li> <li>Paseo</li> <li>Hospedaje y</li> <li>Alimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familias</li> <li>Tercera Edad</li> <li>Jóvenes</li> <li>Internacional</li> <li>Profesional</li> <li>Amigos</li> <li>Estudiantes</li> </ul>
PAQUETE TURÍSTICO ZONA SUBTROPICAL (ZONA DE INTAG)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aguas Termales de Nangulvi,</li> <li>-Río Magdalena. Intag-García Moreno</li> <li>-Río Manduriaco Chico Intag-García Moreno</li> <li>-Río Manduriaco Grande. Intag-García Moreno</li> <li>-Río San Joaquín Intag- Cuellaje</li> <li>-Bosque protector el Placer y la Florida, Plaza Gutierrez, Los Cedros García Moreno- Intag.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía.</li> <li>Ecoturismo.</li> <li>Turismo de aventura.</li> <li>Camping</li> <li>Andinismo</li> <li>Senderismo</li> <li>Turismo de Salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familias</li> <li>Deportistas</li> <li>Jóvenes</li> <li>Internacional</li> <li>Profesional</li> <li>Amigos</li> <li>Investigadores</li> </ul>
PAQUETE TURÍSTICO ZONA ANDINA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Volcán Cotacachi (Senderos)</li> <li>-Centro de Interpretación de la Reserva Cotacachi - -Cayapas</li> <li>- Crianza de Alpacas en Comunidad d Morochos.</li> <li>-Lagunas de Piñán</li> <li>-Cascada Sisa Faccha</li> <li>-Albergues turísticos de Chilcapamba</li> <li>-Bosques primarios andinos</li> <li>-Talleres de bordados de El Morlán en Imantag</li> <li>-Danzas y rituales ancestrales</li> <li>-Gastronomía</li> <li>-Flauteros y Arperos</li> <li>-Centro Integral de Productos Orgánicos (UNORCAC)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía.</li> <li>Ecoturismo.</li> <li>Turismo de aventura.</li> <li>Turismo Rural o Comunitario</li> <li>Trekking</li> <li>Camping</li> <li>Andinismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familias</li> <li>Deportistas</li> <li>Jóvenes</li> <li>Internacional</li> <li>Profesional</li> <li>Amigos</li> <li>Investigadores</li> </ul>

Elaborado por: El Autor.

### 3.6.2. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS

Los valores que se impriman a los productos y servicio ofrecidos estarán en referencia al costo más un 20% de utilidad de acuerdo a la calidad que se logre obtener, considerando siempre una sensibilidad a la elasticidad precio–demanda de los productos y de la demanda general que se genere.

**CUADRO N° 25. PRECIOS DE SERVICIOS Y TOUR**

Nombre de la Cadena	ATRACTIVOS Y RECURSOS	PRECIOS
SERVICIOS TURISTICOS	Entradas al museo	1,50
	Restaurante, bar y cafetería	6,80
	Cabañas	40,00
	Ingresos lanchas adultos	2,25
	Ingresos lanchas niños	1,30
	Ingresos lanchas estudiantes	1,50
	Servicio Instituciones Publicas	5,50
	Servicio Instituciones Privadas	5,50
PAQUETE TURISTICO ZONA URBANA 2 DÍAS	1ER DÍA Visita Hosteria Cuicocha: Paseo en Lancha, Plato Típico. En la cena visita cafetería (Intag) Asoc. De Discapitados. Música en Vivo en la Casa de las Culturas. Estadía Hosteria Cuicocha. 2DO. DÍA Visita zona Comercial Céntrica de la Calle 10 de Agosto, Museo de las Culturas, Iglesia La Matriz, Artesanías en cuero, orfebrería, platería..	92,40USD
PAQUETE TURISTICO ZONA SUBTROPIC AL (ZONA DE INTAG) 2 DÍAS	1ER DÍA Visita Aguas Termales de Nangulvi, -Agua minerales de Nangulví Intag- Vacas Galindo, Bosque protector el placer y la florida. Intag - Plaza Gutierrez, Bosque protector los cedros Intag-García Moreno Estadia y Alimentación en el Complejo Nalgunvi 2DO. DÍA -Ríos Magdalena, Manduriaco Chico y Grande, San Joaquín Intag.	188,40 USD
PAQUETE TURISTICO ZONA ANDINA 2 DÍAS	1ER DÍA Visita Hosteria Cuicocha: Paseo en Lancha, Plato Típico. -Centro de Interpretación de la Reserva Cotacachi - Cayapas Turismo ecológico y comunitario Estadia en la Hosteria Cuicocha o en albergues comunitarios. 2DO. DÍA - Visita Cascada Sisa Faccha, Volcán Cotacachi (Senderos) , Albergues turísticos de Chilcapamba, -Bosques primarios andinos -Talleres de bordados de El Morlán en Imantag, Flauteros y Arperos.	164,40 USD

Elaborado por: El Autor.

### **3.6.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

El presente estudio se ha desarrollado con el objeto de estimar la oferta de los servicios de Cotacachi que pretende el fomento, promoción y difusión de la cadena productiva de turismo, sus operadores directos o el personal asignado en las actividades primarias como son las involucradas en la logística de abastecimientos, la transformación del producto, su transporte, el marketing y ventas, y el servicio posventa.

Para posesionarse en el mercado en apoyo al sector turístico se ha estructurado los productos y servicios de los atractivos que mantiene el Municipio, entre los que se encuentra el Museo de las Culturas y la Hostería Cuicocha que tiene el servicio de Restaurante, bar - cafetería, servicio de lanchas y de cabañas, articulado con 3 Productos de cadenas de valor una por cada zona geográfica: producto turístico zona urbana, producto turístico zona subtropical y producto turístico zona andina, complementado a la variada oferta turística de servicios de restaurantes y establecimientos afines, así como establecimientos para alojamiento y hospedaje. El siguiente cuadro, presenta la proyección de servicios y tour ofertados:

## CUADRO N° 26. PROYECCIÓN DE SERVICIOS OFERTADO

SERVICIOS OFERTADOS EMPRESA PÚBLICA	%	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN DE SERVICIOS				
			AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Entradas al museo	33,37%	1,5	9.600,00	9.984,00	10.383,36	10.798,69	11.230,64
Restaurante, bar y cafetría	65,80%	6,80	18.930,00	19.687,20	20.474,69	21.293,68	22.145,42
Cabañas	0,83%	40,00	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
<b>TOTAL SERVICIOS OFERTADOS</b>	<b>100,00%</b>	<b>46,80</b>	<b>28.770,00</b>	<b>29.920,80</b>	<b>31.117,63</b>	<b>32.362,34</b>	<b>33.656,83</b>
TOURS OFERTADOS	%	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN DE SERVICIOS				
			AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Tour Zona Urbana	40,00%	92,4	200,00	208,00	216,32	224,97	233,97
Tour Zona de Intag	30,00%	188,4	150,00	156,00	162,24	168,73	175,48
Tour Turístico Zona Andina	30,00%	164,4	150,00	156,00	162,24	168,73	175,48
<b>TOTAL SERVICIOS OFERTADOS</b>	<b>100,00%</b>	<b>445,20</b>	<b>500,00</b>	<b>520,00</b>	<b>540,80</b>	<b>562,43</b>	<b>584,93</b>
SERVICIOS OFERTADOS SECTOR PRIVADO	%	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN DE SERVICIOS				
			AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Servicios hospedaje	44%	6,80	32.661,51	33.967,97	35.326,69	36.739,76	38.209,35
Servicio de restaurantes, cafetaleras	56%	40,00	42.303,45	43.995,59	45.755,41	47.585,63	49.489,05
<b>TOTAL SERVICIOS OFERTADOS</b>	<b>100,00%</b>	<b>46,80</b>	<b>74.964,96</b>	<b>77.963,56</b>	<b>81.082,10</b>	<b>84.325,38</b>	<b>87.698,40</b>
<b>TOTAL CANTIDAD DE SERVICIOS OFERTADOS</b>			<b>104.234,96</b>	<b>108.404,36</b>	<b>112.740,53</b>	<b>117.250,15</b>	<b>121.940,16</b>

### 3.6.4. BALANCE OFERTA-DEMANDA

En la siguiente tabla podemos determinar el superávit o déficit entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

### CUADRO N° 27. BALANCE OFERTA DEMANDA

Año	DEMANDA	OFERTA	D. POTENCIAL
2012	120.867,00	104.234,96	16.632,04
2013	125.701,68	108.404,36	17.297,32
2014	130.729,75	112.740,53	17.989,21
2015	135.958,94	117.250,15	18.708,78
2016	141.397,29	121.940,16	19.457,13

Elaborado por: El Autor.



Este balance de Oferta-Demanda proyectado demuestra un escenario optimista para el sector turístico en el Cantón Cotacachi considerando la puesta en operación de la cantidad de servicios ofertados por el proyecto; en la que se puede determinar que la demanda no alcanza a ser cubierta existiendo un déficit de 25.041 para el primer año, indicador que muestra un horizonte positivo para orientar las prestación de servicios turísticos.

### **3.6.5. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

La demanda potencial que se ha determinado para la Empresa Pública de Turismo, está constituido por los turistas nacionales y extranjeros que han visitado la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas, considerando para la proyección la tasa de crecimiento del 4% anual. De ésta forma tenemos una estimación de la demanda potencial a satisfacer:

#### **CUADRO N° 28. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

<b>Año</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2012	16.632,04
2013	17.297,32
2014	17.989,21
2015	18.708,78
2016	19.457,13

Elaborado por: El Autor.

### **3.7. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.**

#### **3.7.1 PRODUCTO O SERVICIO**

Es imprescindible crear una identidad tanto los servicios del Museo de las Culturas y la Hostería Cuicocha que tiene el servicio de Restaurante, bar -

cafetería, servicio de lanchas y de cabañas, y del producto ofrecido de los tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina, paramanejar los servicio con óptima calidad y capacidad de satisfacer.

### **3.7.2 PRECIO**

La estrategia para determinar el precio estará basada en los costos, la competencia, Ofrecer calidad en todo tipo de productos y servicios:

- a) Se analizará los costos para establecer un porcentaje de utilidad.
- b) Se analizará los precios de la competencia para así establecer precios acordes con el mercado.
- c) Brindar servicios con estándares de calidad generando una imagen positiva que haga diferente a los demás.

### **3.7.3 PLAZA**

1.- La planta administrativa y el servicio de museo se encontrará en el Museo de las Culturas, que es un lugar estratégico por localizarse en una zona céntrica y de gran flujo comercial y de visitantes de Cotacahi, a muy poca distancia del mercado y del terminal de transportes públicos.

2.- En laHostería Cuicocha se maneja los servicios de Restaurante, bar - cafetería, servicio de lanchas y de cabañas con óptima calidad con capacidad de satisfacer las expectativas del cliente, y a su vez estarán articulados a los Tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina.

### **3.7.3 PUBLICIDAD**

Diseñar e imprimir programas de difusión, publicidad y material divulgativo promocional en el que se presente la imagen de los principales atractivos, servicios y productos que atraigan y motiven la visita a los turistas nacionales o extranjeros.

Estar al día con la innovación tecnológica, que asegure la producción, promoción y comercialización de los servicios y productos turísticos y enfrentar a la competencia.

Diseñar una estrategia comunicacional en los medios escritos, radial y de televisión de acuerdo a las posibilidades financieras y presupuestarias.

Diseñar una señalética comunicacional que permita guiar, orientar y promocionar los atractivos y lugares turísticos.

### **3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

La demanda turística que ingresa al Cantón Cotacachi proviene de todos los lugares del mundo y de todas las provincias del Ecuador, motivados principalmente por observar sus atractivos turísticos articulados a la oferta de productos y servicios de las cadenas de valor una por cada zona geográfica: zona urbana, zona andina y zona subtropical. .

La creación de la empresa será un incentivo para promover y articular el manejo de varios activos importantes (laguna de Cuicocha, Complejo Nalgunvi, Feria del Cuero) con una diversidad de actividades económicas locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes) e incluso con actividades de turismo comunitario rural y del turismo de deporte de aventura.

El proyecto es factible ya que está sustentado sobre el estudio investigativo realizado en la demanda y oferta turística que se enmarca dentro de una tendencia en visitar y observar los atractivos paisajísticos, atractivos naturales, la biodiversidad y de las nuevas tendencias que orienta su atención en el turismo rural o comunitario y del turismo del deporte de aventura.

La creación de la empresa será el medio principal que impulsará la imagen institucional, promoción y marketing para que Cotacachi sea un destino turístico utilizando para aquello la publicidad impresa, los medios masivos de radio, televisión y tecnología electrónica.

La creación de la empresa permitirá que maneje los bienes atractivos que posee el Municipio para mejorar su infraestructura poniendo la prestación de sus servicios al desarrollo económico del Cantón Cotacachi principalmente las que ofrece la Hosteria Cuicocha como son paseo en Lancha, servicio de cabañas, Servicio de bar, cafetería y restauran cuyos costos y precios son los que están en el mercado de la oferta y demanda.

La estructura turística en 3 cadenas de valor en cada zona geográfica permitirá tener un desarrollo equitativo que oferte productos muy asequibles que se encuentra en un promedio de 92,40 dólares por paquete turístico en la zona urbana, 188,40 dólares zona de Sub tropical o de Intag, 164,40 dólares la zona rural para que tenga gran aceptación en el mercado objetivo meta.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO**

#### **4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto dependerá de la capacidad de la Empresa Pública que se rige por el Derecho Público, con autonomía financiera, económica, administrativa que operará como proyecto productivo sobre bases comerciales relacionados con la actividad turística que para el cumplimiento de sus fines la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., podrá suscribir contratos, convenios uniones transitorias, alianzas estratégicas, consorcios, empresas de coordinación u otras de naturaleza similar, con alcance nacional e internacional permitidos por la Ley; así como podrá realizar toda clase de actos y contratos incluyendo la importación y exportación de bienes relacionados con sus objetivos; solicitar, gestionar y recibir inversiones, legados, donaciones y herencias, siendo aceptadas necesariamente con beneficio de inventario, así como contribuciones de origen lícito, en numerario, en bienes muebles e inmuebles, en servicios técnicos, tanto de personas naturales como de personas jurídicas sean nacionales, extranjeras, públicas, privadas, organismos internacionales; aportes y transferencias de cualquier naturaleza.

#### **4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

##### **4.2.1 MACROLOCALIZACIÓN**

La Empresa de Turismo Cotacachi “EP” estará localizada en el Cantón Cotacachi en la Provincia de Imbabura, ubicada a 25 Km. al sureste de Ibarra y a 104 kilómetros del noroeste de Quito capital del Ecuador, al cual se puede llegar mediante dos vías de acceso: una por la vía Otavalo y la otra por la Panamericana Norte Ibarra Atuntaqui.

El lugar geográfico donde se va a llevar a cabo la presente investigación es:

País: Ecuador: Región: Sierra Norte, Provincia: Imbabura,

Cantón: Cotacachi

### **¿CÓMO LLEGAR A COTACACHI?**

El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km<sup>2</sup> aproximadamente.

### **HISTORIA**

COTACACHI “RELIQUIA ECOLÓGICA Y CULTURAL DE LOS ANDES”

Es una Villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas asentada en las faldas del Cotacachi. Es considerada **Capital Musical del Ecuador** por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada **Castillo de Luz** por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales lo que le convierte en uno de los cantones más prósperos de la provincia.

### **POBLACIÓN**

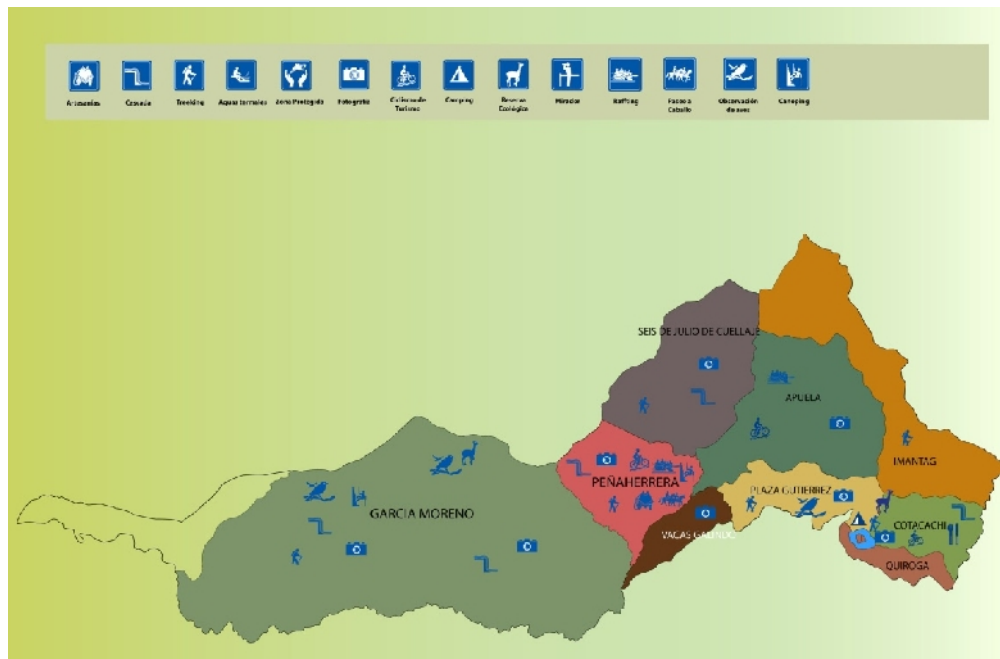
La población según el último censo del año 2010 es de: 40.036 habitantes de los cuales 20.090 son hombres y 19.946 son mujeres.

### **PARROQUIAS:**

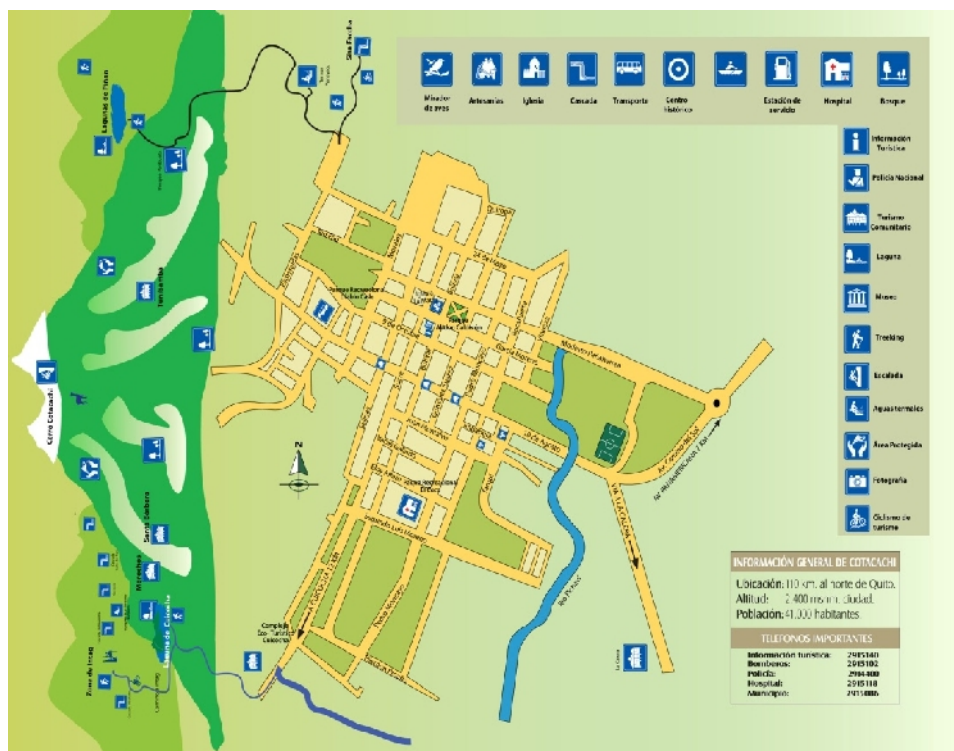
Urbanas: El Sagrario y San Francisco

Rurales: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo.

## GRÁFICO N° 18 MAPAS TURÍSTICOS DE COTACACHI



Fuente: Municipio de Santa Ana de Cotacachi



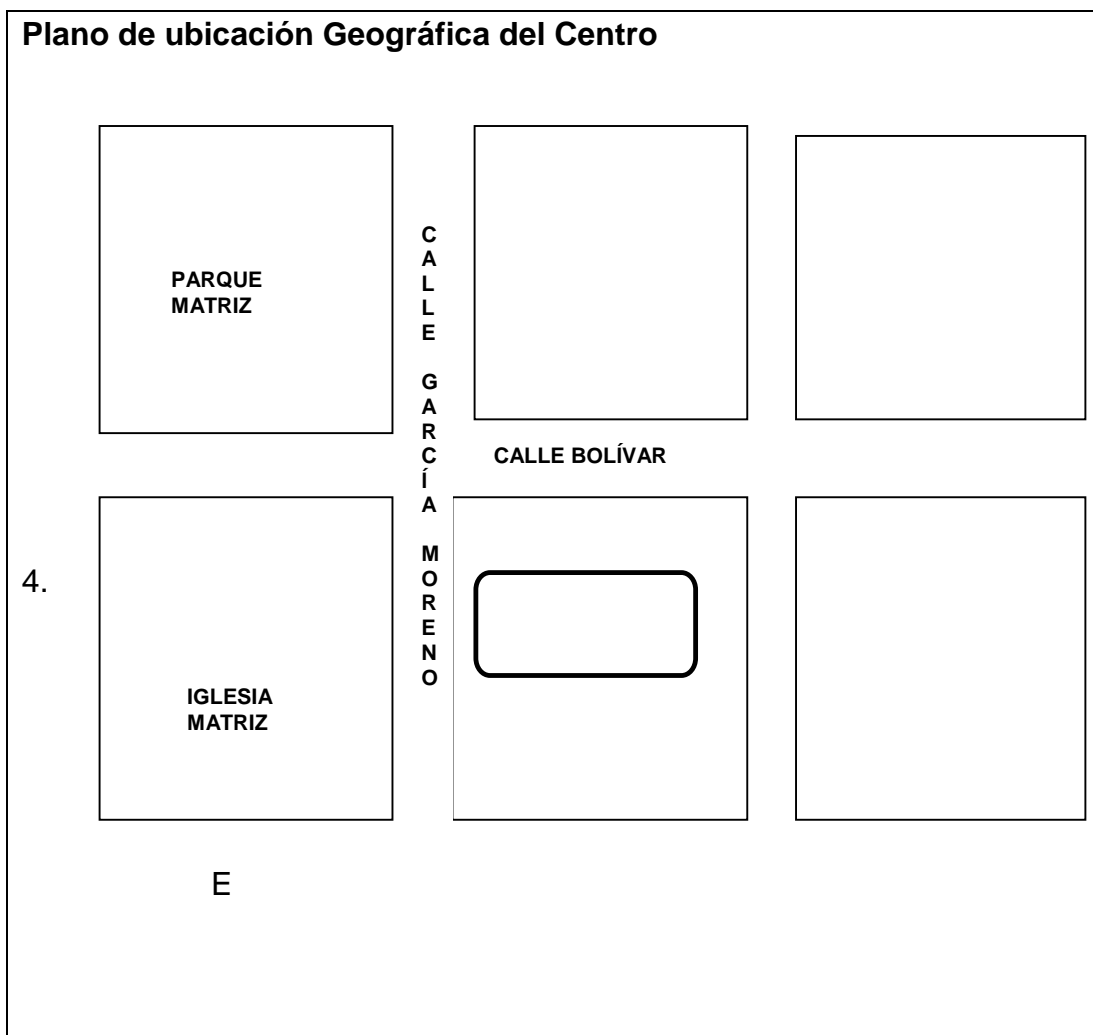
Fuente: Municipio de Santa Ana de Cotacachi

#### 4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

La planta administrativa de la Empresa Pública de Turismo se encontrará localizado en las instalaciones del Museo de las Culturas, ubicado en el centro de la Zona urbana del Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura lugar estratégico para manejar una administración eficiente, coordinación con los actores involucrados en las cadenas de valor de los productos y servicios turísticos, así como la promoción de una variada oferta turística.

La ubicación del local administrativo se encuentra en la zona más céntrica y de gran flujo comercial y de visitantes de Cotacachi, a muy poca distancia del mercado y del terminal de transportes públicos, cerca del parque la matriz y del Municipio.

#### Ilustración No.1





Y la Unidad de Negocio está ubicada en la Hostería Cuicocha a 12 Km. al Sur Oeste de Cotacachi y 14 Km. de Otavalo, frente a la Laguna, maneja los servicios de Restaurante, bar - cafetería, servicio de lanchas y de cabañas con óptima calidad con capacidad de satisfacer las expectativas del cliente, y a su vez estarán articulados a los Tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina.

### **4.3 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

El espacio físico de las Instalaciones con que cuenta para efectos de la ejecución del proyecto, se distribuirá en tres oficinas administrativas distribuidas para la Gerencia, Administrativa Financiera y otra para Contabilidad.

La oficina de Gerencia se encargará de lo legal, judicial o extrajudicial. Dirigirá y supervisará la labor administrativa, financiera y técnica y demás actividades operativas de la cual rendirá cuentas ante el Directorio. Coordinará y controlará el funcionamiento de las dependencias de ésta y de los distintos sistemas y unidades empresariales, contratar al personal que se requiere, autorizar las adquisiciones de bienes y servicios, suscribir contratos, realizar convenios, uniones transitorias, alianzas estratégicas.

La oficina del departamento Administrativo Financiero se encargará de la gestión administrativa, financiera, y técnica de la Empresa Pública, atender al cliente, dirigir y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias operativas de los distintos sistemas y unidades empresariales, previa autorización de

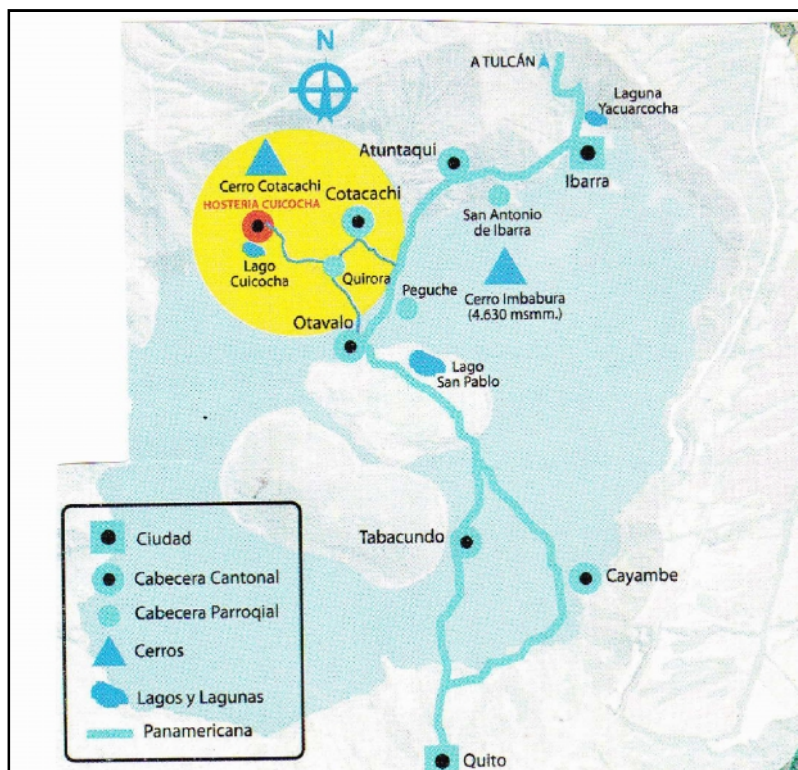
Gerencia realizar las adquisiciones de bienes y servicios, será responsable del proceso de recaudación y depósito, del proceso de gastos y presentara Informes administrativos y financieros a la Gerencia.

La oficina de contabilidad se encargará de Registros contables, informes financieros, Control Previo al compromiso, comprobantes de pago, roles de personal.

La empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., desconcentrara su unidad empresarial a través de Unidades de Negocios, primeramente se iniciara con la Hostería Cuicocha, cuya infraestructura física de las Instalaciones con que se cuenta para efectos de la ejecución del proyecto, se distribuirá en un espacio de cocina para preparar los alimentos y bebidas, un espacio para el restorán y cafetería con capacidad para instalar 10 mesas con 6 sillas para cada una, y además de la infraestructura de 6 habitaciones tipo cabañas con una capacidad de alojamiento para 30 personas, las mismas que estarán articulados a los tours propuestos para la zona Urbana, Rural y de Intag o Subtropical.

## **Ilustración No.2**

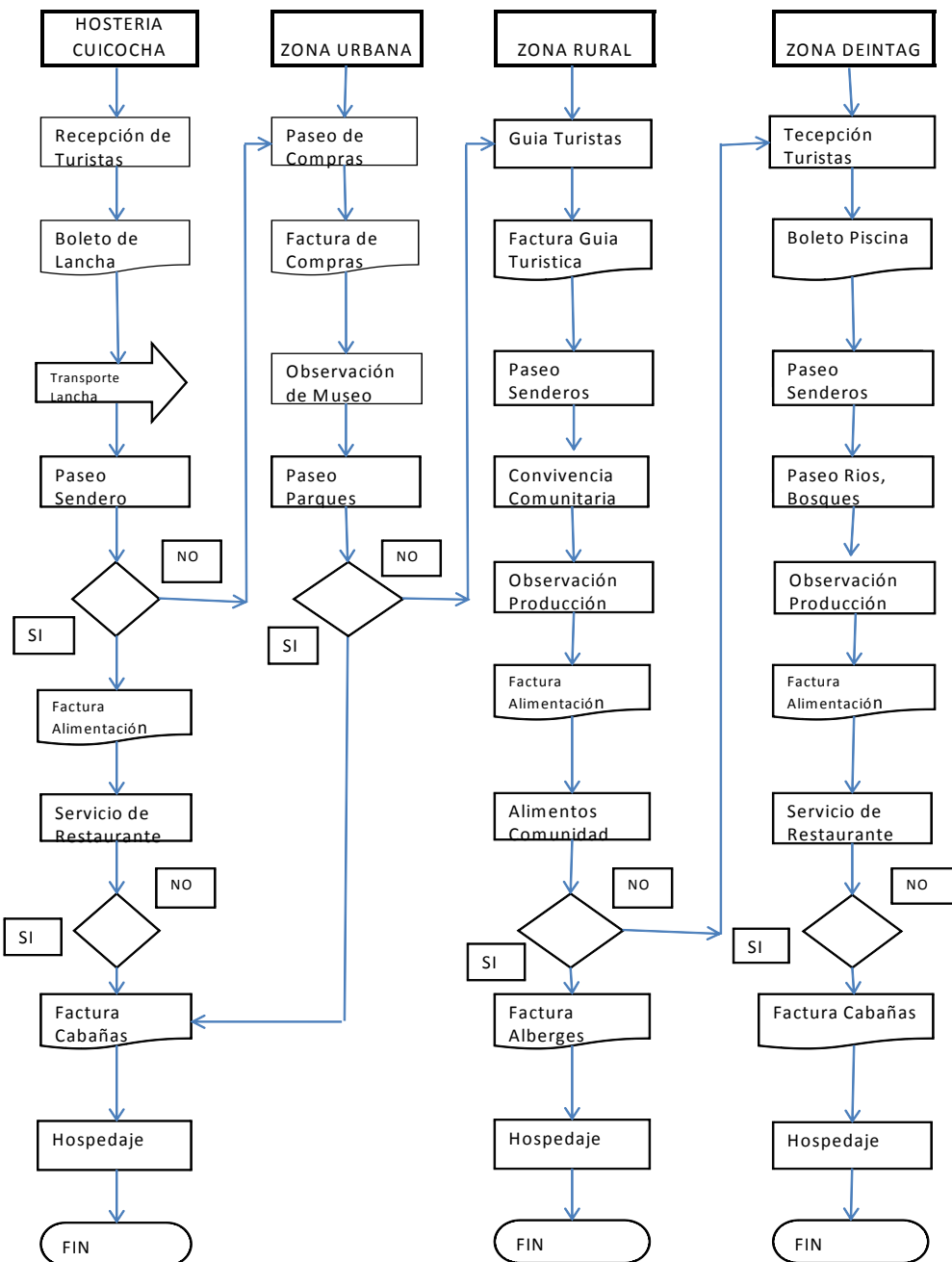
### **Ubicación Geográfica de la Hostería Cuicocha**



#### 4.4. DIAGRAMA DE PROCESOS

El siguiente diagrama es una representación gráfica a través de una hoja de diagramación de procesos de los servicios y productos o tours a cargo de la Empresa Pública de Turismo.

**GRÁFICO N°19: DIAGRAMA DE PROCESOS**



Elaborado por: El Autor

## 4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

### 4.5.1. INVERSIÓN INICIAL

El Municipio de Santa Ana de Cotacachi ha considerado en su plan operativo anual el apoyo para que la Empresa Pública de Turismo cuente con la inversión inicial en bienes muebles e inmuebles, recursos humanos, suministros, materiales y recursos económicos que permitirá

que el proyecto inicie y genere rentabilidad, para lo cual se requerirá de un capital tanto para uso administrativo como para la operación de los servicios.

La inversión inicial de los bienes inmuebles se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 29. INMUEBLES**

CONCEPTO	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EDIFICIOS	UNIDAD	90.000,00	90.000,00
TERRENOS	UNIDAD	6.000,00	6.000,00
<b>TOTAL USD</b>			<b>96.000,00</b>

Elaborado: El Autor

La inversión inicial de los muebles y enseres se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 30. MUEBLES Y ENSERES**

CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio metálico	3	UNIDAD	250,00	750,00
Sillas	3	UNIDAD	70,00	210,00
Archivador	3	UNIDAD	90,00	270,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>1.230,00</b>

Elaborado: El Autor

La inversión inicial del equipo se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 31. EQUIPO USO ADMINISTRATIVO**

CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELEFONO	2	UNIDAD	60,00	120,00
GRABADORA DIGITAL PANASONIC PE	2	UNIDAD	30,00	60,00
TELEFONO FAX, GRAB	1	UNIDAD	120,00	120,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>300,00</b>

Elaborado: El Autor

La inversión del equipo de cómputo se detalla en el siguiente cuadro:

### CUADRO N° 32. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADOR COMPLETO	3	UNIDAD	600,00	1.800,00
IMPRESORA	1	UNIDAD	80,00	80,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	1	UNIDAD	120,00	120,00
UPS	3	UNIDAD	40,00	120,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>2.120,00</b>

Elaborado: El Autor

La Empresa Pública se ha propuesto realizar paquetes turísticos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina por lo que se requiere invertir en transporte terrestre para movilizar a los turistas a los sitios y atractivos turísticos del Cantón, así como se requiere de tres Lancha para realizar el recorrido alrededor de la laguna de Cuicocha, siendo la inversión la siguiente:

### CUADRO N° 33. VEHÍCULOS PARA LOS TOURS

VEHICULOS	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FURGONETA 14 PASAJEROS	1	UNIDAD	18.000,00	18.000,00
LANCHA CON MOTOR FUERA DE BORDA	3	UNIDAD	7.535,71	22.607,13
<b>TOTAL USD</b>				<b>40.607,13</b>

Elaborado: El Autor

La Empresa Pública a través de la Hostería Cuicocha, prestará el servicio de alimentos y bebidas para lo cual se requerirá invertir en maquinaria y equipo para la cocina y restorán-cafetería de conformidad con el siguiente detalle:

### CUADRO N° 34. MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REFRIGERADOR	1	UNIDAD	800,00	800,00
CONGELADOR EH15	1	UNIDAD	500,00	500,00
COCINA INDUSTRIAL	1	UNIDAD	1.500,00	1.500,00
BATIDORA	1	UNIDAD	110,00	110,00
CAFETERA INDUSTRIAL DE 110 TAZ	1	UNIDAD	160,00	160,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>3.070,00</b>

Elaborado: El Autor

#### 4.5.2. GASTO DE CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución y su organización en los que incurrirá la Empresa Pública al iniciar las actividades, cuyos valores serán cargados únicamente en el balance inicial.

#### CUADRO N° 35. GASTO DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN	500,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN</b>	<b>500,00</b>

Elaborado: El Autor

#### 4.5.3. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión de la Empresa Pública en capital de trabajo para comenzar con las actividades está presupuestado los dos primeros meses con un valor de 55.325,69 y que comprende remuneraciones, costo de los servicios, servicios básicos, suministros de oficina y aseo, seguros, movilización y viáticos, mantenimiento de locales, promoción y publicidad, lencería de restauran, menaje de cocina, los mismos que permitirá medir las operaciones financieras para lograr eficiencia gerencial y disponer de flujos de efectivo para sufragar los gastos de los siguientes meses.

#### CUADRO N° 36. RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR 2 MESES</b>
REMUNERACIONES	13.775,16	27.550,32
COSTO DE SERVICIOS	11.624,08	23.248,15
GASTO SERVICIOS	370,00	740,00
SUMINISTROS DE OFICINA Y ASEO	269,46	538,92
SEGUROS	216,67	433,33
MOBILIZACIÓN Y VIÁTICOS	166,67	333,33
MANTENIMIENTO LOCALES	100,00	200,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	817,50	1.635,00
LENCERIA Y MENAJE DE COCINA Y RESTORAN	323,32	646,63
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>27.662,85</b>	<b>55.325,69</b>

Elaborado: El Autor

A continuación se expone los requerimientos y gastos del capital de trabajo que se va a invertir en los dos primeros meses.

### **SERVICIOS BÁSICOS**

Los servicios de abastecimiento de agua, sistemas de alcantarillado, sistemas eléctricos y de comunicaciones están en óptimas condiciones, lo que permitirá brindar un buen servicio al cliente, el capital inicial está presupuestado para dos meses:

### **CUADRO N° 37 SERVICIOS BÁSICOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° MESES</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR 2 MESES</b>
Teléfono	2	18,00	36,00
Luz Eléctrica	2	19,00	38,00
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>		<b>37,00</b>	<b>74,00</b>

Elaborado: El Autor

### **SUMINISTROS DE OFICINA Y DE ASEO**



La empresa requiere como capital inicial de suministros de oficina y de aseo que para zar con sus actividades se han presupuestado para dos meses y se describen a continuación:

**CUADRO N° 38 SUMINISTROS DE OFICINA Y DE ASEO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° MESES</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR 2 MESES</b>
UTILS DE OFICINA	2	1629	3258
UTILS DE ASEO	2	917	1833
<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA Y ASEO</b>		<b>2546</b>	<b>5092</b>

Elaborado: El Autor

### **MENAJE DE COCINA Y LENCERÍA DE RESTAURANT**

La empresa requiere de un capital inicial para dos meses para adquirir lencería y menaje para prestar los servicios de restorán y actividades de cocina que se describen a continuación:

**CUADRO N° 39: MENAJE DE COCINA Y LENCERÍA DE RESTAURANT**

<b>CONCEPTO</b>	<b>N° MESES</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR 2 MESES</b>
LENERIA	2	1860	3720
MENAJE DE COCINA	2	1472	2943
<b>TOTAL LENCERIA Y MENAJE DE COCINA Y RESTORAN</b>		<b>3332</b>	<b>6663</b>

Elaborado: El Autor

### **TALENTO HUMANO**

El requerimiento del talento humano que laborará bajo la dependencia de la Empresa Pública de Turismo y que estará acorde con la gestión administrativa-financiera y la prestación de los servicios y productos que se brindará al cliente se detalla a continuación:

**CUADRO N°. 40: TALENTO HUMANO**

DENOMINACIÓN	NRO	REMUNERACION UNIFICADA MENSUAL	REMUNERACION UNIFICADA ANUAL
<b>ADMINISTRACIÓN GENERAL</b>			
GERENTE	1	1.212,00	14.544,00
ADMINISTRADOR FINANCIERO	1	817,00	9.804,00
CONTADOR	1	622,00	7.464,00
JEFE DE RECURSOS HUMANOS	1	622,00	7.464,00
TESORERO	1	622,00	7.464,00
GUARDIA	2	704,00	8.448,00
<b>SUB TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>4.599,00</b>	<b>55.188,00</b>
<b>RESTAURANTE-CAFETERIA</b>			
ADMINISTRADOR RESTAURANTE	1	675,00	8.100,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	527,00	6.324,00
COCINEROS	2	744,00	8.928,00
AYUDANTE COCINA	2	704,00	8.448,00
MESERA	1	352,00	4.224,00
<b>SUB TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>3.002,00</b>	<b>36.024,00</b>
<b>VEHÍCULO-LANCHAS</b>			
ASISTENTE OPERATIVO	1	527,00	6.324,00
MOTORISTA	3	1.110,00	13.320,00
<b>SUB TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>1.637,00</b>	<b>19.644,00</b>
<b>CABAÑAS Y TOURS</b>			
ASISTENTE GUIA	1	370,00	4.440,00
CHOFER	1	500,00	6.000,00
<b>SUB TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>870,00</b>	<b>10.440,00</b>
<b>MUSEO DE LAS CULTURAS</b>			
ADMINISTRADOR DE MUSEO	1	622,00	7.464,00
<b>SUB TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>622,00</b>	<b>7.464,00</b>
<b>TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS</b>		<b>10.730,00</b>	<b>128.760,00</b>

Elaborado por: El Autor

En resumen la inversión inicial que tendrá el presente proyecto asciende a 199.152,82 dólares, de los cuales la inversión fija es de 143.327,13 USD, las inversiones diferidas tiene un valor de 500,00 USD, y el capital de trabajo tiene un valor de 55.325,69.

**CUADRO N°. 41: RESUMEN DE INVERSIONES**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>143.327,13</b>
MUEBLES Y ENSERES	1.230,00
EQUIPOS DE OFICINA	300,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.120,00
MAQUINARIA	3.070,00
VEHICULOS	40.607,13
EDIFICIOS	90.000,00
TERRENOS	6.000,00
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>	<b>500,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN	500,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>55.325,69</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>199.152,82</b>

Elaborado por: El Autor

**CUADRO N° 42 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN**

SEGUIMIENTO Y MONITOREO		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
		Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana			
ACTIVIDADES		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Estudio del Mercado	■	■	■																					
2	Análisis del Estudio	■	■	■	■																				
3	Constitución de la Empresa					■	■	■																	
4	Trámite de Financiamiento de Recursos									■	■	■	■												
5	Adquisición de Mobiliario, equipamiento													■	■	■									
6	Organización y establecimiento de normas, políticas													■	■	■									
7	Reclutamiento, selección y contratación de personal													■	■	■									
8	Prestación de los Servicios de la Hosteria Cuicocha															■	■	■	■	■	■				
9	Estructuración de tres tours de las 3 Zonas del Cantón																			■	■	■	■		
10	Promoción, comercialización y venta de los servicios y productos																					■	■	■	■
11	Puesta en Marcha																								■

Elaborado por: El Autor

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **5.1 PRESENTACIÓN**

Considerando la existencia de un mercado potencial en el sector turístico al cual se pretende ofertar a Cotacachi como destino turístico y al existir la viabilidad para desarrollar el proyecto, el análisis y evaluación financiera trata de establecer el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación, nivel de rentabilidad que sirvan de base para la evaluación financiera del proyecto y poder establecer el nivel de factibilidad del mismo en el ámbito económico financiero.

Es muy importante destacar la importancia que tiene este capítulo, ya que a través del estudio que se propone se puede llevar un control adecuado del movimiento financiero y contable del proyecto, una correcta distribución de los recursos y poder determinar el comportamiento del proyecto en su horizonte.

#### **5.2. INVERSIÓN INICIAL**

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi "EP" para comenzar su proyecto se requiere de una inversión inicial de 199.152,82 dólares, de los cuales 143.327,13 corresponde a inversión en Activos Fijos, 500,00 dólares en gastos de constitución y organización y 55.325,69 dólares como capital de trabajotanto para gasto administrativo como para la operación de los servicios. Valores que se detallan a continuación:

### Cuadro N° 43: Inversión Inicial

DETALLE	SUBTOTAL	CANT.	VALOR U.	VALOR T.	TOTAL INVERSIÓN
<b>INVERSIONES FIJAS</b>					<b>143.327,13</b>
MUEBLES Y ENSERES		1	1.230,00	1.230,00	
EQUIPOS DE OFICINA		1	300,00	300,00	
EQUIPO DE COMPUTACION		1	2.120,00	2.120,00	
MAQUINARIA		1	3.070,00	3.070,00	
VEHICULOS		1	40.607,13	40.607,13	
EDIFICIOS		1	90.000,00	90.000,00	
TERRENOS		1	6.000,00	6.000,00	
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>					<b>500,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN		1	500,00	500,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>N° MESES</b>				<b>55.325,69</b>
<b>REMUNERACIONES</b>			<b>13.775,16</b>	<b>27.550,32</b>	
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACIÓN		2	5.764,16	11.528,32	
REMUNERACIONES SERVICIO RESTAURAN		2	3.922,24	7.844,49	
REMUNERACIONES SERVICIO DE VEHÍCULO Y LANCHAS		2	2.152,90	4.305,79	
REMUNERACIONES SERVICIO DE TURS Y CABAÑAS		2	1.162,12	2.324,24	
REMUNERACIONES SERVICIO MUSEO		2	773,74	1.547,48	
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>			<b>11.624,08</b>	<b>23.248,15</b>	
COSTO SERVICIOS RESTAURAN, BAR Y CAFETERIA		2	3.303,93	6.607,87	
COSTO SERVICIO VEHÍCULO Y LANCHAS		2	1.528,48	3.056,95	
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA URBANA		2	1.875,00	3.750,00	
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA INTAG		2	2.541,67	5.083,33	
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA ANDINA		2	2.375,00	4.750,00	
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			<b>2.263,61</b>	<b>4.527,22</b>	
UTILES DE OFICINA		2	176,29	352,58	
UTILES DE ASEO		2	93,17	186,33	
SERVICIOS BÁSICOS		2	370,00	740,00	
SEGUROS		2	216,67	433,33	
MOBILIZACIÓN Y VIATICOS		2	166,67	333,33	
MANTENIMIENTO DE LOCALES		2	100,00	200,00	
LENCERIA		2	168,60	337,20	
MENAJE DE COCINA		2	154,72	309,43	
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		2	817,50	1.635,00	
<b>TOTAL INVERSIONES</b>					<b>199.152,82</b>

Fuente: Inversiones

Elaborado: El Autor

### 5.3. DETERMINACIÓN DE GASTOS Y COSTOS.

#### 5.3.1. GASTO DEPRECIACIÓN

La depreciación consiste en la pérdida del valor de los activos fijos, usados por la empresa y sobre los cuales tiene propiedad, El cálculo de la depreciación se ha hecho en basé al método de Depreciación en Línea Recta de acuerdo a las normas ecuatorianas.

**Cuadro N° 44: Porcentaje de Depreciación**

ACTIVOS FIJOS	VALOR DE COMPRA	DEPRECIACION ANUAL	
	VALOR USD	AÑOS	PORCENTAJE
MUEBLES Y ENSERES	1.230,00	10	10%
EQUIPOS DE OFICINA	300,00	10	10%
EQUIPO DE COMPUTACION	2.120,00	3	33%
MAQUINARIA	3.070,00	10	10%
VEHICULOS	40.607,13	5	20%
EDIFICIOS	90.000,00	20	5%
<b>TOTAL USD</b>	<b>137.327,13</b>		

Elaborado: El Autor

A continuación el detalle de la Depreciación de los Activos Fijos, además tendremos que para el primer año el valor sería de 13.788,09; y que para el quinto año tendríamos una depreciación acumulada de 67.527,11 y los activos fijos tendrán un valor en libros de 69.800,02, el mismo que sería el valor de recuperación de los activos al finalizar el quinto año que es la terminación de la vida del proyecto. Indicando además que la depreciación disminuye en el cuarto y el quinto año por el motivo que el Equipo de computación se depreciara para tres años.

### Cuadro N° 45: Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEPRECIAC.	VALOR EN LIBROS
MUEBLES Y ENSERES	123,00	123,00	123,00	123,00	123,00	615,00	615,00
EQUIPOS DE OFICINA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00	150,00
EQUIPO DE COMPUTACION	706,66	706,66	706,66			2.119,98	0,02
MAQUINARIA	307,00	307,00	307,00	307,00	307,00	1.535,00	1.535,00
VEHICULOS	8.121,43	8.121,43	8.121,43	8.121,43	8.121,43	40.607,13	-
EDIFICIOS	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	22.500,00	67.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>13.788,09</b>	<b>13.788,09</b>	<b>13.788,09</b>	<b>13.081,43</b>	<b>13.081,43</b>	<b>67.527,11</b>	<b>69.800,02</b>

Fuente: Depreciación de Activos fijos

Elaborado: El Autor

### 5.3.2. GASTO SUELDOS

La regulación de los sueldos y salarios le corresponde al Ministerio de Relaciones Laborales, el mismo que ha emitido escalas de sueldos y salarios, y que basados en la autonomía administrativa y financiera, se ha tomado como referencia los valores mínimos ajustados a las reales posibilidades financieras y presupuestarias.

De conformidad con la escala de sueldos y salarios para el primer año se obtiene la remuneración unificada anual por un valor de 128.760,00, el aporte patronal anual por un valor de 15.644,34 más los beneficios adicionales por concepto de horas extras en el año por 4.035,60, por concepto del décimo tercero por el valor de 10.730,00, por concepto del décimo cuarto por un valor de 6.132,00, dándonos un valor total anual de 165.301,94, el primer año no se considera los valores por concepto de fondos de reserva ya que en el primer año la empresa no generará estos gastos, en virtud que se pagan al empleado desde el segundo año de trabajo.

A continuación se muestran en el siguiente cuadro los gastos por concepto de remuneraciones y beneficios sociales que incurrirá la



empresa tanto administrativa como operativa:

**Cuadro N°46: Remuneraciones**

DENOMINACIÓN	NRO	REMUNERACION	TOTAL	TOTAL	TOTAL	HORAS EFECT.	APOSEP PAROAL	FONDO DE RESERVA	DIGNO TRIBUTO	DIGNO CLARO	TOTAL
		UNIDAD MONETARIA	REMUNERACION MONETARIA	REMUNERACION DOLARES	REMUNERACION ANUAL						
<b>ADMINISTRACIÓN GENERAL</b>											
GERENTE	1	121200	121200	242400	1454400		176710	121200	121200	29200	1902700
ADMINISTRADOR FINANCIERO	1	87000	87000	163400	982400		119119	87000	87000	29200	1291190
CONADOR	1	62000	62000	124400	746400		96688	62000	62000	29200	996688
JEFES RECURSOS HUMANOS	1	62000	62000	124400	746400		96688	62000	62000	29200	996688
TESORERO	1	62000	62000	124400	746400		96688	62000	62000	29200	996688
GUARDA	2	35200	70400	140800	848000	68360	102648	70400	70400	58400	1210036
<b>SUBTOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>424700</b>	<b>459900</b>	<b>919800</b>	<b>5518800</b>	<b>68360</b>	<b>670534</b>	<b>459900</b>	<b>459900</b>	<b>204400</b>	<b>7378940</b>
<b>RESTAURANTE CERIA</b>											
ADMINISTRADOR RESTAURANTE	1	65000	65000	130000	810000		98415	65000	65000	29200	1076150
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	52000	52000	103400	632400		78337	52000	52000	29200	848337
COMPROVISOR	2	32000	74400	148800	898800	68360	108475	74400	74400	58400	1274350
AUDITAJE COMPTA	2	35200	70400	140800	848000	68360	102648	70400	70400	58400	1210036
MESERA	1	35200	35200	70400	422400	31680	51322	35200	35200	29200	600022
<b>SUBTOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>228000</b>	<b>302000</b>	<b>604000</b>	<b>3604000</b>	<b>160000</b>	<b>436622</b>	<b>302000</b>	<b>302000</b>	<b>204400</b>	<b>5008920</b>
<b>VEHICULOS CLAS</b>											
ASISTENTE OPERATIVO	1	52000	52000	103400	632400		78337	52000	52000	29200	848337
MOYORSA	3	30000	110000	220000	1332000	99000	168338	110000	110000	86000	1903338
<b>SUBTOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>82000</b>	<b>162000</b>	<b>324000</b>	<b>1964000</b>	<b>99000</b>	<b>236675</b>	<b>162000</b>	<b>162000</b>	<b>118800</b>	<b>2747175</b>
<b>CERAMIS Y CUIS</b>											
ASISTENTE EJECUTIVO	1	30000	30000	70000	440000	38300	5846	30000	30000	29200	634460
CHOFER	1	50000	50000	100000	600000	48000	72000	50000	50000	29200	847000
<b>SUBTOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>80000</b>	<b>80000</b>	<b>170000</b>	<b>1040000</b>	<b>78300</b>	<b>128466</b>	<b>80000</b>	<b>80000</b>	<b>58400</b>	<b>1485466</b>
<b>MISCELANEA CULTURS</b>											
ADMINISTRADOR DE VIBRO	1	62000	62000	124400	746400		96688	62000	62000	29200	996688
<b>SUBTOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>62000</b>	<b>62000</b>	<b>124400</b>	<b>746400</b>	<b>-</b>	<b>96688</b>	<b>62000</b>	<b>62000</b>	<b>29200</b>	<b>996688</b>
<b>TOTAL SUILDOS+BENEFICIOS</b>		<b>894000</b>	<b>1073000</b>	<b>2146000</b>	<b>12876000</b>	<b>405600</b>	<b>156434</b>	<b>1073000</b>	<b>1073000</b>	<b>618200</b>	<b>17608940</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado: El Autor

La proyección de las remuneraciones para los siguientes años se hizo en base al porcentaje de incremento salarial de un 10% anual de acuerdo a la legislación Ecuatoriana, en el que se incluye los valores correspondiente a los fondos de reserva. En el siguiente cuadro se reflejan los gastos de remuneraciones proyectados para los cinco años:

## CUADRO N°47: Remuneraciones Proyectadas

REMUNERACIONES PROYECTADAS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACIÓN	69.169,94	81.145,84	89.260,42	98.186,46	108.005,11
REMUNERACIONES SERVICIO RESTAURAN	47.066,92	55.075,81	60.583,39	66.641,73	73.305,90
REMUNERACIONES VEHÍCULO Y LANCHAS	25.834,75	30.218,92	33.240,81	36.564,89	40.221,38
REMUNERACIONES SERVICIO DE TURS Y CABAÑAS	13.945,46	16.297,01	17.926,71	19.719,38	21.691,31
REMUNERACIONES SERVICIO MUSEO	9.284,88	10.897,56	11.987,32	13.186,05	14.504,66
<b>TOTAL USD</b>	<b>165.301,94</b>	<b>193.635,13</b>	<b>212.998,65</b>	<b>234.298,51</b>	<b>257.728,36</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.4 GASTO MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA

En el cuadro se observa en detalle los materiales y suministros de oficina que necesitará la empresa para el desarrollo de sus actividades:

#### Cuadro N°48: Gasto Materiales Y Suministros de Oficina

MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	V. UNITARIO	VALOR USD
Resmas de Papel Boom	18	resma	3,25	58,50
Tinta para impresora color negro	2	unidad	15,00	30,00
Cartucho para impresora negro	2	unidad	20,00	40,00
Cartucho para impresora de color	2	unidad	20,00	40,00
Grapadora	1	unidad	6,00	6,00
Perforadora	1	unidad	6,00	6,00
<b>Carpetas</b>	<b>500</b>	unidad	0,25	125,00
ARCHIVADOR TAMANO OFICIO LOMO 4 Cm	12	unidad	2,00	24,00
Porta Papeles	4	unidad	3,50	14,00
Facturas	6	bloque	130,00	780,00
Comprobantes de ingresos, egresos.	6	bloque	130,00	780,00
Cuadernos	5	unidad	2,00	10,00
Esferos	500	unidad	0,25	125,00
<b>Clips</b>	<b>6</b>	cajas	0,30	1,80
grapas	6	cajas	0,30	1,80
lapices	6	unidad	0,15	0,90
borradores	1	unidad	0,50	0,50
MEMORY FLASH 4 GB KINGSTON	4	unidad	12,00	48,00
calculadora	2	unidad	12,00	24,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>2.115,50</b>

Elaborado: El Autor

También se muestra los valores proyectados anuales por éste concepto durante los cinco años de vida del proyecto tomando en cuenta un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulada.

### Cuadro N° 49: Proyección Materiales y Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO2012	AÑO2013	AÑO2014	AÑO2015	AÑO2016
MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA	2.115,50	2.231,85	2.354,60	2.484,11	2.620,73
<b>TOTAL USD</b>	<b>2.115,50</b>	<b>2.231,85</b>	<b>2.354,60</b>	<b>2.484,11</b>	<b>2.620,73</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.5 GASTO MATERIALES Y SUMINISTROS DE ASEO

En el siguiente cuadro se observa en detalle los materiales y suministros de aseo que necesitará la empresa para el desarrollo de sus actividades:

### Cuadro N° 50: Materiales y Suministros de Aseo

MATERIALES Y SUMINISTROS DE ASEO				
CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	UNITARIO	VALOR USD
BOTIQUIN PRIMEROS AUXILIOS	1	UNIDADES	100,00	100,00
PAPEL HIGIENICO	100	PAQUETE	5,00	500,00
DISPENSADORES DE OLOR	4	UNIDADES	5,00	20,00
REPUESTOS DE DISPENSADOR DE OLOR	15	UNIDADES	5,00	75,00
DISPENSADORES PARA GEL ANTISEPTICO	4	UNIDADES	5,00	20,00
FRANELAS	10	UNIDADES	1,00	10,00
Tachos de Basura Plasticos	15	UNIDADES	3,00	45,00
TOALLAS DE PIE	12	UNIDADES	7,00	84,00
TOALLAS GRANDES	12	UNIDADES	12,00	144,00
TOALLAS DE MANO	12	UNIDADES	10,00	120,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>1.118,00</b>

Elaborado: El Autor

En el siguiente cuadro se muestra los valores proyectados anuales por éste concepto durante los cinco años de vida del proyecto tomando en cuenta un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulada.

### Cuadro N° 51: Proyección Materiales y Suministros de Aseo

DESCRIPCIÓN	AÑO2012	AÑO2013	AÑO2014	AÑO2015	AÑO2016
MATERIALES Y SUMINISTROS DE ASEO	1.118,00	1.179,49	1.244,36	1.312,80	1.385,01
<b>TOTAL USD</b>	<b>1.118,00</b>	<b>1.179,49</b>	<b>1.244,36</b>	<b>1.312,80</b>	<b>1.385,01</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.6 GASTO SERVICIOS BÁSICOS

Los gastos por servicios básicos al año serán los siguientes:

**Cuadro N° 52: Servicios Básicos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Telefono	180,00	2.160,00
Luz Electrica	190,00	2.280,00
<b>TOTAL USD</b>	<b>370,00</b>	<b>4.440,00</b>

Elaborado: El Autor

Los gastos por Servicios Básicos proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulada.

**Cuadro N° 53: Proyección Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
SERVICIOS BÁSICOS	4.440,00	4.684,20	4.941,83	5.213,63	5.500,38
<b>TOTAL USD</b>	<b>4.440,00</b>	<b>4.684,20</b>	<b>4.941,83</b>	<b>5.213,63</b>	<b>5.500,38</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.7 GASTO SEGUROS

Los gastos para asegurar mediante póliza a los activos fijos y seguros de fidelidad proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N° 54: Proyección Gasto Seguro**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
SEGUROS	2600,00	2743,00	2893,87	3053,03	3220,94
<b>TOTAL USD</b>	<b>2600,00</b>	<b>2743,00</b>	<b>2893,87</b>	<b>3053,03</b>	<b>3220,94</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.8 GASTO MOVILIZACIÓN Y VIÁTICOS

Para los gastos por concepto de movilización y viáticos se procederá a emitir una normativa mediante reglamento interno debidamente aprobado por el Directorio, cuyos valores serán del 50% a los establecidos en la normativa general y se proyectará para los cinco años considerando el incremento del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N° 55: Gasto Movilización y Viáticos**

DESCRIPCIÓN	AÑO2012	AÑO2013	AÑO2014	AÑO2015	AÑO2016
MOVILIZACIÓN VIÁTICOS	20000	21100	22205	23348	24476
<b>TOTAL</b>	<b>20000</b>	<b>21100</b>	<b>22205</b>	<b>23348</b>	<b>24476</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.9 GASTO MANTENIMIENTO DE LOCALES

Los gastos por concepto de mantenimiento de locales proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N°56: Mantenimiento de locales**

DESCRIPCIÓN	AÑO2012	AÑO2013	AÑO2014	AÑO2015	AÑO2016
MANTENIMIENTO DE LOCALES	12000	12660	13353	14069	14809
<b>TOTAL</b>	<b>12000</b>	<b>12660</b>	<b>13353</b>	<b>14069</b>	<b>14809</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.10 GASTO LENCERÍA DE RESTAURAN

Los requerimientos de lencería para restauran son los siguientes:

**Cuadro N° 57: Gasto Lencería de Restaurant**

<b>LENCERIA DE RESTAURAN</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
MANTELES BASE	36	UNIDADES	12,00	432,00
CAMINO DE MESA	36	UNIDADES	6,00	216,00
MANTELES PRENSADOS	36	UNIDADES	4,00	144,00
ALFOMBRAS ANTIDESLIZANTE	6	UNIDADES	30,00	180,00
ALMOHADAS	12	UNIDADES	5,00	60,00
COBIJAS	12	UNIDADES	16,00	192,00
EDREDONES	12	UNIDADES	25,00	300,00
JUEGOS DE SABANAS	12	UNIDADES	17,00	204,00
CORTINAS	6	UNIDADES	30,00	180,00
SERVILLETAS	144	UNIDADES	0,80	115,20
<b>TOTAL USD</b>				<b>2.023,20</b>

Elaborado: El Autor

Los gastos por concepto de lencería de restauran proyectados para el servicio de Restaurant en los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50 % anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N° 58: Proyección Gasto Lencería de Restaurant**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
LENCERIA DE RESTAURAN	2.023,20	2.134,48	2.251,87	2.375,73	2.506,39
<b>TOTAL USD</b>	<b>2.023,20</b>	<b>2.134,48</b>	<b>2.251,87</b>	<b>2.375,73</b>	<b>2.506,39</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.11 GASTO MENAJE DE COCINA

Los requerimientos de menaje de cocina son los siguientes:

**Cuadro N° 59: Menaje de Cocina**

<b>MENAJE DE COCINA</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
PORTACUBIERTOS GRANDES	3	unidad	23,00	69,00
PLATOS BASE	96	unidad	3,50	336,00
PLATOS TENDIDOS MEDIANO	96	unidad	4,50	432,00
PLATOS SOPEROS	96	unidad	2,80	268,80
PLATOS DULCERITOS	96	unidad	0,70	67,20
TAZAS DE CAFE	48	unidad	1,80	86,40
TENEDORES	96	unidad	0,50	48,00
CUCHILLOS DE MESA	96	unidad	0,50	48,00
CUCHARAS SOPERAS	96	unidad	0,60	57,60
SALEROS TAPA PLASTICA	24	unidad	0,40	9,60
VASOS DE CRISTAL	48	unidad	0,50	24,00
CHAROLES DE MADERA GRAN	48	unidad	3,80	182,40
COPAS DE VINO	48	unidad	1,50	72,00
AZUCARERAS DE HIERRO EN	24	unidad	3,70	88,80
Jarras de Cristal	12	unidad	3,00	36,00
Cucharones UMCO	3	unidad	5,60	16,80
Batidor Acero Mano	2	unidad	7,00	14,00
Calderos	6	unidad	25,00	150,00
Jugo de Cacerolas	4	unidad	6,75	27,00
Tazones Plasticos	2	unidad	3,50	7,00
Paila Sencilla #42	4	unidad	10,00	40,00
Ollas #28	4	unidad	9,00	36,00
<b>TOTAL USD</b>				<b>1.856,60</b>

Elaborado: El Autor

Los gastos por concepto de menaje de cocina proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50 % anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N° 60: Proyección Gasto Menaje de Cocina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
MENAJE DE COCINA	1.856,60	1.958,71	2.066,44	2.180,10	2.300,00
<b>TOTAL USD</b>	<b>1.856,60</b>	<b>1.958,71</b>	<b>2.066,44</b>	<b>2.180,10</b>	<b>2.300,00</b>

Elaborado: El Autor

### 5.3.12 GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Los gastos para promoción y publicidad son los siguientes:

**Cuadro N° 61: Promoción y Publicidad**

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Impresión de boletos lanchas	3.500,00
Afiches, plegables, volantes, tarjetas Promocionales	2.500,00
Producción Video Promocional	600,00
Hosting y Dominios	150,00
Internet	360,00
Publicaciones periódicos locales	1.200,00
Publicaciones radios	1.500,00
<b>TOTAL USD</b>	<b>9.810,00</b>

Los gastos para promoción y publicidad proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 5,50% anual que corresponde a la inflación acumulación proyectada.

**Cuadro N° 62: Proyección Gasto Promoción y Publicidad**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Promoción y publicidad	9.810,00	10.349,55	10.918,78	11.519,31	12.152,87
<b>TOTAL USD</b>	<b>9.810,00</b>	<b>10.349,55</b>	<b>10.918,78</b>	<b>11.519,31</b>	<b>12.152,87</b>

Elaborado: El Autor

### 5.4 INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos han sido estimados mediante los resultados que se obtuvieron del estudio de mercado. El precio promedio por concepto de ingresos de los servicios que se presta es de 44,15 dólares que se afectará a futuro con el comportamiento de la inflación anual (5.50%).

Referente al volumen o cantidad se toma como base el crecimiento exponencial asumiendo una tasa anual promedio del 4% y manteniendo constantes para los cinco años, por ser de difícil pronóstico.



**Cuadro N°. 63: Presupuesto de Ingresos Projectados**

DETALLE DE INGRESOS	AÑO 2012			AÑO 2013			AÑO 2014			AÑO 2015			AÑO 2016		
	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Entradas al museo	9.600,00	1,50	14.400,00	9.984,00	1,58	15.799,68	10.383,36	1,67	17.335,41	10.798,69	1,76	19.020,41	11.230,64	1,86	20.869,19
<b>TOTAL USD</b>	<b>9.600,00</b>	<b>1,50</b>	<b>14.400,00</b>	<b>9.984,00</b>	<b>1,58</b>	<b>15.799,68</b>	<b>10.383,36</b>	<b>1,67</b>	<b>17.335,41</b>	<b>10.798,69</b>	<b>1,76</b>	<b>19.020,41</b>	<b>11.230,64</b>	<b>1,86</b>	<b>20.869,19</b>
DETALLE DE INGRESOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio Promedio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Restaurante,bar y cafetría	18.930,00	6,80	128.724,00	19.687,20	7,17	141.235,97	20.474,69	7,57	154.964,11	21.293,68	7,98	170.026,62	22.145,42	8,42	186.553,21
Cabañas	240,00	40,00	9.600,00	249,60	42,20	10.533,12	259,58	44,52	11.556,94	269,97	46,97	12.680,27	280,77	49,55	13.912,80
Ingresos lanchas adultos	48.300,00	2,25	108.675,00	50.232,00	2,37	119.238,21	52.241,28	2,50	130.828,16	54.330,93	2,64	143.544,66	56.504,17	2,79	157.497,20
Ingresos lanchas niños	11.200,00	1,30	14.560,00	11.648,00	1,37	15.975,23	12.113,92	1,45	17.528,02	12.598,48	1,53	19.231,75	13.102,42	1,61	21.101,07
Ingresos lanchas estudiantes	6.200,00	1,50	9.300,00	6.448,00	1,58	10.203,96	6.705,92	1,67	11.195,78	6.974,16	1,76	12.284,02	7.253,12	1,86	13.478,02
Servicio Instituciones Publica	360,00	5,50	1.980,00	374,40	5,80	2.172,46	389,38	6,12	2.383,62	404,95	6,46	2.615,31	421,15	6,81	2.869,51
Servicio Instituciones Privada	480,00	5,50	2.640,00	499,20	5,80	2.896,61	519,17	6,12	3.178,16	539,93	6,46	3.487,08	561,53	6,81	3.826,02
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>85.710,00</b>	<b>62,85</b>	<b>275.479,00</b>	<b>89.138,40</b>	<b>66,31</b>	<b>302.255,56</b>	<b>92.703,94</b>	<b>69,95</b>	<b>331.634,80</b>	<b>96.412,09</b>	<b>73,80</b>	<b>363.869,70</b>	<b>100.268,58</b>	<b>77,86</b>	<b>399.237,84</b>
DETALLE DE INGRESOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio Promedio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Tour Zona Urbana	200,00	92,40	18.480,00	208,00	97,48	20.276,26	216,32	102,84	22.247,11	224,97	108,50	24.409,53	233,97	114,47	26.782,13
Tour Zona de Intag	150,00	188,40	28.260,00	156,00	198,76	31.006,87	162,24	209,69	34.020,74	168,73	221,23	37.327,56	175,48	233,39	40.955,79
Tour Turístico Zona Andina	150,00	164,40	24.660,00	156,00	173,44	27.056,95	162,24	182,98	29.686,89	168,73	193,05	32.572,45	175,48	203,66	35.738,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>500,00</b>	<b>445,20</b>	<b>71.400,00</b>	<b>520,00</b>	<b>469,69</b>	<b>78.340,08</b>	<b>540,80</b>	<b>495,52</b>	<b>85.954,74</b>	<b>562,43</b>	<b>522,77</b>	<b>94.309,54</b>	<b>584,93</b>	<b>551,52</b>	<b>103.476,42</b>
DETALLE DE INGRESOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio Promedio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Arriendo locales	16,00	300,00	4.800,00	16,64	316,50	5.266,56	17,31	333,91	5.778,47	18,00	352,27	6.340,14	18,72	371,65	6.956,40
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>16,00</b>	<b>300,00</b>	<b>4.800,00</b>	<b>16,64</b>	<b>316,50</b>	<b>5.266,56</b>	<b>17,31</b>	<b>333,91</b>	<b>5.778,47</b>	<b>18,00</b>	<b>352,27</b>	<b>6.340,14</b>	<b>18,72</b>	<b>371,65</b>	<b>6.956,40</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.5 EGRESOS

### 5.5.1 PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADO

La proyección de los gastos de remuneraciones se tomó en cuenta una escala salarial inicial de conformidad con la capacidad financiera real con un incremento del 10% y la proyección de costos y gastos se consideró la tasa de inflación anual estimada del 5.5% que sirve de base exponencial para todos los rubros de los costos y gastos proyectados a los 5 años del estudio económico.

**Cuadro N°. 64: Presupuesto de Gastos Proyectado**

REMUNERACIONES PROYECTADAS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACIÓN	69.169,94	81.145,84	89.260,42	98.186,46	108.005,11
REMUNERACIONES SERVICIO RESTAURAN	47.066,92	55.075,81	60.583,39	66.641,73	73.305,90
REMUNERACIONES VEHÍCULO Y LANCHAS	25.834,75	30.218,92	33.240,81	36.564,89	40.221,38
REMUNERACIONES SERVICIO DE TURS Y CABAÑAS	13.945,46	16.297,01	17.926,71	19.719,38	21.691,31
REMUNERACIONES SERVICIO MUSEO	9.284,88	10.897,56	11.987,32	13.186,05	14.504,66
<b>TOTAL REMUNERACIONES USD</b>	<b>165.301,94</b>	<b>193.635,13</b>	<b>212.998,65</b>	<b>234.298,51</b>	<b>257.728,36</b>
COSTOS OPERACIONALES PROYECTADAS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
COSTO SERVICIOS RESTAURAN, BAR Y CAFETERIA	39.647,21	41.827,81	44.128,34	46.555,40	49.115,94
COSTO SERVICIO DE LANCHAS	18.341,72	19.350,51	20.414,79	21.537,60	22.722,17
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA URBANA	22.500,00	23.737,50	25.043,06	26.420,43	27.873,55
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA INTAG	30.500,00	32.177,50	33.947,26	35.814,36	37.784,15
COSTO SERVICIO DE TURS ZONA ANDINA	28.500,00	30.067,50	31.721,21	33.465,88	35.306,50
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES USD</b>	<b>139.488,93</b>	<b>147.160,82</b>	<b>155.254,66</b>	<b>163.793,67</b>	<b>172.802,32</b>
GASTOS OPERACIONALES	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA	2.115,50	2.231,85	2.354,60	2.484,11	2.620,73
MATERIALES Y SUMINISTROS DE ASEO	1.118,00	1.179,49	1.244,36	1.312,80	1.385,01
SERVICIOS BÁSICOS	4.440,00	4.684,20	4.941,83	5.213,63	5.500,38
SEGUROS	2.600,00	2.743,00	2.893,87	3.053,03	3.220,94
MOBILIZACIÓN Y VIATICOS	2.000,00	2.110,00	2.226,05	2.348,48	2.477,65
MANTENIMIENTO DE LOCALES	1.200,00	1.266,00	1.335,63	1.409,09	1.486,59
LENCERIA DE RESTAURANT	2.023,20	2.134,48	2.251,87	2.375,73	2.506,39
MENAJE DE COCINA	1.856,60	1.958,71	2.066,44	2.180,10	2.300,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	9.810,00	10.349,55	10.918,78	11.519,31	12.152,87
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES USD</b>	<b>27.163,30</b>	<b>28.657,28</b>	<b>30.233,43</b>	<b>31.896,27</b>	<b>33.650,57</b>
<b>TOTAL USD</b>	<b>331.954,17</b>	<b>369.453,23</b>	<b>398.486,74</b>	<b>429.988,45</b>	<b>464.181,25</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.6. COSTOS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

El presupuesto de costos proyectado que necesitará la Empresa Pública de Turismo Cotacachi “EP” son básicamente los prestados por la Hostería Cuicochaque tiene el servicio de Restaurant bar y cafetería, servicio de lanchas y de cabañas que vinculado y articulado a los Tours de las Zonas Urbana, Subtropical y Andina. En el siguiente cuadro se observa los costos determinados para cada uno de los servicios y paquetes turísticos.

**Cuadro N° 65: Costos de los Servicios**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>SERVICIO RESTAURANTES</b>		<b>3.595,60</b>	<b>39.647,21</b>
Costo de Ventas Restaurates	12	2.666,52	31.998,18
Mantenimiento Equipo	2	100,00	200,00
Mantenimiento Instalaciones	2	250,00	500,00
Gas	12	373,24	4.478,88
Flores	12	7,44	89,27
Costo de Ventas Bar y Cofiteria	12	198,41	2.380,88
<b>COSTO SERVICIO LANCHAS</b>		<b>2.445,14</b>	<b>18.341,72</b>
Costo de Combustible Lanchas	12	1.445,14	17.341,72
Transporte Combustible	1	200,00	200,00
Mantenimiento Equipo	1	300,00	300,00
Mantenimiento Instalaciones	1	500,00	500,00
<b>SERVICIO DE TOURS ZONA URBANA</b>		<b>77,00</b>	<b>22.500,00</b>
Servicio de alimentación y bebidas	500	22,00	11.000,00
Servicio de Transporte y Mobilización	100	40,00	4.000,00
Hospedaje de Cabaña	500	15,00	7.500,00
<b>SERVICIO DE TOUR ZONA DE INTAG</b>		<b>157,00</b>	<b>30.500,00</b>
Costo del servicio comunitario	100	20,00	2.000,00
Servicio de alimentación y bebidas	500	22,00	11.000,00
Servicio de Transporte y Mobilización	100	100,00	10.000,00
Hospedaje de Cabaña	500	15,00	7.500,00
<b>SERVICIO DE TOUR ZONA ANDINA</b>		<b>137,00</b>	<b>28.500,00</b>
Costo del servicio comunitario	100	20,00	2.000,00
Servicio de alimentación y bebidas	500	22,00	11.000,00
Servicio de Transporte y Mobilización	100	80,00	8.000,00
Hospedaje de Cabaña	500	15,00	7.500,00
<b>TOTAL USD</b>		<b>6.199,74</b>	<b>97.488,93</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.7. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi “EP” para su creación cuenta con el apoyo del Municipio de Cotacachicon una inversión propia de 185.265,14 dólares, sin embargo este capital no cubre todos los requerimientos de implementación del proyecto, por lo que se considera necesario recurrir a un préstamo con el Banco del Estado para cubrir el valor faltante, amparado en el art. 42 de la Ley de Empresas Públicas que permite el acceso a los mercados financieros para la contratación de créditos.

### Cuadro N°66: Fuente de la Inversión

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN PROPIA	185.265,14	93%
INVERSIÓN FINANCIERA	13.887,69	7%
<b>TOTAL</b>	<b>199.152,82</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

### DATOS.-

Capital: 13.887,69

Tasa: 11%

Tiempo: 5 años

Cuota mensual

La siguiente tabla de amortización muestra los valores que se pagaran por concepto de pagos de capital y de los intereses durante cinco años de vida del proyecto.

### Cuadro N°. 67: Amortización mensual del préstamo

OBLIGACIONES FINANCIERAS					
NRO	CAPITAL	M. CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
1	13.887,69	231,46	127,30	358,77	13.656,22
2	13.656,22	231,46	125,18	356,64	13.424,76
3	13.424,76	231,46	123,06	354,52	13.193,30
4	13.193,30	231,46	120,94	352,40	12.961,84
5	12.961,84	231,46	118,82	350,28	12.730,38
6	12.730,38	231,46	116,70	348,16	12.498,92
7	12.498,92	231,46	114,57	346,03	12.267,46
8	12.267,46	231,46	112,45	343,91	12.035,99
9	12.035,99	231,46	110,33	341,79	11.804,53
10	11.804,53	231,46	108,21	339,67	11.573,07
11	11.573,07	231,46	106,09	337,55	11.341,61
12	11.341,61	231,46	103,96	335,43	11.110,15
13	11.110,15	231,46	101,84	333,30	10.878,69
14	10.878,69	231,46	99,72	331,18	10.647,23
15	10.647,23	231,46	97,60	329,06	10.415,76
16	10.415,76	231,46	95,48	326,94	10.184,30
17	10.184,30	231,46	93,36	324,82	9.952,84
18	9.952,84	231,46	91,23	322,70	9.721,38
19	9.721,38	231,46	89,11	320,57	9.489,92
20	9.489,92	231,46	86,99	318,45	9.258,46
21	9.258,46	231,46	84,87	316,33	9.027,00
22	9.027,00	231,46	82,75	314,21	8.795,53
23	8.795,53	231,46	80,63	312,09	8.564,07
24	8.564,07	231,46	78,50	309,97	8.332,61
25	8.332,61	231,46	76,38	307,84	8.101,15
26	8.101,15	231,46	74,26	305,72	7.869,69
27	7.869,69	231,46	72,14	303,60	7.638,23
28	7.638,23	231,46	70,02	301,48	7.406,77
29	7.406,77	231,46	67,90	299,36	7.175,30
30	7.175,30	231,46	65,77	297,24	6.943,84
31	6.943,84	231,46	63,65	295,11	6.712,38
32	6.712,38	231,46	61,53	292,99	6.480,92
33	6.480,92	231,46	59,41	290,87	6.249,46
34	6.249,46	231,46	57,29	288,75	6.018,00
35	6.018,00	231,46	55,16	286,63	5.786,54
36	5.786,54	231,46	53,04	284,50	5.555,07
37	5.555,07	231,46	50,92	282,38	5.323,61
38	5.323,61	231,46	48,80	280,26	5.092,15
39	5.092,15	231,46	46,68	278,14	4.860,69
40	4.860,69	231,46	44,56	276,02	4.629,23
41	4.629,23	231,46	42,43	273,90	4.397,77
42	4.397,77	231,46	40,31	271,77	4.166,31
43	4.166,31	231,46	38,19	269,65	3.934,84
44	3.934,84	231,46	36,07	267,53	3.703,38
45	3.703,38	231,46	33,95	265,41	3.471,92
46	3.471,92	231,46	31,83	263,29	3.240,46
47	3.240,46	231,46	29,70	261,17	3.009,00
48	3.009,00	231,46	27,58	259,04	2.777,54
49	2.777,54	231,46	25,46	256,92	2.546,08
50	2.546,08	231,46	23,34	254,80	2.314,61
51	2.314,61	231,46	21,22	252,68	2.083,15
52	2.083,15	231,46	19,10	250,56	1.851,69
53	1.851,69	231,46	16,97	248,44	1.620,23
54	1.620,23	231,46	14,85	246,31	1.388,77
55	1.388,77	231,46	12,73	244,19	1.157,31
56	1.157,31	231,46	10,61	242,07	925,85
57	925,85	231,46	8,49	239,95	694,38
58	694,38	231,46	6,37	237,83	462,92
59	462,92	231,46	4,24	235,70	231,46
60	231,46	231,46	2,12	233,58	0,00
<b>TOTAL \$</b>	<b>13.887,69</b>	<b>13.887,69</b>	<b>3.882,77</b>	<b>17.770,45</b>	

Elaborado por: El Autor

## 5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

La relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, es aquel volumen de ventas y en unidades monetarias que nos permite obtener el punto de equilibrio que es válido para el primer año de vida del proyecto siendo el siguiente:

**Cuadro N°68: Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO	
	USD ANUAL
Inversión Fija	143.327,13
Gasto Fijo	167.417,44
Depreciación Fija	13.788,09
CV (costo variable)	164.536,73
Pvu (precio variable unitario)	44,15
Cantidad	95.826,00
Cvu (costo variable unitario)	1,72
	<b>42,43</b>
<b>Peq (punto de equilibrio en unidades)</b>	<b>7.648,13</b>
<b>VALOR A VENDER</b>	<b>337.664,77</b>

Elaborado por: Autor

La cantidad de servicios que deberá prestar la Empresa Pública para obtener el punto de equilibrio de la inversión son de 7.648,13; lo que permitirá vender un valor de 337.664,77 dólares lo que es un objetivo alcanzable, el mismo que permitirá recuperar la inversión.

El precio de venta es de 44,15, valor que se obtuvo como resultado del precio promedio de todos los servicios que ofertará la Empresa.

El costo variable total es de 164.536,73 los cuales se divide para 95.810,00 que es la cantidad de servicios y tour que se aspira vender para el primer año, el gasto variable unitario es de 1,72.

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

		324.532,66
44,15	-	1,72
		324.532,66
		42,43
		7.648,13

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario.

Análisis: Si el precio de venta promedio es de \$ 44,15 y el costo variable unitario es de \$1,72, se tendrá un punto de equilibrio de 7.648,13. Es decir, se tendrán que vender la cantidad de 7.648,13 en el año para poder cubrir sus costos y gastos operativos y así comenzar a generar utilidades.

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

		324.532,66
1	-	1,72
		44,15
		324.532,66
1	-	0,04
		324.532,66
		0,961
		337.664,77

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Análisis:

Si el precio de venta promedio es de \$ 44,15 y el costo variable unitario es de \$1,72, se tendrá un punto de equilibrio de \$ 337.664,77. Es decir, la empresa tendrá que vender \$ 337.664,77 dólares en el año para poder cubrir sus costos operativos y así poder generar utilidades.

## 5.9. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.9.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

La Empresa Pública deberá destinar a su inicio un monto para caja bancos de 55.325,69 dólares, valor que servirá para afrontar el capital de trabajo de los dos primeros meses, y el financiamiento de un crédito de 13.887,69 dólares para afrontar los costos de los servicios a prestar en la ejecución del proyecto de los dos meses de inicio.

#### **Cuadro N°69: Balance de Situación Inicial**

##### **EMPRESA DE TURISMO COTACACHI "EP"**

##### **BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

##### **ACTIVOS CORRIENTES**

CAJA BANCOS 55.325,69

##### **ACTIVOS FIJOS**

MUEBLES Y ENSERES 1.230,00

EQUIPOS DE OFICINA 300,00

EQUIPO DE COMPUTACION 2.120,00

MAQUINARIA 3.070,00

VEHICULOS 40.607,13

EDIFICIOS 90.000,00

TERRENOS 6.000,00

(-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

**TOTAL DE ACTIVOS FIJOS 143.327,13**

##### **ACTIVOS DIFERIDOS**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN 500,00

**TOTAL DE ACTIVOS 199.152,82**

##### **PASIVOS**

PASIVO CORRIENTE

##### **CUENTAS POR PAGAR**

CUENTAS POR PAGAR 13.887,69

##### **TOTAL PASIVOS**

##### **PATRIMONIO**

CAPITAL (APORTE PROPIO) 185.265,14

**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIOS 199.152,82**

Elaborado por: El Autor



## 5.9.2. ESTADO DE RESULTADOS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS)

La Empresa Pública de Turismo no tiene utilidades sino excedentes y que no existe participación de los trabajadores, ni se paga el 25% del impuesto a la renta que pagan las compañías reguladas por la Superintendencia de Compañías. Es así que podemos observar en el estado de resultados proyectado el excedente neto durante los cinco años, logrando una rentabilidad mayor el primer año en virtud de que no se paga los fondos de reserva, valores que adquieren el derecho los empleados y trabajadores desde el segundo año.

### Cuadro N°70: Estado de Resultados

EMPRESA DE TURISMO COTACACHI "EP"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLE DE INGRESOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
INGRESOS	TOTAL USD	TOTAL USD	TOTAL USD	TOTAL USD	TOTAL USD
Ingresos por Museo	14.400,00	15.799,68	17.335,41	19.020,41	20.869,19
Ingresos por Restaurant, bar y Cafeteria	128.724,00	141.235,97	154.964,11	170.026,62	186.553,21
Ingresos por Lancha	132.535,00	145.417,40	159.551,97	175.060,43	192.076,30
Ingresos por Cabañas	9.600,00	10.533,12	11.556,94	12.680,27	13.912,80
Ingresos Servicio Instituciones Públicas	1.980,00	2.172,46	2.383,62	2.615,31	2.869,51
Ingresos Servicio Instituciones Privadas	2.640,00	2.896,61	3.178,16	3.487,08	3.826,02
Ingreso Tour Zona Urbana	18.480,00	20.276,26	22.247,11	24.409,53	26.782,13
Ingreso Tour Zona de Intag	28.260,00	31.006,87	34.020,74	37.327,56	40.955,79
Ingreso Tour Turístico Zona Andina	24.660,00	27.056,95	29.686,89	32.572,45	35.738,50
OTROS INGRESOS	4800	5.266,56	5.778,47	6.340,14	6.956,40
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>366.079,00</b>	<b>401.661,88</b>	<b>440.703,41</b>	<b>483.539,79</b>	<b>530.539,85</b>
DETALLE DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES					
TOTAL REMUNERACIONES					
Remuneración de Administración General	69.169,94	81.145,84	89.260,42	98.186,46	108.005,11
Remuneración Servicio de Restaurant, Bar y Cafeteria	47.066,92	55.075,81	60.583,39	66.641,73	73.305,90
Remuneración Servicio de Lancha	25.834,75	30.218,92	33.240,81	36.564,89	40.221,38
Remuneración Servicio de Turs y Cabañas	13.945,46	16.297,01	17.926,71	19.719,38	21.691,31
Remuneración de Museos	9.284,88	10.897,56	11.987,32	13.186,05	14.504,66
COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES					
Costo Servicio de Restaurant, Bar y Cafeteria	39.647,21	41.827,81	44.128,34	46.555,40	49.115,94
Costo Servicio de Lancha	18.341,72	19.350,51	20.414,79	21.537,60	22.722,17
Costo Servicio de Turs Zona Urbano	22.500,00	23.737,50	25.043,06	26.420,43	27.873,55
Costo Servicio de Turs Zona de Intag	30.500,00	32.177,50	33.947,26	35.814,36	37.784,15
Costo Servicio de Turs Zona Andina	28.500,00	30.067,50	31.721,21	33.465,88	35.306,50
Materiales de Oficina	2.115,50	2.231,85	2.354,60	2.484,11	2.620,73
Materiales de Aseo	1.118,00	1.179,49	1.244,36	1.312,80	1.385,01
Servicios Básicos	4.440,00	4.684,20	4.941,83	5.213,63	5.500,38
Seguros	2.600,00	2.743,00	2.893,87	3.053,03	3.220,94
Mobilización y Viáticos	2.000,00	2.110,00	2.226,05	2.348,48	2.477,65
Mantenimiento de Locales	1.200,00	1.266,00	1.335,63	1.409,09	1.486,59
Lencería	2.023,20	2.134,48	2.251,87	2.375,73	2.506,39
Menaje de Cocina	1.856,60	1.958,71	2.066,44	2.180,10	2.300,00
Promoción y Publicidad	9.810,00	10.349,55	10.918,78	11.519,31	12.152,87
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>331.954,17</b>	<b>369.453,23</b>	<b>398.486,74</b>	<b>429.988,45</b>	<b>464.181,25</b>
<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>34.124,83</b>	<b>32.208,64</b>	<b>42.216,67</b>	<b>53.551,33</b>	<b>66.358,60</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.387,61</b>	<b>1.082,08</b>	<b>776,55</b>	<b>471,02</b>	<b>165,49</b>
<b>EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>	<b>32.737,22</b>	<b>31.126,56</b>	<b>41.440,12</b>	<b>53.080,31</b>	<b>66.193,11</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA

### 5.10.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

El costo de oportunidad de la inversión que es la erogación inicial del efectivo o aporte de activos productivos de la Empresa Pública para comenzar a ejecutar el proyecto, y tiene una rentabilidad equivalente al rendimiento promedio de las tasas pasivas del mercado financiero como se puede observar en el siguiente cuadro.

**Cuadro N°71: Costo de Capital y Tasa de Rendimiento Medio**

CALCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO		
INV. PROPIA	185.265,14	93,03	4,53	421,41		
INV. FINANCIERA	13.887,69	6,97	8,17	56,97		
	199.152,82			478,38	4,78	0,048
TRM= (1+IF)(1+CK)-1						
TRM=(1+0,0550)(1+0.048)-1				0,105640	BASE INFLACION	

Elaborado por: El Autor

- **Cálculo de la tasa de redescuento o de rendimiento medio:**

Datos:

Costo de capital = 4.78, Rendimiento en condiciones ideales

El ajuste que se hace al Costo de Capital es la Inflación que tiene un promedio de 5.50

Inflación = 5.50%

Cálculo:

$$TRM = (1+ck) (1+if)-1$$

$$TRM = (1+0,0550) (1+0,048) - 1$$

$$TRM = 10.56\%$$

### 5.10.2. DETERMINACIÓN DEL VAN Y EL TIR CON FLUJOS DE EFECTIVO SIN FINANCIAMIENTO

El valor Actual Neto para el presente proyecto calculado con flujos del efectivo con financiamiento es de \$ 13.330,99 y el TIR sin financiamiento es del 13,39%

**Cuadro N° 72: Flujos del Efectivo Sin Financiamiento**

EMPRESA DE TURISMO COTACACHI "EP"						
FLUJO DEL EFECTIVO SIN FINANCIAMIENTO						
DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>199.152,82</b>					
<b>INGRESOS</b>						
VENTAS NETAS		361.279,00	396.395,32	434.924,94	477.199,65	523.583,45
OTROS INGRESOS		4.800,00	5.266,56	5.778,47	6.340,14	6.956,40
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>366.079,00</b>	<b>401.661,88</b>	<b>440.703,41</b>	<b>483.539,79</b>	<b>530.539,85</b>
<b>EGRESOS</b>						
COSTO DEL SERVICIO		139.488,93	147.160,82	155.254,66	163.793,67	172.802,32
GASTOS OPERACIONALES		192.465,24	222.292,42	243.232,08	266.194,78	291.378,93
GASTOS FINANCIEROS						
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>331.954,17</b>	<b>369.453,23</b>	<b>398.486,74</b>	<b>429.988,45</b>	<b>464.181,25</b>
<b>EXCEDENTE NETO</b>		<b>34.124,83</b>	<b>32.208,64</b>	<b>42.216,67</b>	<b>53.551,33</b>	<b>66.358,60</b>
DEPRECIACIONES		13788,0856	13788,0856	13788,0856	13081,426	13081,426
ENTRADAS DE EFECTIVO	(199.152,82)	47.912,92	45.996,73	56.004,76	66.632,76	79.440,03
TASA	10,56%					
<b>VAN</b>	<b>\$13.330,99</b>					
<b>TIR</b>	<b>13,39%</b>					

Elaborado por: El Autor

Los valores actualizados de todos los flujos netos de caja sin financiamiento esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión iniciales de \$ 13.330,99; esto quiere decir que el proyecto de inversión tiene un VAN positivo, lo que determina que la inversión es rentable.

El TIR sin financiamiento es del 13,39%, este indicador nos determina que el proyecto es rentable ya que tiene un incremento del 2,83% en relación a la Tasa de Rendimiento Medio que es de 10,56%.

### 5.10.3 DETERMINACIÓN DEL VAN Y EL TIR CON FLUJOS DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO

El valor Actual Neto para el presente proyecto calculado con flujos del efectivo con financiamiento es de \$ 3.065,50 y el TIR con financiamiento es del 11,55%.

**Cuadro N° 73: Flujos del Efectivo Con Financiamiento**

EMPRESA DE TURISMO COTACACHI "EP"						
FLUJO DEL EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO						
DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
INVERSIÓN INICIAL	199.152,82					
INGRESOS						
VENTAS NETAS		361.279,00	396.395,32	434.924,94	477.199,65	523.583,45
OTROS INGRESOS		4.800,00	5.266,56	5.778,47	6.340,14	6.956,40
TOTAL INGRESOS		366.079,00	401.661,88	440.703,41	483.539,79	530.539,85
EGRESOS		-				
COSTO DEL SERVICIO		139.488,93	147.160,82	155.254,66	163.793,67	172.802,32
GASTOS OPERACIONALES		192.465,24	222.292,42	243.232,08	266.194,78	291.378,93
GASTOS FINANCIEROS (intereses)		1.387,61	1.082,08	776,55	471,02	165,49
TOTAL EGRESOS		331.954,17	370.535,32	399.263,30	430.459,48	464.346,75
EXCEDENTE NETO		34.124,83	32.208,64	42.216,67	53.551,33	66.358,60
DEPRECIACIONES		13.788,09	13.788,09	13.788,09	13.081,43	13.081,43
CREDITO RECIBIDO	13.887,69					
PAGO PRINCIPAL		2.777,54	2.777,54	2.777,54	2.777,54	2.777,54
ENTRADAS DE EFECTIVO	(199.152,82)	45.135,38	43.219,19	53.227,22	63.855,22	76.662,49
TASA	10,56%					
VAN	\$ 3.065,50					
TIR	11,55%					

Elaborado por: Autor

Los valores actualizados de todos los flujos netos de caja con financiamiento esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial es de \$ 3.065,50; esto quiere decir que el proyecto de inversión tiene un VAN positivo, lo que determina que la inversión es rentable.

La Tasa Interna de Retorno que conseguirá obtener la Empresa Pública con financiamiento sería del 11,55%, lo que indica un incremento del 0,99% en relación a la Tasa de Rendimiento Medio que es de 10,56%, este indicador revela que se obtendría mejores resultados con una inversión de aporte propio.

#### 5.10.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Durante los cinco años de duración del proyecto el flujo total de caja actualizado es de 282.100,00 dólares y en relación a la inversión inicial que es de 199.152,82, el tiempo de recuperación de la Inversión es de 3 años, 5 meses con 8 días.

**Cuadro N° 74: Periodo de Recuperación de la Inversión**

INVERSION		199.152,82
PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	SUMA (FC) USD
1	45.135	45.135
2	43.219	88.355
3	53.227	141.582
4	63.855	205.437
5	76.662	282.100

TRI	Inversión Total * Num. Años proyectados
	SumatoriaFlujos de Caja Proyectados

$$\frac{199.152,82 \times 5}{282.100}$$
$$\frac{995.764,12}{282.100}$$
$$= 3,53$$

El tiempo de recuperación de la Inversión es de 3 años, 5 meses con 8 días.

#### 5.10.5 COSTO-BENEFICIO.

Un criterio de análisis importante es el índice de rentabilidad Costo-beneficio, que aplicando la sumatoria de los flujos de caja proyectado sobre la inversión inicial nos indica que por cada dólar de egreso retornara un dólar con cuarenta y dos centavos, siendo un adecuado nivel de retorno.

### Cuadro N° 75: Relación Costo Beneficio

INVERSION	199.152,82
VA 1	45.135
VA 2	43.219
VA 3	53.227
VA 4	63.855
VA 5	76.662
VAN	282.100
<b>R B/C =</b>	1,42

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\Sigma \text{FNE Actualizado}}{\text{Inversión}}$$

$$= \frac{199.152,82}{282.100}$$

$$= 1,42$$

El índice de rentabilidad Costo-beneficio es de 1,42, lo que nos indica que por cada dólar de egreso ingresará un dólar con cuarenta y dos centavos.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA.-

#### 6.1. LA EMPRESA

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., se regirá por las disposiciones Constitucionales, legales vigentes y la Ordenanza debidamente expedido por el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi. y es una persona jurídica de Derecho Público, con autonomía financiera, económica, administrativa que operará sobre bases comerciales en la rama turística.

##### 6.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La empresa municipal que se constituye se denomina “Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P.”, y cuyo objeto social se incorpora, con domicilio principal en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

##### 6.1.2. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

El logotipo de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. esta graficado una imagen de los atractivos turísticos que tiene el Cantón Cotacachi del cual se espera difundir, promocionar y comercializar logrando obtener una posición en el mercado turístico.



### **6.1.3. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA**

Constituyen el patrimonio de la empresa los bienes muebles e inmuebles de su propiedad, bienes tangibles e intangibles, las acciones, participaciones, activos y pasivos que posea al momento de su creación, como las que sobrevengan en el futuro.

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., en caso de tener excedentes, reinvertirá en el mejoramiento de su patrimonio, en tecnología, en equipamiento y en promoción turística.

Son recursos financieros de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P.

- a) Los ingresos que por el cobro de la tasa de Licencia Anual de Funcionamiento de las empresas, o de los locales destinados a las actividades turísticas originadas o ejecutadas en el cantón Cotacachi, sean recaudados por el Departamento correspondiente del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, mismos que previo al cumplimiento de las formalidades legales, se transferirán a la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. ;
- b) Las asignaciones o transferencias efectuadas por el Estado ecuatoriano y otras entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras;
- c) Las asignaciones presupuestarias y desembolsos anuales efectuados por el Gobierno Municipal de Cotacachi, previa la presentación de programas y proyectos;
- d) Las donaciones que reciba y sean aceptadas por el Directorio con beneficio de inventario; y,
- e) Cualquier otro ingreso que obtenga por su gestión, en cumplimiento de los fines de la empresa.



### **6.1.3. ÁMBITO DE ACCIÓN**

Para el cumplimiento de sus fines la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., podrá suscribir contratos, convenios uniones transitorias, alianzas estratégicas, consorcios, empresas de coordinación u otras de naturaleza similar, con alcance nacional e internacional permitidos por la Ley; así como podrá realizar toda clase de actos y contratos incluyendo la importación y exportación de bienes relacionados con sus objetivos; solicitar, gestionar y recibir inversiones, legados, donaciones y herencias, siendo aceptadas necesariamente con beneficio de inventario, así como contribuciones de origen lícito, en numerario, en bienes muebles e inmuebles, en servicios técnicos, tanto de personas naturales como de personas jurídicas sean nacionales, extranjeras, públicas, privadas, organismos internacionales; y aportes y transferencias de cualquier naturaleza.

### **6.1.4. DESCONCENTRACIÓN EMPRESARIAL**

La empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., desconcentrara su unidad empresarial a través de Unidades de Negocios de Complejo Turístico Cuicocha, Complejo Turístico Yanayacu, Complejo de Recreación, Eventos y Promoción, para lo cual el Directorio nombrará un Administrador común para todas ellas o uno para cada dependencia. En el Complejo Turístico Nalgunvi se creará una empresa mixta social y solidaria con la participación de las comunidades aledañas.

### **6.1.5. CAPACIDAD ASOCIATIVA**

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., tendrá plena capacidad asociativa para el cumplimiento de sus fines y objetivos empresariales y en consecuencia para la celebración de los contratos que se requieran para cuyo efecto podrán constituir cualquier tipo de asociación, alianzas

estratégicas, sociedades de economía mixta con sectores públicos o privados en el ámbito nacional o internacional o del sector de la economía popular y solidaria, en el marco de las disposiciones del Art.316 de la Constitución de la República del Ecuador.

Todo proceso de selección de socios privados para la constitución de empresas de economía mixta, debe ser transparente y se requerirá concurso público, y para perfeccionar la asociación no se requerirá de otros requisitos o procedimientos que no sean los establecidos por la Ley, el Reglamento o por el Directorio.

No requerirán de concursos públicos los procesos de asociación con otras empresas públicas o subsidiarias de estas en países que integran la comunidad internacional.

#### **6.1.5. ATRIBUCIONES DE LA EMPRESA**

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., para el cumplimiento de sus fines y la prestación eficiente, racional y rentable de Servicios Públicos, ejercerá las siguientes atribuciones:

a).- Ejercer las actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden a la Municipalidad, de conformidad con la Ley, y las que en esta materia han sido transferidas por el Gobierno Nacional;

b).- Diseñar y ejecutar programas, planes, proyectos y actividades vinculadas con:

El desarrollo de la actividad turística en el Cantón, tales como la generación de nuevos productos y paquetes turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación al personal, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras:

La promoción, venta y mercadeo del cantón como destino turístico nacional e internacional; promover la inserción de los avances en la ciencia, técnica e innovación relacionada con el mercadeo turístico; producción, revisión y difusión de una imagen y marca; edición, distribución de materiales promocionales y publicitarios; la producción, comercialización de mercaderías y artesanías relacionadas con la ciudad; organización y participación en convenciones, ferias, eventos promocionales y comerciales.

El fomento de la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema.

Facilitar y coordinar con los entes públicos y privados respectivos, los procesos administrativos que deben cumplir para implementar los procesos de racionalización y simplificación administrativa tributaria.

Realizar investigaciones y estudio de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico.

Desarrollar actividades de comunicación social a través de Radio y Televisión.

Asesorar y prestar servicios a entidades públicas y privadas, sean personas naturales o jurídicas, en su área de especialización.

Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;

Abrir agencias, sucursales o unidades de negocios dentro del Cantón o en otras ciudades del Ecuador como en el exterior;

Establecer alianzas estratégicas con sus pares, con empresas privadas para mejorar su oferta al público;

Administrar los bienes a su cargo, de su propiedad, o en el marco de convenios interinstitucionales; y,

Cumplir con las demás actividades encomendadas por el Concejo Municipal de Santa Ana de Cotacachi.

## **6.2. BASE FILOSÓFICA**

Garantizar un modelo de gestión turística participativa, sostenible y competitiva basada en la calidad total, la innovación y la formación, desde el punto de vista social, ambiental y económico.

### **6.2.1. MISIÓN**

“La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. , conjuntamente con el Municipio de Cotacachi y todos los actores involucrados, fomentarán la inversión en el sector turístico, diseñando y ejecutando programas, planes, proyectos y actividades, generando nuevos productos, paquetes, circuitos y cadenas de valor turísticos que fortalezca la educación, capacitación, concienciación, asistencia técnica, infraestructura y control; que permitan la promoción, venta y mercadeo que convierta a Cotacachi en un destino turístico nacional e internacional convirtiéndole en dinamizador de la economía local, del desarrollo social, cultural y del buen manejo ambiental”.

### **6.2.2 VISIÓN**

“En el año 2020 el cantón Cotacachi es el referente turístico en un modelo de gestión turístico con manejo responsable, competitivo y técnico; con un ambiente limpio, intercultural, áreas naturales bien conservadas y actores locales organizados para el desarrollo humano sostenible que logre el buen vivir o sumakkawsay”

### **6.2.3. PRINCIPIOS Y VALORES**

Para el diseño de estos nuevos modelos o instrumentos de gestión se tienen en cuenta los siguientes principios y valores:

#### **6.2.3.1. EFICACIA**

Entendiendo por tal el óptimo grado de consecución en los objetivos marcados por la política turística municipal.

#### **6.2.3.2. EFICIENCIA**

Entendida por la optimización del uso y gestión de los recursos (financieros y humanos) disponibles.

#### **6.2.3.3. CALIDAD**

Entregar al cliente productos y servicios de calidad que satisfagan sus necesidades y expectativas.

#### **6.2.3.4. COOPERACIÓN**

Conseguir la involucración y cooperación de los agentes implicados (públicos y privados) es condición indispensable para el éxito.

#### **6.2.3.5. TRANSPARENCIA**

Los Entes de gestión deben ser transparentes a la sociedad local en general y ante el sector turístico en particular, tanto en sus objetivos (grado de su consecución) como en sus parámetros financieros (esfuerzo financiero, aplicación de recursos, etc.). Ello además de ser un principio básico de “governabilidad” democrática, ha de permitir por un lado una

mayor implicación del propio sector turístico, y por otro una mayor credibilidad del propio Ente ante la sociedad local.

#### **6.2.3.6. ORIENTACIÓN AL MERCADO**

La función principal de las entidades de desarrollo y promoción turística es la de “vender” el destino, han de tener en todo momento una orientación al mercado y ser competitivas y, por tanto, a nivel operativo y ejecutivo han de tener un enfoque propio de una empresa moderna, aunque teniendo siempre presente que son entidades de interés público.

### **6.3. LA ORGANIZACIÓN**

#### **6.3.1. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

La Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., contará con los siguientes niveles de dirección y administración:

a) Nivel Directivo.-

El nivel directivo estará conformado por un Directorio que será el órgano máximo de dirección de la empresa y estará conformado por 5 miembros.

b) Nivel Ejecutivo.-

El/la Gerente/a General, o quien lo subrogue, tendrá la representación legal, judicial o extrajudicial de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. y será el/la responsable por su gestión administrativa, financiera y técnica ante el Directorio. El/la Gerente/a General será designado/a por el Directorio de una terna propuesta por el Alcalde. Durará cuatro años en el cargo; antes de la conclusión del período para el que fue investido/a, el Directorio

podrá removerlo/a con el voto conforme de tres de sus miembros, tomando en cuenta que es un cargo de confianza, de libre nombramiento y remoción.

c) Nivel Administrativo.-

Está integrado por el Departamento Administrativo- Financiero, que cumplirá con los deberes y funciones de la gestión administrativa, financiera, y técnica de la Empresa Pública, y el apoyo necesario para la coordinación y control de las actividades de la empresa.

d) Nivel Operativo.-

Lo integran las unidades que operan los servicios que se brindará al cliente, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la Empresa Pública de Turismo Cotacachi "EP".

### **6.3.1.1 INTEGRACIÓN DEL DIRECTORIO**

El Directorio estará integrado por:

- a) Alcalde/sa del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, quien lo presidirá o su delegado/a permanente;
- b) Dos representantes del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi nombrados/as por la máxima autoridad;
- c) Dos representantes de los servicios turísticos del cantón, elegido/a en asamblea general convocada para el efecto.

Los/las integrantes del sector público ejercerán sus funciones mientras estén vigentes sus períodos respectivos del/la Alcalde/sa, o de Directores/as, perdiendo ipso facto esa representatividad al momento de

salir del Municipio por cesación de funciones.

Las sesiones del Directorio serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras serán mensuales, y las segundas cuando convoque el/la Presidente/a, por su propia iniciativa, o a petición escrita, dirigida al/la Presidente/a de tres de sus miembros o a petición escrita, dirigida al/la Presidente/a, del/la Gerente/a General.

Para que el Directorio pueda instalarse y sesionar se necesitará la presencia de por lo menos tres de sus miembros.

Las decisiones se tomarán por mayoría absoluta de los miembros concurrentes. Los votos en blanco se sumarán a la mayoría. Una vez dispuesta la votación es prohibido retirarse de la sesión o emitir voto abstenido. En caso de empate, el/la Presidente/a o de quien lo subrogue tendrá voto dirimente.

#### **6.3.1.2.SISTEMA CONTABLE Y DE ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE RECURSOS FINANCIEROS**

La contabilidad que lleve la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P., estará basada en los principios de contabilidad de general aceptación y normas internacionales contables, generando toda la información financiera consolidada y necesaria para medir su gestión tanto administrativa y financiera.

Se consolidara la contabilidad mensualmente afectando presupuestariamente para ser presentado al Ministerio de Finanzas.



### **6.3.1.3.PROCESO RECAUDATORIO**

Para efectivizar los ingresos por recaudación de ingresos que generará la comercialización de bienes y prestación de servicios de las Unidades de Negocios se liquidará diariamente y se emitirá boletines de caja, cuyos depósitos de dinero se harán diariamente en una cuenta bancaria aperturado para el efecto y se procederá con el registro contable.

### **6.3.1.4. PROCESO DE GASTOS**

Para hacer efectivo el gasto presupuestario se aplicara los procesos establecidos en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y todos los pagos se efectuarán mediante el Sistema de Pagos Interbancarios nominales, a favor del interesado o su representante legal, mediante comprobante o vales debidamente numerados, que contengan sustento legal, y justificativo técnico, registrando contablemente por cada proceso del gasto.

### **6.3.1.5.APERTURA DE CAJA CHICA O CUENTAS ROTATIVAS**

Por ser una Empresa cuya actividad responde a la dinámica del turismo,se procederá con la apertura de una caja chica y/o una cuenta rotativa que tendrá el respectivo reglamento normativo.

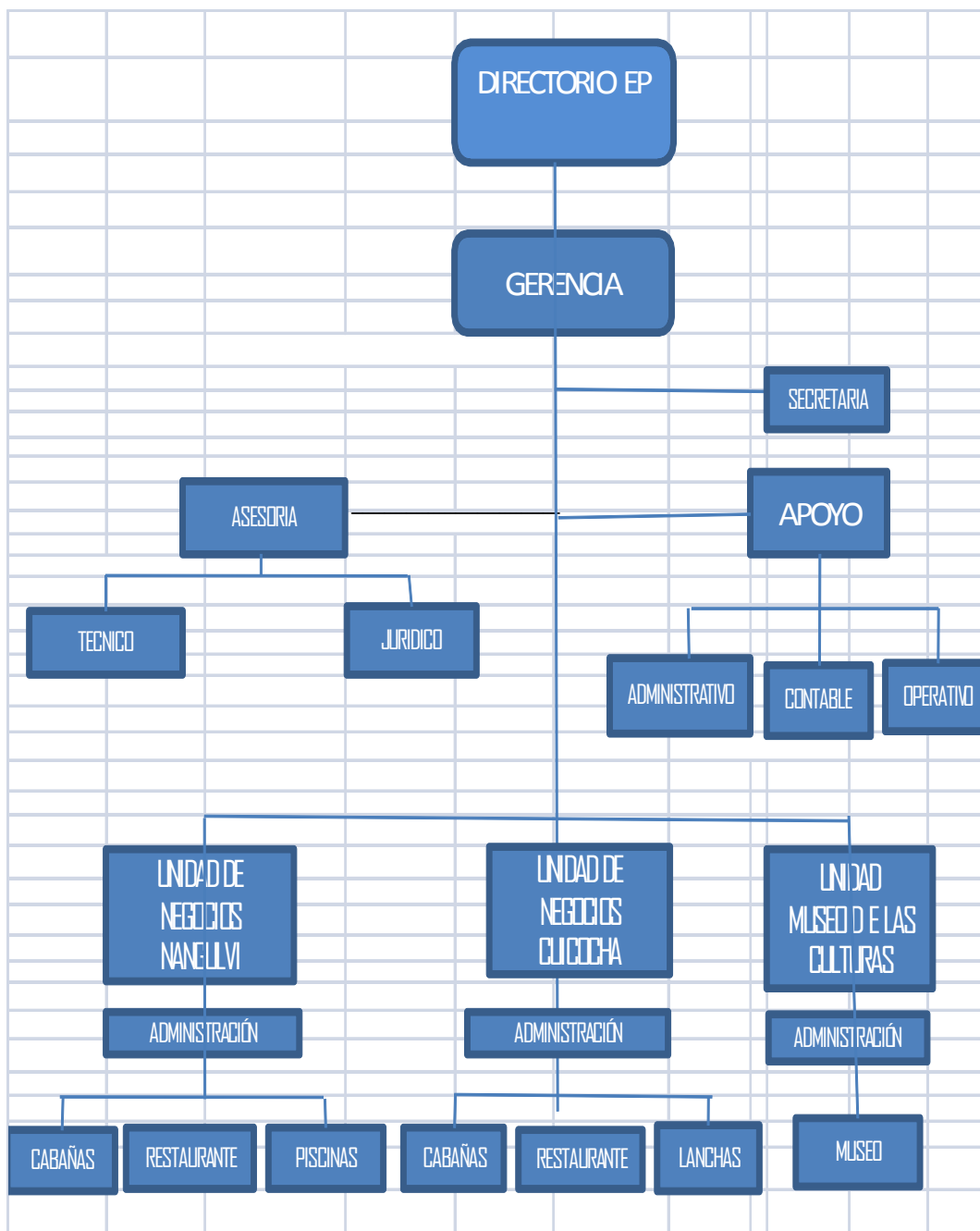
### **6.3.1.6. REGLAMENTO INTERNO**

El Directorio expedirá un Reglamento Interno acorde con la normativa Constitucional y legal vigente en función de las necesidades de la empresa.

## 6.4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

### 6.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico N° 20 Organigrama Estructural



Elaborado por: El Autor

## **6.4.2 ORGÁNICO FUNCIONAL**

### **6.4.2.1 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

#### **DEL DIRECTORIO**

Son deberes y atribuciones del Directorio:

- a) Cumplir y hacer cumplir en el ámbito de su gestión las normas constitucionales, legales y reglamentarias vigentes;
- b) Determinar las políticas, metas y objetivos de la empresa;
- c) Aprobar o modificar el Reglamento Interno de la empresa, y dictar las normas que sean necesarias para su funcionamiento;
- d) Proponer para conocimiento y aprobación del Gobierno Municipal, los proyectos de ordenanzas concordantes que se consideren necesarios para la consecución de sus fines;
- e) Aprobar el presupuesto anual de la empresa y evaluar su ejecución;
- f) Aprobar los planes, proyectos y programas de trabajo que presente a su consideración la Gerencia General y evaluar su ejecución;
- g) Conocer y aprobar los créditos internos o externos que se otorguen a la empresa;
- h) Conocer y aprobar los informes de la Gerencia General y de la auditoría interna como externa;
- i) Solicitar las acciones de control a los órganos competentes;
- j) Autorizar al/la Gerente/a General en cada caso para absolver posiciones y deferir juramento decisorio, allanarse a las demandas, desistir en pleitos, someterse a arbitrajes y aceptar conciliaciones, conforme a la ley; y,
- k) Cumplir con lo establecido con el Art. 57 literal k) del COOTAD.
- l) La demás que establezca la Constitución, las Leyes, Reglamento Interno de la empresa y demás normas conexas.

## **DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO**

Son deberes y atribuciones de los miembros del Directorio, las siguientes:

- a) Asistir a las sesiones del Directorio;
- b) Intervenir en las deliberaciones y decisiones y dar cumplimiento a la comisiones que se les encomendare;
- c) Consignar su voto en las sesiones; y,
- d) Las demás que se establezcan en las disposiciones legales y reglamentarias vigentes.

## **DEL/LA PRESIDENTE/A DEL DIRECTORIO**

Son deberes y atribuciones del/la Presidente/a del Directorio:

- a) Cumplir y hacer cumplir todas las normas que regulan el funcionamiento de la empresa;
- b) Convocar y presidir las sesiones del Directorio y suscribir las actas conjuntamente con el/la Secretario/a;
- c) Someter a consideración del Concejo Municipal de Santa Ana de Cotacachi, cuando éste deba conocer, los asuntos tratados por el Directorio;
- d) Conceder licencia al/la Gerente/a General de acuerdo con la normativa jurídica; y,
- e) Las demás que establezcan las normas vigentes.

## **GERENTE/A GENERAL**

Son deberes y atribuciones del/la Gerente/a General:

- a) Cumplir y hacer cumplir todas las normas que rigen las actividades de la empresa;
- b) Dirigir y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de ésta y de los distintos sistemas empresariales y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente;
- c) Autorizar, conforme a los planes y programas de la empresa, la iniciación de los procedimientos necesarios de conformidad con las disposiciones legales, para celebrar actos y contratos para el cumplimiento de los fines de la empresa;
- d) Someter a la aprobación del Directorio los planes y programas de la empresa, que contendrán las políticas y objetivos de ésta, sus programas de operación, inversiones y el plan financiero;
- e) Aprobar y ejecutar los programas de obras, mejoras y ampliaciones, dentro del ámbito de su competencia, y de conformidad con los planes y programas de la empresa;
- f) Someter a consideración del Directorio hasta el 31 de diciembre de cada año, los balances del ejercicio económico anual;
- g) Informar trimestralmente al directorio sobre los balances de la situación financiera y de resultados, así como las actividades ejecutadas en la empresa y de la situación de los proyectos;
- h) Presentar mensualmente al Directorio los balances de la situación financiera y de resultados, así como el informe anual de actividades financieras y técnicas cumplidas;
- i) Presentar al Directorio, hasta el 31 de octubre de cada año, las proformas del presupuesto anual de ingresos y gastos, flujo de caja, fuentes y usos;
- j) Ejecutar de conformidad con la ley, las políticas generales relacionadas con el nombramiento y remoción de los funcionarios,

empleados y trabajadores; la creación, supresión y fusión de cargos, la autorización de cambios o traslados administrativos; la concesión de licencias o declaración en comisión de servicios, y la delegación de facultades en esta materia; disponer el juzgamiento administrativo de los servidores de la empresa, todo ello de acuerdo con la ley;

- k) Formular proyectos de ordenanzas, de reglamentos de la empresa y de reformas de éstos, y someterlos a consideración del Directorio;
- l) Dictar las normas secundarias para el buen funcionamiento de la empresa;
- m) Informar y asesorar al Gobierno Municipal en todo lo que fuera necesario y tenga relación con las actividades de la empresa;
- n) Actuar como Secretario/a del Directorio;
- o) Designar al/la Gerente General Subrogante; y,
- p) Las demás que le confiere las normas vigentes, este estatuto y el Reglamento Interno de la Empresa.

#### **DE LA SECRETARIA**

Son funciones de la Secretaria:

- a) Preparar las actas de las sesiones para que suscriba la Gerencia conjuntamente con el/la Presidente/a del Directorio;
- b) Preparar la documentación de la convocatoria que conocerá el directorio y entregarla a todos sus miembros conjuntamente con el orden del día;
- c) Llevar el archivo de actas, documentos y expedientes del Directorio y de la Empresa, bajo su responsabilidad;
- d) Conferir copias certificadas de documentos solicitados con autorización escrita de Gerencia;
- e) Preparar informes, oficios, memos y demás documentación de Gerencia.
- f) Las demás que disponga Gerencia de conformidad con las normas vigentes.

## **DEL/LA ADMINISTRADOR/A FINANCIERO/A**

Son deberes y funciones del/la Administrador/a Financiero:

- a) Cumplir y hacer cumplir todas las normas y disposiciones de Gerencia que rigen las actividades de la empresa;
  
- b) El/la Administrador/a Financiero/a remplazará al/la Gerente General de la Empresa temporalmente en caso de ausencia o impedimento de éste último, cumpliendo los deberes y atribuciones previstas para el/la titular mientras dure el reemplazo.
  
- c) Administrar y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de ésta y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente;
  
- d) Iniciar y realizar los procedimientos necesarios conforme a los planes y programas de la empresa y disposiciones legales para celebrar actos y contratos para el cumplimiento de los fines de la empresa;
  
- q) Ejecutar las actividades administrativas, financieros, técnicos operativos propios de todos los servicios que presta la Empresa y las Unidades de Negocios.
  
- r) Ejecutar los programas de obras, mejoras y ampliaciones, dentro del ámbito de su competencia, y de conformidad con los planes y programas de la empresa;
  
- s) Someter a consideración de Gerencia hasta el 31 de diciembre de cada año, los balances del ejercicio económico anual anterior;

- t) Informar trimestralmente a Gerencia sobre los balances de la situación financiera y de resultados, así como el presupuesto ejecutados en la empresa y de la situación de los proyectos;
- u) Presentar mensualmente a Gerencia los balances de la situación financiera y de resultados, así como el informe anual de actividades financieras y técnicas cumplidas;
- v) Presentar a Gerencia, hasta el 20 de Julio de cada año, las proformas del presupuesto anual de ingresos y gastos, flujo de caja, fuentes y usos;
- w) Supervisar a funcionarios, empleados y trabajadores; presentar informes de la creación, supresión y fusión de cargos, presentar informes para la autorización de cambios o traslados administrativos; la concesión de licencias o declaración en comisión de servicios, y la delegación de facultades en esta materia; presentar informes para el juzgamiento administrativo de los servidores de la empresa, todo ello de acuerdo con la ley;
- a) Presentar informes de pagos a terceros y nomina para autorización de Gerencia adjuntando todos los justificativos legales y técnicos;
- b) Iniciar y ejecutar las Transferencias mediante el SPI.
- c) Presentar a Gerencia informes de transferencias realizadas;
- d) Presentar a Gerencia Informes de garantías y valores;
- e) Presentar a Gerencia informes del flujo de caja;
- f) Control Previo al pago; solicitando los justificativos técnicos y legales.
- g) Presentar a Gerencia Informes de recaudaciones;
- h) Informes de administración de especies valoradas;
- i) Registro del Libro Bancos y saldos bancarios;
- j) Presentar a Gerencia Información Financiera mensual, trimestral y anual, para ser enviado al Ministerio de Finanzas.
- k) Informe de declaración y recuperación del IVA e impuesto a la renta;
- l) Plan periódico anual de caja; y,



- m) Presentar a Gerencia Informes de Ejecución Presupuestaria mensual, trimestral y anual.

## **DEL CONTADOR/A**

Son deberes y funciones del/la Contador/a:

- a) Realizar los registros contables;adjuntando los justificativos técnicos y legales.
- b) Realizar y presentar los informes financieros con sus notas aclaratorias mensuales, trimestrales, anuales.
- c) Presentar informes de análisis financiero mensual, trimestral, anual;
- d) Preparar y realizar Conciliaciones Bancarias mensuales;
- e) Constatar y conciliar el inventario de bienes muebles e inmuebles valorados, inventarios de bienes sujetos a control administrativo, valorados; Inventarios de existencias de consumo, valorados;
- f) Preparar y realizar los roles de pago;
- g) Presentar informe de Control Previo al devengado; Informe de Control Previo al compromiso, referente a contratación pública y consultoría;
- h) Realizar las liquidaciones de haberes por cesación de funciones y jubilaciones patronales;
- i) Realizar las liquidación de viáticos y movilización;
- j) Presentar informes de cartera y cuentas por cobrar.
- k) Realizar Informes de liquidaciones de cuentas por pagar;
- l) Presentar informe de baja de bienes muebles.

## **DE LAS DEMAS DEPENDENCIAS**

Tienen por responsabilidad brindar los servicios que se presta, promocionar y difundir los productos, verificar que todo el proceso de venta por medio del cual llega el servicio o producto hasta el consumidor

sea el adecuado y de calidad. Tienen además como función asistir a los recorridos con los turistas, con la explicación previa de cada área o sitio que se visite y dependiendo de la actividad que se realice. Mantener en buenas condiciones el equipo y maquinaria que se utiliza para el tour, estudio y diseño logístico para los sitios turísticos, servicio a clientes en segunda estancia.

## **6.5. ESTRATEGIAS OPERATIVAS Y FINANCIERAS.**

### **6.5.1 ESTRATEGIAS OPERATIVAS**

La “Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P.”, operará sobre bases comerciales que fomente la inversión en el sector turístico, diseñando y ejecutando programas, planes, proyectos y actividades turísticas con un modelo de gestión sostenible, de excelencia, y competitivo.

Adecuara conjuntamente con el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachila infraestructura del complejo turístico Cuicocha, Yanayacu, Nangulvi, generando nuevos productos y paquetes articulados a circuitos y rutas turísticas cantonales, provinciales, nacionales e internacionales, que estén plenamente interrelacionados con la cadena de valor vinculados al turismo de naturaleza, senderismo, ecoturismo, rural o comunitario, deportivo, recreativo, de aventura, cultural, que se complemente con el transporte, alojamiento, restaurantes del cantón.

Diseñara y ejecutara la promoción, venta y mercadeo del cantón como destino turístico nacional e internacional; promoverá una línea de especialización turística con altos estándares de servicio e innovación insertando avances en la ciencia, técnica relacionada con el mercadeo turístico; producción, revisión y difusión de una imagen y marca.

Fomentará la formación, capacitación y profesionalización permanente de los sectores privados, comunitarios, asociativos y ciudadanía en general que estén relacionados con el desarrollo de actividades turísticas del Cantón.

Diseñara productos individuales e integrados que generen ofertas que contemple el inventario vivo de atractivos y recursos turísticos operativos interrelacionados con la planta turística(servicios básicos y complementarios como transporte, alojamiento y restaurantes).

### **6.5.2 ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

La “Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P.”, adoptara las formas de financiamiento que estimen pertinentes para cumplir sus fines y objetivos empresariales, tales como: ingresos provenientes de la comercialización de bienes y prestación de servicios así como de otros emprendimientos; rentas de cualquier clase que produzcan los activos, acciones, participaciones; acceso a los mercados financieros, nacionales o internacionales, a través de emisión de obligaciones, titularizaciones, contratación de créditos; beneficio de garantía soberana; inyección directa de recursos estatales, reinversión de recursos propios; entre otros. Para el efecto se requerirá la resolución favorable del Directorio de la empresa y el cumplimiento de los requisitos previstos en la Ley de Empresas Públicas, así como en la normativa aplicable, en función de la naturaleza del financiamiento al que se acceda siendo las estrategias las siguientes:

a). Estructurar un plan de sostenibilidad que se sustentará en los ingresos que Generarán la comercialización de bienes y prestación de servicios de las Unidades de negocios a constituirse como son complejo turístico Cuicocha, Yanayacu, Nangulvi, los mismos que generarán su propio capital social y económico.

b). Obtener los ingresos que por el cobro de la tasa de Licencia Anual de Funcionamiento de las empresas, o de los locales destinados a las actividades turísticas originadas o ejecutadas en el cantón Cotacachi, sean recaudados por el departamento correspondiente del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, mismos que previo al cumplimiento de las formalidades legales, se transferirán a la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P.;

c).Las asignaciones o transferencias efectuadas por el Estado Ecuatoriano y otras entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras;

d).Las asignaciones presupuestarias y desembolsos anuales efectuados por el Gobierno Municipal de Cotacachi, previa la presentación de programas y proyectos;

e) La gestión de proyectos a ser presentados a entidades gubernamentales y no gubernamentales.

f) Presentar y gestionar un Crédito del proyecto para adecuar la infraestructura del complejo turístico Yanayacu con la finalidad de contar con una estructura sustentable y sostenible que funcione como unidad de negocios.

e) Las donaciones que reciba y sean aceptadas por el Directorio con beneficio de inventario; y,

Cualquier otro ingreso que obtenga por su gestión, en cumplimiento de los fines de la empresa.

## **6.6 IMAGEN INSTITUCIONAL**

Estará a cargo de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi EP el desarrollar un programa de capacitación para los miembros beneficiarios, enfocado hacia temáticas de manejo de negocios empresariales de prestación de servicios de calidad, buen trato y atención al cliente, oferta turística, formación de guías, lineamientos básicos de recepción al turista y demás temas concomitantes con la actividad turística; lo cual permitirá que las personas que estarán directamente involucradas con la recepción de turistas lo puedan hacer con calidad y calidez.

Es imprescindible crear en los involucrados una cultura de buenas prácticas en la que se debe ser aptos para crear consumidores o visitantes exponiendo al máximo o difundiendo los atractivos no solo de la Reserva Ecológica, sino también de identidad cultural y ancestral tanto en prácticas ambientalmente amigables, como de convivencia solidaria y crear productos o servicios en este caso que satisfagan el placer de viajar del visitante, los mismos que serán las bases de éxito para incrementar el turismo en Cotacachi y podrán centrarse en los siguientes parámetros:

Mejorar la imagen, promocionar a Cotacachi,

Optimizar el trato y atención al cliente,

Servicio especializado,

Conservación y preservación los recursos naturales, culturales, tradicionales.

Amabilidad y calidad en el servicio,

Brindar seguridad ciudadana,

## **6.7 CALIDAD DE LOS SERVICIOS**

Aprovechar la belleza de la laguna de Cuicocha que está considerado como un atractivo de mayor jerarquía en la provincia para posesionar a Cotacachi en el mercado turístico nacional e internacional, es por esto que los servicios identificados para la oferta de la Hostería que esta absorbida por la Empresa

Pública de Turismo Cotacachi EP estarán enmarcados dentro de parámetros de óptima calidad en la prestación de servicios turísticos dentro de los cuales se definirán atributos intangibles en su capacidad de satisfacer o superar de manera constante las expectativas de los clientes, turistas o visitantes, de tal manera que se cree una ventaja competitiva con este referente y establecer la posición del servicio dentro del mercado de oferta de servicios y destinos turísticos y podrán centrarse en los siguiente:

- 1.- En laHosteríaCuicocha se maneja los servicios de Restaurante, bar - cafetería, servicio de lanchas y de cabañas con óptima calidad con capacidad de satisfacer las expectativas del cliente, y a su vez deben estar articulados a los Tours propuestos en las Zonas Urbana, Subtropical y Andina.
- 2.- Motivar, capacitar y estimular a los empleados y trabajadores para que se brinde un servicio de calidad a los turistas.
- 4.- Ofrecer calidad en todo tipo de productos y servicios.
- 5.- Controlar y darle mantenimiento continuamente al equipo, materiales.
- 6.- Dar siempre lo que se ofrece en la publicidad. Manejar información verídica en la publicidad y actualizar siempre la información de promoción.
- 7.- Proporcionar los más altos grados de seguridad en todas las actividades que se desarrollan durante el recorrido al interior de la reserva ecológica y la hostería.

## **6.8 CALIDAD DEL PRODUCTO**

Con el objetivo de estimular la oferta se ha determinado la necesidad de crear y estructurar productos turísticos articulando las tres zonas del cantón, combinando el turismo de naturaleza y de compras; principalmente para visitar la laguna de Cuicocha y comprar las artesanías aprovechando las bellezas naturales del entorno, las culturas vivas, tradiciones, biodiversidad, distintos sitios ecológicos, su gente y

producción y podrán centrarse en los siguientes parámetros:

- 1.- Articular los atractivos naturales con el patrimonio cultural, con las manifestaciones tradicionales.
- 2.- Vincularlas bellezas naturales del entorno con los servicios turísticos.
3. Proporcionar los productos turísticos de primer nivel que pueda satisfacer las necesidades y expectativas del cliente
4. Cumplir con las expectativas del cliente.

## CAPÍTULO VII

### 7. ESTUDIO DE IMPACTOS

#### 7.1 DETERMINACIÓN DE IMPACTOS

Los impactos son posibles consecuencias o cambios que se generan a través de la ejecución del proyecto y que determinaran los efectos en los ámbitos de influencia del mismo.

Los impactos que generara la creación de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi “EP” son: legal, ambiental, social, económico.

#### 7.2. NIVELES DE IMPACTO

Para la evaluación de los diferentes impactos se toman en cuenta las siguientes denominaciones:

**CUADRO N° 76: NIVEL DE IMPACTO**

NIVELES DE IMPACTO	
CUANTIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
3	Alto Impacto
2	Mediano Impacto
1	Bajo Impacto
-1	Bajo Impacto Negativo
-2	Bajo Impacto Negativo
-3	Alto Impacto Negativo



## 7.2.1 IMPACTO LEGAL

**Cuadro N° 77: Impacto Legal**

<b>IMPACTO LEGAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Cumplimiento de la Ley Vigente	X					
Ordenanza Municipal	X					
Leyes laborales	X					
Higiene y seguridad industrial			X			
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>4</b>				

Ponderación:  $9+1=10/4=2,5$

### **Análisis:**

La creación de la Empresa Pública de Turismo de Cotacachi “EP” será una empresa estatal que se constituirá sustentado en la Ley Orgánica de Empresas Públicas y en la expedición por parte del Concejo del Municipio de Cotacachide la Ordenanza, y posteriormente se publicara en el Registro oficial, estando la misma sujeta a leyes laborales de conformidad con el Código de trabajo y Ley Orgánica de Servicio Público y vigilando el cumplimiento de las normas de seguridad industrial e higiene en todos los procesos productivos a través del reglamento respectivo que debe ser aprobado por el Directorio de la Empresa Pública.

## 7.2.2. IMPACTO SOCIAL

**Cuadro N° 78: Impacto Social**

<b>IMPACTO SOCIAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Fortalecimiento del Turismo	X					
Fuente de empleo		X				
Progreso de relaciones comerciales	X					
Mejoramiento de la calidad de vida		X				
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4</b>				

Ponderación:  $6+4=10/4=2,5$

### **Análisis:**

En lo referente a lo social este proyecto presenta un impacto mediano, por dinamizar y fortalecer el turismo que genera nuevas fuentes de empleo, lo que hace que se mejoren las condiciones de vida de las personas que colaboren en su ejecución, así también como un progreso de las relaciones comerciales tanto con proveedores o prestadores de servicios turísticos como con visitantes o turistas nacionales y extranjeros.

### 7.2.3. IMPACTO AMBIENTAL

**Cuadro N° 79: Impacto Ambiental**

<b>IMPACTO AMBIENTAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Responsabilidad ecológica	X					
Contaminación del medio ambiente					X	
Concientización de manejo de residuos		X				
Normas de calidad ambientales		X				
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>4</b>			<b>-2</b>	

Ponderación:  $3+4-2=5/4=1,2$

#### **Análisis:**

Al ser un proyecto que tiene como misión desarrollar un turismo con responsabilidad ecológica y que creará políticas de cuidado y concientización para disminuir la contaminación ambiental utilizando normas de calidad que permita que los usuarios y las visitas turísticas seande bajo impacto, protegiendo la naturaleza, el paisaje y el medio ambiente.

#### 7.2.4. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro N° 80: Impacto Económico

<b>IMPACTO ECONÓMICO</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Inversión en bienes y servicios		X				
Incremento de movimiento económico	X					
Reactivación de los servicios turísticos	X					
Incremento de productos no tradicionales		X				
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4</b>				

Ponderación:  $6+4=10/4=2,50$

#### **Análisis:**

De acuerdo a esta evaluación, el impacto económico en general que presenta este proyecto será medio, teniendo como aspectos de mayor relevancia la expansión que tendrá la propuesta de invertir en bienes y servicios que permitirá mejorar la oferta turística de productos de diversidad biológica, culturales y no tradicionales, lo que permitirá que el sector tenga un mayor movimiento económico y reactivación de alternativas de servicios turísticos.

## 7.2.5. MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

**Cuadro N° 81:MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS**

Ámbito	Nivel de Impacto					
	3	2	1	-1	-2	-3
Legal		X 2,5				
Social		X 2,5				
Ambiental			X 1,2			
Económico		X 2,5				
<b>Total</b>		<b>7,5</b>	<b>1,2</b>			

**Niel de Impacto del Proyecto =  $8,7/4 = 2.2$  Impacto Positivo**

### **Análisis:**

Los impactos que tendrá el proyecto está valorado en 2,2 como promedio en la matriz general; el Estudio de Factibilidad para la creación de la Empresa Pública de turismo del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, tendrá un impacto positivo, por lo que es de gran importancia para poner en marcha el proyecto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para crear la Empresa Pública de turismo del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura se puede afirmar que se ha alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se establece las siguientes conclusiones:

1. Cotacachi es privilegiado por sus bellezas naturales y paisajísticas, su patrimonio cultural, las artesanías del cuero, sus costumbres y tradiciones, sin embargo la difusión y promoción para dar a conocer es escasa, haciendo falta mayor inversión y presupuesto para el sector turístico por parte del Municipio de Cotacachi, por lo que se planteó la necesidad de ejecutar el proyecto planteado.
2. El desarrollo del estudio de mercado determinó que al cantón Cotacachi visitan turistas de diferentes partes del país y del extranjero principalmente de la ciudad de Quito que desean observar atractivos turísticos naturales como la laguna de Cuicocha, demanda que no está cubierta por la oferta actual, existiendo una demanda potencial insatisfecha, que pueden ser captadas por los servicios que presta la Hostería Cuicocha, articulados con 3 paquetes turísticos propuestos para la zona urbana, zona subtropical y zona andina.
3. El estudio técnico estableció la factibilidad del proyecto, en el que se desprende que existe las condiciones favorables para implantarse; con el apoyo del Municipio en la inversión inicial que permitirá que el proyecto inicie con instalaciones adecuadas, recursos humanos, materiales y económicos.
4. En el estudio económico del proyecto, se concluye que éste es factible financieramente, ya que presenta un VAN positivo que calculado

con flujos del efectivo con financiamiento es de \$ 3.065,50, y el TIR se ubica en 11,55%. Esto demuestra que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación de la Inversión de 3 años, 5 meses con 8 días, y el índice de rentabilidad Costo-beneficio, nos indica que por cada dólar de egreso retornara un dólar con cuarenta y dos centavos, siendo un adecuado nivel de retorno.

5. El proyecto genera en su mayoría impactos positivos permitiendo mejorar la calidad de vida de los involucrados, dinamizando la economía, preservando el ambiente, los recursos naturales, culturales, y tradicionales.

## RECOMENDACIONES

Para su correcto desarrollo de la Empresa Pública de Turismo, a continuación se formulan las siguientes recomendaciones:

1. Para potencializar el sector turístico en Cotacachi, el Gobierno Municipal de Cotacachi a través de la Empresa Pública de Turismo debe fomentar la inversión en el sector turístico, diseñando y ejecutando programas, planes, proyectos y actividades, generando nuevos productos, paquetes, circuitos y cadenas de valor turísticos, convirtiéndole al Cantón en un destino turístico nacional e internacional que sea dinamizador de la economía local, del desarrollo social, cultural y del buen manejo ambiental.
2. Para que Cotacachi sea destino turístico se debe diseñar productos individuales e integrados que generen ofertas aprovechando el entorno natural, sus culturas vivas, la biodiversidad, sus distintos sitios ecológicos, su gente, articulando lo urbano con lo rural, promoviendo una línea de especialización turística con altos estándares de servicio e innovación relacionada con el mercadeo turístico, producción, revisión y difusión de una imagen y marca.
3. Para fortalecer el turismo local, es necesario la creación de la Empresa Pública de Turismo Cotacachi E.P. para que los atractivos turísticos que posee el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, aporten al desarrollo económico del Cantón principalmente las que ofrece la Hostería Cuicocha, Complejo Nalgunvi, articulado a una diversidad de actividades locales (artesanías de cuero, textiles, agricultura orgánica, fiestas, hoteles y restaurantes) e incluso con actividades de turismo comunitario rural y del turismo de deporte de aventura.
4. La rentabilidad que obtenga la empresa se debe reinvertir en mejorar su infraestructura de los atractivos turísticos y ampliar la cobertura de servicios en la Hostería Cuicocha implementando baños de cajón; y la



adquisición de un bote con música en vivo y acceso a personas con discapacidad.

5. Mantener y reforzar los impactos positivos que el proyecto generará en su funcionamiento; y, contrarrestar al máximo los efectos de impactos negativos que se pudieran generar, desarrollando un manejo responsable de las actividades turísticas en un ambiente limpio y de protección de áreas naturales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ARBOLEDA, Germán. Formulación Evaluación y Control de Proyectos.2001.

ASAMBLEA DE LA UNIDAD CANTONAL DE COTACACHI. AUCC. Informe de Gestión Diciembre 2009 – Octubre 2010. AUCC. Impresión CREA. Cotacachi. Octubre 2010.

BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos.México 2010.

CENTRO LATINOAMERICANO DE DESARROLLO LOCAL, CELADEL. Curso de Especialización en Desarrollo Local. Módulo: Formulación y Evaluación de Proyectos de Desarrollo Local. Argentina. Córdoba. 2010.

De la Torre Joaquín-Zamarrón Berenice, Evaluación de Proyectos de Inversión primera edición, México. 2002.

Dirección Nacional de Migración, boletín (2008 - 2011)

Certo C. Samuel, Administración Moderna, 2001

Código de Descentralización y Ordenamiento Territorial COOTAD, Octubre del 2010.

CHILQUINGA, Jaramillo, Manuel; Costos, Ibarra-Ecuador, 2007.

JACOME, Walter. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. 2005.

Kotler, Philip. Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México. 2008.

Krapf y Hunzinker, Curso sobre conceptos básicos de Turismo.

Leopoldo A. Bernstein, Análisis de estados Financieros, Teoría, aplicación e interpretación, Segunda Edición 1996.

Ley Orgánica de Empresas Públicas, Octubre del 2009.

PLAN DE DESARROLLO LOCAL Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN COTACACHI. Diagnostico general. Cotacachi. Ecuador. 2011.

PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO SUSTENTABLE DEL CANTÓN COTACACHI. Cotacachi. Ecuador. SEPROYCO 2011.

PLAN DE NEGOCIOS HOSTERIA CUICOCHA TINCUICEM, año 2006.

PLAN DE TURISMO DEL CANTON COTACACHI, año 2002

RHEA GONZÁLEZ, S. Módulo: Formulación del Plan e Informe Final del Trabajo de Grado. Universidad Técnica del Norte. Ibarra, Ecuador. 2010.

RHOADES, R. Desarrollo con Identidad. Comunidad, cultura y sustentabilidad en los Andes. Editado por Robert E. Rhoades. 1era. Edición. Abya – Yala. Quito, Ecuador. 2006.

SANTESMASES, Miguel. Marketing Conceptos y Estrategias.2001.

STATON, William.Fundamentos de Marketing,2002.

SAPAG N. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos.

TORRES, Zacarías, Teoría General de la Administración, Grupo Editorial Patria, México, 2007.

UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE COTACACHI. UNORCAC. Encuesta de población y educación de 43 comunidades andinas miembros. Cotacachi. 2006.

VÁSCONEZ, José. (2001). Contabilidad Básica.

ZAPATA, Pedro. (2002). Contabilidad General.

## LINCONGRAFÍA

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

<http://www.turismo.gob.ec>

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

<http://www.cotacachi.gob.ec>

<http://www.auturiana.com.ec>

<http://www.ecuador.travel>

<http://www.cuicocha.org>

<http://www.iess.gob.ec>

ANEXOS

Anexo "A": Encuesta dirigida a los Turistas que visitan Cotacachi.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad conocer sobre el mercado de los servicios turísticos en Cotacachi que permita crear una estrategia de un nuevo modelo de Gestión en Turismo.

**Instrucciones:** Señale la respuesta con una x cuando corresponda, en las demás responda lo que crea conveniente.

### Datos informativos

Genero:	Edad:	Nivel académico:	Procedencia :
M ( ) F ( )	De 10 a 20 años	Nivel Primario	País
	De 21 a 30 años	Nivel Secundario	Provincia
	De 31 a 40 años	Nivel Técnico Superior	Ciudad
	De 41 a 50 años	Nivel Superior	
	De 51 a 60 años		
	De 61 en adelante		

### Cuestionario:

- ¿El Gasto promedio anual aproximado en Turismo es?
  - Entre 100 y 200 USD..... ( )
  - Entre 201 y 400 USD..... ( )
  - Entre 401 y 600 USD..... ( )
  - Más de 600 USD..... ( )
- ¿ Cuáles son los principales motivos de viaje ? (Señale con una X en el casillero respectivo)
  - Paseo, recreación, diversión..... ( )
  - Observar lugares atractivos..... ( )
  - Eventos Sociales, Culturales, Deportivos, de Aventura... ( )
  - Otros.... ( )
- ¿Con cuántas personas viajan?
 

Señale el número de personas ( )
- ¿Cuántas noches permanece en los lugares a que viajan?
 

Señale el número de noches ( )
- ¿Cuáles son los lugares/atractivos que conoce o ha visitado existentes en la ciudad de Cotacachi?

6. **¿Qué opinión (positiva y negativa) tiene acerca de la ciudad de Cotacachi?**

Positiva ( ) Negativa ( )

7. **¿Ha comprado algún servicio turístico, artesanía u otro producto en la ciudad de Cotacachi?**

Si ( ) No ( )

8. **¿Qué es lo que debe tener un servicio turístico para que lo adquiera?**

Lugares a Conocer  
Guía turístico  
Alimentación  
Buen Precio  
Hospedaje y Alimentación  
Lugares de Recreación y Diversión  
Transporte  
Seguridad Ciudadana

9. **¿Qué cree que deberían hacer para incrementar el turismo en la ciudad de Cotacachi?**

Debe haber amabilidad y calidad en el servicio..... ( )  
Optimizar el Trato y atención al Cliente..... ( )  
Mejorar la imagen, promocionar..... ( )  
Tener precios módicos..... ( )

10. **Si tuviera que escoger 3 servicios complementarios a un producto turístico ¿Cuál escogería?**

Yatecon música en vivo y acceso a discapacitados..... ( )  
Turismo Comunitario..... ( )  
Turismo de Aventura..... ( )  
Servicio de SPA..... ( )  
Entretenimiento (bar, karaoke)..... ( )  
Temazcal (sitio para rituales nocturnos)..... ( )  
Baños de Cajón y zona húmeda)..... ( )

11. **¿Que medio le informo sobre Ciucocha?**

Amigos..... ( )  
Internet..... ( )  
Guia Turismo..... ( )  
Agencia de viajes.... ( )  
Prensa..... ( )  
Revistas..... ( )  
Historia..... ( )



**Anexo “B”: Entrevistas realizadas a: Entrevista dirigida a prestadores de servicios turísticos en Cotacachi**

## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad conocer sobre el mercado de los servicios turísticos en Cotacachi que permita crear una estrategia de un nuevo modelo de Gestión en Turismo.

- 1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en el Cantón Cotacachi?**
  
- 2. De acuerdo con su experiencia ¿Cuál ha sido la evolución del turismo en Cotacachi en estos últimos años?**
  
- 3. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en torno al turismo de Cotacachi?**
  
- 4. ¿Cuáles son las dificultades que existen para mejorar el turismo de Cotacachi?**
  
- 5. ¿Cuáles son las oportunidades del entorno al turismo en Cotacachi hoy?**
  
- 6. ¿Cuáles son las amenazas del entorno que afectan al turismo en Cotacachi hoy?**
  
- 7. ¿Qué es lo peor de Cotacachi como destino turístico?**
  
- 8. ¿Qué es lo mejor de Cotacachi como destino turístico?**
  
- 9. ¿Qué es lo que le falta a Cotacachi en turismo?**
  
- 10. ¿Qué opina de la oferta turística de Cotacachi, tanto en términos de cantidad como de calidad, precios y promoción, sus puntos fuertes y débiles?**