



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO “PUERTO TOTORA”, EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS
SECCIONALES

AUTORAS: Yésica Cumandá Gonza Chicaiza

Ana Elizabeth Durán Villarroel

DIRECTOR: Eco. Rubén Santacruz

IBARRA, NOVIEMBRE 2012.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación denominada “Estudio de Factibilidad para la creación del Centro Turístico Comunitario “Puerto Totorá”, ubicado en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, del Cantón Otavalo, ha sido metodológicamente desarrollada bajo la modalidad de proyecto productivo.

Realizado el Diagnóstico Situacional se pudo determinar que la Parroquia de San Rafael de la Laguna tiene una ubicación privilegiada en la provincia de Imbabura ya que se encuentra directamente al paso de la carretera que une la Provincia de Pichincha con la frontera norte del país; la zona cuenta con todos los elementos naturales necesarios para atraer un turismo altamente rentable y beneficioso para esta comunidad sin fuentes laborales estables, el segundo capítulo denominado marco teórico muestra al lector los aspectos más relevantes que se deben considerar para realizar un proyecto de esta naturaleza, el capítulo del estudio de mercado recopila la información tanto histórica como actual en relación a lo que es la demanda de los servicios turísticos del Ecuador y específicamente en relación al turismo comunitario, en este apartado se comprueba la existencia de una demanda insatisfecha a la cual podrá acceder el presente proyecto, continuando con el cuarto capítulo donde se solucionan todos los aspectos técnicos que deben tratar el proyecto así como los temas jurídicos; el quinto capítulo demuestra la factibilidad del proyecto utilizando indicadores financieros tales como el VAN, TIR, etc. El sexto capítulo resume los principales impactos derivados de la ejecución del proyecto y por último tenemos las principales conclusiones y recomendaciones que se deben tener en cuenta a la hora de ejecutar el trabajo.

EXECUTIVE SUMMARY

This study entitled "Feasibility Study for the creation of Community Tourist Centre" Puerto Totorá located in the Parish of San Rafael de la Laguna, from Otavalo, has been methodically developed in the form of productive project. Situational Diagnosis made it was determined that in the community of San Rafael has a privileged location in the province of Imbabura as it is to step on the road linking the province of Pichincha to the northern border of our country, the area has with all the elements necessary to attract highly profitable tourism and beneficial to this community poor and stable labor sources, the second chapter called theoretical framework shows the reader the most important aspects to consider for project of this nature, chapter named market survey collects information both historical and current in relation to what is the demand for tourism services in Ecuador and specifically in relation to community tourism in this section checks for unsatisfied demand which can access this project, continuing with the fourth chapter which addresses all of the technical aspects that must try to project as well as legal issues, fifth chapter demonstrates the feasibility project using financial indicators such as NPV, IRR, etc. Chapter six summarizes the main and impacts of project implementation and finally to the seventh chapter provides the main conclusions and recommendations should be taken into account when running the job.

AUTORÍA

Nosotras, Ana Durán Villarroel y Yésica Cumandá Gonza Ch. portadoras de cédula de ciudadanía 100259074-1 y 100319833-8, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas concluimos en este documento.

.....

Ana Durán Villarroel
C. I 100259074-1

.....

Yésica Cumandá Gonza Ch.
C. I 100319833-8

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominada "Estudio de Factibilidad para la creación del Centro Turístico Comunitario "Puerto Totorá", ubicado en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, del Cantón Otavalo; certificamos que el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de San Miguel de Ibarra, a los 10 días del mes de noviembre del año 2012

Firma.....
Eco. Rubén Santacruz
C. I 100169606-9

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

Nosotras, Ana Durán Villarroel y Yésica Cumandá Gonza Chicaiza, con cédula de Identidad Nros. 100259074-1 y 100319833-8, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5,6 en calidad de autoras del trabajo de grado denominado “Estudio de Factibilidad para la creación del Centro Turístico Comunitario “Puerto Totorá”, ubicado en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, del Cantón Otavalo, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería en Administración Pública de Gobiernos Seccionales en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos del trabajo antes citado. En concordancia suscribimos 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.

Las autoras:

.....

Ana Elizabeth Durán

C.I. 100259074-1

.....

Yesica Cumandá Gonza

C. I 100319833-8

Ibarra, a los 10 días del mes de noviembre del 2012

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 dejamos registrada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100319833-8 100259074-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gonza Chicaiza Yésica Cumandá Durán Villarroel Ana Elizabeth		
DIRECCIÓN	Otavalo		
EMAIL:	helloyesy@yahoo.com , duan_ana@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	091932073 - 093250678		
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	Estudio de Factibilidad para la Creación del Centro Turístico Comunitario "Puerto TOTORA", en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura		
FECHA:			
PROGRAMA:	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="text-align:center">X</td><td style="width: 20px;"></td></tr></table> PREGRADO POSGRADO	X	
X			
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Administración Pública de Gobiernos Seccionales		
ASESOR/ DIRECTOR:	Eco. Rubén Santacruz		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Ana Durán y Yésica Gonza, con cédula de identidad Nros. 100259074-1 y 100319833-8, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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.

2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumimos la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 13 días del mes de noviembre del 2012.

LAS AUTORAS:

(Firma).....
Nombres: Ana Elizabeth Durán V.
C. I 1002590741

(Firma).....
Nombres: Yésica Cumandá Gonza Ch.
C. I 1003198338

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

AGRADECIMIENTO

A Dios, por el don de la vida, a la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Administración Pública de Gobiernos Seccionales, quienes nos brindaron la oportunidad de obtener un título profesional y a todos los catedráticos quienes nos han dado su amistad y compartieron sus conocimientos, haciendo posible la culminación de esta etapa profesional de nuestra vida.

A nuestros padres quienes con su ejemplo de amor, paciencia y perseverancia, supieron formar valores éticos y morales para formar entes al servicio de la sociedad.

A mi esposo Luis Enrique C. quien ha llegado a ser mi compañero incondicional en los buenos y malos momentos, venciendo cualquier obstáculo con su amor y su calidad humana. **Yésica.**

DEDICATORIA

El presente proyecto, fruto del esfuerzo de cinco años de estudio, dedicamos a Dios, a nuestra familia quienes nos han apoyado incondicionalmente.

A los moradores de la Parroquia de San Rafael de la Laguna, artesanos totoreros, que necesitan de pequeñas cosas para convertirlos con sus hábiles manos en verdaderas joyas de arte.

Gracias por todo el amor, dedicación y paciencia que han tenido en el transcurso de nuestros años académicos, han llegado ser el motivo de inspiración y superación continua en nuestra vida.

ANA DURÁN VILLARROEL

YÉSICA CUMANDA GONZA CH.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo consta de seis capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: Diagnóstico situacional, el objetivo principal es identificar, establecer y documentar la ubicación del proyecto, tomando como referencia sus antecedentes históricos, geográficos y tipos de actividades económicas representativas de la zona de San Rafael de la Laguna, así mismo se estableció la identificación de las ventajas que tiene la implementación del Centro Turístico “Puerto Totora”.

Capítulo II: Bases teóricas y científicas, conceptos relacionados al turismo comunitario, ecoturismo, gobiernos seccionales autónomos, fundamentos de empresas mixtas y otras encontradas en revistas, libros y páginas web han sido bases para el desarrollo de este capítulo.

Capítulo III: Estudio de mercado, en este capítulo se estableció aspectos innovadores como la identificación de servicios que prestará el proyecto, servicios complementarios y sustitutos, evaluación de la situación actual de la demanda, determinación de la oferta turística y su proyección futura y análisis del mercado potencial al cual puede acceder el proyecto.

Capítulo IV: Ingeniería del proyecto, en este capítulo se aborda temas relevantes como la macro localización, micro localización del proyecto, la propuesta estratégica para la conformación de la empresa mixta, y los demás temas técnicos y administrativos.

Capítulo V: Estudio Financiero, es uno de los capítulos que determina la factibilidad del proyecto ya que nos presenta una simulación financiera del funcionamiento real del proyecto en el cual encontramos los estados financieros y proyecciones para 5 años; así mismo se determina los indicadores de evaluación de la inversión mediante cálculos del VAN, la TIR, punto de equilibrio, período de recuperación, los cuales nos dan el resultado para invertir recursos en este proyecto.

Capítulo VI: Impactos, lo hemos realizado tomando como referencia la matriz de impactos de entrada simple con escala de valores, los mismos que se tabularon con una ponderación de: alto, medio, bajo y como punto cero es decir que no hay impacto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS	xxii
ÍNDICE DE ANEXOS	xxii
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	23
ANTECEDENTES	23
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	25
OBJETIVO GENERAL	25
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	26
INDICADORES DIAGNÓSTICOS	26
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	28
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	29
CÁLCULO DE LA MUESTRA	29
FÓRMULA	29
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	30

DETERMINACION DE ALIADOS, OPORTUNIDADES, OPONENTES Y RIESGOS	47
CRUCE AORR	49
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	50
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	51
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	51
TURISMO	51
ECOTURISMO	55
TURISMO COMUNITARIO	57
ORGANIZACIONES EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO	59
CABILDOS	64
ASOCIACIÓN REY MOLA KOCHA	65
GOBIERNOS SECCIONALES AUTÓNOMOS	66
GOBIERNOS PROVINCIALES	66
GOBIERNOS PARROQUIALES	67
LA TOTORA	71
SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA TOTORA	74
LAS BALSAS DE TOTORA	75
EMPRESAS MIXTAS	77
EMPRESA COMUNITARIA “TOTORA SISA”	79
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	81
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	81
OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	82
OBJETIVO GENERAL	82
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	83
CARACTERÍSTICAS	84
PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES	84

CONSUMIDOR DEL SERVICIO	85
ESTRUCTURA DEL MERCADO	91
LIBRE COMPETENCIA	91
INVESTIGACIÓN	92
SEGMENTACIÓN	92
MARCO MUESTRAL O UNIVERSO	93
TAMAÑO DE LA MUESTRA	94
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	95
TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	96
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	107
FACTORES QUE LA AFECTAN	108
DEMANDA ACTUAL	108
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	108
ANÁLISIS DE LA OFERTA	110
FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA	110
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA	111
OFERTA ACTUAL	113
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	117
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	117
ANÁLISIS DE PRECIO	118
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	120
CONCLUSIONES	121
CAPÍTULO IV	
INGENIERÍA DEL PROYECTO	122
TAMAÑO DEL PROYECTO	122
MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	122
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	123
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	123
LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO	124
TECNOLOGÍA	124
MAQUINARIA Y EQUIPO	125

INVERSIÓN	126
TALENTO HUMANO	126
PROPUESTA ESTRATÉGICA	128
LA EMPRESA	129
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	129
MISIÓN	136
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	137
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	138
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	139
ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS Y DE POSICIONAMIENTO	139
ESTRATEGIA OPERATIVA	140
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	140
CAPÍTULO V	
ESTUDIO FINANCIERO	141
PRESUPUESTO	141
INVERSIÓN INICIAL	141
DE OPERACIÓN	142
INGRESOS	142
EGRESOS	143
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	148
ESTADOS FINANCIEROS	149
ESTADO DE RESULTADO	149
PUNTO DE EQUILIBRIO	149
FLUJO NETO DE FONDOS	152
EVALUACIÓN FINANCIERA	153
DETERMINACIÓN DE LA TASA DE COSTO DE CAPITAL	153
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	153
VALOR ACTUAL NETO	153
TASA INTERNA DE RETORNO	154
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	155
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	155

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	156
CAPÍTULO VI	
ANÁLISIS DE IMPACTOS	157
IMPACTO SOCIAL	158
IMPACTO EMPRESARIAL	159
IMPACTO EDUCATIVO	160
IMPACTO ÉTICO	161
IMPACTO GENERAL	162
CONCLUSIONES	163
RECOMENDACIONES	165
BIBLIOGRAFÍA	166
ENLACES EN INTERNET	168
ANEXOS	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1: Tiempo de residencia en la Parroquia	31
Tabla N. 2: Cuenta con un trabajo remunerado	32
Tabla N. 3: Principal fuente de ingreso	33
Tabla N. 4: Oferta laboral en la zona	34
Tabla N. 5: La parroquia cuenta con atractivos turísticos	35
Tabla N. 6: Se aprovechan los atractivos turísticos de la zona	36
Tabla N. 7: Considera posible crear un centro turístico	37
Tabla N. 8: Principales atractivos turísticos de la parroquia	38
Tabla N. 9: Está de acuerdo con la ubicación del proyecto	39
Tabla N. 10: Infraestructura para albergar a los turistas	40
Tabla N. 11: Productos o servicios sustitutos	85
Tabla N. 12: Preferencia de actividades de los turistas nacionales	86
Tabla N. 13: Número de visitas a Ecuador	87
Tabla N. 14: Sitios más visitados de Ecuador	89
Tabla N. 15: Turistas que visitaron Otavalo durante el año 2011	90
Tabla N. 16: Segmentación del mercado del proyecto	92
Tabla N. 17: Nacionalidad de los turistas	96
Tabla N. 18: Motivo de la visita	97
Tabla N. 19: Actividades que realiza en el lugar que visita	98
Tabla N. 20: Qué tipo de comida prefiere	99
Tabla N. 21: Dónde prefiere alojarse en sus viajes	100
Tabla N. 22: Tiempo de permanencia en un atractivo natural	101
Tabla N. 23: A través de qué medio elige los lugares que visita	102
Tabla N. 24: Presupuesto que utiliza para su alojamiento	103
Tabla N. 25: Cantones de la provincia de Imbabura que conoce	104
Tabla N. 26: Con quién realiza el viaje	105
Tabla N. 27: Características de los visitantes residentes y no residentes	106
Tabla N. 28: Visitante residente y no residente	107
Tabla N. 29: Turistas que visitaron Otavalo en el año 2011	108

Tabla N. 30: Proyección de la demanda	108
Tabla N. 31: Proyección de la demanda de Turistas Nacionales	110
Tabla N. 32: Distribución por cantones de los atractivos turísticos	113
Tabla N. 33: Iniciativas de turismo rural comunitario	116
Tabla N. 34: Capacidad instalada anual real y anual operativa	117
Tabla N. 35: Proyección de la oferta	117
Tabla N. 36: Proyección de la demanda insatisfecha	118
Tabla N. 37: Análisis del precio	118
Tabla N. 38: Maquinaria y Equipo	125
Tabla N. 39: Inversión	126
Tabla N. 40: Personal administrativo y operativo	127
Tabla N. 41: Rol de pago estimado del recurso humano	127
Tabla N. 42: Cuadro de Inversiones	141
Tabla N. 43: Ingresos	143
Tabla N. 44: Ingresos proyectados	143
Tabla N. 45: Costo de operación	143
Tabla N. 46: Gastos generales y publicidad	144
Tabla N. 47: Sueldos y Salarios	144
Tabla N. 48: Depreciación del edificio	145
Tabla N. 49: Cálculo por medio de la línea recta de depreciación	145
Tabla N. 50: Vida útil de los muebles y equipo de computación	146
Tabla N. 51: Muebles y enseres	146
Tabla N. 52: Equipo de computación	146
Tabla N. 53: Cálculo total de depreciación	146
Tabla N. 54: Tabla de amortización del crédito	147
Tabla N. 55: Tabla de amortización	147
Tabla N. 56: Estructura de financiamiento	148
Tabla N. 57: Estado de resultado	149
Tabla N. 58: Punto de equilibrio	150
Tabla N. 59: Flujo neto de fondos	152
Tabla N. 60: Tasa del costo de capital	153
Tabla N. 61: VAN	153

Tabla N. 62: TIR	154
Tabla N. 63: Período de recuperación de la inversión	155
Tabla N. 64: Análisis de sensibilidad	156
Tabla N. 65: Matriz para determinar los impactos	157
Tabla N. 66: Impacto social	158
Tabla N. 67: Impacto empresarial	159
Tabla N. 68: Impacto educativo	160
Tabla N. 69: Impacto ético	161
Tabla N. 70: Impacto general	162

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N. 1: Mapa de la Parroquia de San Rafael de la Laguna	23
Gráfico N. 2: Tiempo de residencia en la Parroquia	31
Gráfico N. 3: Cuenta con un trabajo remunerado	32
Gráfico N. 4: Principal fuente de ingresos	33
Gráfico N. 5: Oferta laboral en la zona	34
Gráfico N. 6: La parroquia cuenta con atractivos turísticos	35
Gráfico N. 7: Se aprovechan los atractivos turísticos de la zona	36
Gráfico N. 8: Considera posible crear un centro turístico	37
Gráfico N. 9: Principales atractivos turísticos de la parroquia	38
Gráfico N. 10: Está de acuerdo con la ubicación del proyecto	39
Gráfico N. 11: Infraestructura para albergar a los turistas	40
Gráfico N. 12: Ingreso de turistas al país	87
Gráfico N. 13: Procedencia de turistas europeos	88
Gráfico N. 14: Procedencia de turistas europeos	88
Gráfico N. 15: Sitios más visitados de Ecuador	90
Gráfico N. 16: Nacionalidad de los turistas	96
Gráfico N. 17: Motivo de la visita	97
Gráfico N. 18: Actividades que realiza el turista	98
Gráfico N. 19: Qué tipo de comida prefiere	99
Gráfico N. 20: Dónde prefiere alojarse en sus viajes	100
Gráfico N. 21: Tiempo de permanencia en un atractivo natural	101
Gráfico N. 22: A través de qué medio elige los lugares que visita	102
Gráfico N. 23: Presupuesto que utiliza para su alojamiento	103
Gráfico N. 24: Cantones de la provincia de Imbabura que conoce	104
Gráfico N. 25: Con quien realiza el viaje	105
Gráfico N. 26: Mapa del cantón Otavalo	122
Gráfico N. 27: Mapa de la Comunidad de Cachiviro	123
Gráfico N. 28: Punto de equilibrio	151

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma N. 1: Organigrama Estructural de la Empresa “Totora Sisa”	80
Flujograma N. 2: Organigrama Estructural del Centro Comunitario	137

ÍNDICE DE ANEXOS

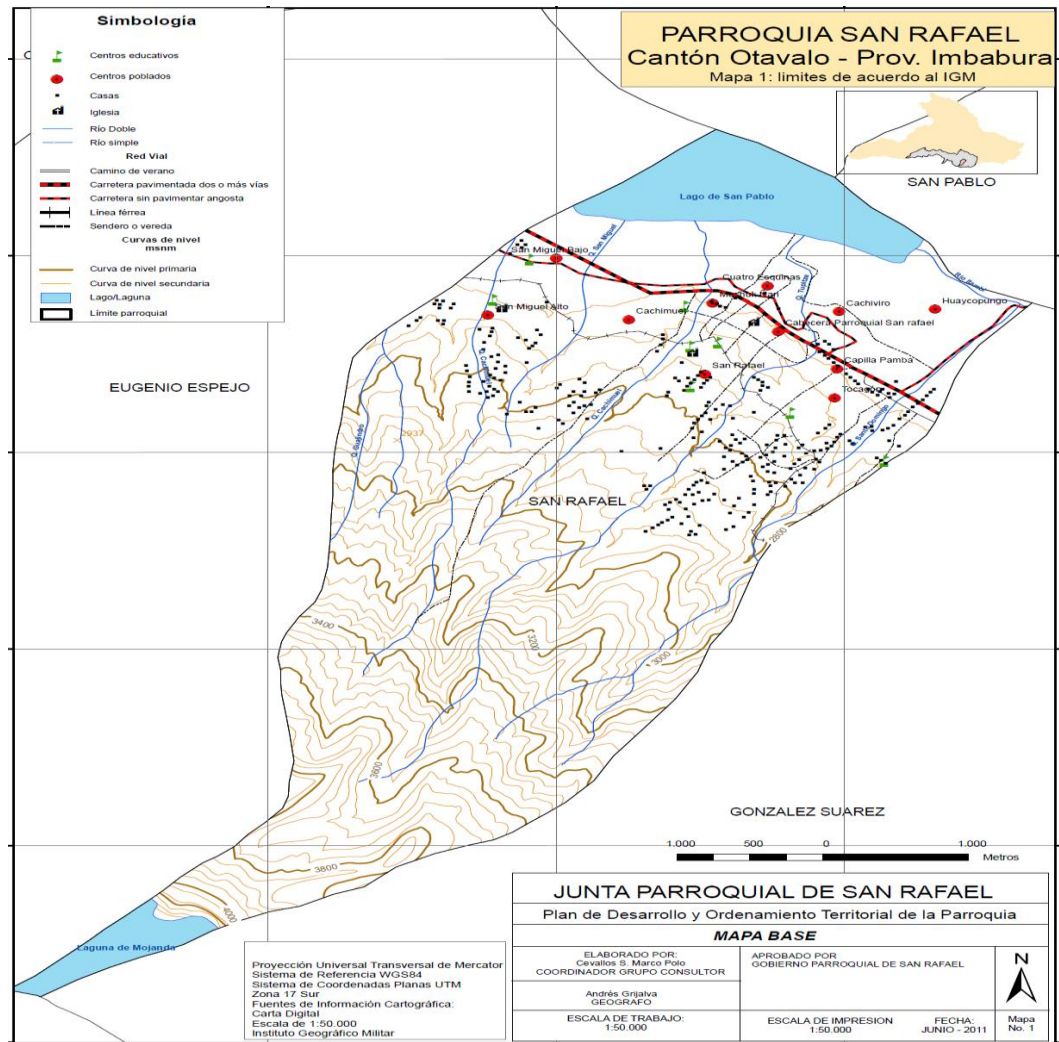
Anexo N. 1: Planos arquitectónicos de la construcción del Centro Turístico “Puerto TOTORA”	170
Anexo N. 2: Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros	175
Anexo N. 3: Encuesta dirigida a los habitantes de la Parroquia de San Rafael de la Laguna	178
Anexo N. 4: Tasas de interés	180

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Gráfico N. 1: Mapa de la Parroquia de San Rafael de la Laguna



La parroquia de San Rafael de la Laguna es una de las nueve parroquias rurales del cantón Otavalo, está ubicada al sur de la provincia de Imbabura a 7.5 Km. al este de la ciudad de Otavalo y a 34.3 Km. al sur de la ciudad de Ibarra, capital de la provincia, tal como se ilustra en el gráfico nro. 1.

Por su ubicación, es una de las cuatro cabeceras parroquiales que está dentro de la Cuenca Hidrográfica del Lago San Pablo, está rodeada de tres volcanes como son: el Imbabura, Mojanda y Cusín, así como por montañas y lomas pequeñas como el Cubilche y Rey Loma que son los que encierran y limitan a la Cuenca Hidrográfica.

Su ubicación estratégica permite tener una visión general de toda la Cuenca Hidrográfica del Lago San Pablo, lugar donde se puede apreciar un paisaje natural y cultural espectacular que bien puede ser aprovechado por varios emprendimientos turísticos en un futuro muy cercano.

En la actualidad se identifican ocho comunidades indígenas como son: Waykupunku, Cachiviro, Tocagón, Cuatro Esquinas, Cachimuel, San Miguel Alto, San Miguel Bajo y Mushuk Ñan, cada uno con su territorio bien definido, posee importantes instituciones educativas tales como: Escuelas Florencio O'Leary, Gonzalo Rubio Orbe N° 2, Imbaya, Juan Francisco Cevallos, Imbabura, Rumí Tola y el Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado.

La economía familiar de la zona, está compuesta por diversas actividades y su fuerza de trabajo no sólo la constituye el padre, sino también la madre y los hijos.

San Rafael de la Laguna, es una zona eminentemente cultural con una gran riqueza paisajística con festividades autóctonas llenas de colorido y folklor como la fiesta del Coraza, Pendoneros, Inty Raymi; pero lo más preponderante es su trabajo artesanal en totora. La elaboración de esteras es la actividad principal a pesar de esto los ingresos son mínimos por el bajo precio de estos productos.

Con respecto a la agricultura, la mayoría de la población destina principalmente para autoconsumo. Los productos que más se cultivan son: maíz, fréjol, habas, papas, arvejas y quinua. (PDO GMO 2011).

El cultivo y comercialización de frutilla ha aumentado en las Comunidades de la parte Norte como son: San Miguel Bajo, Tocagón y Waykupunku en donde se aprecian terrenos dedicados a esta actividad.

Existe un aumento constante de personas que se trasladan a trabajar en las empresas florícolas de Tabacundo, Cayambe y San Pablo.

También se dedican a la comercialización de ropa en países como: Colombia, Venezuela y en el Ecuador en los cantones de la Provincia del Guayas, esta labor es realizada en su mayoría por los hombres, aunque a veces se trasladan con sus mujeres.

Sin embargo todas estas actividades económicas a la que está dedicada la Población San Rafaela generan ingresos mínimos que ha hecho que sus habitantes bordeen el límite de la pobreza.

En este contexto el Centro Turístico Comunitario “Puerto Totora” integrará las fortalezas de la zona y se convertirá con el tiempo en un generador de empleo lo que contribuirá a mejorar sustancialmente los ingresos de este pueblo que desde tiempos pre incásicos hizo parte de su vida el trabajo en la totora.

Por lo que; el Centro Turístico Comunitario “Puerto Totora”, brindará servicios de paseo en balsas de totora, gastronomía con énfasis en la producción local, se creará un centro de exposición de música y danza, principalmente un centro de expendio de artesanías en totora.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de San Rafael de la Laguna para identificar la ubicación, las condiciones socioeconómicas, y las tradiciones culturales para implementar en las mejores condiciones el centro turístico comunitario “Puerto Totora”.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la ubicación geográfica de la parroquia de San Rafael de la Laguna.
- Identificar los principales indicadores socio económicos de la parroquia.
- Identificar las tradiciones culturales de la población de San Rafael de la Laguna.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con el propósito de facilitar la comprensión y análisis del tema partiendo de su diagnóstico, se consideró necesario identificar las principales variables y sus respectivos indicadores:

- Ubicación geográfica de la parroquia de San Rafael de la Laguna.
- Análisis de los principales indicadores socio económicos de la parroquia.
- Identificación de las tradiciones culturales de la población de San Rafael de la Laguna.

1.4. INDICADORES DIAGNÓSTICOS

Ubicación geográfica de la parroquia de San Rafael de la Laguna.

- Localización de la parroquia
- Número de habitantes
- Rutas de acceso
- Sistema ecológico ambiental

Indicadores socio-económicos

- Salario mensual unificado
- Población económicamente activa
- Tasa de desempleo
- Principales actividades económicas

Identificar las principales tradiciones culturales

- Identidad
- Festividades
- Habilidades ancestrales
- Arte culinario
- Patrimonio comunitario

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFOR.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar la ubicación geográfica de la parroquia de San Rafael de la Laguna. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aspectos geográficos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de habitantes ▪ Localización de la parroquia ▪ Rutas de acceso ▪ Sistema ecológico ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secundaria ▪ Secundaria ▪ Secundaria ▪ Secundaria
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar los principales indicadores socio económicos de la parroquia de San Rafael de la Laguna. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caracterización socio económica 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salario mensual unificado ▪ PEA ▪ Tasa de desempleo ▪ Principales actividades Económicas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación documental ▪ Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secundaria ▪ Secundaria ▪ Primaria ▪ Secundaria ▪ Primaria
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnosticar la identidad cultural de la población de San Rafael de la Laguna. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rasgos culturales ancestrales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identidad ▪ Festividades ▪ Habilidades ancestrales ▪ Arte culinario ▪ Patrimonio comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación documental ▪ Entrevista ▪ Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primaria ▪ Secundaria ▪ Primaria ▪ Primaria

Elaborado por: Las autoras

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

1.6.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA

La población identificada está conformada por:

- Habitantes de la parroquia de San Rafael de la Laguna.

1.6.2. FÓRMULA

Para determinar el tamaño de la muestra de los habitantes de la parroquia, se tomó como referencia la información del censo de población y vivienda, del Instituto Nacional de Estadística y Censos año 2010 en donde la población es de 5.421. Según estimaciones del INEC, la tasa de crecimiento anual para el año 2011 es aproximadamente del 1,37%, por tanto la población de la parroquia es actualmente de 5495.26 habitantes. Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Dónde:

n =Tamaño de la muestra

N =Población

ε =Error Muestral, que en este caso por tratarse de población finita, se trabajará con el 5% de margen aceptable.

δ^2 = Desviación de la población al cuadrado o varianza: 0.25 porque se Trabaja en el centro, es decir: 05 de éxito y 0.5 de fracaso.

Z =Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

Nivel de confianza 95%

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 50

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(5495.81)}{(0.05)^2 (5495.81 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(1373.95)}{(0.0025)(5495.81) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{5275.98}{13.74 + 0.96}$$

$$n = \frac{5275.98}{14.7}$$

$$n = 358.91$$

$$n = 359$$

El tamaño de la muestra de la población de la parroquia de San Rafael de la Laguna objeto del proyecto es de 359 personas a las cuales se les encuestó para conocer su opinión.

1.6.3. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

La información primaria y secundaria de esta investigación está diseñada en base a los objetivos, variables e indicadores, así como también aspectos externos como son los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; los instrumentos utilizados para recolectar la información son:

1.6.3.1. ENCUESTAS

Como fuente primaria de información son las encuestas directas a los moradores de la parroquia de San Rafael de la Laguna, del cantón Otavalo, tomando una muestra del total de la población en base a las proyecciones del año 2011.

1.6.3.2. ENTREVISTAS

Se aplicó las entrevistas al Lic. Fredy Sánchez ex presidente de la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna y al Sr. Juan Aguilar, Presidente de la Unión de Comunidades Indígenas de la Parroquia de San Rafael de la Laguna.

1.6.3.3. OBSERVACIÓN

La observación directa está direccionada a identificar la ubicación y el convivir que tienen los habitantes de San Rafael de la Laguna, la misma que nos ayudó a que la investigación sea más objetiva y veraz.

1.6.3.4. INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA

La muestra está conformada por los habitantes de la parroquia de San Rafael de la Laguna, del Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura.

EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

a. Encuestas aplicadas a la población de San Rafael de la Laguna

1. ¿Cuánto tiempo reside en la parroquia?

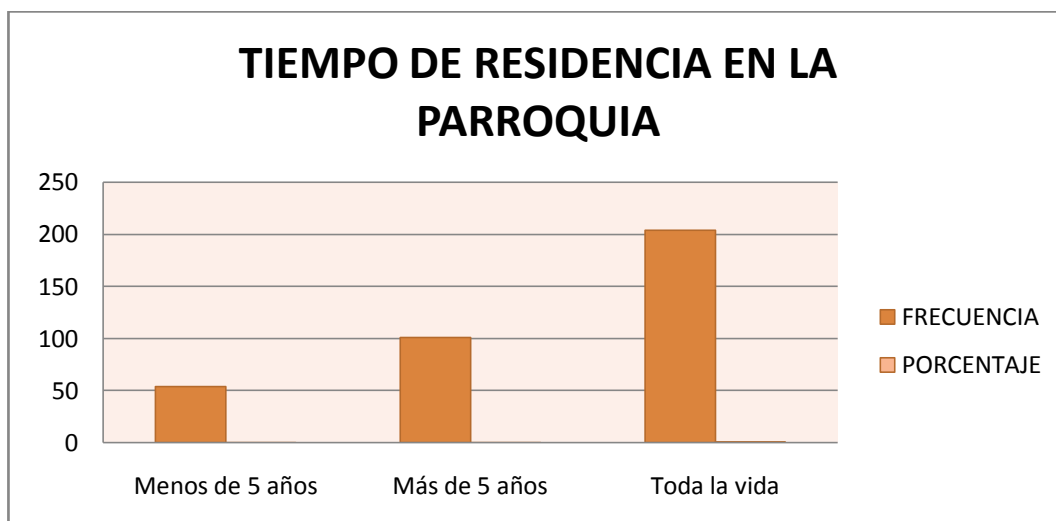
Tabla N. 1: Tiempo de residencia en la Parroquia

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Menos de 5 años	54	15.04%
1	Más de 5 años	101	28,13%
3	Toda la vida	204	56,82%
TOTAL		359	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 2: Tiempo de residencia en la Parroquia



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los habitantes mencionan que residen en la parroquia toda su vida que son originarios de estas comunidades, que conocen la cultura, las habilidades ancestrales que les ha dejado sus antepasados con respecto a la elaboración de artesanías y agricultura; esta oferta nos permite identificar diferentes grupos de trabajo permitiendo vincularles a los servicios que ofrecerá "Puerto Totora".

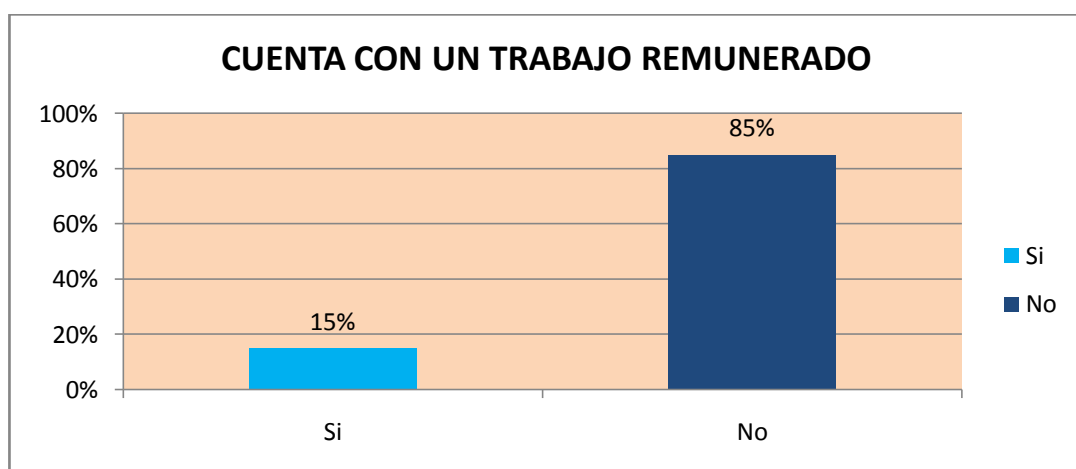
2. ¿Cuenta actualmente con un trabajo remunerado?

Tabla N. 2: Cuenta con un trabajo remunerado

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	56	15%
2	No	303	85%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 3: Cuenta con un trabajo remunerado



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Las principales actividades que desarrolla la población han variado en función de la dinámica productiva del entorno, de lo que se puede determinar que la población no cuenta con un trabajo fijo, por lo tanto la creación del Centro Turístico Puerto Totora dinamizará la economía local creando plazas de empleo para sus comuneros.

3. ¿Cuál es su principal fuente de ingresos?

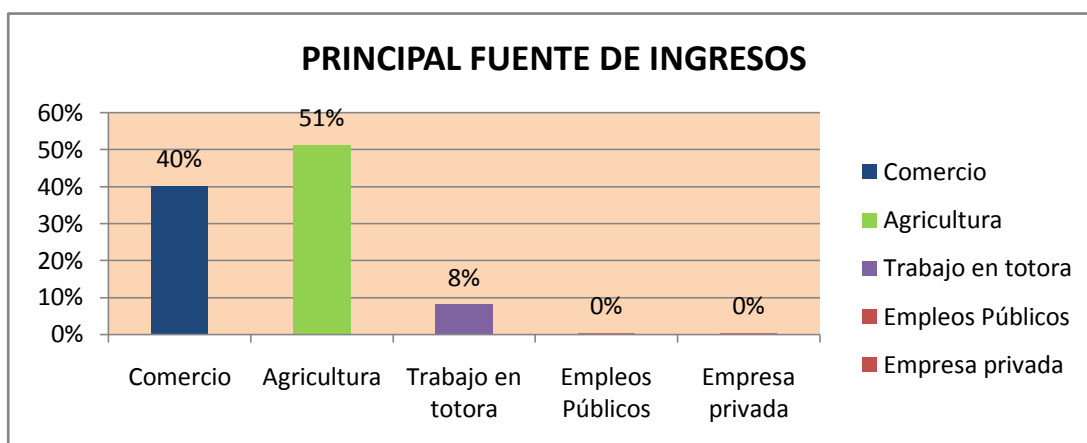
Tabla N. 3: Principal fuente de ingreso

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Comercio	144	40%
2	Agricultura	184	51%
3	Trabajo en totora	29	8%
4	Empleos Públicos	1	0%
5	Empleos en empresas privadas	1	0%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 4: Principal fuente de ingresos



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Se determina que las actividades más representativas constituyen: la agricultura, el comercio y la artesanía, escenario que nos da la apertura para aprovechar este estilo vida y hacer que los turistas compartan de sus vivencias y saberes ancestrales.

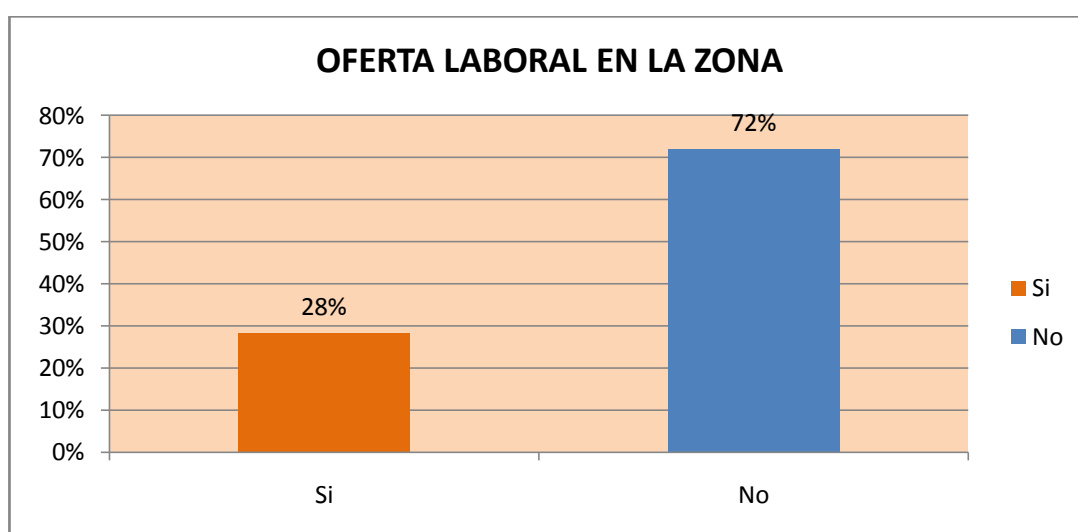
4. ¿Existe suficiente oferta laboral la zona?

Tabla N. 4: Oferta laboral en la zona

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	101	28%
2	No	258	72%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 5: Oferta laboral en la zona



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De los residentes encuestados consideran la mayoría que no existe oferta laboral en la zona, por lo que en cierta parte esta necesidad sería suplida con la implementación del proyecto Puerto Totora.

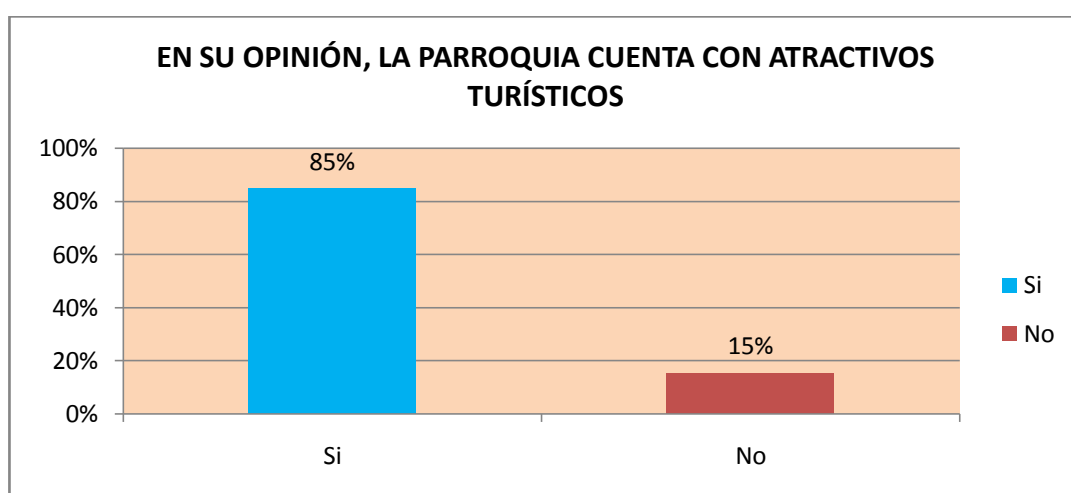
5. ¿Considera que la parroquia cuenta con atractivos turísticos?

Tabla N. 5: La parroquia cuenta con atractivos turísticos

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	304	85%
2	No	55	15%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 6: La parroquia cuenta con atractivos turísticos



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los comuneros consideran que la parroquia cuenta con varios atractivos turísticos, como la Laguna y sus parajes; pero el más reconocido es la fiesta del Coraza, y el comercio de las artesanías que se producen en la localidad en base a la totora; esta combinación de belleza, arte y tradiciones conjugan para las pretensiones que tiene “Puerto Totorá”.

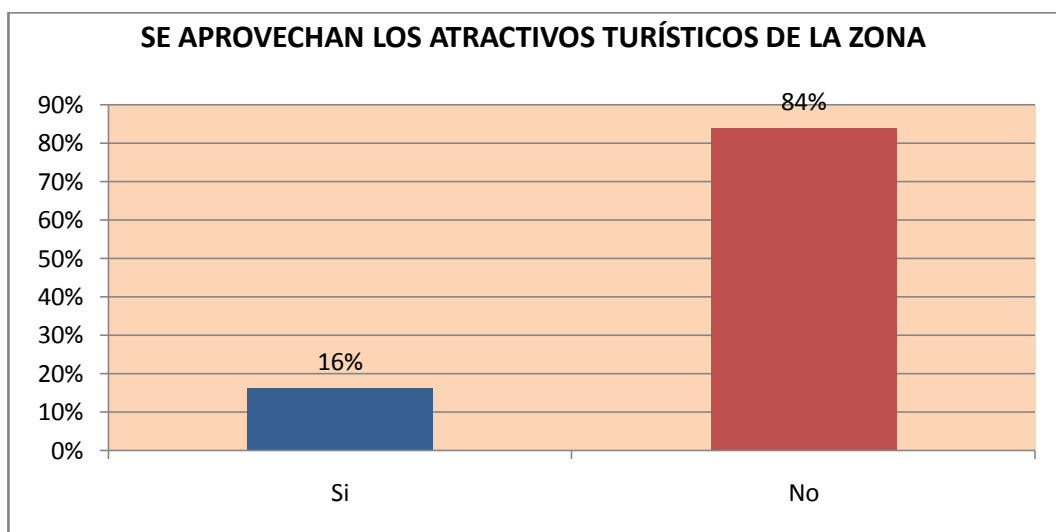
6. ¿Se aprovechan adecuadamente los atractivos turísticos de la zona?

Tabla N. 6: Se aprovechan los atractivos turísticos de la zona

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	58	16%
2	No	301	84%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 7: Se aprovechan los atractivos turísticos de la zona



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los encuestados piensan que los atractivos turísticos están siendo sub utilizados, por ello ven con mucho optimismo el estudio de factibilidad para la creación de dicho centro.

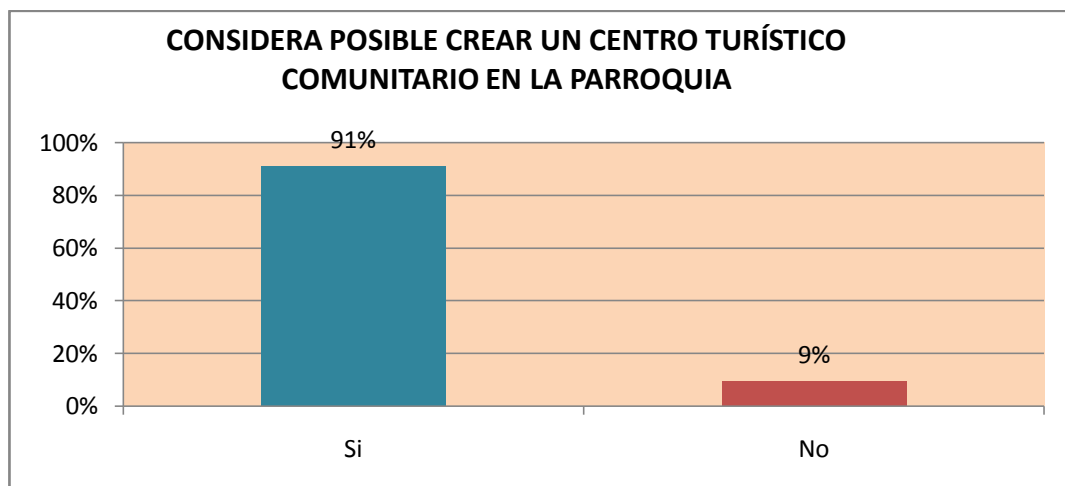
7. ¿Considera posible crear un centro turístico comunitario de la parroquia?

Tabla N. 7: Considera posible crear un centro turístico

Nro.	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	326	91%
2	No	33	9%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 8: Considera posible crear un centro turístico



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

En la parroquia sus moradores ven con mucho optimismo el proyecto, porque de alguna forma se dará un valor agregado al recurso natural que poseen como es la ubicación estratégica al frente del Lago San Pablo, se aprovechará la riqueza paisajística de manera racional; además como una fortaleza que existe en la Comunidad es la participación de los habitantes en las minkas, por lo que existe un compromiso de la dirigencia de la localidad de llevar adelante este sueño.

8. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos de la parroquia es el de mayor relevancia?

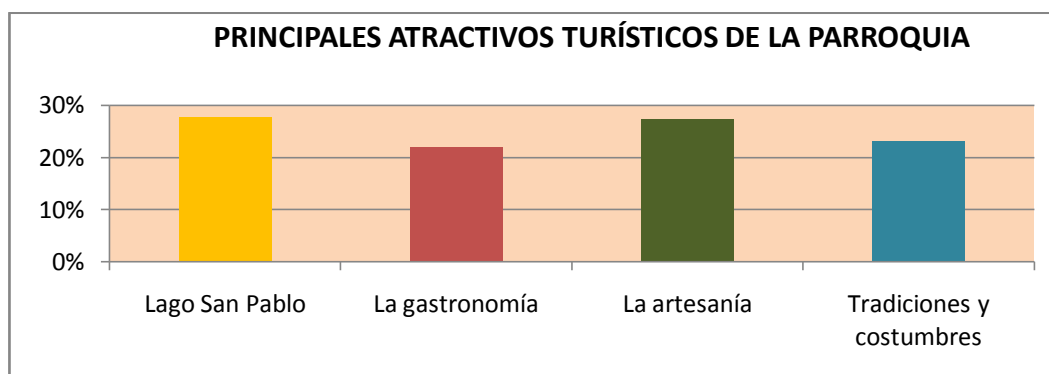
Tabla N. 8: Principales atractivos turísticos de la parroquia

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Lago San Pablo	99	28%
2	La gastronomía	79	22%
3	La artesanía	98	27%
4	Tradiciones y costumbres	83	23%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 9: Principales atractivos turísticos de la parroquia



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Se identifica como una oportunidad la ubicación geográfica de la Comunidad de Cachiviro frente al lago San Pablo, la habilidad de este pueblo se complementa con la producción y comercialización de las artesanías en totora, actividades que integra el entorno paisajístico tan atractivo, y facilita el comercio con mercados locales y nacionales, además San Rafael de la Laguna por ser una parroquia histórica posee tradiciones y costumbres como son: el pase de Coraza, los Pendoneros, las fiestas del Inty Raymi que se mantienen vivas en las diferentes comunidades escenario que genera interés y atracción para cualquier visitante.

9. ¿Está de acuerdo con la ubicación del proyecto en la comunidad de Cachiviro?

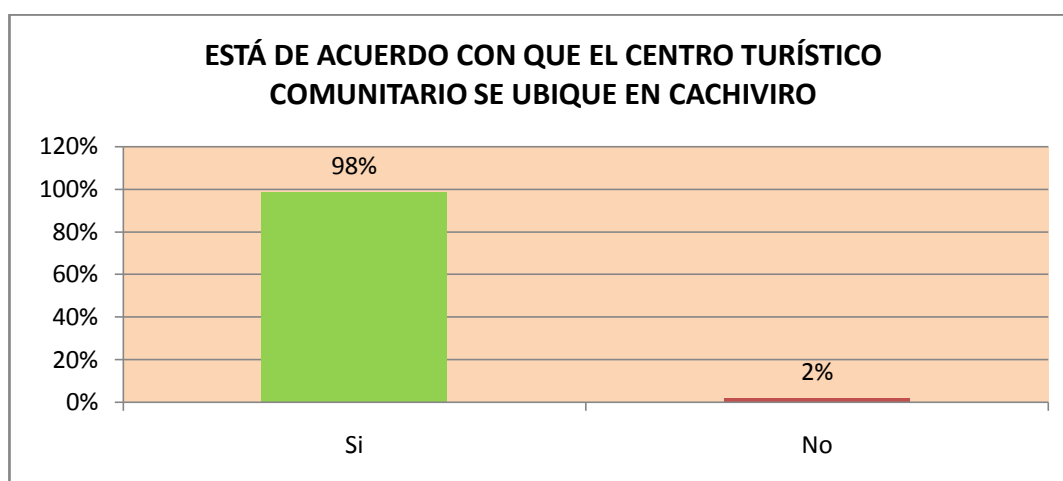
Tabla N. 9: Está de acuerdo con la ubicación del proyecto

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	353	98%
2	No	6	2%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 10: Está de acuerdo con la ubicación del proyecto



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Casi la totalidad de los encuestados están de acuerdo que el centro turístico comunitario se ubique en la Comunidad de Cachiviro, ya que los moradores vienen en un proceso organizativo desde hace 8 años atrás, además existe el terreno a nombre de la Comunidad que está ubicado a las riveras del Lago San Pablo, recurso indispensable para la consecución del proyecto.

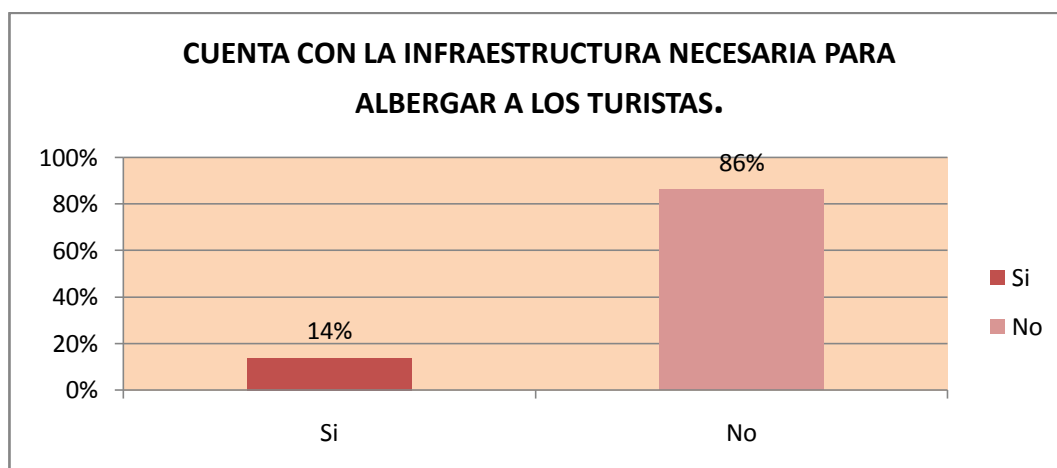
10. ¿Cuenta con la infraestructura necesaria para albergar a los turistas?

Tabla N. 10: Infraestructura para albergar a los turistas

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	50	14%
2	No	309	86%
TOTAL		359	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 11: Infraestructura para albergar a los turistas



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

La mayor parte de los habitantes de la parroquia mencionan que no estarían en condiciones óptimas para albergar a los turistas, situación que reduce la capacidad de alojamiento que se podría brindar; pero hay el compromiso de las autoridades locales para gestionar diferentes recursos para ampliar la cobertura de viviendas pero sin embargo se cuenta con 50 casas seguras que brindarán el servicio a turistas nacionales o extranjeros.

ENTREVISTAS

Entrevista Nro. 1

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE: Lic. Luis Fredy Sánchez.

CARGO: Ex presidente de la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna.

DIRECCIÓN: Parroquia San Rafael de la Laguna

SEXO: Masculino

EDAD: 45 años

1. ¿Explíquenos la forma de vida de las familias asentadas en la Parroquia de San Rafael de la Laguna?

Fotografía Nro. 1: Niños del Pueblo Otavalo



Tomada por: Las autoras

Las familias asentadas en esta parroquia casi en su totalidad son de cultura indígena Otavalo, la mayor parte se dedican a la elaboración de artesanías, al cultivo de frutillas, al comercio de ropa, y unas pocas familias se trasladan a las empresas florícolas.

Los hogares los mantienen toda la familia, hay poco interés en la educación, a temprana edad contraen matrimonios lo que ocasiona que

estas familias emprendan en pequeñas iniciativas que pueden ser elaboración y venta de esteras, comercio informal de chochos etc, ingresos que no cubren las necesidades básicas.

Cuentan con buenas viviendas pero sin acabados y no adecuadamente distribuidas.

Las actividades cotidianas son sembríos de huertos familiares, mingas comunitarias para limpieza de las calles, cultivo y secado de la totora etc.

2. ¿Cuáles son las festividades que se conservan en la Parroquia?

El Coraza, los Pendoneros y el Inti Raymi, festividades que en la actualidad se celebran dentro de los números programados por motivo de la fundación parroquial.

Fotografía Nro. 2: Festividades Parroquiales



Tomada por: Las autoras

3. ¿Qué habilidades ancestrales se mantienen en la actualidad?

Fotografía Nro. 3: Elaboración de artesanía



Tomada por: las autoras

Desde tiempos muy remotos los moradores de esta localidad han utilizado la laguna para obtener múltiples beneficios entre los que podemos destacar: la producción de la totora que sirve desde la época preincaica para elaborar esteras y se usaba también como cama para dormir, posteriormente se logró potencializar su uso y en la actualidad se ha tecnificado con la implementación de estructuras metálicas, de madera y piola para elaborar muebles, balsas, artesanías en miniatura, sombreros y canastas etc. siendo la actividad más representativa de la zona.

4. ¿Cuáles son los platos típicos de la zona de San Rafael de la Laguna?

El plato típico más reconocido de esta localidad son: Papas con mote y cuy acompañado con la ensalada de pepa de zambo.

Fotografía Nro. 4: Elaboración de artesanía



Tomada por: Las autoras

5. ¿Ha existido algún tipo de manifestación en cuanto a la realización de algún proyecto turístico en la Parroquia de San Rafael de la Laguna?

Como autoridades locales se ha trabajado en diferentes proyectos en beneficio de la población, desde hace ocho años atrás nos hemos empeñado en explotar las riquezas naturales de una manera responsable y darle un valor agregado potencializando nuestros recursos, por ejemplo: contamos con el páramo de Mojanda donde de alguna manera la Junta Parroquial intervino en la preservación de las plantas nativas, además se ha impulsado la comercialización de artículos de totora a través de la Empresa "Titora Sisa", actividad que es el sustento de los habitantes, y se ha trabajado conjuntamente con el gobierno cantonal en la construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales para descontaminar el Lago San Pablo: logrando diversificar y mejorar sus condiciones de vida; pero los esfuerzos por mejorar no quedan ahí, ante varios requerimientos de la comunidad se ha priorizado como eje transversal de trabajo para el gobierno local parroquial emprendimientos turísticos.

Entrevista Nro.2

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE: Sr. Juan Aguilar
CARGO: Presidente de la Unión de Comunidades Indígenas de la Parroquia de San Rafael de la Laguna.
DIRECCIÓN: Comunidad Cachiviro
SEXO: Masculino
EDAD: 44 años

1. ¿Qué carreras conoce usted que oferta el Colegio José Pedro Maldonado Duque?.

Fotografía Nro. 5: Colegio José Pedro Maldonado



Tomado por: Las autoras

El Colegio está ubicado en la Comunidad de Tocagón, tengo conocimiento que las principales carreras que ofrece son gastronomía y turismo, contamos con algunas promociones pero que lastimosamente la falta de oportunidades no ha permitido que culminen el estudio en las universidades, además puedo afirmar que solo un 30% de los estudiantes son de la localidad.

2. ¿Usted como representante de las Comunidades Indígenas conoce de alguna propuesta sobre el cuidado de los páramos aledaños a la parroquia?

Sobre el cuidado del páramo se ha organizado varias mingas comunitarias para la siembra de plantas nativas con el apoyo del Ministerio del Ambiente especialmente con las comunidades que se encuentran en la parte alta como son Tocagón, San Miguel Alto y Cachimuel, pero esto no es suficiente para cuidar nuestro páramo ya que hay personas inescrupulosas que ocasionan incendios y que no respetan los límites de zonas protegidas.

3. ¿Usted conoce sobre la gestión del Gobierno Parroquial en proyectos relacionados al turismo?

El presupuesto que recibe el Gobierno Local está destinado la mayor parte para obras de servicios básicos, pero tengo conocimiento que dentro del Plan de Desarrollo Local consta el Proyecto "Puerto Totorá"; pero lamentablemente el presupuesto con el que cuenta no cubre los gastos de la totalidad del proyecto por lo que se hace necesario contar con un estudio de factibilidad para presentar ante otros organismos del estado.

1.7. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, OPORTUNIDADES Oponentes, Y RIESGOS.

Como parte del diagnóstico y luego de haber determinado las características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información sobre las siguientes variables;

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación estratégica del Centro Turístico Comunitario a orillas del Lago San Pablo. ▪ Se cuenta con el personal para operar en el Centro Turístico Comunitario “Puerto Titora”. ▪ El personal guía del centro tiene conocimientos de las rutas y vías de acceso para los tours. ▪ Apoyo de la Junta Parroquial, porque la propuesta es una de las principales prioridades que consta en el Plan de Desarrollo Local. ▪ Se cuenta con un espacio físico en la Comunidad de Cachiviro a orillas del Lago San Pablo, lugar propicio para disfrutar del paisaje, flora y fauna. ▪ Predisposición de los moradores para aportar en mingas comunitarias. ▪ Presencia del colegio de formación turística y gastronómica. ▪ Producción de artesanías en totora. ▪ Diversa riqueza natural, cultural y étnica lo que genera en el turista nuevas expectativas para visitarnos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cercanía al mercado de Otavalo, Ibarra, Cayambe, Atuntaqui, Cotacachi y Quito, lo que implica mayor facilidad de promocionar el centro. ▪ La panamericana atraviesa por la parroquia de San Rafael de Laguna. ▪ La presencia de la Empresa “Titora Sisa” es un potencial para el expendio de las artesanías en totora. ▪ Es competencia del Gobierno Provincial establecer un presupuesto para la atención en la zona rural. ▪ Se conoce que en el Colegio José Pedro Maldonado aproximadamente un 30% de los estudiantes son oriundos de las comunidades de la parroquia de San Rafael de la Laguna.

OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entre la población investigada es evidente que las condiciones de vida de los habitantes son impropias, por sus bajos ingresos en las actividades que ellos realizan, por lo que hay una ausencia de conocimiento en relación al servicio que se prestará a los turistas. ▪ El GAD de la Parroquia de San Rafael no cuenta con la totalidad del presupuesto para la ejecución del proyecto. ▪ Actualmente la oferta de productos eco turísticos, los atractivos naturales (Lago San Pablo) y culturales, son poco aprovechados. ▪ Mano de obra no capacitada para realizar actividades administrativas en el Centro Turístico Comunitario "Puerto Totorá". 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cambios climáticos ▪ La deforestación y quema de páramos. ▪ Incremento de la frontera agrícola ▪ Contaminación del Lago San Pablo.

Elaborado por: Las autoras

1.7.1. CRUCE AOR

	INTERNO	ALIADOS	OPONENTES
EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> La ubicación geográfica de la parroquia de San Rafael de la Laguna por la carretera de primer orden y el espacio físico con el que se cuenta en la Comunidad de Cachiviro frente al Lago San Pablo es estratégica porque, complementa el entorno paisajístico tan atractivo, y facilita la integración comercial con mercados locales e internacionales. Considerando como oportunidad se tiene que el personal guía del centro tiene conocimiento de las rutas y vías de acceso para los tours y la zona se encuentra atravesada por la principal vía que conecta la provincia de Pichincha con Imbabura, la táctica a seguir será promocionar mediante letreros, que se ubicarán estratégicamente en esta vía. 		<ul style="list-style-type: none"> Entre la población investigada es evidente que las condiciones de vida de los habitantes son impropias, por sus bajos ingresos en las actividades que ellos realizan, por lo que hay una ausencia de conocimientos en relación al servicio que se prestará a los turistas, situación que actualmente se superaría ya que la parroquia cuenta con un colegio de formación de nuevos talentos en turismo y gastronomía. El gobierno autónomo descentralizado de la parroquia de San Rafael no cuenta con la totalidad del presupuesto para la ejecución del proyecto, pero al ser una competencia del gobierno provincial su accionar en la zona rural se debe gestionar su aporte.
OPORTUNIDADES			
RIESGOS	<ul style="list-style-type: none"> La predisposición de los moradores en mingas para actividades de índole comunitaria, son un gran aporte ya que existe la contaminación del Lago San Pablo, y con ellos se contaría para el ornato y aseo que necesita el proyecto. La riqueza paisajística de San Rafael de la Laguna, genera interés para visitarnos, situación que se ve afectada con la deforestación y quema de páramos de personas inescrupulosas, pero con la implementación del centro turístico, sus moradores despertarán el interés por cuidar su patrimonio natural. 		<ul style="list-style-type: none"> Actualmente la oferta de productos eco turísticos, los atractivos naturales y culturales son poco aprovechados por lo que es apremiante establecer rutas para beneficiarse de esta diversidad natural y cultural que el Centro Turístico Puerto Titora posee. No existe aprovechamiento del Lago San Pablo, pero su ubicación y las excelentes vías de acceso de primer y segundo orden facilitará el traslado, permitirá que los turistas se dirijan con mayor facilidad.

Elaborado por: Las autoras

1.8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

De la información tabulada y analizada de la población, objetivo de este estudio así como del análisis del a AOOD, de la información obtenida del Plan de Ordenamiento Territorial, además de la opinión del experto, se puede determinar que el principal problema en la Parroquia de San Rafael de la Laguna es la falta de empleo, la carencia de empresas comunitarias dedicadas al turismo, así como un estudio técnico sobre la rentabilidad de esta actividad.

Se ha detectado que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, al expendio de artesanías, migra hacia las grandes ciudades, trabajan en empresas florícolas etc. Obteniendo ingresos mínimos que no cubren necesidades básicas, por lo que es necesario hacer uso de las bondades que cuenta esta parroquia para mejorar las condiciones de vida.

Una vez realizado el diagnóstico situacional se deduce que si existe la posibilidad de llevar a cabo el proyecto, por tanto, el problema diagnóstico queda definido como:

“Estudio de factibilidad para la creación del centro turístico comunitario “Puerto Totorá”, en la parroquia de San Rafael de la laguna, del cantón Otavalo, provincia de Imbabura.”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. TURISMO

Fotografía Nro. 6: Turismo de aventura



Fuente: Imágenes en google

Según la Revista; Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo, Marzo 2007. Pág., 8, realizado por el GMO, se define: “El término turismo proviene etimológicamente de una derivación del vocablo francés tour que significa “vuelta, volver al lugar de origen”.

El turismo es una actividad muy antigua, según bibliografía se indica que surgió en el año 484 AC. Además hay información de que en la época romana se construyeron una red de caminos con fines turísticos.

El turismo se entiende como aquella actividad que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita por diversas razones como

descanso, recreación, cultura, salud o conocimiento científico. Esta actividad genera efectos sociales, económicos y culturales que pueden ser positivos o negativos.

Muchas naciones prácticamente viven del turismo, esto se debe, a diversas razones; no sólo económicas, sino además por las características de los lugares, la atención, la situación hotelera y la belleza del lugar.

En la actualidad el turismo involucra el “conocimiento” como un objetivo adicional a las otras actividades.

El turismo constituye una actividad económica y un fenómeno social que empieza a tomar forma en el Ecuador en la década de los años 60, cuando por iniciativas del sector privado se desarrolla oferta de productos turísticos en el Ecuador continental y las islas Galápagos. Ha sido especialmente la empresa privada la que ha hecho importantes esfuerzos en la promoción internacional desde que se empezó a desarrollar esta actividad, teniendo también un creciente apoyo del Gobierno Nacional.

Así, Ecuador ha estado presente en las ferias internacionales de turismo más importantes tanto en países europeos, norteamericanos y latinoamericanos, asumiendo los costos para esto en forma compartida los sectores públicos y privados.

Estos esfuerzos se han traducido en un creciente ingreso de divisas para el Ecuador hasta llegar a ser la tercera fuente de ingreso económico después de la exportación petrolera y de banano en el 2.000.

Según estimaciones de la oficina económica y comercial de la embajada de España, marzo 2006 pag.5 “En el 2006 visitaron el Ecuador aproximadamente 840 000 turistas, que generaron 700 millones de dólares.

2.1.1.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo es una actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo. Trae muchas proyecciones para impulsar el desarrollo, activar la economía local y regional, revitalizar los valores culturales.

Así lo recalca la Revista Capital 2006 en la pág. 23 “El turismo es considerado como una de las principales fuentes de ingreso con un gran potencial de crecimiento.”

Algunos de los beneficios económicos del turismo citados por la OMT (Organización Mundial de Turismo) son:

- El turismo es el primer sector de exportación en el mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.
- El turismo es un importante generador de empleo que da trabajo a millones de personas en el mundo.
- Cita además algunas oportunidades del turismo para el sector rural: Los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país, e incentivar a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de migrar a ciudades súper pobladas.
- Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales.
- La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de impuestos.

La riqueza no es solo económica, además: El medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos, y crean parques naturales para atraer visitantes. Al tiempo que aumenta el turismo, amplía también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia. Entonces nacen nuevos aeropuertos, carreteras, puertos deportivos, plantas de

tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de aguas y decenas de otros adelantos que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales, desde el acceso al agua potable hasta unas comunicaciones más rápidas.

El turismo crea réditos para los seres humanos, enriquece a través de la cultura, sensibiliza el medio ambiente, promueve la apertura y la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempos juntos ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones.

- Contribuye al desarrollo equilibrado con el medio ambiente.
- Estimula gran parte de los sectores económicos, y servicios de proximidad.
- Fortalece la identidad cultural.

La OMT (Organización Mundial de Turismo) explica que: “El turismo a más de ser un sector de rápido crecimiento en término de generación de divisas, se ha convertido en una fuente principal en la creación de empleo que estima enormes inversiones en infraestructura, la mayor parte contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población autóctona además la de los turistas.

Los gobiernos obtienen ingresos sustanciales a través de los impuestos.

La mayor parte de los empleos relacionados con el turismo se crean en países desarrollados, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas y evita que la población de las zonas rurales emigren hacia las grandes urbes”.

“En el contexto internacional, el Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica, debido a que concentra en una superficie muy reducida una gran diversidad cultural, ecosistemas únicos muy diversos, la presencia de una variedad de paisajes vivos en las diferentes regiones naturales”. Gobierno Municipal

de Otavalo, y Ministerio de Turismo (2005). Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo) Manuscrito.pág.4.

El turismo en Ecuador es un sector en constante crecimiento, desde la dolarización, existe una mayor demanda de servicios turísticos por parte de los ecuatorianos, aunque actualmente prefieren destinos como el Caribe.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo regional, promoviendo las alternativas del turismo coherente con los principios de desarrollo sostenible: Turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico y cultural estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencias del turismo alternativo.

2.1.2. ECOTURISMO

Fotografía Nro. 7: Diversidad de atractivos



Fuente: Imágenes google

Se define según Brouse Dianne “Socially Responsible Travell. Pág. 23 transitions abroad” (January/ February 2008) Ecoturismo: “El viaje responsable a áreas naturales, que conservan el ambiente y mantienen el bienestar de los nativos”.

El ecoturismo o turismo ecológico tiene un enfoque para las actividades turísticas en la cual se privilegia la sustentabilidad y la preservación de la naturaleza.

Según Smith Randy, Manual de Ecoturismo para la Amazonía Ecuatoriana, Julio 2005 pág. 38. Menciona que el World Wide Found For Nature define el ecoturismo como “Turismo para proteger las áreas naturales, es una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del medio ambiente”.

El ecoturismo tiene un impacto positivo para la sociedad porque se preserva los ambientes naturales para construir una fuente de ingresos.

Además el ecoturismo se desarrolla en comunidades autóctonas lo que es una alternativa válida para mejorar las condiciones de vida económica, ambiental cultural, social y política.

El ecoturismo en el Ecuador según: “Smith Randy Manual de ecoturismo para la Amazonía Ecuatoriana”, pág. 39, los proyectos de ecoturismo comenzaron oficialmente en el Ecuador en 1969, en las Islas Galápagos, cuando Metropolitan Touring inició excursiones en las islas con énfasis en su protección y conservación.

En las excursiones científicas, el turista experimentó no solamente la belleza natural especial de las islas, sino aprendió también la necesidad de preservarlas”.

Esta actividad depende de la habilidad de la región, para lograr la preservación del medio ambiente y la cultura, de manera que sea sustentable el proyecto.

2.1.3. TURISMO COMUNITARIO

Fotografía Nro. 8: Turismo Comunitario en la Comunidad Cachiviro



Fuente: Archivo Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna

“El turismo se encuentra ubicado en el sector terciario de la economía. La cadena productiva del turismo comunitario en Imbabura está conformada por los siguientes eslabones: servicios de alojamiento comunitario, alojamiento familiar, alimentación, transporte (terrestre) en vehículos guiados a espacios naturales y comunidades rurales, actividades de turismo de aventura, paseos en bicicleta y paseos a caballo, turismo místico (medicina ancestral), actividades culturales de música y danza para los turistas, producción y venta de artesanías y, actividades agrícolas para consumo del turismo. Tomado de: www.imbaturismo.gob.ec.

Por su naturaleza, el turismo comunitario es considerado en las zonas rurales donde habitan sectores vulnerables de la población como una actividad complementaria a las actividades productivas tradicionales como la agrícola, pecuaria y artesanal, para generar bienestar y fuentes de trabajo.

Durante la última década, en el contexto ecuatoriano se han diversificado la oferta de servicios y actividades turísticas, naciendo un nuevo enfoque y modalidad operativa que busca salir de los esquemas tradicionales del turismo y un acercamiento e intercambio cultural entre turistas y pobladores locales, especialmente de las zonas rurales y comunidades indígenas.

En Imbabura, el turismo constituye una actividad socioeconómica cuya importancia radica en la generación de empleos de forma directa e indirecta, fuentes de ingreso y dinamización de la economía local.

El turismo se ha ido desarrollando en la provincia de Imbabura de manera sostenida durante los últimos 30 años. Cabe mencionar la relevancia de Otavalo, Cotacachi e Ibarra como destinos turísticos en el contexto nacional, tanto para visitantes nacionales como internacionales.

Según el INFORME DE GESTIÓN GPI 2010 pág. 21 a nivel provincial tenemos dos sitios de turismo como son: “Turismo Comunitario de Imbabura y la Red Eco turística Intag, son espacios representativos, las dos cuentan con personería jurídica; la primera cuenta con 12 organizaciones asociadas y la segunda con 14.

2.2. ORGANIZACIONES EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO

2.2.1.1. COMUNIDAD DE CACHIVIRO

Fotografía Nro. 9: Comunidad Cachiviro



Fuente: Archivo Gobierno Parroquial

CONTEXTO HISTÓRICO

La Comunidad de Cachiviro se conformó hace unos 50 años, con 12 familias, en ese tiempo el límite al sur era el camino antiguo a Quito, la misma que hoy limita con la vía Panamericana que separa a Cachiviro del Centro Parroquial de San Rafael, los demás límites se conservan: al norte el Lago San Pablo, al este con la Comunidad de Waykupunku grande y al oeste limita con la Comunidad de las Cuatro Esquinas.

El nombre de la comunidad se debe a que existía un lote de terreno que se llamaba Cachiviro, este nombre proviene de las palabras quichuas Kachi (sal) y Wiru (caña).

La personería jurídica se la obtuvo en julio de 1997, mediante acuerdo Ministerial No 128 a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Las principales festividades son: El Coraza, Pendoneros y el San Juan.

EL CORAZA



Fuente: Empresa Comunitaria “Totora Sisa”

El Coraza, es una fiesta católica, más específicamente de la Parroquia indígena de San Rafael de la Laguna, festeja en honor a **San Luis**, es el patrón de la religión y cuando se le festeja favorece el crecimiento de las cosechas. El 25 de agosto los corazas salen a mostrarse en todos los lugares de San Rafael de la Laguna, son hombres respetados, que tienen el rostro cubierto, en esta celebración va el prioste a la cabeza, llamado capitán, lo siguen los tenientes y alféreces, que son los corazas menores, adelante va el loa, un niño que mueve los brazos y recita discursos. Todos ellos, vestidos de blanco pasean por las calles con espejos, cintas y encajes, dirigiéndose a la iglesia, donde entran a escuchar la misa en honor a San Luis.

La melodía de Pingulleros y rondadores anuncian la llegada de la fiesta “EL CORAZA”; el aroma o Yamor perfumaba los chaquiñanes de lo que fue el antiguo Otavalo, hoy San Rafael de la Laguna.

El Sr. Cura anunciaba el nombre de los priostes para el próximo año; cuyes, gallinas, papas, mote, pan, frutas frescas conformaban los medianos que llegarán a la casa de diferentes familias para comprometer a los yumbos, loa, servicio, kati servicio, músicos, vestidoras, despenseras, coheteros, quienes harán compromiso para que la fiesta de su prioste esté lleno de algarabía y de cariño para propios y extraños.

Las manos fuertes de la mujer (mana señora) no descansarán golpeando la totora con la piedra y transformándole en esteras que una a una ira formando el capital que se invertirá en la fiesta en donde su marido vestirá seda, encajes y oro.

El agradecimiento al Dios sol; a la pacha mama por las abundantes cosechas pronto se convirtió en agradecimiento al Dios Cristiano por medio de San Luis Obispo.

La mezcla de dos razas, de dos costumbres de dos culturas antes que ser antagónicas se entrelazaron, se difundieron para ser de la fiesta de “El CORAZA” una manifestación auténtica de Interculturalidad.

Hoy “El Coraza” aparece de tiempo en tiempo para confundirse con el Taita Imbabura, con el Imbakucha, con la totora con el viento de cada verano, con ese Dios sol cariñoso regala sus rayos de oro a ese maíz que presuroso se pondrá listo para la cosecha.

Manifestación auténtica cultural de San Rafael de la Laguna, de Otavalo, de Imbabura, del Ecuador, “El CORAZA” está aquí en las manos trabajadoras, en el corazón y en el coraje del indio y del mestizo que ha sabido fundirse en una sola raza.

Fotografía Nro. 11: Los Pendoneros

PENDONEROS



Fuente: Archivo del Gobierno Parroquial

En la actualidad, se ha transformado en una fiesta religiosa en honor a San Miguel.

Durante la fiesta se realiza la danza de la cocción de la chicha y luego el baño de purificación con agua y claveles rojos. Los instrumentos musicales que se utilizan son: pífano y tambores, además se han introducido la quena y la guitarra, los Pendoneros portan banderas de color rojo que hace referencia a la antigua inmolación del enemigo, van correteando en zigzag desde la casa del prioste hasta llegar a la capilla.

INTY RAYMI



Fuente: Fotografía tomada por las autoras

Las fiestas del **solsticio**, es la fiesta de **Inti Raymi**, se adora el agua, la tierra y sobretodo el sol, la fiesta posteriormente fue bautizada por los españoles como San Pedro. En junio de cada año se la recuerda, hay cantos, danzas y creencias. En sus inicios la celebración tenía aspectos muy diferentes que ahora, antiguamente los capitanes se bañaban en cascadas para interiorizar los poderes negativos del Aya Uma, luego de la fiesta regresaban para las limpias, luego se realizaba la peregrinación, en las casas se servía chicha y cuyes. Se hacía toma de la plaza cuerpo a cuerpo con piedras, palos y cabrestos, hoy en día no hay tanta agresión.

ALCANTARILLADO

El sistema del alcantarillado tiene una cobertura del 98% de las viviendas, este servicio falta aproximadamente para unas 5 familias que quedaron fuera del proyecto financiado por el FISE, GMO ejecutado por la Junta Parroquial (Entrevista a los Sres. Juan Aguilar y José Espinoza, 2011), se cuenta con líneas telefónicas únicamente en la calle principal, que es la antigua carretera a Quito. La recolección de basura se realiza un día a la semana (martes o miércoles), en que el recolector ingresa a la comunidad y recorre la calle principal.

Poseen tierras comunales, en total son aproximadamente 3 hectáreas (Entrevista a Juan Aguilar, 2011), los mismos que no poseen escrituras.

El sub-centro de salud realiza visitas a la comunidad para realizar campañas de vacunación, los comuneros piensan que hace falta equipamiento en el sub-centro y prefieren hacerse atender particularmente en Otavalo, muy pocos optan por la medicina tradicional.

Se recibe el líquido vital de la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de San Rafael, la red de distribución no llega a 5 viviendas aproximadamente que obtienen agua de pozos.

La principal actividad económica es la comercialización de esteras, artesanías de totora, producción de frutillas (Entrevista a Juan Aguilar, 2011).

Las esteras se venden a la Costa y a Colombia principalmente, algunos venden a intermediarios a un valor de \$3.20.

La agricultura se trabaja más para autoconsumo al igual que la cría de animales. También se puede observar que existe migración, causa que afecta principalmente para la desintegración familiar, el negocio de venta de ropa a Colombia solía ser rentable, pero con la dolarización ya no deja mucho como antes, ahora están saliendo, hombres y mujeres, a trabajar en empresas florícolas.

2.2.2. CABILDOS

Las comunidades cuentan con autoridades comunitarias, como instancia de administración y gestión; siendo la organización de mayor importancia dentro de la zona. Está constituido por un presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y las vocalías en número variable.

El cabildo realiza múltiples funciones:

- Velar por el aseo, ornato de las calles.
- Servicio público de calidad como: el agua potable, alcantarillado etc.
- Ajusticiamiento.
- Control de precios de los alimentos.
- Control de la edificación de viviendas.
- y servicios esenciales para el adelanto de la comunidad.

2.2.3. ASOCIACIÓN REY MOLA KOCHA

Fotografía Nro. 13: Miembros de la Comunidad



Fuente: Archivo Gobierno Parroquial

Las Asociaciones son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes.

Según Montaña S. Francisco 2005 pág. 143. “Se entiende que hay asociación cuando varias personas aparecen jurídicamente unidas para un fin común, entre otras las mercantiles”.

Cabe destacar que en la Comunidad de Cachiviro existe una asociación, denominada Rey Mola Kocha que se constituyó con el objetivo de implantar el proyecto “Puerto de Balsas de Totorá”, quienes serán los encargados de la administración de este Centro Turístico Comunitario; lamentablemente la falta de recursos económicos en el presupuesto parroquial, no ha permitido concretar esta obra, pero es de nuestro conocimiento que para la nueva administración uno de los ejes de trabajo que consta en el Plan de Desarrollo Local está enfocado al turismo, por lo que consideramos factible y necesario llevar a cabo el estudio de factibilidad que será una herramienta fundamental para dar continuidad al proyecto.

2.3. GOBIERNOS SECCIONALES AUTÓNOMOS

Según la ley del COOTAD en su Art. 28 manifiesta que: Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.

Constituyen Gobiernos autónomos descentralizados:

- a) Los de las regiones
- b) Los de las provincias
- c) Los de los cantones o distritos metropolitanos, y
- d) Los de las parroquias rurales.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GADs, siendo la base de la representatividad estatal en cada una de las jurisdicciones, tienen un nuevo marco legal que les permite orientar de manera más efectiva su campo de acción.

Según el Art. 238 de la Constitución Política de la República, los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la sucesión del territorio nacional.

Bajo estos criterios legales los gobiernos seccionales ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

2.3.1. GOBIERNOS PROVINCIALES

Los gobiernos provinciales son entidades que representan a las provincias siendo su accionar primordiales en la zona rural.

Los gobiernos provinciales dentro de sus competencias establecidas en la Ley, promoverá y ejecutará obras de alcance provincial en vialidad, medio ambiente, riego, se encargará de planificar el desarrollo provincial y

formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.

Además es una competencia del Gobierno Provincial, según la Ley del COOTAD en el Art.47, literal h el “aprobar la creación de empresas públicas o las de participación en empresas de economía mixta, para la gestión de servicios de su competencia u obras públicas provinciales, según las disposiciones de la Constitución y de la ley.

Este artículo será la base para la conformación de la empresa comunitaria de economía mixta “Puerto Totorá”, ya que estaría integrada por el Gobierno Provincial de Imbabura (Representante legal); la Asociación Reymola Kucha (Administrativo) la Comunidad (Beneficiarios del proyecto) y la Junta Parroquial (aporte económico).

Para que exista el compromiso el Gobierno Provincial se ampara en el Art. 47 Ley del COOTAD literal i) Conocer el plan operativo y presupuesto de las empresas públicas y mixtas de gobiernos autónomos descentralizados provincial aprobado por el directorio de la respectiva empresa y consolidado en el presupuesto. Con la vigencia del COOTAD se garantiza la autonomía política, administrativa y financiera de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales. En armonía con la Constitución, es un instrumento jurídico que sirve para promover la consolidación de un proceso de descentralización, acorde con las potencialidades del territorio y la capacidad operativa de las entidades de desarrollo.

2.3.2. GOBIERNOS PARROQUIALES

Los Gobiernos Parroquiales que en el país inician sus operaciones a partir del año 2000 mediante el sistema de elección popular, por participación política, nacen al amparo de la Ley de Juntas Parroquiales, y en el año 2002 obtienen el reglamento de aplicación de la Ley, los recursos para su operación están limitados a una contribución directa otorgada desde el presupuesto nacional para actividades administrativas y de gestión, para

ejecución de proyectos de inversión deben coordinar con los Municipios y Gobierno Provinciales correspondientes.

Las Juntas Parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias.

Según el Art.66 de la Ley del COOTAD define que:” La Junta Parroquial Rural es el órgano de gobierno de la parroquia. Está integrado por los vocales elegidos por votación popular, de entre los cuales el más votado lo presidirá, con voto dirimente, de conformidad con lo previsto en la Ley de materia electoral, el segundo vocal más votado será el vicepresidente de la Junta Parroquial.”

Además en el Art. 66, literal h la Junta Parroquial “Resolverá su participación en la conformación del capital de empresas públicas o mixtas creadas por otros niveles de gobierno en el marco que establece la Constitución y la Ley.”

2.3.2.1. GOBIERNO PARROQUIAL DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

Fotografía Nro. 14: Miembros de la Comunidad



Fuente: Archivo Gobierno Parroquial

El Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, constituye el Gobierno Seccional Autónomo descentralizado, con personería jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera; está conformado por un presidente, vicepresidente, vocales y tesorero, el período de administración es de 4 años; entre sus principales funciones podemos mencionar de acuerdo a la Constitución en el Art. 267:

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
5. Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.

6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
7. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
8. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos

DIRECTIVA DE LA JUNTA PARROQUIAL

PRESIDENTA DE LA JPSRL

VICEPRESIDENTE

I VOCAL

II VOCAL

III VOCAL

SECRETARIA –TESORERA

IDENTIDAD DE LA PARROQUIA

San Rafael tierra del Coraza, turística, artesanos de la totora que utiliza sus recursos naturales y culturales para generar microempresas agroindustriales y etnoturísticas como base de su desarrollo.

VISIÓN DE LA PARROQUIA

Una parroquia competitiva, por el turismo, limpia, organizada, con una educación de calidad en todos los niveles, con sus valores culturales en vigencia para proyectar su identidad y potencialidad como pueblo Kichwa Otavalo en la Sierra Norte.

Entre las comunidades que conforman esta parroquia están:

- Wayku Punku
- San Miguel Alto
- Mushuk Ñan
- Centro Parroquial
- Cuatro Esquinas
- Tocagón
- Cachimuel
- Cachiviro
- San Miguel Alto

2.4. LA TOTORA

Fotografía Nro. 15: Miembros de la Comunidad



Fuente: Empresa Comunitaria “Totora Sisa”

Según el Libro Manejo sustentable de la Totora 2003. Pág. 15 manifiesta: “La totora es una planta acuática que crece en lugares húmedos, pantanosos, lagos y lagunas; se la encuentra en América desde California hasta Chile. Los científicos la conocen como *Schenoplectus californicus*.”

Existen varias especies y están difundidas en el mundo entero. En el suelo la planta desarrolla rizomas de las cuales nacen los tallos aéreos, los brotes tiernos son comestibles, su floración es durante el verano; entre sus hojas emerge un tallo en donde brota una espiga cilíndrica compacta de color castaño. La de arriba es la flor masculina que se seca, en la parte baja separada por un corto raquis está la flor femenina que es cosechada y utilizada como repelente de mosquitos y también como adorno.

La totora es una de las plantas acuáticas más resistentes y menos exigentes, por tanto se adapta a todo clima, no necesita de un suelo rico pero si de agua aireada.

En cuanto a su multiplicación puede ser por plantación o por la división de los rizomas.

Fotografía Nro. 16: Miembros de la Comunidad



Fuente: Empresa Comunitaria "Titora Sisa"

Desde tiempos remotos sabemos que los seres humanos para satisfacer sus necesidades personales han utilizado la flora, fauna y demás medios de la naturaleza y como es el caso, la totora también ha formado parte de la historia del desarrollo del hombre.

La historia de su utilización data desde la época prehispánica, donde los indios de la Comarca de Quito empleaban las esteras como cama de dormir y como mantel para poner alimentos; estos mismos productos fueron también géneros de tributo para el inca, lo cual revela su gran utilidad en aquellos tiempos.

La totora es uno de los recursos que el Ecuador posee en gran cantidad, la zona andina está cubierta de esta planta, que los antiguos pobladores de la serranía ecuatoriana, es decir, los indígenas, la han sabido utilizar en diferentes actividades, desde utensilios de cocina hasta embarcaciones aptas para la navegación.

La habilidad de los antiguos indígenas ecuatorianos, junto con su situación social en cuanto a las comodidades tecnológicas que se iban

desarrollando, conforme lo demandaba la comunidad, hizo de la totora un artículo muy importante en el entorno social, económico y hasta político de estas comunidades.

En el Lago Titicaca se acostumbra a construir balsas para la transportación así como también, las islas flotantes y sobre ellas casas donde viven los indígenas.

En tiempo del Tahuantinsuyo, el bastón de mando de los gobernadores llamado "Tiana", era confeccionado con totora. La historia cuenta que el Inka Manco Kapak usaba orejeras de totora para protegerse del frío como artículo exclusivo de adorno personal, de igual forma es impresionante como el ejército inca al mando de Kapak Yupanki construían un puente completamente de totora para poder cruzar el río Desaguadero y lo reconstruían cada seis meses.

Los usos que se le han dado a esta planta son diversos como:

- De las flores se obtiene un polvo anaranjado que es el polen, sirve como adorno.
- De los brotes en las extremidades de la totora se aprovecha como alimento y como abono.
- De las hojas se fabrican artesanalmente sillas, canastos, paneras, sombreros, artesanías en miniatura, papel y otros artículos.

Este aprovechamiento de la totora tiene una connotación económica y ambiental, porque es el sustento de varias familias y sus productos poseen un equilibrio ecológico para el medio ambiente.

Según el Libro Manejo sustentable de la Totora 2003.Pág. 11. "En el Ecuador el aprovechamiento de la totora se realiza intensivamente en la provincia de Imbabura en la Laguna de Yahuarcocha, y especialmente en el Lago Imbakucha, de esta actividad dependen alrededor de 3000 familias, que han logrado subsistir gracias a su talento y a su propia iniciativa."

Es un bien que identifica a las comunidades Kichwas del territorio del Lago Imbakucha, es un elemento que forma parte y fortalece la identidad del pueblo indígena, como las artesanías de totora, las costumbres, tradiciones, alimentación, vestido y música.

La totora está íntimamente relacionada con el agua. Las vertientes que alimentan el lago hacen posible la producción de la totora.

El agua y la totora forman parte del patrimonio social, por lo tanto vale la pena respetarlos y protegerlos para que continúen teniendo el valor que la sociedad ha determinado para ellos, el uso social y el significado ritual de la cosmovisión indígena fecunda la pachamama y permite la reproducción de la vida, generando la aplicación de conocimientos y habilidades.

2.4.1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA TOTORA

Fotografía Nro. 17: Lago San Pablo



Fuente: Ana Durán

La totora se encuentra en La Laguna de San Pablo (2,660 m.) En sus orillas alberga una biodiversidad típica entre las cuales están las garzas, patos silvestres, gallaretas y la preñadilla, un pez nativo de los Andes; una planta nativa con la cual los habitantes elaboran diversas artesanías como esteras, aventadores, muebles, papel, los tradicionales caballitos de totora.

2.4.2. LAS BALSAS DE TOTORA

Una balsa de totora, tiene un promedio aproximado de vida de un año, esto debido al hecho que los totorales absorben una gran cantidad de agua, y a penas se las utiliza empieza también su proceso de descomposición. Las balsas de totora una vez que absorben el agua llegan a pesar unos 150kg, volviéndose bastante estables y seguras para su utilización en la navegación.

Las balsas de totora son fácilmente controlables, y no se requiere un entrenamiento especial o experiencia previa.

CONSTRUCCIÓN DE LAS BALSAS DE TOTORA

Fotografía Nro. 18: Travesía de Balsas de Totora



Tomada por: Las autoras

La fabricación de las balsas de totora varía dependiendo de la necesidad de ocupación que se quiera tener, se las puede construir de diversos tamaños, su proceso de construcción es el mismo, únicamente se diferencia el volumen de totora que se utilizará.

PROCESO:

La construcción de una balsa de totora según el libro Manejo sustentable de la Totora 2003. Pag 38. “El cuerpo principal de la balsa, debe estar debidamente amarrado halando con el gancho de madera al cabo plástico y dando forma con el mazo de madera. Posteriormente se unen los dos cuerpos formando la parte central denominada también corazón de la balsa. Los bordes se colocan a los dos extremos, también uniéndolos por medio de cabos plásticos.”

Fotografía Nro. 19: Balsas se Totora



FUENTE: Libro Manejo Sustentable de la Totora

Construcción de la vela:

Según el libro Manejo sustentable de la Totora 2003. Pág. 39. “Para ello se elabora un tejido delgado tipo estera trenzada por los extremos, la cual debe ser unida a un palo largo.

Piezas adicionales:

Se utiliza un palo de eucalipto el cual tiene que ser recto en la parte inferior se adiciona un molde de madera plana que cumple la función de remo. El palo impulsador tiene que medir un promedio de tres metros el cual sirve para impulsar la balsa en las zonas poco profundas.”

2.5. EMPRESAS MIXTAS

Según la Ley de compañías mercantiles de Ecuador Art.308. “El estado, las municipalidades, los consejos provinciales y los organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de este tipo de compañía.

Art. 309.- La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

Art. 310.- Las entidades del sector público podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.

Art. 311.- Son aplicables a este tipo de compañías las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta sección.

Art. 312.- Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.

Cuando la aportación del sector público exceda el cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.

Asimismo, en los estatutos, si el estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resulten adecuados, respecto a la

transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos, que efectúen las compañías de economía mixta, en la parte que les correspondería pagar a éstas.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 313.- Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por esta Ley para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.

Art. 314.- Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público.

Art. 315.- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exoneradas de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.

La existencia de empresas de economía mixta tienen una injerencia importante en el desarrollo de un territorio permite que se invierta en una unidad de producción económica conformada por familias campesinas que están en camino hacer empresarias y que con la participación de un gobierno autónomo descentralizado desempeñan un importante papel como reguladores y planificadores de un mejor futuro a través de la propiedad de empresas de economía mixta; logrando con esta nueva empresa mejorar el nivel de empleo, ingresos y calidad de vida de la parroquia de San Rafael de la Laguna.

Es así que la finalidad del presente estudio es ver la factibilidad de crear una empresa de economía mixta que está integrada por los comuneros de

la Comunidad de Cachiviro de la Parroquia de San Rafael de la Laguna, la Asociación Rey Mola Kucha y el Gobierno Autónomo Descentralizado.

2.5.1. EMPRESA COMUNITARIA “TOTORA SISA”.

La Empresa nace de las aspiraciones empresariales de las Comunidades de San Rafael de la Laguna. Para potencializar la producción de artesanías de totora y la comercialización justa de sus productos en beneficio directo de las comunidades involucradas, promoviendo la participación y autogestión para mejorar las condiciones socioeconómicas y la mejora de su entorno.

La empresa Comunitaria nace del Proyecto **“MANEJO, USO, DIVERSIFICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ESTERAS”**, ejecutado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra y financiado por la OEA (Organización de Estados Americanos).

La sociedad es la esencia misma de Totora Sisa, sociedad civil y comercial, es una empresa que impulsa la organización y participación comunitaria con identidad local para lograr el desarrollo artesanal, turístico, comercial y humano de todos sus asociados y comunidades.

Totora Sisa S.C.C promueve la cooperación socioeconómica entre las familias artesanas totoreros del sector, mediante la producción y comercialización de artesanías, muebles y papel de totora.

Promueve el turismo en la parroquia de San Rafael como un destino que acoge internacional y nacional identificándola a la parroquia con la Totora.

Genera Rentabilidad que permite la sustentabilidad financiera de la empresa a largo plazo, logrando una participación del mercado a través del crecimiento en ventas a nivel nacional e internacional.

ADMINISTRACIÓN

Flujograma N. 1: Organigrama estructural de la Empresa "Totorá Sisa"



Elaborado por: Las autoras

COMERCIALIZACIÓN:

De acuerdo a la historia de "Totorá Sisa" se establece que los muebles representan en promedio de 83% de los ingresos por ventas, frente al 13% de artesanías y el 4% en papel, como servicio complementario a la producción Totorá Sisa ofrece servicios de capacitación artesanal y servicios de turismo hacia la parroquia de San Rafael de la Laguna.

- La venta directa a grupos de turistas nacionales y extranjeros.
- La participación en ferias locales y nacionales.
- A través de tiendas de comercio justo.
- Apoyo y alianzas con redes de comercialización de artesanías.

Totorá Sisa, representa un precedente en San Rafael de la Laguna, se ha llevado a cabo la constitución de una empresa de economía mixta, conforme a la normativa el Gobierno Parroquial del año 2004 -2009 presidido por el Lic. Luis Fredy Sánchez quien fue el gestor de los recursos necesarios para su funcionamiento; es así que logra con éxito la conformación de la empresa comunitaria **"Totorá Sisa"**.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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 año 2009 con 924 millones de turistas internacionales (16 millones más), un 2 por ciento más que en el 2008. Para el año 2010 su crecimiento se vio afectado por la crisis (de Septiembre del 2008), según la Organización Mundial del Turismo (OMT) se estima un crecimiento de entre el 1 y 3%.

El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El inapropiado desarrollo y operación 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.

El turismo rural sostenible crece a un ritmo del 7% anual de acuerdo a datos proporcionados por la Organización Mundial de Turismo OMT año 2011 www.omt.org.ec, su promoción contribuye a mejorar la calidad de vida de los pobladores involucrados en éste tipo de oferta turística, el turismo comunitario representa una opción de desarrollo sostenible con la triple finalidad de complementar fuentes de ingreso, preservar los recursos naturales y emprender procesos de afirmación de identidad y revitalización de los valores culturales en las zonas rurales.

A partir del año 1.994 un grupo importante de cooperativas, organizaciones sociales y comunidades indígenas, afro-ecuatorianas y campesinas del Ecuador decidieron incursionar en el área del turismo

alternativo. Los fines del turismo comunitario, desde un contexto más amplio, representa la posibilidad de contribuir a concretar objetivos y prioridades nacionales relacionadas con el combate a la pobreza y la conservación del patrimonio natural y cultural del Ecuador; además permite avanzar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y tradiciones, propias de los pueblos y nacionalidades del Ecuador.

Por lo tanto, es sumamente importante que las comunidades que generen turismo sigan desarrollándose en la actividad turística comunitaria rural.

El concepto de turismo comunitario y la diferencia con el turismo convencional es la “experiencia auténtica”, basada en el contacto con la naturaleza, la gente y su cultura. El objetivo es permitir un intercambio cultural verdadero, del que pueden beneficiarse visitantes y residentes comuneros. Está en espera promover las visitas de grupos de turistas y visitantes interesados en conocer más de cerca la realidad rural del Ecuador y específicamente de la vida campesina tanto de indígenas, afros descendientes y mestizos.

3.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

3.2. OBJETIVO GENERAL

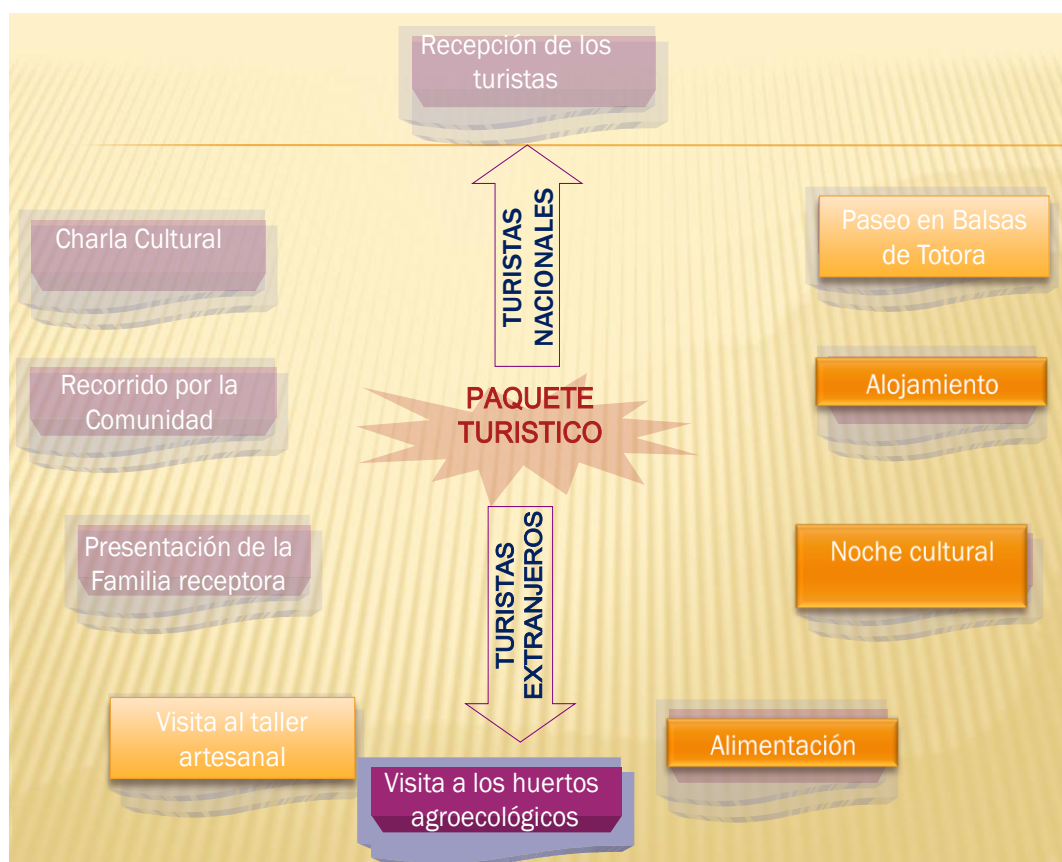
Determinar la existencia de una demanda turística insatisfecha, para la creación del centro turístico comunitario “Puerto Totorá”, en la parroquia San Rafael de la laguna, del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura durante el año 2012.

3.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los servicios que prestará el proyecto, los servicios complementarios y sustitutos así como las características del consumidor.
- Evaluar la situación actual de la demanda por los servicios que prestará el Centro Turístico Comunitario “Puerto Totora” y su situación futura.
- Analizar la oferta turística de la zona en investigación y su proyección futura.
- Determinar el mercado potencial al cual puede acceder el proyecto.
- Establecer estrategias de marketing para dar conocer el servicio en el mercado.
- Establecer las principales conclusiones del capítulo.

3.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios que el proyecto brindará son los siguientes:



Se considera que el mayor atractivo que la comunidad puede ofrecer a sus visitantes, es el conocimiento respecto a la organización comunitaria interna y las tradiciones con las cuales conviven, sobre este último aspecto es interesante resaltar la división del trabajo al interior de las familias.

3.3.1. CARACTERÍSTICAS

De acuerdo a la investigación de campo, los motivos que impulsan mayormente a los turistas a visitar este tipo de proyectos es el contacto con la naturaleza y tener espacios de convivencia familiar, por tanto, los servicios que se ofrecen están orientados a satisfacer esas necesidades, las personas que realizan este tipo de turismo buscan descansar y relajarse de sus actividades habituales conociendo nuevas culturas y en contacto con la naturaleza; todos los servicios ofertados aseguran al turista descanso en un medioambiente sano y seguro.

3.3.2. PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES

Dentro de nuestro proyecto se ofrecerá servicios de alojamiento y gastronomía, en base a esto podemos mencionar a las organizaciones que brindan servicios similares pero no iguales que se podría considerar como sustitutos, los mismos que se detalla a continuación:

Tabla N. 11: Productos o servicios sustitutos

N.	HOSTERIAS	UBIC.	CATEGORIA	CAPACIDAD	P.
1	Pinsaquí	Otavalo	Primera	19 hab - 40 plazas	106
2	Cusín	San P.	Lujo	40 hab - 82 plazas	105
3	Casa Mojanda	Otavalo	Primera	9 hab - 25 plazas	38
4	La casa de Hacienda	Otavalo	Primera	8 hab -16 plazas	45
5	Luna de Mojanda	Otavalo	Segunda	9 hab - 30 plazas	65
6	Las Palmeras de Quichinche	Otavalo	Segunda	11 hab - 25 plazas	55
7	Troje Cotama	Otavalo	Segunda	10 hab - 20 plazas	65
8	Aya Huma	Otavalo	Tercera	24 hab - 54 plazas	48
9	Puerto Lago	San Pablo	Primera	27 hab - 50 plazas	130
10	Cabañas del Lago	San Pablo	Primera	25 hab - 59 plazas	135
11	Katun kocha	San Pablo	Primera	11 hab - 21 plazas	40

Fuente: Investigación de mercado

3.4. CONSUMIDOR DEL SERVICIO

Para la obtención de ésta información se tomó como referencia la encuesta de turismo interno realizado en junio 2006 y julio 2007 por el Ministerio de Turismo, en donde se identifica el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341, (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Así mismo, el Ministerio de Turismo determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar y segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales (29,5%), seguido de lejos por las preferencias de visita a otros sitios y atractivos.

Tabla N. 12: Preferencia de actividades de los turistas nacionales

ATRACTIVO VISITADO	TOTAL DE VISITANTES	PORCENTAJE
Sitios naturales	786.718	29,50%
Playas	775.756	29,10%
Balnearios termales	404.860	15,20%
Sitios de diversión	221.414	8,3%
Sitios de comida	144.161	5,4%
Fiestas y mercados	102.281	3,8%
Fiestas religiosas	65.396	2,5%
Otros	56.460	2,1%
Parque nacional	40.147	1,5%
Museos	34.267	1,3%
Zonas históricas	26.988	1%
Sitios arqueológicos	7.867	0,3%
TOTAL DEL UNIVERSO	2.666.315,00	100%

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2006- julio 2007)
Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador.

De acuerdo a la información obtenida de la página web <http://www.turismo.gob.ec>, durante el año 2011, Ecuador recibió la visita de 1.140.978 personas provenientes del exterior, esto implica un aumento del 8.98% respecto del año 2010, el año 2009 respecto del 2008 se nota un punto de inflexión de la curva creciente, esto tiene su explicación basada en la recesión económica que enfrentó el mundo desde finales del año 2008 y que tuvo su máxima expresión en el año 2009.

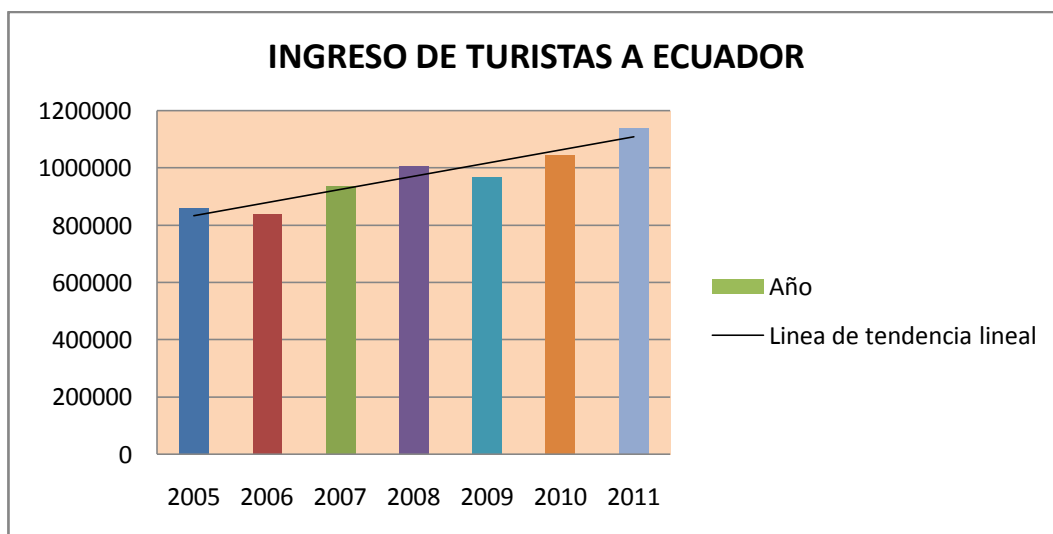
Las siguientes tablas son la ilustración del número de visitas al Ecuador entre el año 2005 al año 2011.

Tabla N. 13: Número de visitas a Ecuador

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
INGRESOS	859888	840555	937487	1005290	968499	1046968	1140978
VARIACIÓN		-2,25%	11,53%	7,23%	-3,66%	8,10%	8,98%

Elaborado por: Las autoras
 Fuente: <http://www.turismo.gob.ec>

Gráfico N. 12: Ingreso de turistas al país

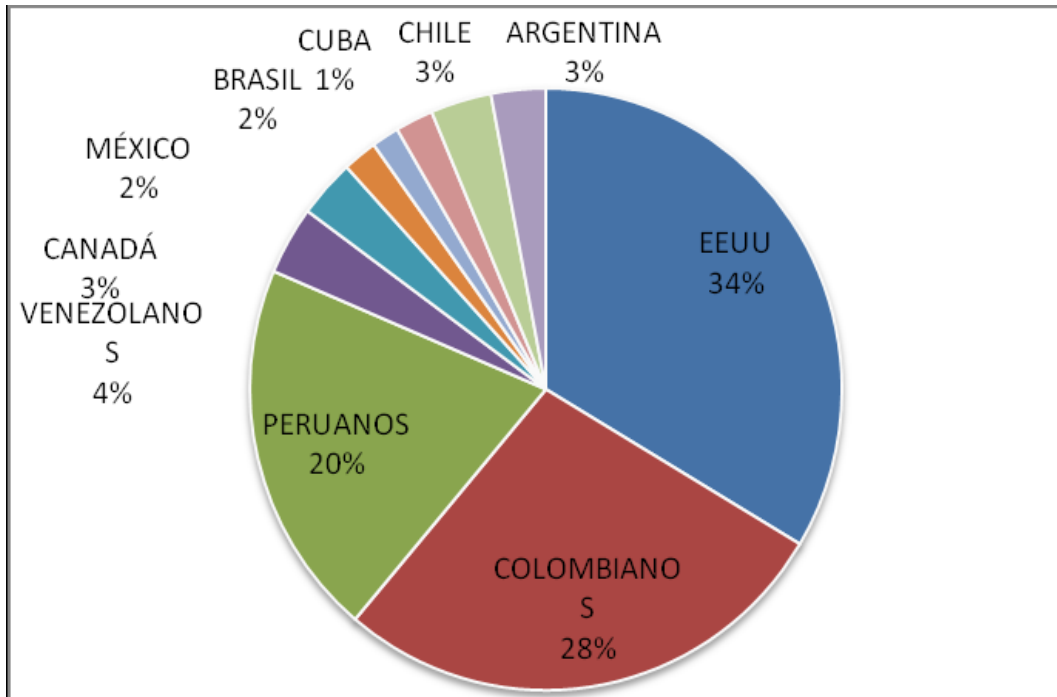


Elaborado por: Las autoras

Los puntos de arribo más significativos fueron las Jefaturas Provinciales de Migración ubicadas en Pichincha con 501.101, en Guayas con 281.579 y en los pasos de frontera terrestre de Carchi con 127.116 y el Oro con 141.171 así cubriendo el 97,3% de entradas de extranjeros al Ecuador; seguidamente está la de Loja con 13,43 y otras provincias con 13.258.

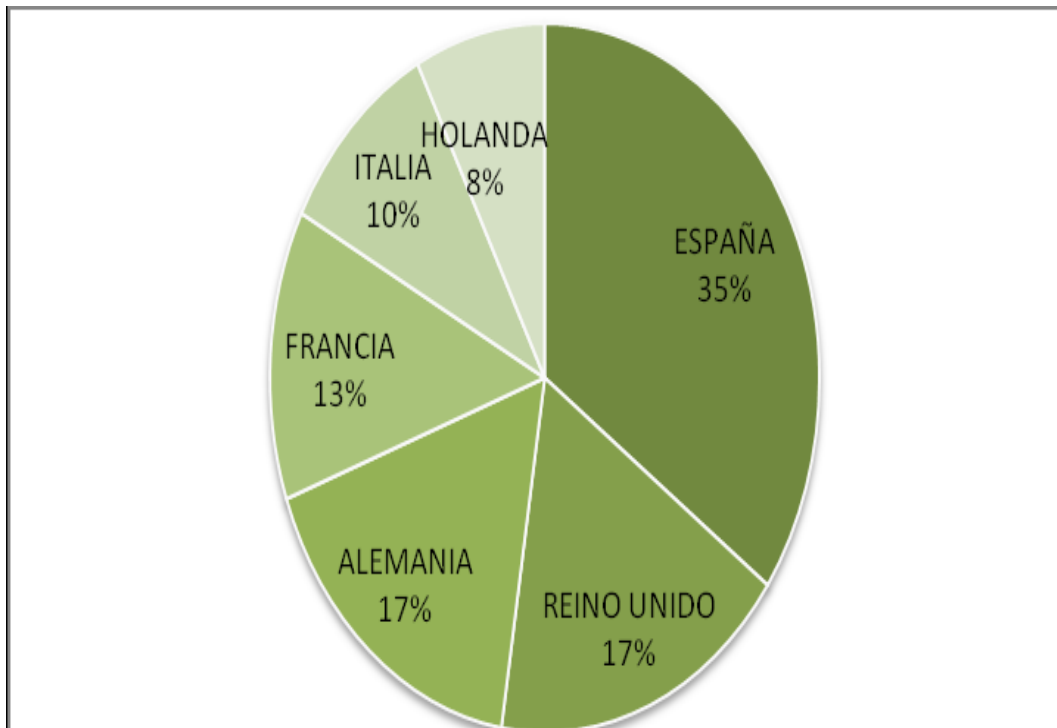
Entre los extranjeros, procedentes de las Américas, que llegaron en mayor número están los estadounidenses con 244.406; los colombianos con 200.487; los peruanos con 147.420 y los venezolanos con 26.771 llegadas. Destacan igualmente las visitas al Ecuador, de ciudadanos de otros países americanos, como es el caso de Canadá con 22.839; México con 13.689; Cuba con 10.904; Brasil con 15.052; Chile con 24.212 y Argentina con 21.718 turistas.

Gráfico N. 13: Procedencia de turistas americanos



Fuente: Dirección Nacional de Migración

Gráfico N. 14: Procedencia de turistas europeos



Fuente: Dirección Nacional de Migración

Los sitios más visitados del país por turistas extranjeros de acuerdo al Ministerio de Turismo son: (página web <http://www.turismo.gob.ec>).

Tabla N. 14: Sitios más visitados de Ecuador

SITIOS	2009	2010	2011
Quito	58,02	53,62	47,95
Guayaquil	27,78	49,28	51,23
Cuenca	21,6	19,81	12,3
Baños	16,05	11,11	9,02
Otavalo	11,11	7,25	11,64
Ibarra	8,02	7,73	9,43
Machala	6,79	8,21	9,84
Galápagos	6,17	5,31	3,28
Tulcán	5,56	7,73	3,69
Riobamba	4,32	3,38	1,64
Amazonía	11,12	6,77	4,1
Loja	3,7	3,86	3,69
Ambato	3,7	0,48	1,23
Manta	3,09	1,93	5,74
Santo Domingo	3,09	4,35	2,87
Salinas	3,09	6,28	9,43
Esmeraldas	2,47	2,9	4,1
Atacames	0,62	1,93	2,87
Bahía de Caráquez	1,85	0,48	4,1
Latacunga	1,85	1,93	1,64
Vilcabamba	1,85	0,48	0,82
Cotopaxi	1,23	1,45	0,82
Jambelí	1,23	1,45	0,18
Huaquillas	1,23	0,97	1,23
Cotacachi	1,23	1,45	0,41
Montañita	1,23	4,35	7,79
Puerto López	0,62	0,48	0,41
Otros	17,62	20,21	13,53

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Gráficamente, esto se puede expresar de la siguiente manera:

Gráfico N. 15: Sitios más visitados de Ecuador



Elaborado por: Las Autoras

Como se puede apreciar en la tabla 11, la ciudad de Otavalo recibe una importante cantidad de visitas nacionales y extranjeros, llegando a ocupar el quinto lugar de las preferencias a nivel país, si se calcula un promedio del porcentaje de visitas desde el año 2009 al 2011, se obtiene que casi el 10% de los turistas extranjeros visitan la ciudad, de esta información y considerando que durante el año 2011 llegaron al país 1.140.977 turistas se puede concluir que la ciudad recibió durante el año 2011, la visita de 114.097 turistas extranjeros, además, según el ministerio de turismo de Ecuador (<http://www.turismo.gob.ec>), la ciudad recibe la visita de unos 100.000 turistas nacionales, dando un total de 214.097 visitantes anuales.

Tabla N. 15: Turistas que visitaron Otavalo durante el año 2011

Promedio visitas de extranjeros a Otavalo años 2009-2011	10%
Ingreso turistas al país durante el año 2011	1.140.977
Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo año 2011	94.202
Número turistas nacional que visitaron Otavalo año 2011	119.895
TOTAL VISITAS	214.097

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

En resumen, Otavalo recibió durante el año 214.097 visitantes provenientes de fuera de la provincia, estos turistas buscan conocer de cerca la cultura doméstica y están dispuestos a pernoctar una o más noches; normalmente buscan el contacto con la naturaleza y comprender la relación entre esta y los residentes de ciertas zonas de la provincia, también desean pasear y degustar la comida típica de sus habitantes, está dispuesto a alojar en hostales o viviendas de los residentes comunitarios, existe un buen porcentaje de turistas nacionales que buscan estas condiciones, normalmente vienen en paseos familiares pero también existe un importante número de personas que provienen de fuera del país, principalmente son europeos o norteamericanos, datos que se confirma según la encuesta que se aplicó a los turistas.

3.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO

Definiendo el mercado como el conjunto de decisiones que toman compradores y vendedores al interactuar y considerando que el mercado se encuentra regido por dos grandes fuerzas, la oferta y la demanda, cuya interacción normal lleva al mercado a un equilibrio en el que se logra la máxima eficiencia (máximo excedente total) se puede establecer que actualmente la estructura de mercado vigente es la siguiente:

3.5.1. LIBRE COMPETENCIA

Recientemente, se aprobó en el país la ley de Regulación y Control del Poder de Mercado (Antimonopolio) (Septiembre 2011), que tiene por objetivo evitar la concentración de la producción, por el lado de la tenencia de los medios de producción como por las grandes actividades económicas primarias- extractivistas- exportadoras, así como la concentración en las ventas, evitando de esta manera la desigualdad y el abuso de poder de mercado, entonces empieza a operar en el Ecuador el concepto de **LIBRE MERCADO**, que se basa fundamentalmente en la libertad de elección para el consumidor, como para el productor. La libre competencia genera incentivos para que las empresas obtengan una

ventaja competitiva sobre otras mediante la reducción de costos y la superioridad técnica.

Esto resulta en un aumento de la eficiencia de las empresas para producir, un incremento de la calidad del producto que se ofrece y una disminución de los precios que permite que una mayor cantidad de consumidores ingresen al mercado.

El mercado al cual se pretende atacar presenta características de oligopolio ya que cuenta con un reducido número de oferentes del servicio los cuales enfrentan una gran cantidad de demandantes, además las características propias de este mercado son:

- Número limitado de empresas oferentes
- Servicio único sin sustitutos cercanos
- Precios-decisores, dependiendo de las decisiones del resto de las empresas.
- Los competidores mantienen una estrecha relación y pueden o no llegar a acuerdos.
- Las decisiones de cada uno de los productores afectan al rendimiento de los restantes.

3.6. INVESTIGACIÓN

3.6.1. SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO

Tabla N. 16: Segmentación del mercado del proyecto

Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo año 2011	94.202
Número turistas nacional que visitaron Otavalo año 2011	119.895
TOTAL VISITAS	214.097

Elaborado por: Las autoras
Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

Se ha efectuado una segmentación de mercado en función de los niveles de ingreso quedando determinado los estratos altos, medios de acuerdo al análisis realizado en base a la pregunta número ocho de las encuestas efectuadas a los turistas donde se concluyó su capacidad de pago.

Se ha determinado que el proyecto tendrá como principal objetivo dirigirse al mercado internacional y nacional, por cuanto se comercializarán los servicios a precios relativamente medios y altos, cumpliendo con la visión de la microempresa, la cual es brindar un beneficio social a la parroquia ofreciendo un servicio de calidad y respetando los recursos naturales.

Considerando que el servicio va dirigido al segmento de mercado del turismo interno como receptor; se ha tomado referencia a la información que emite el Ministerio de Turismo, en la que consta que Otavalo se ubica en el quinto lugar más visitado de Ecuador, la ciudad recibe turistas nacionales y extranjeros, provenientes principalmente de España, Holanda, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y de América: Perú, Colombia, Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Chile, Canadá, Cuba, Brasil y México.

En las encuestas realizadas se determinó que existen ciertas características del proyecto como: tipo del servicio, calidad, variedad, gastronomía tradicional, paseos alternativos en balsas de totora, estadía acogedora, servicio al cliente lo que permite orientar la satisfacción del cliente con la atención a estos requerimientos mediante la creación del centro turístico "Puerto Totorá".

El proyecto está enfocado a personas de edad media, amantes de la naturaleza y con curiosidad por conocer otras culturas y costumbres.

3.6.2. MARCO MUESTRAL O UNIVERSO

El universo en estudio está conformado por aquellos turistas que visitan la ciudad de Otavalo provenientes de fuera de la provincia de Imbabura, pueden ser turistas nacionales o extranjeros; en términos generales esta

población está conformada por unas 214.097 personas (tabla 16 del presente capítulo).

3.6.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra de turistas se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = Población

ε = Error muestral, que en este caso por tratarse de población finita, se trabajará con el 5% de margen aceptable.

δ^2 = Desviación de la población al cuadrado o varianza: 0.25 porque se trabaja en el centro, es decir: 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso.

Z = Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

Nivel de confianza 95%

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 50

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(214097)}{(0.05)^2 (214.097 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(53.524,25)}{(0.0025)(214096) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{205.533,12}{536,20}$$

n= 383,31

El tamaño de la muestra de turistas es de 384 personas a los cuales se les aplicó una encuesta de opinión.

3.6.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El cuestionario fue instrumento aplicado para conocer las demandas de los turistas en relación al proyecto, esta encuesta tuvo las siguientes características:

Contuvo preguntas de información para conocer el grado de conocimiento del informante sobre el tema, preguntas de opinión, para solicitar el criterio sobre determinados aspectos de la investigación, preguntas de acción, para conocer la actitud del informante sobre determinada situación, por último tendrá preguntas cerradas, para dar la oportunidad de seleccionar la respuesta solo entre las alternativas presentadas.

3.6.5. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

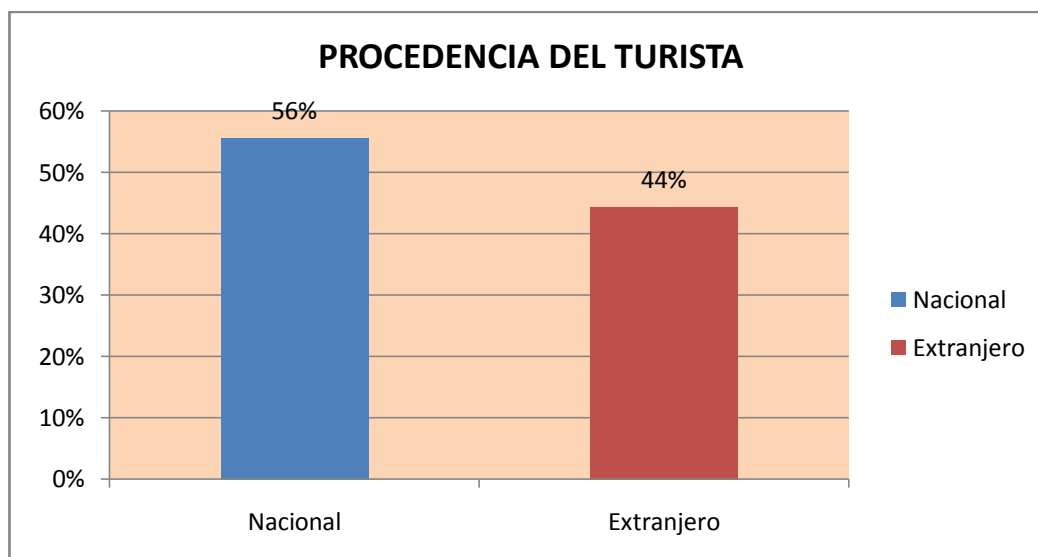
Tabla N. 17: Nacionalidad de los turistas

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Nacional	213	56%
2	Extranjero	170	44%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 16: Nacionalidad de los turistas



Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El mercado objetivo tiene mayor aceptación por los turistas nacionales, sin desmerecer la presencia notable de los extranjeros, con lo cual vemos necesario encaminar los esfuerzos al segmento no solo de los visitantes locales sino de los foráneos ya que ellos tienen mayores ingresos lo que permitirá la sustentabilidad del proyecto.

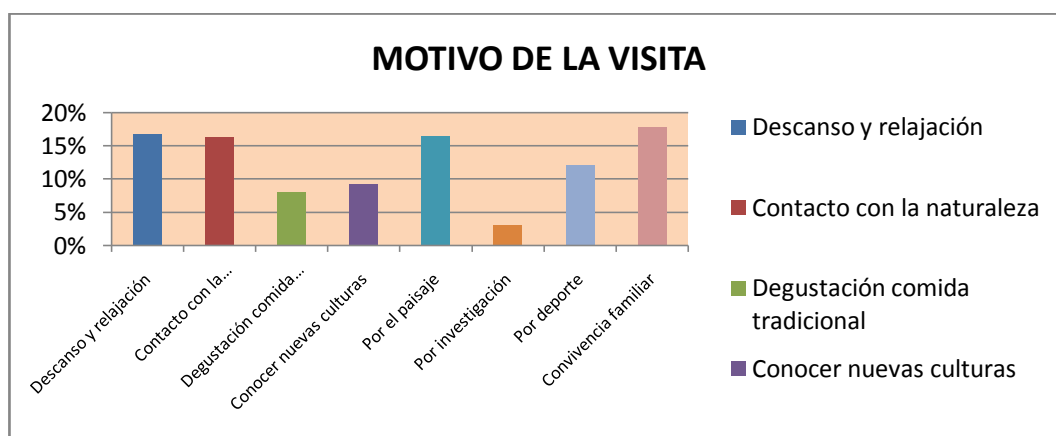
2. ¿Cuál es el motivo de su visita?

Tabla N. 18: Motivo de la visita

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Descanso y relajación	142	17%
2	Contacto con la naturaleza	138	16%
3	Degustación de comida tradicional	68	8%
4	Conocer nuevas culturas	78	9%
5	Por el paisaje	140	17%
6	Por investigación	26	3%
7	Por deporte	102	12%
8	Convivencia familiar	151	18%
TOTAL		845	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 17: Motivo de la visita



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los actividades que más atraen para el turismo comunitario son: la convivencia familiar, el descanso y la relajación, seguidamente el contacto con la naturaleza; preferencias que permite visualizar los requerimientos que tienen los clientes esto nos ayuda armar los paquetes turísticos y garantizar la inversión que se realizará en Centro Comunitario “Puerto Totora.”

3. ¿Qué actividades realizaría en un lugar natural que visita?

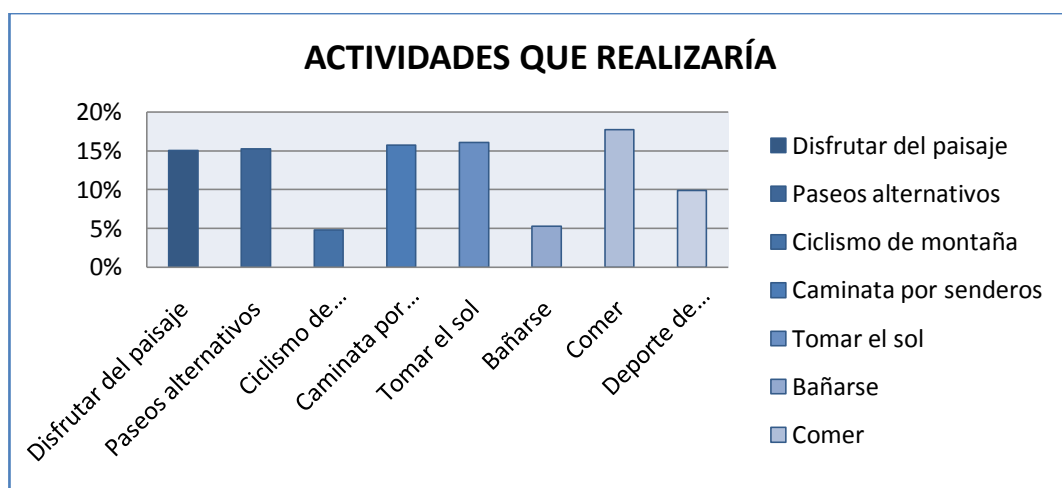
Tabla N. 19: Actividades que realiza en el lugar que visita

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Disfrutar del paisaje	154	15%
2	Paseos alternativos	156	15%
3	Ciclismo de montaña	49	5%
4	Caminata por senderos	161	16%
5	Tomar el sol	164	16%
6	Bañarse	54	5%
7	Comer	181	18%
8	Deporte de aventura	101	10%
TOTAL		1020	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 18: Actividades que realiza el turista



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

La comida, el contacto con la naturaleza, paseos alternativos son las actividades más apreciadas en este tipo de turismo, lo que permite visualizar de forma muy clara que actividades los turistas requieren y de qué manera la comunidad debe organizarse.

4. ¿En su visita a un lugar natural, que tipo de comida prefiere?

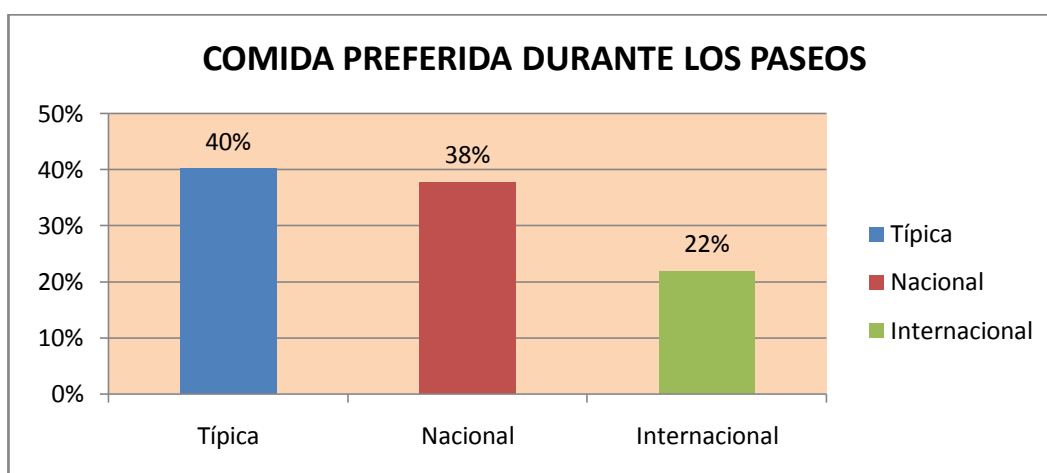
Tabla N. 20: Qué tipo de comida prefiere

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Típica	154	40%
2	Nacional	145	38%
3	Internacional	84	22%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 19: Qué tipo de comida prefiere



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los turistas cuando acuden a visitar un lugar turístico podemos observar que prefieren degustar la comida típica de la zona que representa el mayor porcentaje en relación a la comida nacional, pero hay un número limitado de turistas que prefieren la comida internacional; no se atreven a degustar la comida típica de la zona, esto puede darse porque no conocen la variedad de los platos tradicionales que se les puede ofrecer, razón por la cual el proyecto se encaminará a brindar un servicio de calidad con respecto a la gastronomía local.

5. ¿Dónde prefiere alojarse en sus viajes?

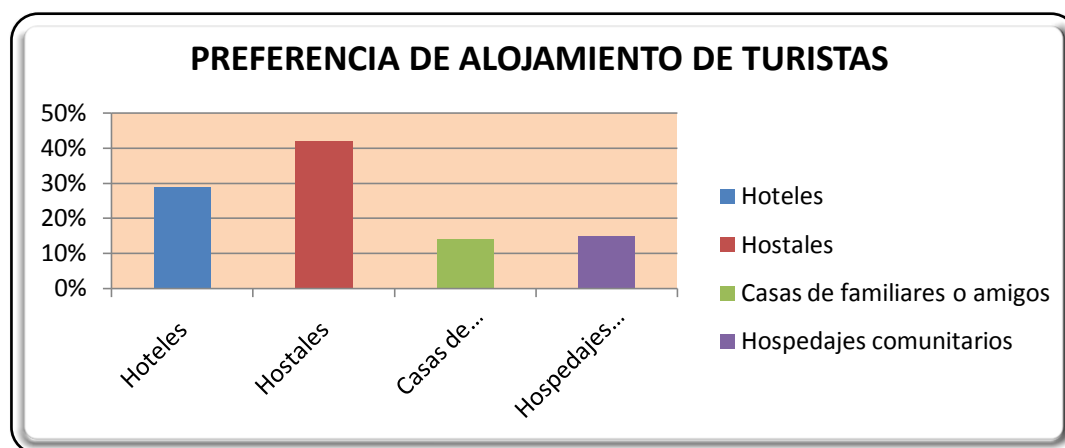
Tabla N. 21: Dónde prefiere alojarse en sus viajes

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Hoteles	111	29%
2	Hostales	161	42%
3	Casas de familiares o amigos	54	14%
4	Hospedajes comunitarios	57	15%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 20: Dónde prefiere alojarse en sus viajes



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

La encuesta realizada con respecto al alojamiento arroja la siguiente información; la mayoría se hospedan en hostales y hoteles, seguido de un grupo significativo que prefiere el hospedaje comunitario ya que les permite el contacto con la naturaleza, conocer nuevas culturas y degustar la comida típica de la zona.

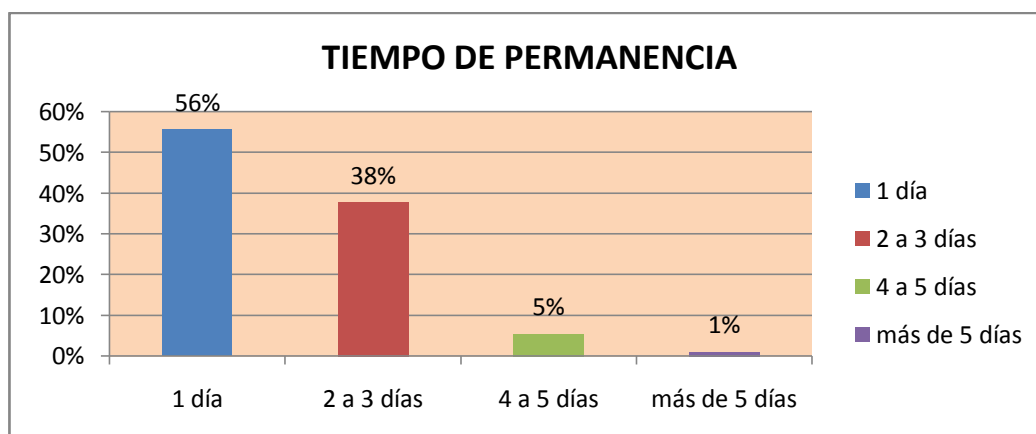
6. ¿Qué tiempo de permanencia considera adecuado en un atractivo natural?

Tabla N. 22: Tiempo de permanencia en un atractivo natural

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1 día	213	56%
2	2 a 3 días	145	38%
3	4 a 5 días	21	5%
4	más de 5 días	4	1%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 21: Tiempo de permanencia en un atractivo natural



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según la encuesta más de la mitad de los turistas encuestados piensan permanecer un día en la zona, seguido de la preferencia de dos a tres días, la explicación para esto es que la mínima permanencia es captada por los hostales y hoteles, y los que permanecen más tiempo buscan diferentes alternativas que podrían ser aprovechadas por el proyecto.

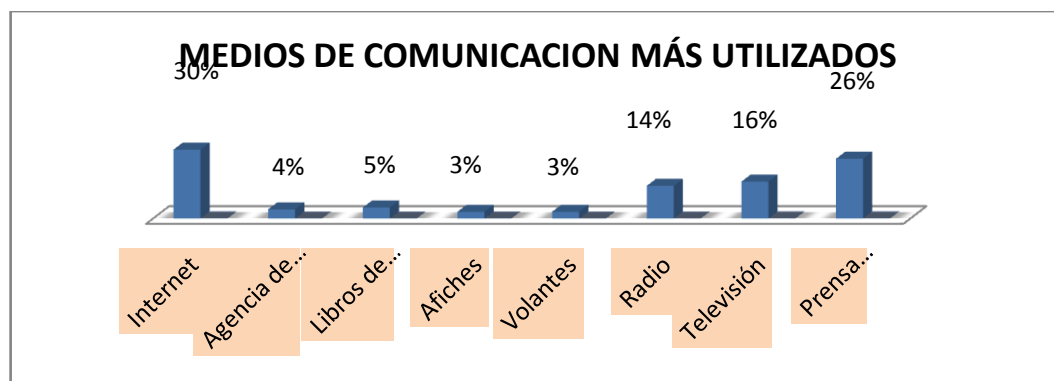
7. ¿A través de qué medio elige los lugares que visita?

Tabla N. 23: A través de qué medio elige los lugares que visita

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Internet	61	16%
2	Agencia de viajes	15	4%
3	Libros de guías turísticas	18	5%
4	Afiches	11	3%
5	Volantes	11	3%
6	Radio	54	14%
7	Televisión	114	30%
8	Prensa escrita	99	26%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 22: A través de qué medio elige los lugares que visita



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los medios de comunicación más utilizados para obtener información sobre los lugares turísticos es el internet y la prensa escrita seguidamente la televisión, esta información es muy útil para diseñar el plan de publicidad acerca del centro comunitario además es recomendable la creación de la página web para su difusión.

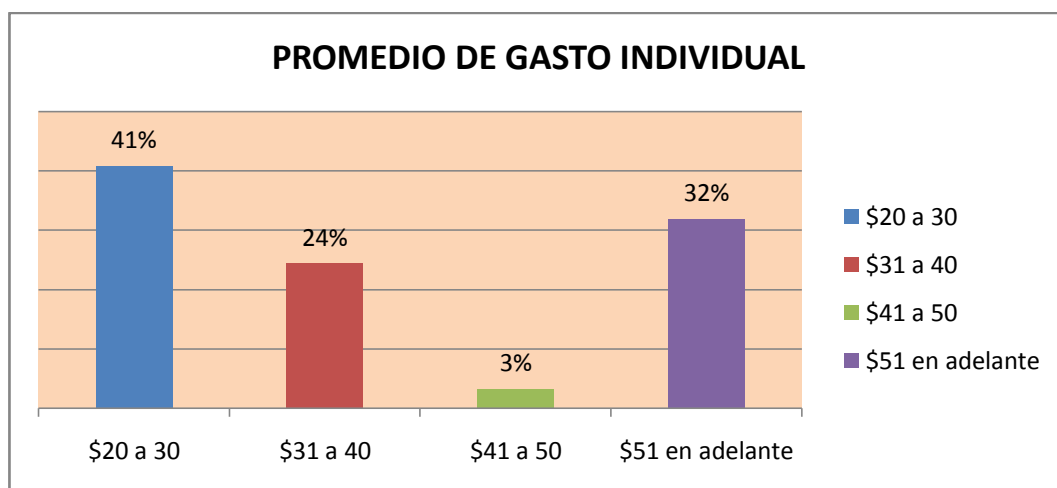
8. ¿Cuánto gasta individualmente en sus viajes por alojamiento, alimentación, entretenimiento, compras, guías?

Tabla N. 24: Presupuesto que utiliza para su alojamiento

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	\$20 a 30	156	41%
2	\$31 a 40	93	24%
3	\$41 a 50	12	3%
4	\$51 en adelante	122	32%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 23: Presupuesto que utiliza para su alojamiento



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Respecto al gasto promedio individual los encuestados destinan para el pago de alimentación, entretenimiento y compras rubros entre 20 a 30 dólares los mismos que permanecen un solo día y de 51 dólares en adelante los que pernoctan más días, cabe recalcar que su presupuesto es accesible a la economía nacional e internacional.

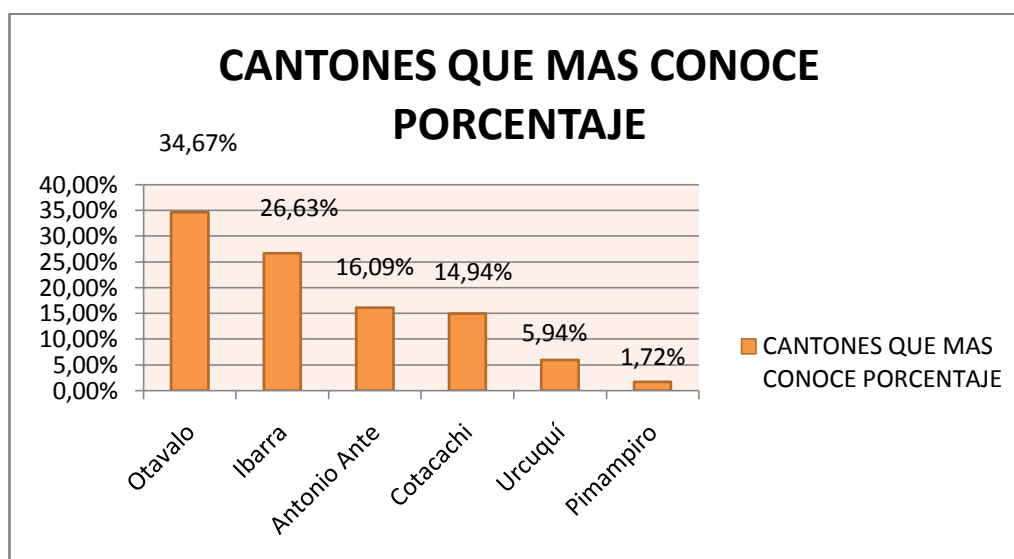
9. ¿Qué cantones de la provincia de Imbabura conoce?

Tabla N. 25: Cantones de la provincia de Imbabura que conoce

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Otavalo	181	34,67%
1	Ibarra	139	26,63%
5	Antonio Ante	84	16,09%
3	Cotacachi	78	14,94%
4	Urcuquí	31	5,94%
6	Pimampiro	9	1,72%
TOTAL		522	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 24: Cantones de la provincia de Imbabura que conoce



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De la provincia de Imbabura, el cantón más conocido es Otavalo, por su cultura, sus habilidades artesanales, artísticas, sus tradiciones y costumbres en el mundo; además ocupa el tercer lugar de destino turístico del país lo que constituye una fortaleza que beneficia directamente al proyecto por la llegada masiva de turistas.

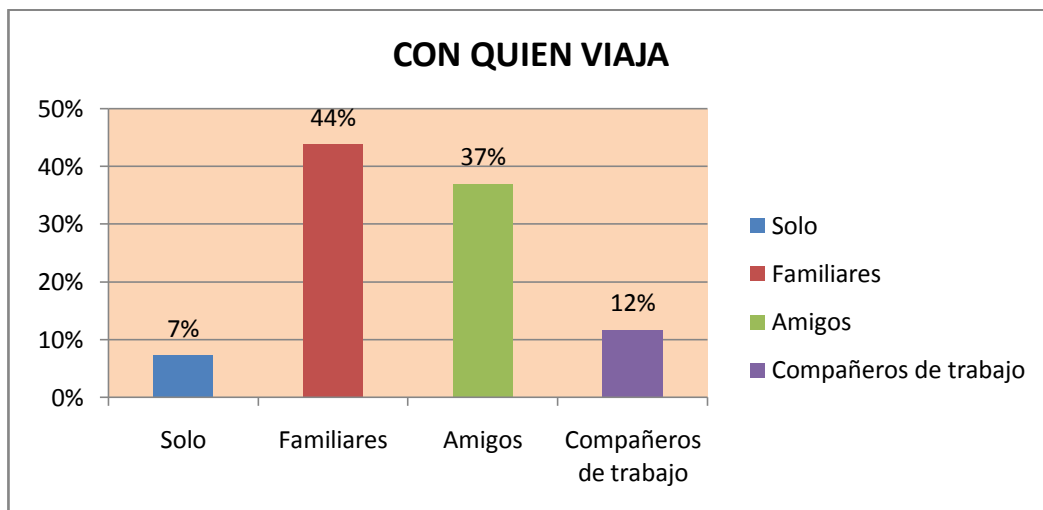
10. ¿Realiza el viaje?

Tabla N. 26: Con quien realiza el viaje

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Solo	28	7%
2	Familiares	168	44%
3	Amigos	142	37%
4	Compañeros de trabajo	45	12%
TOTAL		383	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 25: Con quien realiza el viaje



Elaborado por: Las autoras

Análisis:

El resultado refleja que vamos a tener mayor afluencia turística en grupos de familiares y amigos, lo que nos permite crear los paquetes, establecer los precios, garantizar la seguridad y promoción de los servicios que brindará "Puerto Totorá".

CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE RESIDENTE Y NO RESIDENTE

Tabla N. 27: Características de los visitantes residentes y no residentes

DATOS GENERALES	
GRUPO DE EDAD	El grupo mayoritario está en una edad entre los 24 y 55 años, siendo mayoritariamente de sexo masculino.
PERMANENCIA	El 56% desea permanecer de 1 día y el 38% de 2 a 3 días.
CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA	La mayoría conoce Otavalo (35%), seguido por Ibarra (27%) y el cantón Antonio Ante (16%).
ESTADO CIVIL	En su gran mayoría son casados (60%) también existe un porcentaje de solteros bastante interesante (40%)
MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA	
MOTIVO PRINCIPAL	Su principal motivación es la convivencia familiar (18%), el descanso (17%) y contacto con la naturaleza (33%).
LUGAR DE ORIGEN	Un 56% de los entrevistados son turistas nacionales y el 44% son extranjeros.
ACTIVIDADES REALIZAR	A El 18% le gustaría comer, tomar el sol el 32%, paseos alternativos y disfrutar el paisaje el 30% y deporte de aventura el 10%.
PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO	DE Prefieren los hostales (42%), los hoteles (29%), hospedajes comunitarios (15%) y casas familiares (14%)
TIPO DE COMIDA	Preferencia por la comida típica (40%), seguida por la nacional (38%) e internacional (22%)
FORMA DE VIAJE	
CON QUIEN REALIZA EL VIAJE	El 44% de los encuestados viajan con sus familiares, el 37% con amigos y un 12% con compañeros de trabajo.
GASTO POR VIAJE	De 20 a 30 dólares el 41%, el 32% dice gastar más de 51 dólares.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	DE El medio de comunicación que más utilizan es la televisión (30%), seguido por la prensa escrita (26%) y el internet (16%) y la radio (14%).

Elaborado por: Las autoras

3.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA VISITANTE RESIDENTE Y NO RESIDENTE

Tabla N. 28: Visitante residente y no residente

1) Posee una edad promedio de 24 a 55 años.
2) Permanecerían de 1 a 3 días.
3) La mayoría conoce Otavalo.
4) La mayoría son casados, existiendo un porcentaje significativo de solteros.
5) Prefieren el turismo por convivencia familiar, descanso y contacto con la naturaleza.
6) Los turistas son en su mayoría nacionales y un porcentaje significativo son extranjeros.
7) La mayoría viene por comer, por realizar caminatas, paseos y disfrutar el paisaje.
8) Se alojan en hostales, hoteles, hospedajes comunitarios y casas familiares.
9) La mayoría viaja con sus familiares, amigos y compañeros de trabajo.
10) La mayoría dice tener capacidad de gastar de 20 a 30 dólares, y el 32% más de 50 dólares.
11) El medio de comunicación que más utilizan es la televisión, seguido por la prensa escrita, el internet y la radio.

Elaborado por: Las autoras

La demanda se encuentra cubierta por un mercado constituido por turistas nacionales en su mayoría y extranjeros que llegan la ciudad de Otavalo, cada una definida con sus propias características respecto a: su frecuencia de permanencia, preferencia de turismo, capacidad de ingreso, razón de la visita, lugares de origen y actividades que les gustaría realizar.

3.7.1. FACTORES QUE LA AFECTAN

Los factores que afectan la demanda del proyecto son:

1. La renta de los consumidores.

El proyecto se dirigirá a personas interesadas en realizar vacaciones programadas, con un presupuesto alto pueden ser estas nacionales o extranjeras.

2. Los gustos de los consumidores.

Nuestros potenciales clientes no buscan ciudades o grandes complejos turísticos donde dormir o tener las comodidades que en su vida diaria disfrutaban, por el contrario buscan tener una nueva experiencia, conocer, observar, compartir y sentir que el valor que pagó por el paquete o servicio turístico fue mucho más allá de lo esperado.

3.7.2. DEMANDA ACTUAL

PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO AÑO 2011 (ESTIMADO)

Tabla N. 29: Turistas que visitaron Otavalo en el año 2011

Ingreso de turistas durante el año 2011	214.097
Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo (44%)	94.202
Número turistas nacional que visitaron Otavalo año (56%)	119.895
TOTAL VISITAS	214.097

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador – Investigación de campo

3.7.3. PROYECCIÓN DE DEMANDA

Tabla N. 30: Proyección de la demanda

CÁLCULO:	
Turistas nacionales y extranjeros que visitaron Otavalo:	214.097
% Preferencia por el turismo comunitario (7%)	14986,79
TOTAL DEMANDA ACTUAL:	14986.79

Elaborado por: Las autoras

En vista que no se dispone de datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomará como referencia el método de crecimiento exponencial, a una tasa de crecimiento turística del 7% información obtenida del Ministerio de Turismo de un diagnóstico del sector turístico nacional e internacional del año 2011. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del mercado, obteniendo así los resultados. La fórmula aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n \quad \text{En donde:}$$

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

CÁLCULOS:

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Año 2012 = 14.987

Año 2013

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 14.987 * (1 + 0,07)^1$$

$$P_p = 15.242$$

Año 2014

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 15.242 * (1 + 0,07)^2$$

$$P_p = 15.765$$

Año 2015

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 15.765 * (1 + 0,07)^3$$

$$P_p = 16.583$$

Año 2016

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 16.583 (1 + 0,07)^4$$

$$P_p = 17.740$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTAS NACIONALES Y EXTRAJEROS

Tabla N. 31: Proyección de la demanda de Turistas Nacionales

AÑO	TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS
2012	14.987
2013	15.242
2014	15.765
2015	16.583
2016	17.740

Elaborado por: Las autoras

3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.8.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

La cantidad ofrecida de un servicio está en función de:

- Los activos productivos existentes
- La tecnología existente
- Los precios de los factores variables

ACTIVOS PRODUCTIVOS EXISTENTES:

Para el análisis de la oferta es muy importante considerar los activos productivos duraderos o de capital, cuanto más capital físico se tenga, mayor será la cantidad ofrecida a cada uno de los niveles de precios; el centro turístico comunitario “Puerto Totorá” dispone de importantes activos fijos tales como la infraestructura física adecuada para recibir a los turistas y los terrenos que albergan esta infraestructura, desde este punto de vista el proyecto está en condiciones de ofertar una variada gama de servicios turísticos.

LA TECNOLOGÍA EXISTENTE

Definiendo la tecnología existente como el conjunto de técnicas o métodos para producir un bien o servicio deseado, cualquier mejora de la tecnología permite producir y vender a un precio más barato esto ocasionará que aumente la cantidad ofrecida, en base a esto la comunidad deberá acoger la tecnología para la prestación de servicios, logrando así incrementar eficientemente la oferta estimada.

LOS PRECIOS

Cuando existe variación en los precios de los factores que influyen en los costos de producción se ve afectada la cantidad de la producción y del servicio lo que dará como efecto la disminución de la oferta; por lo que la Comunidad debe mantener constante los precios de los paquetes turísticos que ofrezcan para ser competitivos dentro del mercado.

3.8.2. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA

La provincia de Imbabura tiene una superficie de 4.559 Km² y está dividida en seis cantones (Ibarra, Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, y Urcuquí).

Imbabura cuenta con distintos pisos climáticos y una temperatura que oscila alrededor de los 18 °C, el clima caliente llega a los 35°C y el clima

frío baja hasta los 4°C. La ubicación de la provincia de Imbabura favorece al turismo ya que está 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”. Esta vía de primer orden conecta tres puntos del país: Quito, Ibarra y Tulcán; 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 variado y rico patrimonio natural de ésta provincia lo constituyen lagunas, volcanes, cerros, nevados y reservas ecológicas. Imbabura llamada, la “provincia de los lagos”, posee dentro de su territorio el conjunto lacustre más paisajístico del Ecuador (28 lagos); sobresalen la laguna de Cuicocha y las lagunas de Mojanda, que se formaron dentro de calderas volcánicas.

Entre los atractivos naturales también se destacan: el lago San Pablo, la laguna de Yahuarcocha, la cascada de Peguche y los sistemas lacustres de origen glaciario: Piñán y Puruhanta; existen también los volcanes y nevados: Imbabura, Cotacachi, Fuya - Fuya y Cayambe.

Las reservas ecológicas constituyen un atractivo importante, en la zona están: la Reserva Cotacachi – Cayapas, y la Reserva de Cayambe.

Además de éstos atractivos existen otros fundamentales relacionados con la diversidad cultural. En la provincia existen y conviven 5 culturas claramente diferenciadas: Otavalos, Kichwas, Karankis, Kayambis, Afro ecuatorianos (en el valle del Chota) y Blanco-Mestizos. La mayor parte de la población indígena vive en comunidades asentadas en las zonas rurales.

La oferta artesanal es muy interesante y variada dependiendo de la zona, la ciudad y el poblado; los principales centros artesanales son: Otavalo, Cotacachi y San Antonio de Ibarra.

Como se aprecia, el comportamiento histórico de la oferta se determina por las comunidades indígenas asentadas en escenarios de inapreciable belleza natural y que están en condiciones de recibir y brindar servicios turísticos a quien lo desee, como se mencionó anteriormente, estas comunidades se empezaron a organizar el año 2001.

El Inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo actualizado al año 2007, ha catalogado 185 recursos distribuidos 63 como sitios naturales y 122 como manifestaciones culturales, en el siguiente cuadro se muestra la distribución por cantones:

Tabla N. 32: Distribución por cantones de los atractivos turísticos

CANTÓN	SITIOS NATURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	TOTAL DE ATRACTIVOS EN EL CANTÓN
Ibarra	16	48	64
Antonio Ante	1	18	19
Cotacachi	24	20	44
Otavalo	10	25	35
Pimampiro	6	5	11
Urcuquí	6	6	12
TOTAL PROVINCIA	63	122	185

Fuente: Ministerio de Turismo Sierra Norte (2008)

3.8.3. OFERTA ACTUAL

En la provincia de Imbabura existe una amplia oferta de hosterías y alojamientos en zonas rurales, motivo por el cual es una alternativa real para que el turista se aloje ocupando servicios privados, excursiones en las comunidades y actividades en la naturaleza y ocasionalmente actividades de contacto con la cultura, éstas son actividades privadas en donde las comunidades no tienen un beneficio directo.

La propuesta del turismo rural comunitario se diferencia del resto de alternativas existentes en la provincia, por el concepto de profundizar la

experiencia del turista, propone al visitante ir más allá de la simple observación y acercarse a la realidad de la vida campesina indígena y el entorno natural en el que vive la comunidad, la propuesta turística es única y consiste en ofrecer al turista una “experiencia auténtica”, basada en el contacto con la naturaleza, la gente y su cultura, dentro de la dinámica de una comunidad indígena y a la vez que se combinan elementos de ecoturismo.

Existen en la provincia hosterías muy bellas, lujosas y con una notable riqueza arquitectónica e histórica.

La mayoría de estas hosterías son estructuras restauradas de casas de hacienda, que fueron construidas en la época de la colonización y de los grandes “huasipungos”.

En la provincia de Imbabura existen actualmente 16 iniciativas de turismo comunitario participantes en el proyecto de fortalecimiento del turismo rural comunitario, han desarrollado diferentes procesos organizativos y de desarrollo, muchas de las cuales tuvieron apoyo externo de fundaciones y ONGs, quienes han hecho una importante inversión en infraestructura, instalaciones y adecuaciones así como en los procesos de capacitación y promoción.

**OFERTA SOBRE TURISMO COMUNITARIO
EN LA PROVINCIA IMBABURA**

	CANTÓN IBARRA	<ul style="list-style-type: none"> Operación turística C. San Clemente Operación T. Comunitaria Colegio Isidro Ay. Centro de gastronomía tradicional Palenque
	CANTÓN OTAVALO	<ul style="list-style-type: none"> Empresa “Tотора Sisa” Parroquia San Rafael Asociación Sumak Pacha Comunidad Pijal Empresa comunitaria de Turismo “Runa Tupari”
	CANTÓN CATACACHI	<ul style="list-style-type: none"> Operación Turística Ayllu Kawsay. Dimensión económico-productiva - Peribuela Comunidad Junin Asociación “El Rosal” Parroquia García M. “Los Manduriacos”
	CANTÓN PIMAMPIRO	<ul style="list-style-type: none"> Asociación nueva América. Grupo de turismo Palauco. Comunidad la Florida.
	CANTÓN URCUQUI	<ul style="list-style-type: none"> Chachimbiro Complejo recreativo Timbu Yaku

La siguiente tabla es el resumen de las iniciativas de turismo rural comunitario que cuentan con las instalaciones adecuadas para albergar a los turistas:

Tabla N. 33: Iniciativas de turismo rural comunitario

N.	COMPLEJO	CAPACIDAD ACTUAL	CAPACIDAD FUTURA	OFERTA EN OTAVALO
1	SAN CLEMENTE	48	60	
2	RUNA TUPARI	30	30	30
3	ASOCIACIÓN SUMAK PACHA	35	35	20
4	COMUNIDAD JUNIN – ZONA DE INTAG.	24	24	
5	ASOCIACIÓN “EL ROSAL”	10	10	
6	LOS MANDURIACOS	100	100	
7	ASOCIACIÓN NUEVA AMÉRICA	15	15	
8	PALAUCO	16	16	
9	LA FLORIDA.	0	20	
10	CHACHIMBIRO II	0	20	
	TOTAL	278	330	50

Elaborado por: Las autoras

Para efectos del proyecto, solo se consideran como oferta, iniciativas que cuentan con la infraestructura necesaria para dar servicios de alojamiento al turista (obviamente que esto debe incluir alimentación y servicios básicos) y que se encuentran ubicadas en el cantón de Otavalo, como se aprecia en la tabla hay iniciativas como: Runa Tupari, y la Asociación Sumak Pacha, que en su conjunto cuentan con una capacidad para albergar 50 personas diariamente.

Estos datos son los establecidos para la operación diaria del centro comunitario, siendo necesario diferenciar entre capacidad instalada anual real y la capacidad instalada anual operativa, la diferencia radica en el número de días, para la primera se considera un promedio de 360 días mientras que para la segunda se ha considerado una sumatoria de alrededor de 192 días operables, asumiendo el periodo de temporada

alta, mas fines de semana y días festivos, los resultados son los siguientes:

Tabla N. 34: Capacidad instalada anual real y anual operativa

CAPACIDAD INSTALADA ANUAL REAL	18.000
CAPACIDAD INSTALADA ANUAL OPERATIVA	9600

Elaborado por: Las autoras

3.8.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo a la investigación realizada, las iniciativas de turismo rural comunitario en el cantón Otavalo, solo se puede apreciar la presencia de la operadora turística Runa Tupary la Asociación Sumak Pacha, cuya capacidad instalada operativa se la proyectará en función de la tasa de crecimiento del PIB del año 2011, que fue del 5,5% de acuerdo a las estadísticas publicadas por el Banco Central del Ecuador.

Por lo tanto la proyección de la oferta se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N. 35: Proyección de la oferta

OPERADORAS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
2	9600	10.128	10.685	11.272	11.893
TOTAL	9600	10.128	10.685	11.272	11.893

Elaborado por: Las autoras

Se ha estimado inicialmente para el proyecto captar 4800pernoctaciones al año de acuerdo a la pregunta n°10 de la investigación de campo, debido a las limitaciones de infraestructura para alojarlos en la comunidad.

3.9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Luego de analizar la demanda por servicios de turismo rural comunitario y la oferta de estos, se puede determinar que existe un mercado potencial para los servicios tanto directos como indirectos que brindará “PUERTO TOTORA”, lo anterior se demuestra con la siguiente información:

Tabla N. 36: Proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	14.987	15.242	15.765	16.583	17.740
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	9.600	10.128	10.685	11.273	11.893
DEMANDA INSATISFECHA	5.387	5.114	5.080	5.310	5.847

Elaborado por: Las autoras

3.10. ANÁLISIS DE PRECIO

La determinación de los precios está constituido según el servicio y el grupo meta al que va dirigido el servicio turístico. Para fijar los precios es importante tomar en cuenta: el tipo de oferta que se está haciendo (el turismo comunitario como un producto especial), la competencia, los servicios ofertados de alojamiento y alimentación en la zona rural y la calidad de los productos y los servicios a ofrecer.

Tabla N. 37: Análisis del precio

GRUPO META	PRECIOS	EL PRECIO INCLUYE:
GRUPO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.	\$ 30	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recorrido por la Comunidad: ▪ Charla cultural ▪ Visita a los huertos agro-ecológicos ▪ Taller artesanal (elaboración de artesanías) ▪ Participación en las actividades comunitarias ▪ Alimentación (desayuno, almuerzo y cena) ▪ Alojamiento ▪ Noche cultural ▪ Paseo en “Balsas de Totora” por el Lago San Pablo.

Elaborado por: Las autoras

Se brindará un servicio de calidad con precios competitivos, los mismos que se reflejarán en la eficacia y disponibilidad de un servicio que tiene muchas características que deben ser valoradas. También se fijará los precios de los tours dependiendo del recorrido que se haga, una referencia es \$ 30 por día, para los tours más comunes (demostración de la cultura y actividades que estén en contacto con la naturaleza).

3.11. ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS

3.11.1. ESTRATEGIA DEL SERVICIO

El centro turístico comunitario “PUERTO TOTORA” deberá incluirse en la red de turismo comunitario de la Sierra Norte, además es recomendable que se aproveche a la única operadora de turismo comunitario en la provincia y la sierra norte del Ecuador llamada Runa Tupari Cía. Ltda, esta empresa cuenta con la tecnología de información y comunicación Tics, personal calificado, material publicitario, una excelente ubicación en la ciudad de Otavalo frente a la plaza de los ponchos lo cual permite brindar información, realizar recomendaciones en función de los gustos y necesidades de los clientes, realizar reservas y ofertar programas como excursiones, circuitos y paquetes turísticos a nivel local y regional de turismo comunitario.

La oferta de servicios que la comunidad debe brindar es la siguiente:

- Turismo de convivencia
- Paseos en balsas de totora por el Lago San Pablo
- Alojamiento familiar o individual
- Gastronomía andina,
- Observación de aves
- Gastronomía típica de la zona.
- Fiestas y bailes típicos

Lo anterior debe complementarse con servicios de proveedores indirectos, los cuales serán aquellos servicios privados: transporte privado, guías nacionales, que enlacen al emprendimiento comunitario desde la llegada de los clientes hasta el fin del programa. Esto es necesario porque los turistas buscan una oferta completa en el destino y no solo productos puntuales.

3.11.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Los medios de información y difusión permiten la comunicación y contacto entre todos los actores de la cadena de comercialización. El flujo de información permite establecer los nexos que unen la oferta y la demanda de los productos y servicios turísticos.

Cuando el turista organiza su viaje, a través de un tour operador, el Internet, las ferias de turismo y las revistas son los medios que generalmente comunican a los actores de la cadena de comercialización, con el consumidor final.

Se recomienda promocionar la existencia del proyecto primeramente a través de la operadora de turismo comunitario Runa Tupari Cía. Ltda., por su estratégica ubicación en la ciudad de Otavalo que capta el turismo tanto nacional como extranjero que visita la ciudad, como segunda medida, el internet es una eficiente herramienta dado su bajo costo, las ferias nacionales (Quito, Guayaquil, Cuenca) deben ser consideradas también como una importante alternativa.

3.12. CONCLUSIONES

- Existe actualmente un mercado en constante crecimiento que requiere de servicios de turismo rural comunitario, la provincia de Imbabura cuenta actualmente con los recursos naturales y humanos necesarios para satisfacer esta demanda.

- Aunque los consumidores de este servicio, no son exigentes respecto de la calidad de la infraestructura, es imprescindible para el éxito de estas iniciativas contar con algunos elementos básicos que aseguren al turista disfrutar de la naturaleza que es su principal incentivo; en primer término se debe contar con vías de acceso a las comunidades en buen estado y adecuadamente señalizadas, en segundo término, todo el grupo humano que compone la iniciativa debe trabajar mancomunadamente para ofrecer al turista todos los servicios que este busca, los que básicamente son: acceso a la cultura, acceso a la naturaleza que rodea a la comunidad, alimentación típica y desde luego un lugar que cuente con todas las comodidades para descansar; para satisfacer estas demandas, se deben cumplir con algunas condiciones como la capacitación en materia turística de los colaboradores del proyecto y el cuidado de la naturaleza.

- Uno de los factores más importantes para el éxito de estas iniciativas es lograr una excelente publicidad para dar a conocer la organización ante el mercado meta tanto nacional como extranjera.

CAPÍTULO IV

4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

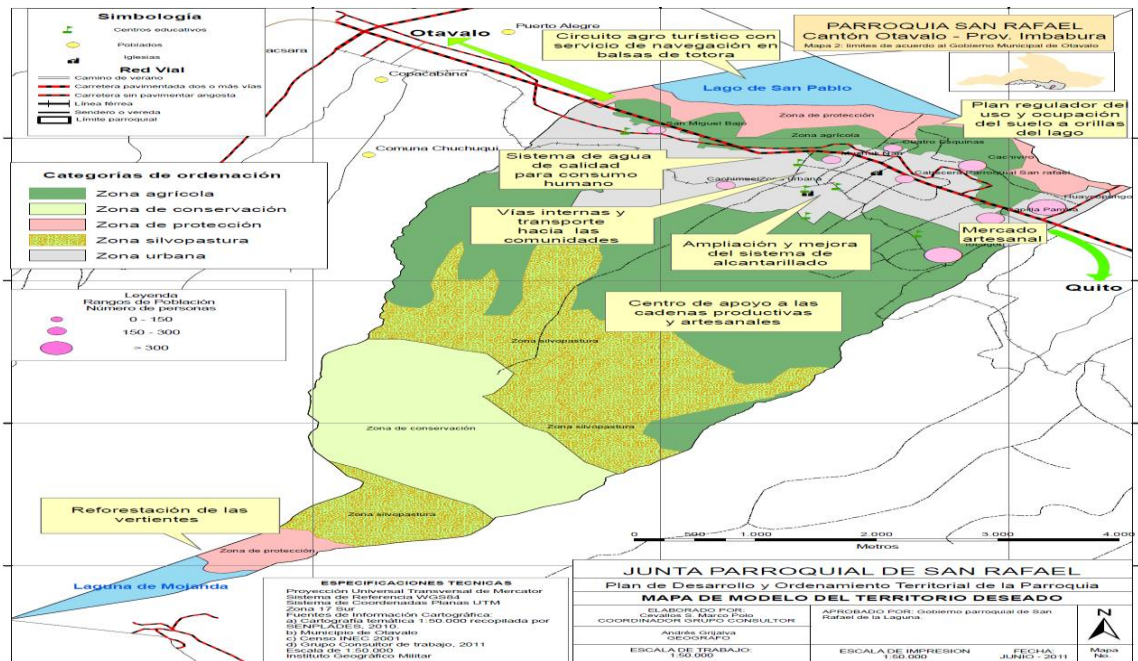
Para determinar el tamaño del proyecto de una manera óptima y racional se tomaron en cuenta indicadores como: volumen de demanda, oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias todas abordadas en el capítulo III relativo al estudio de mercado.

4.2. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La Empresa Turística Comunitaria “Puerto Totorá” estará ubicada en la Provincia Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna, Comunidad Cachiviro, a la cual se puede acceder por la panamericana norte.

MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN OTAVALO

Gráfico N. 26: Mapa del cantón Otavalo



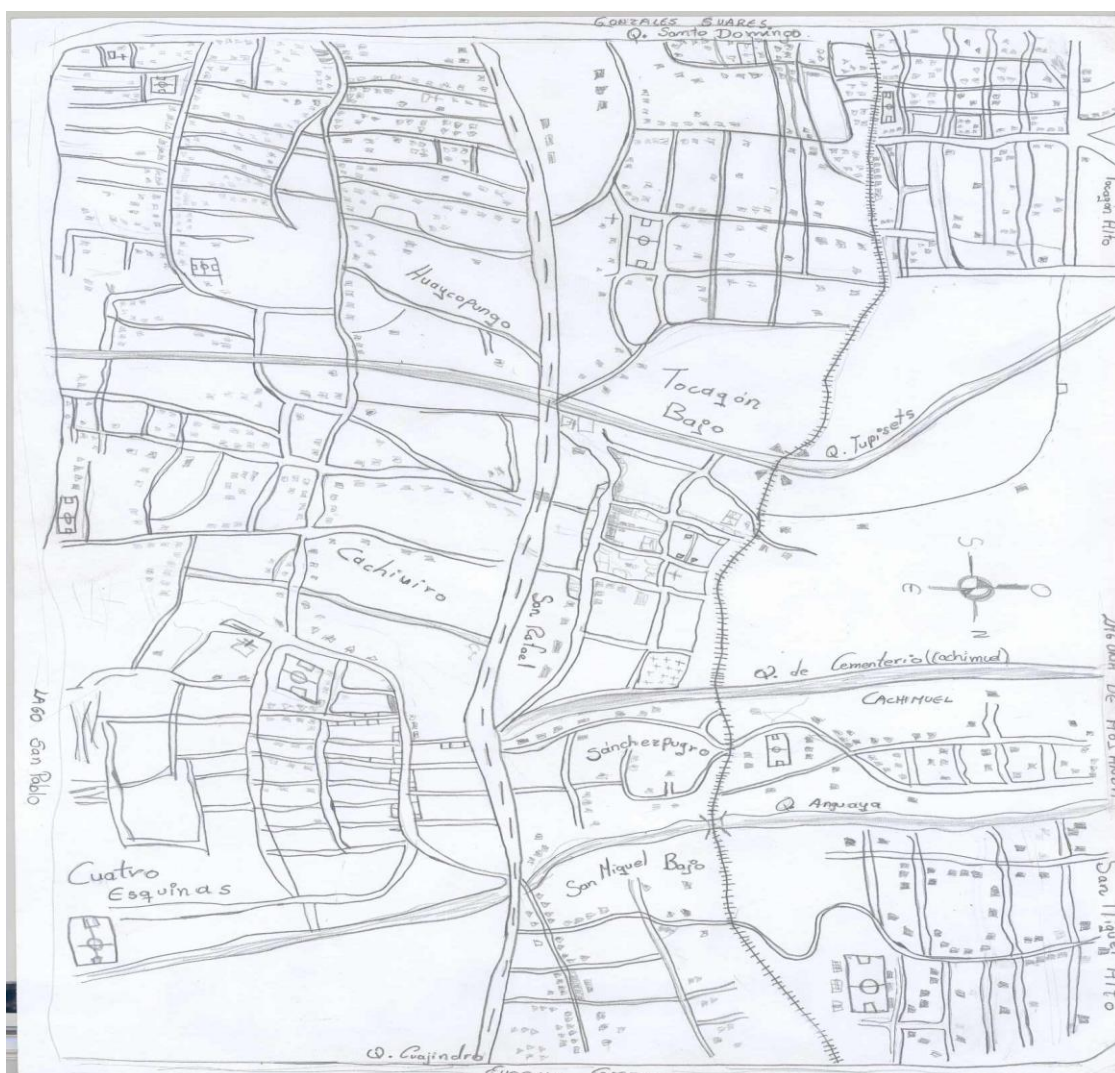
Fuente: Archivo de la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna

4.3. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto estará localizado al norte de la panamericana en la Parroquia San Rafael de la Laguna, lugar estratégico donde arriban turistas que ingresan al Lago San Pablo.

La ubicación física del proyecto será en la Comunidad Cachiviro, Parroquia San Rafael de la laguna, Cantón Otavalo.

Gráfico N. 27: Mapa de la Comunidad de Cachiviro



Fuente: Archivo de la Comunidad Cachiviro

4.4. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se plantea la construcción de un centro turístico comunitario diseñado en una sola planta por motivos de movilidad de sus usuarios y que cuente con todas las áreas de servicios ofertados.

La infraestructura del centro propuesto deberá contar con instalaciones adecuadas para cumplir con los servicios ofrecidos los mismos que son:

- Servicio de información
- Oficina de desarrollo local
- Restaurantes
- Sala de eventos
- Sala de computación
- Bar y vestidores
- Muelle de embarque
- Áreas verdes
- Parqueaderos
- Piscina para tratamiento de aguas servidas

A las instalaciones se le debe incluir los espacios necesarios para prestar los servicios “ancla”, es decir aquellos que son los más buscados por el mercado objetivo aspirado por el proyecto, estos son; la convivencia con la población local y el contacto con la naturaleza; en el primer caso podemos mencionar que ya existe la infraestructura, puesto que hay familias originarias que están en condiciones de compartir sus hogares con los visitantes y en el segundo caso, el proyecto está enfocado hacia un paisaje natural apropiado y apto para el desarrollo de actividades deportivas y turísticas.

4.4.1. LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

(Planta de cimentación, planta arquitectónica, instalaciones eléctricas, sanitarias, corte transversal, utilización de áreas verdes). Planos (ver anexo nro. 1).

4.5. TECNOLOGÍA

Es importante que la microempresa utilice todo el potencial tecnológico que existe al momento para captar los clientes, uno de los más importantes medios que tenemos es el internet es el mayor difusor de

comercio y publicidad por medio de la página web los turistas podrán conocer y apreciar las bondades del proyecto.

A demás la tecnología permitirá optimizar el tiempo en lo que respecta a pagos, cobros, anticipos, reservaciones, ya que éstos pueden hacerse de forma sencilla por medio del internet, y también los turistas se sentirán familiarizados con estas transacciones electrónicas.

La tecnología permite también acortar distancia de país a país, pudiendo comunicarse por este medio para ofrecer nuestros servicios a los interesados que se encuentren fuera del país.

4.6. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para comenzar como empresa comunitaria se requerirá del equipo, y muebles necesarios para la prestación de servicios, a continuación detallamos en el siguiente cuadro:

Tabla N. 38: Maquinaria y Equipo

CENTRO TURÍSTICO "PUERTO TOTORA"				
EQUIPOS Y MUEBLES				
Equipos y Muebles de Oficina				13459,60
Equipo de computación	4	918,40	3673,60	
Calculadora	3	15,00	45,00	
Impresora – Copiadora	2	155,00	310,00	4028,60
Teléfono – Fax	2	80,50	161,00	
Estación de trabajo	4	1450,00	5800,00	
Mesa de sesiones	1	1000,00	1000,00	
Sillas	4	105,00	420,00	
Sillas clientes	4	45,00	180,00	
Sillón de espera	1	830,00	830,00	
Archivador	2	520,00	1040,00	9431,00
TOTAL				13459,60

Elaborado por: Las autoras

4.7. INVERSIÓN

La inversión total del proyecto considera los siguientes ítems:

Tabla N. 39: Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%	COSTO	COSTO NETO
INVERSIÓN GOBIERNO LOCAL	77.023,94	60%	8,25%	4,95%
INVERSIÓN COMUNIDAD Y ASOCIACIÓN	51.250,00	40%	7,00%	2,80%
INVERSIÓN TOTAL	128.273,94	100%	COSTO CAPITAL	7,75%
TASA DE REDESCUENTO	COSTO CAPITAL		INFLACIÓN	
TASA DE REDESCUENTO	7,75%		5,47%	
TASA DE REDESCUENTO	13,22%			

Elaborado por: Las autoras

La inversión necesaria para poder brindar los tours a 25 personas que se receptorá según la investigación de campo dirigido a los comuneros en la pregunta nro. 10 se ha calculado de esta manera:

1. Inversión con recursos propios 40% : \$ 10 000,00 Comunidad
\$ 41 250,00 "Asociación
RMK
 2. Inversión con crédito 60% : \$ 77023,94 GADs
- TOTAL \$ 128273,94**

4.8. TALENTO HUMANO

La organización de la empresa estará compuesta por personal administrativo y personal operativo.

Para alcanzar los objetivos del proyecto será preciso canalizar los recursos humanos necesarios con un compromiso interno para con su empresa, sus programas, fines y políticas.

Los procedimientos administrativos se convertirán en factores determinantes de la estructura de la organización del proyecto y se regirá bajo propuestas que respondan a las expectativas de: marca, imagen,

posición, liderazgo, calidad y competitividad. El personal contratado en forma indefinida será el siguiente:

Tabla N. 40: Personal administrativo y operativo

DETALLE	CANTIDAD
ADMINISTRADOR	1
SECRETARIA-CONTADORA	1
RELACIONADOR PUB.	1
GUIAS	4
PERSONAL OPERATIVO	6
TOTAL	13

Elaborado por: Las autoras

El detalle de sueldos y salarios será el siguiente:

Tabla N. 41: Rol de pago estimado del recurso humano

CENTRO TURISTICO COMUNITARIO "PUERTO TOTORA"							
ROL DE PAGO ESTIMADO DEL RECURSO HUMANO							
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	Dmo. TERCERO	Dmo. CUARTO	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	500,00	6000,00	669,00	500,00	292,00	
SECRETARIA	1	350,00	4200,00	468,30	350,00	292,00	
RELACIONADOR PUBLICO	1	350,00	4200,00	468,30	350,00	292,00	
GUIAS	4	292,00	3504,00	390,70	1168,00	584,00	
PERSONAL OPERATIVO	6	292,00	3504,00	390,70	1752,00	876,00	
TOTAL		1784,00	21408,00	2387,00	4120,00	2336,00	34370,99

Elaborado por: Las autoras

Salario básico unificado mensual: En el Suplemento del Registro Oficial No.618, del viernes 13 de enero de 2012, se publicó el Acuerdo Ministerial No.0369, emitido por el Ministro de Relaciones Laborales, mediante el cual se fija en US\$292 mensuales el salario básico unificado de los trabajadores del sector privado, vigente a partir de enero 1 de 2012, además están de acuerdo a la escala mínima que fija el ministerio de relaciones laborales.

El décimo tercer sueldo comprende todos los ingresos que ha percibido el trabajador durante todo el año.

El décimo cuarto es un salario básico unificado fijado por el gobierno central.

4.9. PROPUESTA ESTRATÉGICA

En la constitución de la República en el Art. 321, el estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en todas sus formas; en donde se hace mención a la empresa de economía mixta; en el Art. 316 se menciona que el estado podrá delegar la participación en los sectores estratégicos y servicios públicos a empresas de economía mixta en las cuáles tenga mayoría accionaria.

En el capítulo 4 en el Art. 63, literal g del Código Orgánico de Organización Territorial, autonomía y descentralización COOTAD, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural entre sus funciones está la de fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería y turismo; en el Art. 65 de la misma ley literal d. dentro de sus competencias está incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias; y en el art. f se menciona que su competencia es promover la organización de los ciudadanos de las comunas.

Con este antecedente se propone que el Gobierno Parroquial Rural de San Rafael de la Laguna promueva la creación del CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "PUERTO TOTORA", en donde la Asociación de artesanos de la totora Rey Mola Kucha, la Comunidad de Cachiviro y el Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna sean los accionistas de esta empresa de economía mixta que permitirá el desarrollo económico de los habitantes de esta parroquia que desde tiempos ancestrales han sabido sobrevivir de la totora.

4.9.1. LA EMPRESA

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO “PUERTO TOTORA”

TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna

Comunidad “Cachiviro”

Asociación “Rey Mola Kucha”

ENTE JURÍDICO.- Empresa Comunitaria de Economía Mixta

SOCIOS.- La sociedad comunitaria se conformará con el Gobierno Parroquial de San Rafael, la Comunidad de Cachiviro y la Asociación Rey Mola Kucha.

DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.- Las actividades de turismo y comercio de la empresa se realizará bajo el nombre de CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO “PUERTO TOTORA”.

La creación del centro turístico comunitario “Puerto Totorá” se realizará por medio de una escritura pública o estatuto, en el cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y se apegará a lo que determine las leyes y los reglamentos.

ESTATUTOS.- Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos del Centro Turístico Comunitario para la aprobación respectiva en el Ministerio de Inclusión Económica y Social; y, los requisitos para la conformación y permisos de Funcionamiento.

TIPO DE EMPRESA (sector / actividad)

El centro turístico comunitario “Puerto Totorá” pertenece al sector turístico, se plantea dentro del sector de servicios. El tipo de actividad que efectuará es otorgar servicios turísticos “Paseos en Balsas de Totorá”, de

alimentación, vivienda y actividades de recreación a todos aquellos consumidores interesados en este tipo de turismo comunitario.

Art. Uno.- DENOMINACIÓN, DURACIÓN, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.- La Empresa Comunitaria de Economía Mixta se constituirá con la denominación “**PUERTO TOTORA**”,

DURACIÓN.- El plazo de duración de la Empresa de Economía Mixta es de cincuenta años, contados a partir de la fecha de la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil.

NACIONALIDAD.- Es una empresa ecuatoriana.

DOMICILIO.- Será como sede principal de la Empresa de Economía Mixta, la Parroquia de San Rafael de la Laguna, perteneciente al Cantón Otavalo.

Art. Dos.- OBJETO SOCIAL.- “Puerto TOTORA” es una empresa comunitaria que nace de las aspiraciones empresariales de la comunidad indígena de Cachiviro, insertada a orillas del paradisíaco Imbakucha para potencializar el turismo, promoviendo la participación y autogestión para mejorar las condiciones socioeconómicas y el manejo adecuado de su entorno.

Art. Tres.- CAPITAL SOCIAL.- El capital de la empresa de economía mixta es de MIL APORTES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (1000) dividido en MIL aportaciones de un dólar cada una, las mismas que se encuentran íntegramente suscritas y pagadas en la proporción constante del cuadro de integración de capital que más adelante se detalla.

La empresa de economía mixta entregará a cada socio un certificado de aportación en el que necesariamente constará el carácter de no negociable, el número de aportaciones que por su aporte le corresponde, las mismas que son acumulativas e indivisibles.

Art. Cuatro.- De la TRANSFERENCIA DE LAS APORTACIONES.- Las aportaciones de los socios son transferibles, por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios, o de terceros, igualmente son transmisibles por herencia. En caso de transmisión por herencia estará a lo que dispone la ley. Para cualquier transferencia será, necesario el consentimiento unánime del capital social. El socio que pretenda ceder sus aportaciones, deberá ofrecer previamente y por escrito, a los demás socios, quienes tendrán el plazo de quince días para adquirir, total o parcialmente esas participaciones. Transcurridos el plazo y si hubiere ofertas en igualdad de condiciones de un socio y de un tercero, se preferirá al socio.

Art. Cinco.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.- Si se acordare un aumento de capital, los socios tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales y no se podrán tomar resoluciones encaminadas a reducir el capital si ello ocurre implicará la devolución a los socios de la parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto es el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte, de acuerdo a lo prescrito en el artículo ciento once de la ley de Compañías.

Art. Seis.- UTILIDADES.- Los socios tendrán derecho a percibir las utilidades que le correspondan.

Art. Siete.- VOTACIONES.- Para efectos de la votación cada aportación dará derecho a un voto.

Art. Ocho.- En los casos de **PÉRDIDA**, destrucción o deterioro de los certificados de aportación, se entregarán sustitutos anulando los anteriores y se anotará el particular en libro de socios.

Art. Nueve.- De la **ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.-** La administración de la Empresa de Economía Mixta comprende tres niveles: dirección, ejecución, y fiscalización.

Art. Diez.- DIRECCIÓN.- La Junta General, formada por los socios, legalmente convocados y reunidos, tiene a su cargo el nivel de dirección y gobierno en la administración de la compañía y es su órgano supremo.

ADMINISTRADOR.- Corresponde al Presidente y Gerente, el nivel de ejecución y administración, de conformidad con lo establecido a estos estatutos. **FISCALIZACIÓN.-** Corresponde a la Junta General la fiscalización de la Empresa de Economía Mixta.

Art. Once.- DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta General de socios regula su funcionamiento, la organización, atribuciones y más aspectos por las disposiciones legales pertinentes, en especial las contenidas en los artículos ciento dieciséis y las siguientes que constan en el párrafo quinto sección quinta de la Ley de Compañías. Sus decisiones, como órgano supremo en el nivel de dirección de la Empresa de Economía Mixta, tomadas de acuerdo a la ley y estos estatutos, obligan a todos los socios, aunque no hubieren concurrido a las sesiones correspondientes, salvo el derecho de impugnación establecido por la ley y dichas decisiones no podrán ser revisadas si no por la misma Junta General.

Art. Doce.- CONVOCATORIA.- La Junta de funcionarios que designe la Junta General podrán ser reelegidos; los que designe para llenar vacantes producidas antes de finalizar el respectivo período desempeñarán sus funciones o cargos solamente por el tiempo que hubiere faltado el titular, sin perjuicio de que la Junta General resuelva lo contrario.

Art. Trece.- Del GERENTE.- El Gerente tendrá la representación judicial y extrajudicial de la Empresa, en forma conjunta o separada del Presidente.

Para ser Gerente no se requiere ser socio de la empresa, su período será de dos años. Le servirá de título el nombramiento, que deberá estar firmado por el Presidente de la Junta General en la que se hizo el nombramiento. Se cumplirán los requisitos del artículo trece de la ley de

Compañías y podrán utilizarse copias protocolizadas, por quien corresponda.

Art. Catorce.- Las facultades y deberes del Gerente, además las que constan en la Ley son las siguientes:

- a. Administrar los servicios ofertados por la empresa ejecutando a nombre de ella los actos y contratos del giro ordinario, en los que deberá intervenir, en forma conjunta con el presidente, cuando la cuantía exceda de mil dólares.
- b. Manejar bajo su responsabilidad los fondos de la sociedad. Los dineros que ingresen a la sociedad, se manejarán a través de cuentas bancarias.
- c. Para constituir gravamen hipotecario o de limitación de la propiedad inmueble de la empresa, se necesita la autorización de la Junta General, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la ley de compañías.
- d. Velar por la buena marcha de la caja, contabilidad, depósitos, y archivos.
- e. Presentar anualmente a la Junta General Ordinaria los documentos mencionados en el artículo ciento veinte y cuatro de la ley de Compañías.
- f. Las demás obligaciones señaladas en la ley y estos estatutos.

Art. Quince.- DEL PRESIDENTE.-El presidente será elegido por la Junta General por un período de dos años, pudiendo ser reelegido indefinidamente y tendrá además de las que constan en la Ley de Compañías y estos estatutos las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Presidir la Junta General Ordinario o Extraordinario.
- b. Remplazar al Gerente en caso de ausencia, falta o impedimento de éste.
- c. Colaborar con el Gerente en el control de la empresa así como vigilar la buena marcha de la sociedad.

- d. Actuar como Gerente interino hasta que la Junta General elija al titular, sin perjuicio de lo que dispone el artículo ciento treinta y tres de la Ley de Compañías.
- e. Las demás señaladas por la Junta General y los estatutos de la Sociedad.

Art. Dieciséis.- DE LAS UTILIDADES.- Las utilidades se distribuirán una vez al año, únicamente cuando sean liquidadas y realizadas de acuerdo con las resoluciones tomadas por los socios en la Junta General.

Como autoras del proyecto proponemos que las utilidades percibidas por el proyecto se distribuyan de la siguiente manera:

PORCENTAJE	AREAS DE ATENCION
40%	Reinversión en el proyecto
20%	Inversión en la Comunidad Cachiviro en obras de saneamiento ambiental
30%	Inversión por parte del Gobierno Parroquial en el área de educación
10%	Inversión para el manejo de los páramos
100%	TOTAL

Art. Diecisiete.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- En caso de disolución de la empresa se pondrá en mano de la persona que la Junta General designe como liquidadores principales y suplentes y mientras se haga aquella designación quedara esa función en la persona que hubiere estado desempeñando la Gerencia.

Al efecto deberá realizar todos los actos que fueren pertinentes a la disolución, terminar los negocios pendientes, cumplir las obligaciones de la sociedad en disolución, percibir créditos y pagar deudas, debiendo presentar las cuentas de sus gestiones de liquidación de la Junta que debe ser convocada para ese fin expreso, que la decisión se tome con el voto favorable del setenta y cinco por (75%) del capital social en primera convocatoria.

Art. Dieciocho.- La sociedad no se liquidará por muerte o incapacidad de alguno de los socios.

Art. Diecinueve.- El **REMANENTE DEL PATRIMONIO**, una vez efectuada la liquidación de la empresa será distribuida entre los socios, en proporción a las aportaciones sociales pagadas.

Art. Veinte.- Una vez declarada de conformidad con la ley, la existencia de la empresa y finalizado el proceso de liquidación, el liquidador estará obligado a la inscripción de la respectiva resolución que se pronuncie en tal sentido.

Art. Veinte y uno.- La **RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS**, además de lo que se ha establecido en este contrato se sujetará en todo a la ley de Compañías, la cual regirá en todo lo que no esté previsto en estos estatutos.

Art. Veinte y dos.- Los **SOCIOS FINANCIARÁN** el proyecto con las siguientes acciones en la proporción que se expresa en el cuadro siguiente.

NOMBRE	PORCENTAJE	CAPITAL SUSCRITO
G.P.S.R.L	60%	77023.94
Asociación RMK	8%	10000.00
Comunidad	32%	41250.00
TOTAL	100%	128273,94

Y cuyo certificado Bancario se lo incorporará a la Escritura Pública como documento habilitante.

Art. Veinte y tres.- DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los socios en forma unánime autorizan al abogado patrocinador quien debe ser inscrito en el Colegio de Abogados de Imbabura, para que a su nombre y representación, realice todas las gestiones conducentes al perfeccionamiento de este instrumento. Ante el señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo.

Atentamente,

Las autoras

4.9.2. PROPUESTA ESTRATÉGICA

MISIÓN

El centro turístico comunitario “Puerto Totorá” es una empresa que impulsa la organización y participación comunitaria con identidad local para lograr el desarrollo turístico comunitario, comercial y humano.

VISIÓN

El Centro Turístico Comunitario “Puerto Totorá” será una empresa líder en la prestación servicios turísticos de calidad y en la generación de alternativas socioeconómicas válidas para el desarrollo de su localidad; en actividades comerciales como: paseos en balsas de totora, gastronomía, comercialización de artesanías de totora, alojamiento.

PRINCIPIOS

- a. Cultura empresarial enfocada en la satisfacción del cliente.
- b. Respeto de los turistas hacia los sitios naturales y culturales que posee la Comunidad.
- c. Tratar con cortesía, amabilidad a cada uno de los clientes sin discriminación por su condición económica, étnica, religiosa u orientación sexual.
- d. Generar confianza en clientes y proveedores.
- e. Fortalecimiento de la identidad cultural.
- f. Preservación del entorno.

POLITICAS

- a. Conocer con exactitud las características y precios de los productos que el centro ofrece.
- b. Respetar los reglamentos locales y nacionales que rigen la actividad del turismo.
- c. Todos los contratos y venta de paquetes turísticos se deberán realizar por escrito sin excepción alguna.
- d. Todos los ingresos y gastos de la microempresa deberán ser sustentados mediante documentos que respalden éstas transacciones.

- e. Todos los paquetes turísticos vendidos deberán ser debidamente programados.

VALORES

- a) Responsabilidad
- b) Puntualidad
- c) Compromiso
- d) Trabajo en equipo
- e) Profesionalismo
- f) Solidaridad
- g) Respeto

4.9.3. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El centro turístico comunitario “Puerto Totora” adoptará una estructura organizacional circular para evitar las jerarquías rangos y autoridades, sabiendo que dentro de las comunidades existe el manejo organizacional democrático y equitativo.

La propuesta del organigrama estructural es la siguiente:

Flujograma N. 2: Organigrama Estructural del Centro Comunitario



Elaborado por: Las autoras

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Las funciones están distribuidas por cada proceso del centro turístico comunitario Puerto Totorá.

La Estructura Orgánica del centro turístico está conformada por las siguientes áreas administrativas:

- a.** Socios
- b.** Asamblea General de Socios
- c.** Consejos de Administración y Vigilancia
- d.** Presidencia
- e.** Gerencia
- f.** Personal Administrativo, Operativo y Técnico

Este organigrama está fundamentado en que los accionistas son la base principal del proyecto, de lo que se desprende que ellos son la máxima autoridad, manteniendo una relación directa, con los profesionales que son la parte de apoyo o asesoría. La sociedad estará legalmente constituida de acuerdo a un sistema comunitario donde se tiene una asamblea general de accionistas, de la cual se elige al consejo de administración y vigilancia, quienes a su vez establecerán los siguientes comités.

En el ámbito administrativo el Gerente será el representante legal, quien será el que administre el centro turístico.

Son organismos directivos y de administración del Centro Turístico Comunitario Puerto Totorá

- a.** La Asamblea General de Accionistas;
- b.** El Consejo de Administración y Vigilancia;
- c.** El Gerente

4.9.4. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

4.9.5. ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS Y DE POSICIONAMIENTO

Para posicionar en el mercado el Centro Turístico Comunitario “Puerto Totorá” adoptará una estrategia de diferenciación cuya meta es dar los servicios ofertados cualidades distintivas:

- Importantes para el comprador.
- Que se diferencien de la competencia.
- Someter la demanda a la oferta.

Para lograr lo anterior se deberán lograr los siguientes objetivos:

- Posicionar Imagen de marca.
- Avance tecnológico reconocido, en lo administrativo y comercial
- Apariencia exterior.
- Ofertar servicios de calidad sin desconocer la visión del proyecto.

Además, esta estrategia permite colocar un mayor precio, que esté dispuesto a pagar en el mercado, asumir los costos adicionales, que implican las cualidades distintivas de los servicios ofertados, lograr una menor sensibilidad del precio, con respecto a la demanda, obtener una mayor rentabilidad que la competencia.

Los recursos necesarios para implementar esta estrategia serán:

- Inversión y habilidad en marketing operativo (publicidad).
- Capacidad de analizar y anticipar la evolución de las necesidades del mercado.

4.9.6. ESTRATEGIA OPERATIVA

Con el objeto de obtener ventajas competitivas sobre la competencia, y considerando que la misión de la organización es el de impulsar la participación comunitaria con identidad local para lograr el desarrollo turístico comunitario, comercial y humano; se adoptará una combinación de estrategias basadas en la **calidad** y **flexibilidad**, la primera implica que se obtendrá una ventaja competitiva maximizando la calidad, esto implicará en muchos casos precios superiores a los de la competencia, en segundo término se incluye la flexibilidad, con la cual se mejorará la competitividad intentando personalizar los servicios ofrecidos, tomando como lema “a mayor variedad, mayor ventaja”, podríamos hablar entonces de singularización, lo que también implica buen nivel de capacidad ante los requerimientos del mercado.

4.9.7. ESTRATEGIAS FINANCIERAS

La estrategia financiera está analizada con el objetivo de generar réditos para sus accionistas, esto se consigue elevando la rentabilidad sobre la tasa del costo de capital; el mismo que tiene incorporada una ganancia esperada por los socios mediante la cuantificación del costo alternativo de los recursos propios, de esta forma se logra un valor superior al esperando.

Para lograr lo anterior, se fijan las siguientes metas:

- Bajos costos de operación.
- Bajo costo de capital, financiando el uso de recursos a las tasas más bajas posibles.
- Optimo uso de la infraestructura instalada.
- Eficiente uso de las ventajas competitivas.
- Aplicación de las ventajas tributarias propias de este tipo de proyecto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. PRESUPUESTO

5.1.1. INVERSIÓN INICIAL

Para la ejecución del proyecto se deberán realizar las siguientes inversiones:

Tabla N. 42: Cuadro de Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES					
DETALLE	CANT.	VALOR U.	VALOR T.	SUBTOTAL	INVERSION
INVERSIONES FIJAS				106321,19	
INSTALACIONES				91606,00	
TERRENO	1	10000,00	10000,00		
CONSTRUCCIONES	1	81606,00	81606,00		
EQUIPOS Y MUEBLES DE O.				14715,19	14715,19
EQUIPO DE COMPUTACION	4	700,00	2800,00		
TELEFONO – FAX	1	120,00	120,00		
MESAS	15	245,00	3675,00		
SILLAS	60	50,00	3000,00		
ESCRITORIO EJECUTIVO	3	150,00	450,00		
ARCHIVADOR	3	30,00	90,00		
SILLAS EJECUTIVAS	3	100,00	300,00		
TELEVISION	1	1000,00	1000,00		
REFRIGERADORA	2	500,00	1000,00		
COCINA INDUSTRIAL	1	120,00	120,00		
HORNO MICROONDAS	2	46,80	93,60		
MINICOMPONENTE	1	700,00	700,00		
VAJILLA (12 PIEZAS)	10	70,00	700,00		
CUBIERTOS	10	20,00	200,00		
JUEGO DE OLLAS	5	19,55	97,75		
JUEGO DE PAILAS	3	32,50	97,50		
JUEGO DE SARTENES	3	29,18	87,54		
BATIDORA	2	23,50	47,00		
LICUADORA	3	45,60	136,80		

INVERSIONES DIFERIDAS				1000,00	1000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	1	1000,00	1000,00		
CAPITAL DE TRABAJO				20952,75	20952,75
SUELDOS	3	2520,92	7562,75		
MATERIA PRIMA	3	4000,00	12000,00		
SUMINISTROS DE OFICINA	3	80,00	240,00		
SERVICIOS BASICOS	3	150,00	450,00		
GASTOS PUBLICIDAD	3	83,33	250,00		
GASTOS GENERALES	3	150,00	450,00		
TOTAL INVERSION					128273,94

Elaborado por: Las autoras

5.2. DE OPERACIÓN

5.2.1. INGRESOS

Los ingresos están constituidos por las ventas anuales de 4800; debido a que la comunidad tiene una capacidad de albergue según la pregunta nro. 10 para 50 pernотaciones por día; siendo el objetivo iniciar con 25 turistas y laborar 4 días a la semana, anualmente obtenemos 4800 huéspedes; el precio de venta se determinó a un valor de \$30 y los gastos en los que incurrimos para operar en el centro; y en base a lo que están dispuestos a pagar según la pregunta No 8, del estudio de mercado en el que manifiestan que estarían los turistas dispuestos en un 41% a gastar individualmente por día hasta \$30 aproximadamente determinándose así que el precio de venta es adecuado al valor fijado.

Su incremento se ha realizado para cinco años con una tasa de crecimiento del 7% anual de acuerdo a la OMT que señala que el turismo rural comunitario crece a la tasa antes mencionada y los precios a la tasa promedio de inflación de los últimos cuatro años que es del 5,47%, quedando el detalle de esta manera:

Tabla N. 43: Ingresos

AÑOS		1	2	3	4	5
HUÉSPEDES	PRECIOS					
4.800	30,0	144000				
5.136	31,6		162508			
5.496	33,4			183395		
5.880	35,2				206.966,79	
6.292	37,1					233.568,02
TOTAL INGRESOS		144.000,00	162.508,18	183.395,19	206.966,79	233.568,02

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 44: Ingresos proyectados

INGRESOS PROYECTADOS		
Año	Mensual	Anual
2012	12.000,00	144.000,00
2013	13.542,35	162.508,18
2014	15.282,93	183.395,19
2015	17.247,23	206.966,79
2016	19.464,00	233.568,02

Elaborado por: Las autoras

5.2.2. EGRESOS

Costo de operación:

Tabla N. 45: Costo de operación

COSTO OPERACIÓN PROYECTADO		
AÑO	MENSUAL	ANUAL
2012	5.135,81	61.629,72
2013	5.416,74	65.000,86
2014	5.713,03	68.556,41
2015	6.025,54	72.306,45
2016	6.355,13	76.261,61

Elaborado por: Las autoras

a. Gastos generales y publicidad

En el siguiente cuadro se observa el detalle de los gastos generales y de publicidad que se necesita para desarrollar las actividades del Centro Turístico Comunitario "PUERTO TOTORA"

Tabla N. 46: Gastos generales y publicidad

GASTOS GENERALES Y PUBLICIDAD		
DETALLE	VALORES	
	MENSUAL	ANUAL
SUMINISTROS DE OFICINA	80,00	960,00
SERVICIOS BÁSICOS	150,00	1800,00
VARIOS INSUMOS	150,00	1800,00
GASTOS PUBLICIDAD	83,33	1000,00
TOTAL	463,33	5560,00

Elaborado por: Las autoras

b. Sueldos y salarios

A continuación detallamos los sueldos y salarios que incurrirá anualmente la Empresa Turística "Puerto Totorá".

Tabla N. 47: Sueldos y Salarios

CENTRO TURISTICO COMUNITARIO "PUERTO TOTORA"							
ROL DE PAGO ESTIMADO DEL RECURSO HUMANO							
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	Dmo. TERCERO	Dmo. CUARTO	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	500,00	6000,00	669,00	500,00	292,00	
SECRETARIA	1	350,00	4200,00	468,30	350,00	292,00	
RELACIONADOR PUBLICO	1	350,00	4200,00	468,30	350,00	292,00	
GUIAS	4	292,00	3504,00	390,70	1168,00	584,00	
PERSONAL OPERATIVO	6	292,00	3504,00	390,70	1752,00	876,00	
TOTAL		1784,00	21408,00	2387,00	4120,00	2336,00	34370,99

Elaborado por: Las autoras

Los sueldos y salarios están proyectados para cinco años según se detalla en el estado de resultados en base al porcentaje del incremento salarial que es en base al promedio de la tasa de inflación de los últimos 4 años al 5.47% anual.

c. Depreciaciones.- El cálculo de la depreciación se ha realizado en base al método de Línea Recta que es permitido en el Ecuador.

Tabla N. 48: Depreciación del edificio

EDIFICIO	
VIDA UTIL	20 AÑOS
V. RESIDUAL	10 000
COSTO	81 606
Dep. ANUAL	3 580,30

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 49: Cálculo por medio de la línea recta de depreciación

0	71606	
1	3580,3	68025,7
2	3580,3	64445,4
3	3580,3	60865,1
4	3580,3	57284,8
5	3580,3	53704,5
6	3580,3	50124,2
7	3580,3	46543,9
8	3580,3	42963,6
9	3580,3	39383,3
10	3580,3	35803
11	3580,3	32222,7
12	3580,3	28642,4
13	3580,3	25062,1
14	3580,3	21481,8
15	3580,3	17901,5
16	3580,3	14321,2
17	3580,3	10740,9
18	3580,3	7160,6
19	3580,3	3580,3
20	3580,3	0

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 50: Vida útil de los muebles y equipo de computación

CUENTA	COSTO	VIDA útil(años)	SALVAMENTO
M. OFICINA	11795,19	10,00	0,00
E. DE COMPUTA.	2920,00	3,00	0,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 51: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES		DEP. ANUAL	1179,52
AÑO	VALOR	DIFERENCIA	
0		11795,19	
1	1179,52	10615,67	
2	1179,52	9436,15	
3	1179,52	8256,63	
4	1179,52	7077,11	
5	1179,52	5897,60	

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 52: Equipo de computación

Equipo de computación		Depreciación Anual
Año	Valor	Diferencia
0		-2920,00
1	-973,33	-1946,67
2	-973,33	-973,33
3	-973,33	0,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 53: Cálculo del total de depreciación

TOTAL
DEPRECIACIÓN
3580,30
1179,52
973,33
200,00
5.933,15

Elaborado por: Las autoras

d. Tabla de amortización

Para cubrir el valor de la inversión el Gobierno Parroquial accederá a un crédito con el Banco del Estado por un valor de 77023.94 a una tasa referencial del Banco Central para el año 2012 de 8.25% para un plazo de 5 años.

Tabla N. 54: Tabla de amortización del crédito

MONTO DEL CREDITO	77.023,94	USA\$
TASA DE INTERÉS	8.25%	ANUAL
PLAZO DEL CRÉDITO	5	AÑOS
PERIODO DE GRACIA	0	AÑOS
PLAZO PARA PAGAR	5	AÑOS

Elaborado por: Las autoras

Tabla N. 55: Tabla de amortización

PERÍODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO INSOLUTO
0				76.964,36
1	15392,87	6349,56	21742,43	61571,49
2	15392,87	5079,65	20472,52	46178,62
3	15392,87	3809,74	19202,61	30785,75
4	15392,87	2539,82	17932,70	15392,87
5	15392,87	1269,91	16662,78	0,00
Suma	76964,36	19048,68	96013,04	
Alícuota			19202,61	

Elaborado por: Las autoras

5.2.3. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto será financiado de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla N. 56: Estructura de financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%	COSTO	COSTO NETO
INVERSIÓN FINANCIERA	77.023,94	60%	8.25%	4.95%
INVERSIÓN PROPIA	51.250,00	40%	7,00%	2.80%
INVERSIÓN TOTAL	128.273,94	100%	COSTO CAPITAL	7.75%
TASA DE REDESCUENTO	COSTO CAPITAL	MÁS	INFLACIÓN	
TASA DE REDESCUENTO	7.75%		5,47%	
TASA DE REDESCUENTO	13.22%			

Elaborado por: Las autoras

El proyecto se financiará a través de:

1. Inversión con recursos propios :

\$ 51.250,00 40% Comunidad, Asociación

2. Inversión con crédito: \$77.023,94 60% G.P.S.R.L

TOTAL \$128.273,94

1. Los recursos propios comprende: El valor del terreno \$10 000, y el aporte de \$1.875 por cada uno de los socios multiplicado por los 22 miembros de la Asociación Rey Mola Kocha, obteniendo un total de \$41.250, así determinándose que la inversión con recursos propios será de \$ 51.250

2. La inversión de los \$77.023,94 financiará el Gobierno Parroquial, la misma que se obtendrá a través del crédito del Banco del Estado con una tasa de interés de 8.25% anual.

5.3. ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1. ESTADO DE RESULTADO

Tabla N. 57: Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	144.000,00	162.508,18	183.395,19	206.966,79	233.568,02
Costo de Operación	61.629,72	65.000,86	68.556,41	72.306,45	76.261,61
Gastos operacionales	51.156,88	52.489,58	54.815,11	56.385,26	59.167,78
(-) Remuneraciones	19.281,60	20.336,30	22.369,93	24.606,93	27.067,62
(-) Suministros de oficina	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
(-) depreciaciones y amortizaciones	7.112,67	7.112,67	7.112,67	6.139,34	6.139,34
(-) Gasto Publicidad	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,62	1.215,50
(-) Gasto Financiero	19.202,61	19.202,61	19.202,61	19.202,61	19.202,61
(-) Gasto Servicios Básicos	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
(-) Gastos Varios	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
(=) beneficio neto antes imp.	31.213,41	45.017,73	60.023,67	78.275,08	98.138,64
(-) 15% trabajadores	4682,01	6752,66	9003,55	11741,26	14720,80
Beneficio antes impuestos	26531,39	38265,07	51020,12	66533,82	83417,84
(-) 24% impuesto renta	6367,53	9183,62	12244,83	15968,12	20020,28
Utilidad (perdida)	20163,86	29081,45	38775,29	50565,70	63397,56

Elaborado por: Las autoras

El Estado de Resultados se encuentra proyectado para cinco años, la utilidad neta del primer año será de 20.163,86; el segundo año la utilidad será de 29.081,45, el tercer año será de 38.775,29, el cuarto año será de 50.565,70 y el quinto año será de 63.397,56.

5.3.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para alcanzar el punto de equilibrio operacional en el primer año del proyecto se consideraron las siguientes variables:

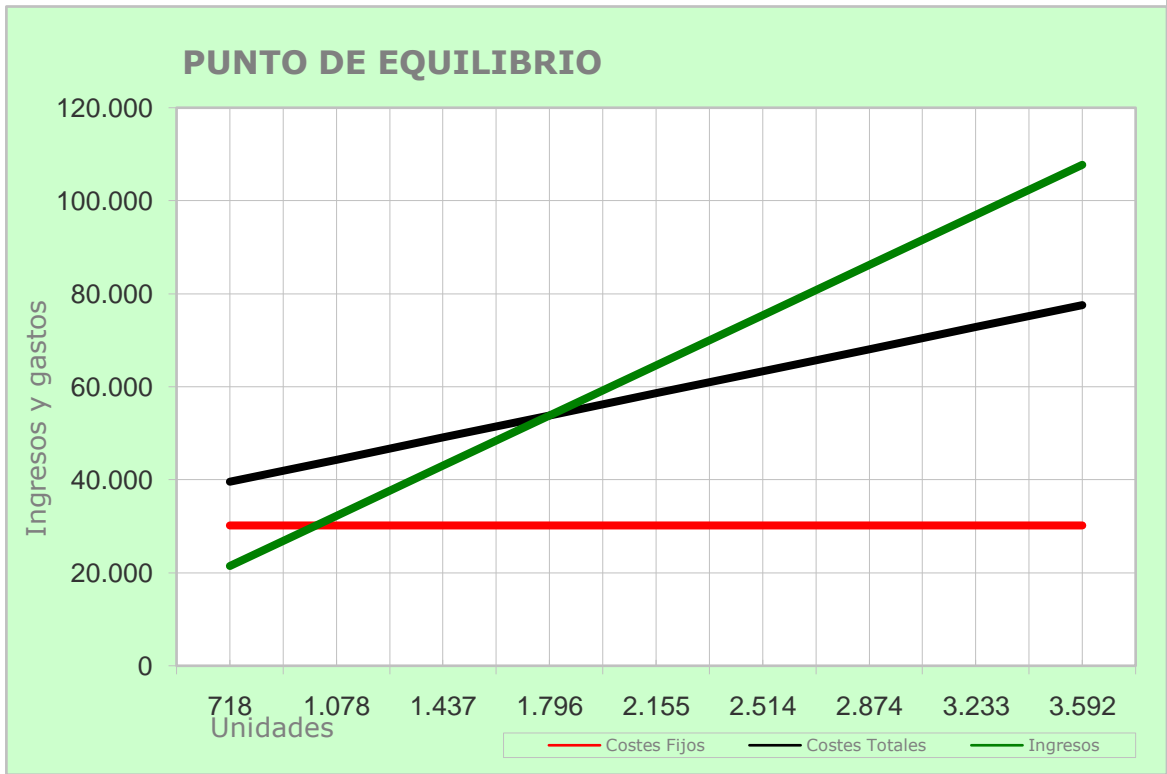
Tabla N. 58: Punto de equilibrio

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	20.241,60	21.344,30	23.428,33	25.718,25	28.234,51
GASTOS DE VENTA	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,62	1.215,50
DEPRECIACIONES	7.112,67	7.112,67	7.112,67	6.139,34	6.139,34
ARRIENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TOTAL COSTOS FIJOS	30.154,27	31.396,97	33.628,00	35.098,93	37.777,26
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	48.000,00	50.625,60	53.394,82	56.315,52	59.395,98
MANO OBRA DIRECTA	12.169,39	12.835,06	13.537,14	14.277,62	15.058,60
MATERIALES INDIRECTOS	1.460,33	1.540,21	1.624,46	1.713,31	1.807,03
SERVICIOS BÁSICOS	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TOTAL COSTOS VARIABLES	63.429,72	66.890,86	70.540,91	74.390,17	78.449,52
TOTAL COSTOS	93.583,99	98.287,84	104.168,91	109.489,10	116.226,78
VENTAS	144.000,00	162.508,18	183.395,19	206.966,79	233.568,02
PUNTO DE EQUILIBRIO %	0,37	0,33	0,30	0,26	0,24
VENTAS EN DÓLARES	53.893,50	53.361,30	54.647,58	54.793,32	56.882,70
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0,56	0,59	0,62	0,64	0,66

Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 28: Punto de equilibrio

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
Ventas mínimas (unidades.) para alcanzar el Punto de Equilibrio	1.796
Facturación mínima para alcanzar el Punto de Equilibrio	53.893,50



Elaborado por: Las autoras

Precio	\$30
Costos fijos totales:	\$30.154,27
Ventas:	\$144 000

El gráfico nos demuestra que para alcanzar el punto de equilibrio del proyecto es necesario atender a 1796 huéspedes anuales facturando \$53.893,50

El punto de equilibrio está establecido en el 56% para la cobertura de los costos variables más fijos, ya que los variables están ya disminuidos del total de ventas.

Y la capacidad de equilibrio se ubica en 0,37 que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,37 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades; y los 0,63 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto.

5.3.3. FLUJO NETO DE FONDOS

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

Tabla N. 59: Flujo neto de fondos

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	-128.273,94					
UTILIDAD OPERACIONAL		31.213,41	45.017,73	60.023,67	78.275,08	98.138,64
(+) DEPRECIACION		7.112,67	7.112,67	7.112,67	6.139,34	6.139,34
(-) REINVERSION						
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES		4682,01	6752,66	9003,55	11741,26	14720,80
(-) IMPUESTO A LA RENTA		6367,53	9183,62	12244,83	15968,12	20020,28
(+) VENTA DE ACTIVOS						94657,25
FLUJO NETO	-128.273,94	27.276,53	36.194,13	45.887,96	56.705,04	164.194,15

Elaborado por: Las autoras

5.3.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.3.4.1. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE COSTO DE CAPITAL

Para realizar la evaluación financiera es necesario conocer la tasa a la cual se actualizarán los flujos quedando concluida de esta manera:

Tabla N. 60: Tasa del costo de capital

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%	COSTO	COSTO NETO
INVERSIÓN GOBIERNO LOCAL	77.023,94	60%	8,25%	4,95%
INVERSIÓN COMUNIDAD Y ASOCIACIÓN	51.250,00	40%	7,00%	2,80%
INVERSIÓN TOTAL	128.273,94	100%	COSTO CAPITAL	7,75%
TASA DE REDESCUENTO	COSTO CAPITAL		INFLACIÓN	
TASA DE REDESCUENTO	7,75%		5,47%	
TASA DE REDESCUENTO	13,22%			

Elaborado por: Las autoras

5.3.5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.3.5.1. VALOR ACTUAL NETO

Tabla N. 61: VAN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	-128.273,94					
UTILIDAD OPERACIONAL		31.213,41	45.017,73	60.023,67	78.275,08	98.138,64
(+) DEPRECIACION		7.112,67	7.112,67	7.112,67	6.139,34	6.139,34
(-) REINVERSION						
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES		4682,01	6752,66	9003,55	11741,26	14720,80
(-) IMPUESTO A LA RENTA		6367,53	9183,62	12244,83	15968,12	20020,28
(+) VENTA DE ACTIVOS						94657,25
FLUJO NETO	-128.273,94	27.276,53	36.194,13	45.887,96	56.705,04	164.194,15
Tasa actualización	1	1,13	1,28	1,45	1,64	1,86
Flujos actualizados	-128273,94	24091,62	28235,26	31617,63	34508,74	88255,53
VAN actualizado a 13,22%	78434,83					

Elaborado por: Las autoras

El proyecto arroja un valor actual neto de \$78.434,83 actualizando los flujos a una tasa de costo de capital de 13.22%

5.3.5.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se utilizó la siguiente fórmula:

$$TI + (Ts - Ti) \times \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Tabla N. 62: TIR

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	-128.273,94					
UTILIDAD OPERACIONAL		31.213,41	45.017,73	60.023,67	78.275,08	98.138,64
(+) DEPRECIACION		7.112,67	7.112,67	7.112,67	6.139,34	6.139,34
(-) REINVERSION						
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES		4682,01	6752,66	9003,55	11741,26	14720,80
(-) IMPUESTO A LA RENTA		6367,53	9183,62	12244,83	15968,12	20020,28
(+) VENTA DE ACTIVOS						94657,25
FLUJO NETO	-128.273,94	27.276,53	36.194,13	45.887,96	56.705,04	164.194,15
Tasa actualización	1	1,13	1,28	1,45	1,64	1,86
Flujos actualizados	-128273,94	24091,62	28235,26	31617,63	34508,74	88255,53
VAN actualizado a 13,22%	78434,83					
Tasa actualización	1	1,07	1,14	1,23	1,31	1,40
Flujos actualizados	-128273,94	25492,09	31613,35	37458,25	43260,00	117068,16
VAN actualizado a 7%	126617,90					

Elaborado por: Las autoras

Remplazando en la fórmula se obtiene:

$$Tir = 0.07 + (0.1322 - 0.07) * \frac{126.617,90}{(126.617,90 - 78.434,83)}$$

La TIR calculada utilizando la fórmula anterior arroja un 16.34%, esta tasa es superior a la tasa de costo de capital por lo que este indicador financiero avala la ejecución del proyecto.

5.3.5.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para el cálculo de este indicador se utilizó el siguiente cuadro:

Tabla N. 63: Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	SALDO	RECUPERACIÓN CAPITAL
TASA ACT.				13,22	13,22		
0	-128.273,94						-128.273,94
1		144.000,00	112.786,59	127186,01	99617,20	27568,81	-100705,13
2		162.508,18	117.490,44	126773,63	91655,02	35118,61	-65586,52
3		183.395,19	123.371,52	126362,58	85005,20	41357,39	-24229,14
4		206.966,79	128.691,71	125952,87	78317,35	47635,52	23406,38
5		233.568,02	135.429,39	125544,48	72794,26	52750,22	76156,60
Total	-128.273,94			631.819,57	427.389,03		

Elaborado por: Las autoras

De lo anterior se deduce que la inversión se recupera al tercer año más 185 días.

5.3.5.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La fórmula para determinar este indicador es la siguiente:

$$Relación \frac{B}{C} = (suma \text{ ingresos actualizados}) / (suma \text{ egresos actualizados} + inversion \text{ inicial})$$

$$RBC = \frac{631.819,57}{(427.389,03 + 128.273,94)}$$

RBC=1,13 lo que significa que por cada dólar gastado se recuperan \$1,13

5.3.5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla N. 64: Análisis de sensibilidad

RESULTADOS	BASE	1 +10%	2 -10%	3 -20%	4 +10%	5 -10%	6 -20%
Ventas en unidades	4.800	4.800	4.800	4.800	5.280	4.320	3.840
Precio medio de venta	30,00	33,00	27,00	24,00	30,00	30,00	30,00
Total VENTAS	144.000	158.400	129.600	115.200	158.400	129.600	115.200
Coste de las ventas	61.630	61.300	61.300	61.300	66.430	56.830	52.030
MARGEN BRUTO (sc)	82.370	97.100	68.300	53.900	91.970	72.770	63.170
Costes publicidad y promoción	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Gastos de personal	19.282	19.282	19.282	19.282	19.282	19.282	19.282
Otros gastos operativos	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Gastos operativos	21.082	21.082	21.082	21.082	21.082	21.082	21.082
RESULTADO (B.A.I.I.)	61.288	76.018	47.218	32.818	70.888	51.688	42.088
utilidad final	39.071	48.461	30.101	20.921	45.191	32.951	26.831
RESULTADO (B.A.I.)	61.288	76.018	47.218	32.818	70.888	51.688	42.088
% MARGEN BRUTO	57,2%	61,3%	52,7%	46,8%	58,1%	56,1%	54,8%
% BENEFICIO sobre ventas	27,1%	30,6%	23,2%	18,2%	28,5%	25,4%	23,3%
% Variación VENTAS		12,20%	12,27%	12,32%	12,35%	12,36%	12,35%
% Variación MARGEN BRUTO		22,96%	23,09%	23,18%	23,24%	23,26%	23,24%
% Variación RESULTADO		24,72%	24,86%	24,96%	25,02%	25,04%	25,02%
Variaciones							
Ventas en unidades		2%	3%	4%	5%	6%	7%
Precio de venta		10%	9%	8%	7%	6%	5%
Precio compra (consumo)		5%	5%	5%	5%	5%	5%

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se analizó a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizó la siguiente escala de valores.

Tabla N. 65: Matriz para determinar los impactos

ESCALA	INDICADORES
3	IMPACTO ALTO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
0	NO HAY IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO

Elaborado por: Las autoras

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado.

A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

6.1. IMPACTO SOCIAL

Tabla N. 66: Impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	T.
Generación de empleos							3	3
Profesionalización de comuneros						2		2
Fortalecimiento del nivel educativo						2		2
Limita la migración							3	3
TOTAL								10

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Socio – Económico} = \frac{\sum}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Socio- Económico} = \frac{10}{4} = 2.5$$

La creación del centro turístico en la comunidad de Cachiviro provoca un evidente impacto social, el mejoramiento del nivel educativo, la profesionalización de los comuneros y evita la migración; las personas involucradas en el proyecto mejorarán su nivel de vida, sin embargo el efecto más importante que se logra es cuando los hijos de los gestores se integren a la vida laboral y social, sus padres les podrán dar una mejor educación partiendo de su propia experiencia tomada de la relación con otras culturas y la necesidad de ampliar sus conocimientos en materias como administración, turismo, relaciones públicas.

6.2. IMPACTO EMPRESARIAL

Tabla N. 67: Impacto empresarial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	T.
Oferta de nuevos bienes y servicios							3	3
Estabilidad laboral							3	3
Mejoramiento de la calidad de vida							3	3
TOTAL								9

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Social} = \frac{\Sigma}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{9}{3} = 3$$

Con la creación del centro turístico comunitario se instaurarán múltiples servicios y se creará fuentes de trabajo en toda la comunidad y sus áreas de influencia.

El proyecto pretende ser un ejemplo de iniciativa empresarial comunitario con un mercado énfasis en el bienestar social; Una de las características de los proyectos de factibilidad, es la planificación racional del uso de los recursos, en este caso, tanto la administración interna del centro como el esfuerzo colectivo llevan a cumplir este objetivo.

6.3. IMPACTO EDUCATIVO

Tabla N. 68: Impacto educativo

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	T.
Niveles de Educación							3	3
Generación de Conocimientos							3	3
Mejoramiento de Conocimientos						2		2
Oportunidad de ampliar conocimientos del sector turístico							3	3
TOTAL								11

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{\sum}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{11}{4} = 2.75$$

Gracias a las capacitaciones que se van a realizar, durante los años de vida del proyecto se mejorará los niveles de educación de los administradores, colaboradores y de toda la comunidad, también ayudará aplicar los conocimientos adquiridos en diferentes áreas como: atención al cliente, gestión empresarial, autoestima, implementación de las 9 s, círculos de calidad etc.

De la misma forma beneficiará al proceso de enseñanza – aprendizaje ofreciendo a estudiantes y docentes de la Universidad Técnica del Norte y la comunidad académica en general un trabajo investigativo realizado en estricto orden científico y en lo práctico utilizando información tomada directamente de la fuente.

6.4. IMPACTO ÉTICO

Tabla N. 69: Impacto ético

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	T.
Responsabilidad empresarial							3	3
Responsabilidad social					2			2
Adquisición de valores							3	3
TOTAL								8

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\sum}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ético} = \frac{8}{4} = 2$$

El impacto ético implica fomentar la responsabilidad empresarial y social concluyendo que todas las personas encargadas de poner en funcionamiento deben mantener el respeto entre clientes y trabajadores.

Una de las prioridades es dar al turista la facilidad de conocer una nueva realidad y asimilarla ofreciendo un servicio de calidad.

En este impacto el proyecto tendrá un impacto medio positivo porque existe el compromiso de trabajar fomentando la ética.

6.5. IMPACTO GENERAL

Tabla N. 70: Impacto general

INDICADORES	T.
Impacto Social	2.5
Impacto Empresarial	3
Impacto Educativo	2.75
Impacto Ético	2.0
TOTAL	10.25

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{10.25}{4} = 2.56$$

El presente Proyecto generará un nivel de impacto positivo porque se puede apreciar que con la implementación del centro turístico comunitario se mejorará el nivel educativo de la comunidad, generará empleos formales, limita la migración, formarán valores empresariales y sociales.

7. CONCLUSIONES

- Cada zona, cada rincón tienen características específicas que los diferencian de los demás, por lo tanto el servicio a ofrecer no tiene competencia real.
- La legislación ecuatoriana considera incentivos para aquellas comunidades que pretenden emprender en proyectos comunitarios, que vayan en beneficio de todos los residentes de la zona, pues se hace necesario la gestión de autoridades locales para que se haga realidad este proyecto tan anhelado.
- Conforme al estudio comercial realizado en este trabajo, existe un mercado potencial suficientemente amplio que justifica la inversión necesaria, si bien es cierto que existen actores en el mercado que ofertan servicios semejantes y cuentan con más experiencia; la comunidad de Cachiviro cuenta con ventajas competitivas que le facilitan el ingreso al mismo.
- Ecuador abierto un nicho de mercado definido como turismo rural comunitario que pretende captar turistas que buscan el contacto con la naturaleza en un contexto de relación con sus pueblos originarios, el concepto no involucra altos niveles de inversión, uno de los requisitos exigidos por la persona que busca este tipo de aventura es contar con un ecosistema bien cuidado, anfitriones amables y dispuestos a recibir al visitante y por último una infraestructura organizada, la comunidad de Chachiviro cumple con la mayoría de los requerimientos necesarios para formar una comunidad turística sólo es necesario montar la infraestructura capacitando a sus residentes para hacer frente a los desafíos del proyecto.

- Del análisis del estudio financiero se puede concluir que el proyecto va generar rentabilidad, por tanto se debe implementar en la Comunidad de Cachiviro antes que otros se beneficien de esta iniciativa.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la creación de la Empresa de economía mixta en la Comunidad de Cachiviro con la denominación de “Puerto Totorá” que se dedicará a brindar servicios de turismo comunitario, ya que existe una gran demanda de turistas que serían clientes potenciales para el proyecto.

- Es importante iniciar con las capacitaciones en materia de turismo y administración a todos los socios del proyecto.

- Mantener una constante actualización sobre los servicios que el proyecto esté en condiciones de prestar a los consumidores para establecer una diferencia sobre la competencia; esto se logrará realizando constantes investigaciones de mercado a fin de conocer los gustos y preferencias de los turistas interesados en este tipo de proyectos así como las tendencias del mercado.

- Trabajar de manera coordinada todos los accionistas del Centro Turístico “Puerto Totorá” (Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, Comunidad Cachiviro, Asociación Rey Mola Kocha), así como con las entidades públicas y privadas (Agencias de Turismo) en el ámbito del turismo.

- Se recomienda orientar las estrategias financieras a mediano plazo limitando en lo posible los costos y gastos en los que incurra el proyecto, sin descuidar la calidad del servicio y pensando en un retorno sobre el capital en un plazo no inferior a los tres años.

BIBLIOGRAFÍA

- **Ley del COOTAD.** (2011).
- **Plan de Ordenamiento Territorial.** año 2011.
- **Ley de Economía Popular y Solidaria.** (2011)
- **Ley de Control Tributario y Financiero.** (2009).
- **Ley de Empresas Públicas del Ecuador.** (2009).
- **Ley de Compañías.** (2009).
- **Constitución de la República de Ecuador.** (2008).
- **Ley de Mercado de Valores Ecuador.** (2005).

- PAZMIÑO. Y. Raúl. (2010). **Metodología para el trabajo de grado.** Ibarra- Ecuador: Nina Ediciones
- ARELLANO, Eduardo. (2010). **Investigación Científica.** Quito - Ecuador: Imprenta Cosmos.

- ROJAS, Fabián. (2009). **Como se hace un plan estratégico de Marketing.** España: Cuarta edición. Editorial Madrid.

- COSS, Raúl (2009). **Análisis y evaluación de proyectos de inversión.** Editorial Limusa, México.

- SALLENAVE, J. P. (2008). **Gerencia y Planificación Estratégica.** Colombia: Editorial Norma.

- POSSO, Miguel (2008). **Metodología para el Trabajo de Grado,** Quito, Ecuador: Tercera Edición, Imprenta Piassa.

- BROUSE DIANNE (2008) Socially Responsible Travell. Pág. 23 transitions abroad” (January/ February 2008) **Ecoturismo:** “El viaje responsable a áreas naturales, que conservan el ambiente y mantienen el bienestar de los nativos”.

- RAFAEL FRAGA, C. H. (2007). **Investigación Socio educativa.** QUITO: Klendarios.

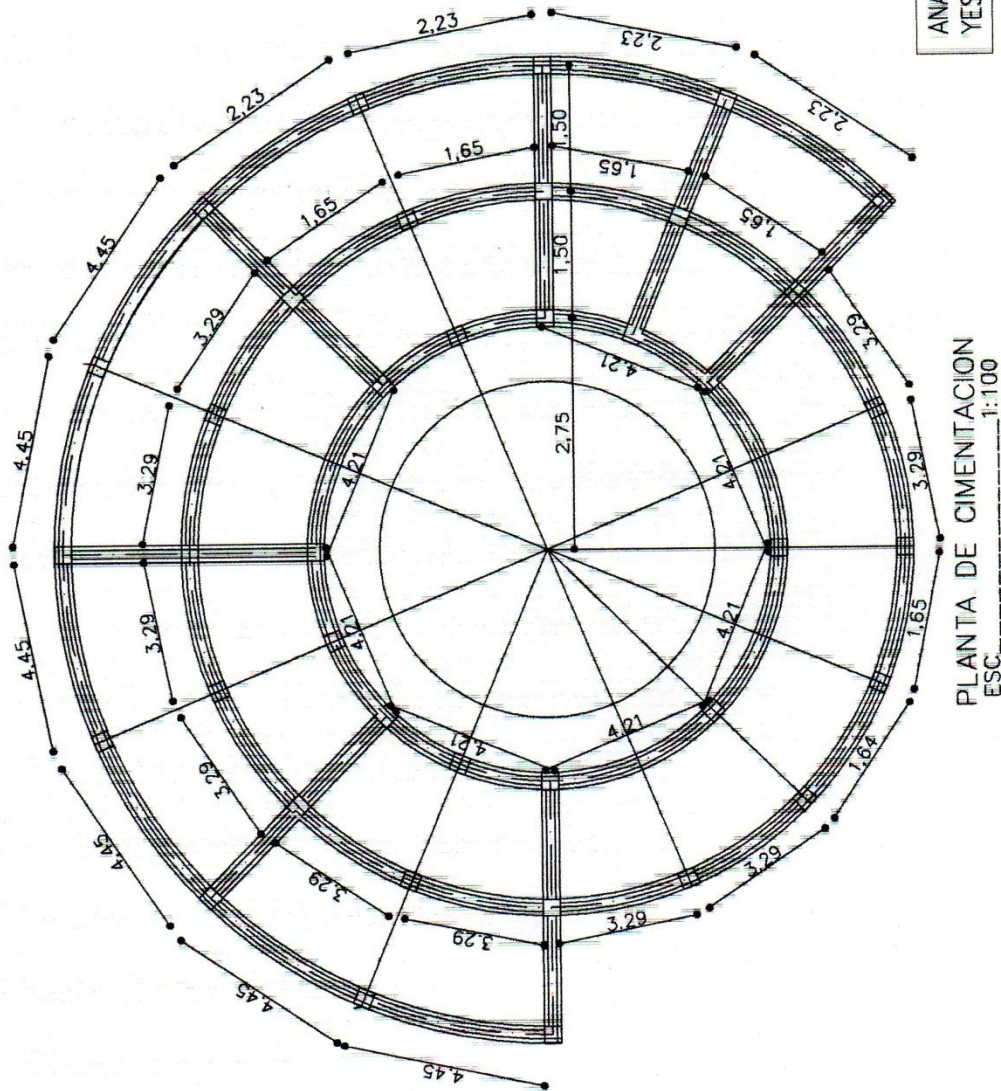
- REYES, Agustín (2007). **Administración de empresas Teoría y Práctica**. Editorial Limusa. Segunda Parte, México.
- A. GORENS, Miguel. (2007). **Enciclopedia Práctica de la Contabilidad**. España: Primera edición. Editorial. Grupo Océano.
- **Revista Capital**, (2006) Editorial Trama. Impresión Ediecuatorial.
- FERRET Renzano, J. M., & Ferre Nadal, J. (2006). **Estudio de mercado. Barcelona**: Segunda edición. Editorial. Librería Díaz de Santos.
- MONTAÑO Sánchez, Francisco Arturo, (2005); **Mercadotecnia Investigación y análisis para el éxito**; Primera edición. Rodefi Impresores. México.
- LAMBIN, J. J. (2005). **Marketing Estratégico**. Santiago: McGraw Hill.
- Smith Randy (2005). **Manual de Ecoturismo para la Amazonía Ecuatoriana**, pág. 38.
- KOTLER, P. (2004). **Los 10 pecados del marketing**. Barcelona.
- HORN, J. C. (2004). **Fundamentos de Administración Financiera**. México: Mc Graw Hill.
- FISHER, S., Dornbusch, R., & Schmalensee, R. (2003). **Economía**. Madrid: Mc Graw Hill.
- P.U.C.E y el CENTRO DE FIBRAS NATURALES CENFIN, (2003); **Manejo sustentable de la totora**; Única edición. Impresión AM Press. Ibarra Ecuador.

ENLACES EN INTERNET

- Remuneraciones del Sector Público. Disponible: www.mrl.gob.ec. Acceso: 20 de mayo del año 2012.
- Escala de remuneraciones www.mrl.gob.ec Acceso 1 de marzo del 2012.
- Información económica del país www.bce.gob.ec Acceso 01 marzo del 2012.
- Ingreso de turistas nacionales y extranjeros al Cantón Otavalo: www.estrategiaparadesarrollarturismo.otavalo.com: Acceso 01 de enero del año 2012.
- Población de la Parroquia de San Rafael de la Laguna www.inen.gob.ec Acceso 1 de diciembre del 2011.
-
- Demanda de turismo rural comunitario www.runatupari.com Acceso 1 de diciembre del 2011.
- El crecimiento del turismo rural sostenible www.omt.org.ec Acceso 5 de noviembre del 2011.
- Estadísticas turísticas del Ecuador: www.imbaturismo.gob.ec Acceso 10 de Julio del 2011.
- Atractivos turísticos de las parroquias pertenecientes al cantón Otavalo www.gmo.gob.ec Acceso 8 de julio del 2011.
- Estructura Orgánica Institucional www.gpi.gob.ec Acceso 1 de julio del 2011.

ANEXOS

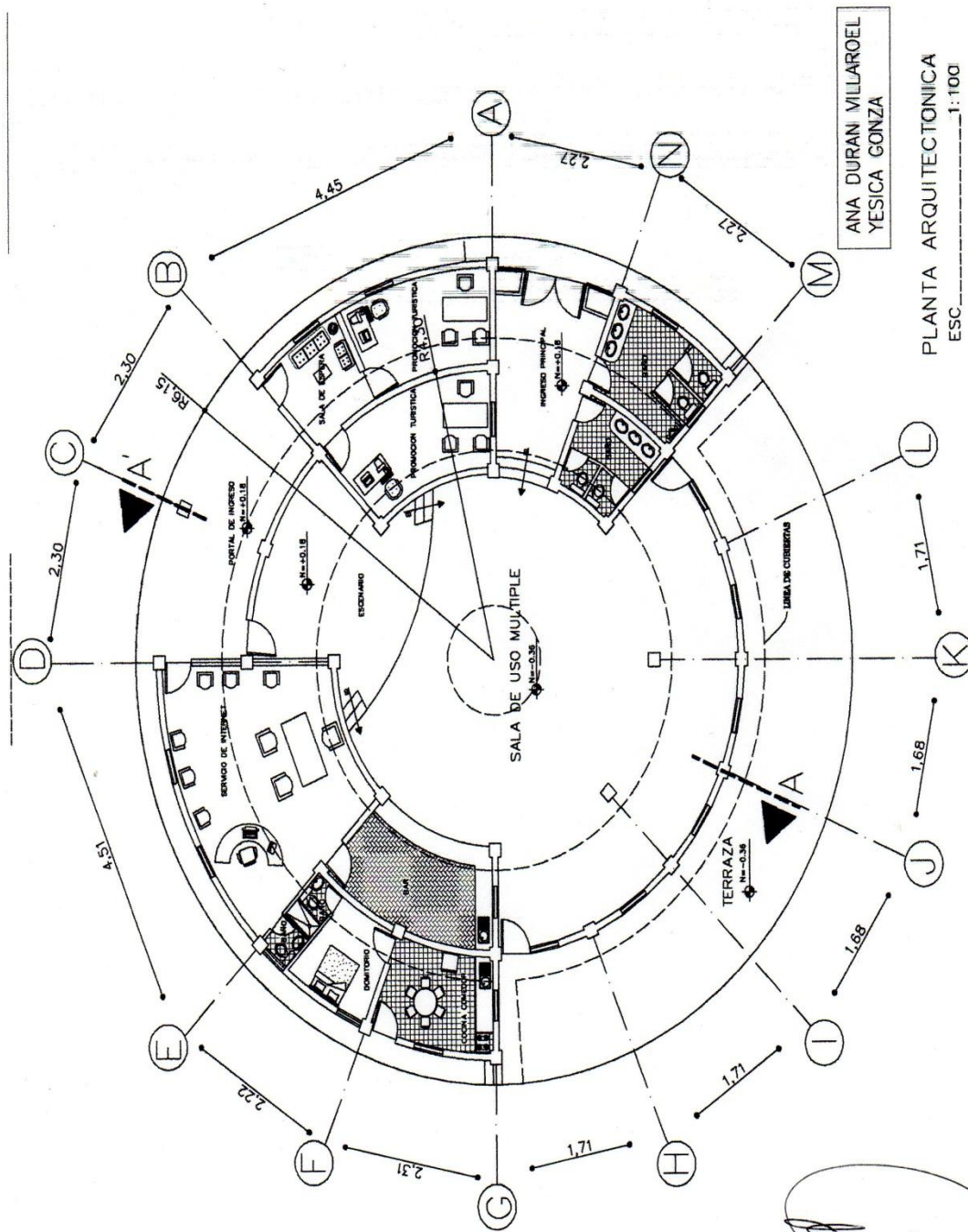
Anexo N. 1: Planos arquitectónicos de la construcción del Centro Turístico "Puerto TOTORA".



ANA DURAN VILLARROEL
YESICA GONZA

PLANTA DE CIMENTACION
ESC. 1:100

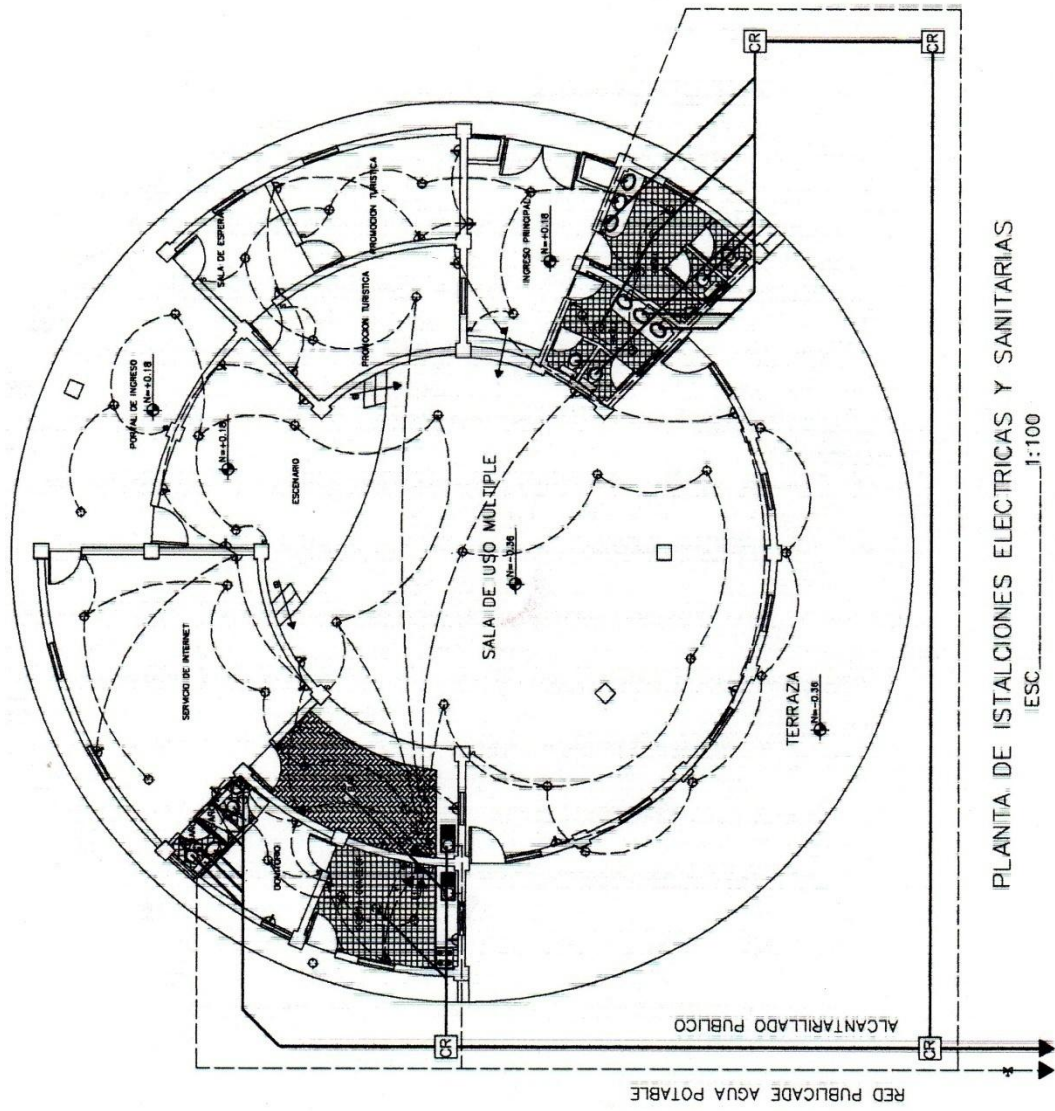
Ing. Francisco Cisneros E.
DISEÑO & CONSTRUCCION
RUC: 1001466174001
TELEFONOS:



ANA DURAN VILLARROEL
YESICA GONZA

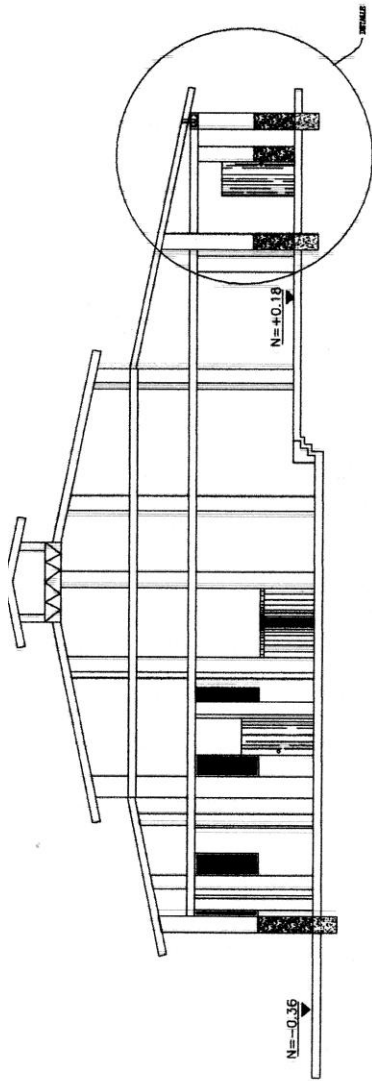
PLANTA ARQUITECTONICA
ESC. 1:100

Ing. Francisco Cisneros E.
DISEÑO & CONSTRUCCION
RUC: 1001466174001
TELEFONOS:
062 026 380 1000 3100



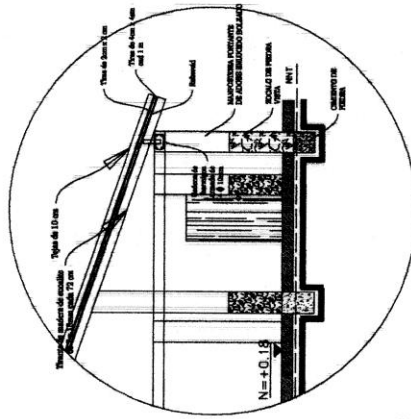
PLANTA DE INSTALACIONES ELECTRICAS Y SANITARIAS
 ESC. 1:100


 Ing. Francisco Cisneros E.
 DISEÑO & CONSTRUCCION
 RUC: 1001466174001
 TELEFONOS:



CORTE TRANSVERSAL A- Á

ESC. 1:100



DETALLE 1

ESC. 1:75

COMUNIDAD DE CACHIVIRO

ANA DURAN VILLARROEL
YESICA GONZA

Ing. Francisco Cisneros E.
DISEÑO & CONSTRUCCION
RUC: 1001466174001
TELEFONOS:



Anexo N. 2: Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros.



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de los turistas que visitan la Provincia de Imbabura en relación a los motivos que los lleva a conocer la zona, y la competencia turística que enfrenta la Parroquia de San Rafael dentro de la Provincia.

INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE.....PAIS/CIUDAD DE PROCEDENCIA.....
EDAD.....GÉNERO M () F ().....
ESTADO
CIVIL.....PROFESION/OCUPACION.....

CUESTIONARIO:

- 1. ¿Cuál es su nacionalidad?**
 - Nacional
 - Extranjero
- 2. ¿Cuál es el motivo de su visita?**
 - Descanso y relajación
 - Contacto con la naturaleza
 - Degustación de comida tradicional
 - Conocer nuevas culturas
 - Por el paisaje
 - Por investigación
 - Por deporte
 - Convivencia familiar

3. **¿Qué actividades realizaría en un lugar natural que visita?**
 - Disfrutar del paisaje
 - Paseos alternativos (en caballos de totora)
 - Ciclismo de montaña
 - Caminata por senderos
 - Tomar el sol
 - Bañarse
 - Comer
 - Deporte de aventura
4. **¿En su visita a un lugar natural que tipo de comida prefiere degustar?**
 - Típica
 - Nacional
 - Internacional
5. **¿Dónde prefiere alojarse en sus viajes?**
 - Hoteles
 - Hostales
 - Casas de familiares o amigos
 - Hospedajes comunitarios
6. **¿Qué tiempo de permanencia considera adecuado en un atractivo natural?**
 - 1 día
 - 2 - 3 días
 - 4 - 5 días
 - 5 +
7. **¿A través de que usted elige los lugares que va a visitar?**
 - Internet
 - Agencia de viaje
 - Libros de guías turísticas
 - Afiches
 - Volantes
 - Radio
 - Televisión
 - Prensa escrita revistas
8. **¿Cuánto gasta individualmente en sus viajes por alojamiento, alimentación, entretenimiento, compras, guía?**
 - \$ 20 - 30
 - \$ 31 - 40
 - \$ 41 - 50
 - \$ 51 - +

9. ¿Qué cantones de la Provincia de Imbabura conoce?

- Ibarra
- Otavalo
- Cotacachi
- Urcuquí
- Antonio Ante
- Pimampiro

10. ¿Usted realiza el viaje?

- Solo
- Familiares
- Amigos
- Compañeros de trabajo

ENCUESTADOR

(A).....FECHA.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA DE
SAN RAFAEL DE LA L.

OBJETIVO: Establecer la posición de la Parroquia de San Rafael de la Laguna en relación al proyecto de creación del Centro Turístico Comunitario “Puerto Totorá” dentro de los límites de la zona.

INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE.....NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....

EDAD.....GÉNERO M () F ().....

ESTADO CIVIL.....NÚMERO DE HIJOS.....

CUESTIONARIO:

- 1. ¿Cuánto tiempo reside en la Parroquia?**
 - Más de 5 años
 - 5 años o más
 - Toda la vida
- 2. ¿Cuenta actualmente con un trabajo remunerado?**
 - Si
 - No
- 3. ¿Cuál es su principal fuente de ingresos?**
 - Comercio
 - Agricultura

- Trabajo en totora
 - Turismo
 - Empleos públicos
 - Empresas privadas
4. **¿Existe suficiente oferta laboral en la zona?**
 - Si
 - No
 5. **¿Considera que la parroquia cuenta con atractivos turísticos?**
 - Si
 - No
 6. **¿Se aprovechan adecuadamente los atractivos turísticos de la zona?**
 - Si
 - No
 7. **¿Considera posible crear un Centro Turístico Comunitario en la Parroquia?**
 - Si
 - No
 8. **¿Cuál cree que son los principales atractivos turísticos de la parroquia?**
 - Lago San Pablo
 - La gastronomía
 - La artesanía
 - Tradiciones y costumbres
 9. **¿Está de acuerdo con la ubicación del proyecto en la comunidad de Cachiviro?**
 - Si
 - No
 10. **¿Cuenta con la infraestructura necesaria para albergar a los turistas?**
 - Si
 - No

ENCUESTADOR

(A).....

FECHA.....

Anexo N. 4: Tasas de interés

Av. Abba Lobo Ocl-107 y 10 de Agosto
P.O. Box 2 201 600
Fax: 2 250 320
Código: 17-17-1728
secretaria@bancoestado.com
www.bancoestado.com



RESOLUCIÓN No. 2010-DIR-048

EL DIRECTORIO DEL BANCO DEL ESTADO

CONSIDERANDO:

Que la Codificación de Regulaciones del Directorio del Banco Central del Ecuador, Libro I "Política Monetaria y Crediticia", Título VI "Sistema de Tasas de Interés", Capítulo III, "Tasas de Interés para Operaciones Activas y Pasivas", artículo 2, se establece que las tasas de interés para operaciones activas del Banco del Estado, será de libre contratación, pero no menor al costo promedio ponderado por monto de los pasivos con costo de la entidad;

Que, de conformidad a lo previsto en el art. 118, letra k) de la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, corresponde a este Directorio determinar de conformidad con las disposiciones del Directorio del Banco Central del Ecuador las tasas de interés activas y pasivas de las operaciones del Banco;

VISTO: El memorando No. 2010-2264-GFI-13608; de 8 de noviembre de 2010; y,

En uso de sus atribuciones legales,

RESUELVE:

Art. 1.- Aplicar tasas de interés activas diferenciadas para operaciones de crédito del Banco del Estado, en función de la calificación de riesgo de crédito del cliente: A1, A2, A3, A4 y A5. Se discriminará con 0,25% a partir de la tasa de equilibrio, siendo la calificación A1 la que corresponde a esta tasa.

Art. 2.- Aprobar el siguiente agrupamiento por calificación de riesgo crediticio y plazo para aplicar tasas de interés diferenciadas:

Av. Achezápe Del-108 y 10 de Agosto
 PBX: 2 999 600
 Fax: 2 250 320
 Casilla: 17-17-1728
 secretaria@bancoestado.com
 www.bancoestado.com



Plazo/ Calificación	A1	A2	A3	A4	A5
5	7,11%	7,36%	7,61%	7,86%	8,11%
6	7,38%	7,63%	7,88%	8,13%	8,38%
7	7,69%	7,94%	8,19%	8,44%	8,69%
8	7,99%	8,24%	8,49%	8,74%	8,99%
9	8,27%	8,52%	8,77%	9,02%	9,27%
10	8,55%	8,80%	9,05%	9,30%	9,55%
11	8,80%	9,05%	9,30%	9,55%	9,80%
12	9,05%	9,30%	9,55%	9,80%	10,05%
13	9,34%	9,59%	9,84%	10,09%	10,34%
14	9,60%	9,85%	10,10%	10,35%	10,60%
15	9,84%	10,09%	10,34%	10,59%	10,84%
16	10,09%	10,34%	10,59%	10,84%	11,09%
17	10,34%	10,59%	10,84%	11,09%	11,34%
18	10,58%	10,83%	11,08%	11,33%	11,58%
19	10,82%	11,07%	11,32%	11,57%	11,82%
20	11,05%	11,30%	11,55%	11,80%	12,05%

Art. 3.- Permitir que los créditos superiores al 20% del Patrimonio Técnico cuenten con una reducción de la tasa del 1%; los créditos que se encuentren en el rango de 15% al 20% su tasa disminuirá en 0,6%; y, los créditos que tengan una participación entre el 10% y 15% del Patrimonio Técnico su tasa se reducirá en 0,30%. Todas las reducciones se aplicarán a la tasa de interés establecida en la metodología de plazo y calificación de riesgo indicada en el Art. 2 de esta Resolución.

% de Patrimonio	Límite en USD	% de Reducción
≥ 20%	64,983,494.00	1.00%
15% - 20%	48,737,620.50	0.60%
10% - 15%	32,491,747.00	0.30%

Consideraciones:

- En ningún caso, la tasa de interés aplicada a un crédito será inferior al 6.75%.
- La tasa de interés activa debe ser revisada en forma trimestral, efectuando un seguimiento a la composición de la cartera de crédito para precautelar los recursos patrimoniales del Banco.
- El Patrimonio Técnico del Banco utilizado para definir los rangos para reducción de tasa de interés, se actualizará en cada ejercicio económico.
- Estas tasas se aplicarán a las operaciones de crédito que se aprueben a partir de esta fecha.

LA REVOLUCION
 CIUDADANA
 ESTA EN MARCHA

Av. Alahualco De 1-109 y 10 de Agosto
 P.O. Box: 2 999 600
 Fax: 2 250 220
 Casilla: 17-12-1726
 secretaria@bancoestado.com
 www.bancoestado.com



Art. 4.- Encargar a las gerencias de Crédito y Financiera la ejecución de la presente Resolución y a la Gerencia de Informática la sistematización de la metodología.

COMUNIQUESE.-

Expedida en Quito, Distrito Metropolitano, el 10 NOV 2010


 Eoon Antonio Rivera Yáñez
 MINISTRO DE FINANZAS
 PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

LO CERTIFICO:


 Gustavo Alejandro Araujo Rocha
 SECRETARIO GENERAL