



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE SANTA MÓNICA, PARROQUIA TUPIGACHI, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA PICHINCHA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
COMERCIALES

AUTORAS: Bolaños Oviedo Johanna Lisseth

Chorlango Chorlango Eliana Cristina

DIRECTOR: Ing. Marcelo Vallejos

IBARRA, MARZO 2013

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación surgió de la necesidad de fomentar el turismo dentro del cantón Pedro Moncayo, debido a la falta de centros ecoturísticos que promuevan el desarrollo de actividades ecológicas, en las cuales estén inmersas las comunidades rurales, por lo cual, el objetivo de la Comunidad Santa Mónica es brindar al turista un servicio de calidad que permita al mismo, inmiscuirse en la naturaleza, mediante la creación de un complejo ecoturístico comunitario. A través de la indagación, se determinó que el proyecto captará un mínimo porcentaje de la demanda turística existente en el cantón, ya que es necesario aplicar estrategias de mercado, las cuales permitan llamar la atención de los potenciales clientes. Por lo cual, se obtuvo como resultado la factibilidad de hacer realidad éste proyecto, puesto que la inversión está al alcance económico de la comunidad, debido a que posee apoyo de instituciones financieras como también de entidades públicas. Para que el proyecto se lo lleve a cabo, la comunidad como tal está dispuesta en contribuir con el trabajo que se lo requiera, pues para ejecutar cualquier actividad económica se necesita de mucho esfuerzo y constancia. Con la ejecución de este proyecto, la comunidad tendrá un crecimiento socio-económico y elevará su calidad. Cabe indicar, que con la puesta en marcha del proyecto, se pretende generar fuentes de empleo dentro y fuera de la comunidad, logrando así, minimizar el índice de desempleo dentro del Cantón Pedro Moncayo y a su vez la comunidad podrá ser reconocida por la actividad que va a realizar.

ABSTRACT

The research present, grew out of the need to promote tourism within the canton Pedro Moncayo, due to the lack of ecotourism centers that promote the development of ecological activities, in which are immersed rural communities, by which, the goal of the Community of Santa Monica is to offer the tourist a quality service that will allow the same, interfere in the nature, through the creation of a complex community ecotourism. Through the investigation, it was determined that the project will capture a minimum percentage of the existing tourism demand in the canton, as it is necessary to apply market strategies, which allow us to draw the attention of potential customers. By which, as a result, the feasibility of making this project a reality, because the investment is the economic reach of the community, because they have support from financial institutions as well as public entities. For that the project is carried out, the community as such is willing to contribute with the work that is required, since to run any economic activity requires a lot of effort and perseverance. With the implementation of this project, the community will have a socio-economic growth and raise its quality. It is worth mentioning that are also generated sources of employment within and outside the community, thus, minibar the unemployment rate within the Canton Pedro Moncayo, and in turn, the community may be recognized by the activity to be performed.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

.....
Bolaños Oviedo Johanna Lisseth

C.I.: 040163144-5

.....
Chorlango Chorlango Eliana Cristina

C.I.: 172277981-4

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas Bolaños Oviedo Johanna Lisseth, Chorlango Chorlango Eliana Cristina, para optar por el Título de Ingenieras Comerciales, cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico comunitario en la comunidad de Santa Mónica, parroquia Tupigachi, cantón Pedro Moncayo, provincia Pichincha”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los dos días del mes de Diciembre de 2012.

.....
Ing. Marcelo Vallejos.
C.I. 100181382-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, Bolaños Oviedo Johanna Lisseth con cédula de ciudadanía Nro 0401631445 y Chorlango Chorlango Eliana Cristina, con cédula de ciudadanía Nro 172277981-4, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE SANTA MÓNICA, PARROQUIA TUPIGACHI, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA PICHINCHA”., que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS COMERCIALES, 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 morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
Bolaños Oviedo Johanna Lisseth
C.I. 040163144-5

.....
Chorlango Chorlango Eliana Cristina
C.I. 172277981-4

Ibarra, a los dos días del mes de diciembre de 2012.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA

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 sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040163144-5 172277981-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	<ul style="list-style-type: none">• Bolaños Oviedo Johanna Lisseth• Chorlango Chorlango Eliana Cristina		
DIRECCIÓN:	<ul style="list-style-type: none">• Julio Andrade, barrio Santa Clara, calle Juan Montalvo y José María Yar• Tabacundo, La Esperanza, comunidad Cubinche		
EMAIL:	gatajohy@hotmail.com crisel.cse@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062205280	TELÉFONO MÓVIL:	<ul style="list-style-type: none">• 0990864416• 0993636413

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE SANTA MÓNICA, PARROQUIA TUPIGACHI, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA PICHINCHA.
AUTORAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Bolaños Oviedo Johanna Lisseth • Chorlango Chorlango Eliana Cristina
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Vallejo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Bolaños Oviedo Johanna Lisseth con cédula de ciudadanía Nro. 040163144-5 y Chorlango Chorlango Eliana Cristina con cédula de ciudadanía Nro. 172277981-4, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos 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 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los dos días del mes de diciembre de 2012.

EL AUTOR:

.....
Bolaños Oviedo Johanna Lisseth
C.C.: 040163144-5 :

.....
Chorlango Chorlango Eliana Cristina
C.C.: 172277981-4

Facultado por resolución de Consejo Universitario_____

ACEPTACIÓN:

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

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para llegar hasta este punto. A mi mamá Tania Oviedo y mi papá Napoleón Bolaños por haberme apoyado en cada instante de mi vida, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. A mi esposo Saúl Mueses por estar a mi lado apoyándome en las situaciones difíciles y en los momentos de alegría. A mis hermanos que de una u otra manera supieron brindarme su apoyo. A mi hijo Januel Aldemar, quien fue motivo de lucha, perseverancia e inspiración para llegar a la culminación de este trabajo.

Johanna L. Bolaños O.

Éste presente trabajo, lo dedico a Dios, que con su luz me ha iluminado y me ha guiado en todo momento, lo cual me ha permitido cumplir exitosamente con mis objetivos y sueños. A mis padres Feliza Chorlango y Joselito Chorlango, quienes me apoyaron siempre estando en las buenas y en las malas, brindándome, su cariño, apoyo y sobretodo, por la confianza que siempre han depositado en mí. Así como también, a mi hermana Rubí y a mi hermano Boris que con su ayuda y comprensión logré culminar mi carrera universitaria. Y a todas aquellas personas que estuvieron junto a mí con su apoyo incondicional.

Eliana C. Chorlango Ch.

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a Dios, que nos ha permitido contar con la salud, el tiempo y los medios necesarios para llegar al término de nuestros propósitos; a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a los docentes quienes con su conocimientos, profesionalismo y ética nos ayudaron al desarrollo y culminación de éste proyecto. A nuestro asesor de Tesis Ing. Marcelo Vallejos por la paciencia y por la dirección de este trabajo, a nuestros padres, hermanos, familiares y amigos por estar apoyándonos directa o indirectamente en el desarrollo de éste trabajo de grado.

Johanna L. Bolaños O.

Elíana C. Chorlango Ch.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto denominado Estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico comunitario en la Comunidad de Santa Mónica, Parroquia Tupigachi, Cantón Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha, tiene como finalidad dar a conocer al turista nacional y extranjero sobre la variedad y riqueza de la flora y fauna que posee la comunidad, además mejorar la calidad de vida de sus habitantes, mediante su participación directa en la ejecución del proyecto, ya que esto les permitirá desarrollarse de manera sostenible.

Para lograr este objetivo se efectuó las siguientes investigaciones:

En el capítulo I, se detalla el Diagnóstico Situacional de la zona, utilizando el método de observación y la investigación de campo aplicando encuestas a los turistas locales, internos y externos, lo cual permitió elaborar la matriz de relación que contiene variables diagnósticas, indicadores para cada variable, técnicas de investigación científica fuentes de información sobre el ecoturismo mediante la identificación de la muestra.

En el capítulo II, se hace referencia al Marco Teórico, basándose en las diferentes fases de investigación como es la recopilación, organización y selección de información bibliográfica completa y actualizada, posteriormente se efectuó un análisis de interpretación de los datos obtenidos permitiendo así estructurar el mismo adecuadamente.

En el capítulo III, se desarrolló el Estudio de Mercado, en el cual se aplicó encuestas, fichas de observación y entrevistas, permitiendo realizar el respectivo análisis y proyección de la demanda y competencia que tendrá el complejo ecoturístico, mediante la aplicación de encuestas, fichas de observación y entrevistas.

El capítulo IV, es el Estudio Técnico en el cual se hace referencia a la localización, identificando las fuerzas locacionales, factores de estudio

para la macrolocalización y microlocalización mediante métodos de evaluación de alternativas de localización, tamaño determinando la tecnología a utilizarse, su alcance, infraestructura y recursos que se utilizarán para el desarrollo del proyecto, a través del apoyo de especialistas en el tema.

En el capítulo V, Estudio Financiero el cual determina la viabilidad del proyecto que está compuesto de rubros como mano de obra, Insumos que se utilizarán para la elaboración de los diferentes platos típicos de la zona, lo cual se requieren para su ejecución con la valoración respectiva, además contendrá una evaluación financiera con los indicadores que hacen posible hacerlo, como son: (VAN, TIR, COSTO BENEFICIO, PERÍODO DE RECUPERACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO), permitiendo conocer si el proyecto tendrá rentabilidad, el tiempo de recuperación y por ende su factibilidad.

En el capítulo VI está relacionado con la Estructura Organizacional y funcional del complejo ecoturístico en la que se establece, su nombre o razón social tomando en cuenta la percepción del cliente hacia el servicio, además se describe su importancia, misión, visión, objetivos, políticas, valores corporativos y organigrama estructural y funcional.

Finalmente en el capítulo VII, se describe los principales Impactos que el proyecto generará hacia la sociedad, economía y principalmente hacia el medio ambiente, los cuales son: impacto social, ecológico, educativo, económico y ético, a través de la utilización de la matriz de valoración en donde se indica el efecto final de cada impacto en el proyecto.

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
AUTORÍA	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA	VII
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	VII
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	VIII
3. CONSTANCIAS	IX
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
PRESENTACIÓN.....	XII
ÍNDICE.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XXII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXVI
SIGLAS.....	XXVIII
JUSTIFICACIÓN.....	XXIX
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XXXI

GENERAL.....	XXXI
ESPECÍFICOS.....	XXXI
METODOLOGÍA UTILIZADA.....	XXXIII
CAPÍTULO I.....	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
Antecedentes de la investigación.....	1
Objetivos de la investigación.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Matriz de relación diagnóstica.....	8
Identificación de la población.....	9
Cálculo de la Muestra.....	10
Diseño de los instrumentos de evaluación.....	11
Competencia.....	12
Análisis de los instrumentos de evaluación del Diagnóstico Situacional..	12
Ficha de observación.....	12
Entrevistas	13
Matriz de Factores Comparativos.....	14
Factor: Crecimiento Potencial del Mercado.....	14
Factor: Costos.....	14
Factor: Mercado actual.....	14
Factor: Riesgos.....	15
Identificación de oportunidad de inversión.....	15

CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO	17
Generalidades.....	17
Empresa	17
Definición	17
Clasificación de la empresa según su actividad.....	17
Complejo turístico	18
Actividad turística comunitaria	19
Ecoturismo	19
Complejo ecoturístico comunitario	20
Características de un complejo ecoturístico comunitario	21
Generalidades del turismo	24
Definición de turismo	24
Importancia del turismo.....	25
Clasificación de turismo	26
Fines del Ecoturismo.	27
Rol del Ecoturismo.....	28
Ejes del ecoturismo comunitario:	28
Estudio de mercado	29
Planta turística	29
Producto turístico	30
Demanda turística.....	31

Oferta turística	32
Comercialización.....	33
Estudio Técnico	33
Tamaño del proyecto	33
Localización del proyecto.....	34
Ingeniería del proyecto	34
Estudio financiero	35
Ingresos	35
Costos.....	35
Gastos	35
Depreciaciones	36
Elementos de evaluación del proyecto	37
ESTUDIO DE MERCADO.....	39
Presentación.....	39
Objetivos del Estudio de mercado	39
Objetivo General	39
Objetivos específicos.....	39
Matriz Relación de Mercado	40
Servicios principales	41
Tabulación y análisis de la información	44
Encuestas dirigida a turistas de la Provincia de Pichincha.....	44
Encuestas dirigida a los encargados de los centros turísticos.....	59
Análisis de la Demanda	67

Demanda turística actual	67
Proyección de la demanda	68
Análisis de Oferta.....	69
Oferta actual	70
Proyección de la demanda potencial a captar por parte de la competencia	70
Servicios ofertados por centros turísticos	71
Estimación de la demanda potencial a satisfacer	72
Segmento de mercado.....	73
Características del Segmento de Mercado	73
Análisis de los canales de comercialización	73
Servicios	74
Precio.....	74
Plaza.....	75
Propuesta de Mercado.....	76
CAPÍTULO IV.....	77
ESTUDIO TÉCNICO.....	77
Introducción	77
Objetivos.....	77
General	77
Específicos.....	77
Tamaño del proyecto	77
Localización del proyecto.....	78

Macro localización	78
Micro localización.....	79
Ingeniería del proyecto	82
Diseño de instalaciones	82
Distribución de la planta.....	83
Flujograma del proceso de los servicios	87
Descripción de Muebles y Enseres, Maquinaria y Equipos, Equipos de oficina, Equipos de computación y Menaje.	88
Talento humano.....	93
ESTUDIO FINANCIERO.....	95
Determinación de ingresos	95
Ingreso por Hospedaje.....	96
Ingresos por Alimentación y Recreación.....	97
Determinación de los Costos de Operación.....	99
Materia Prima de Platos Típicos (Insumos)	100
Talento humano	102
Costos Indirectos de Fabricación.....	104
Consolidación de los Costos Indirectos de Fabricación.....	106
Consolidación del Costo de Operación.....	106
Determinación de Gastos	106
Gastos Administrativos	107
Gastos de venta.....	110

Depreciación.....	112
Capital de trabajo.....	113
Inversión	114
Fuentes de financiamiento.....	115
Amortización	115
Estado de Situación Financiera	119
Estado de Resultados.....	120
Flujo de caja Proyectado.	121
Evaluación financiera.....	122
Valor Actual Neto.....	122
Tasa Interna de Retorno	123
Costo Beneficio.....	124
Período de Recuperación	124
Punto de Equilibrio.....	125
CAPÍTULO VI.....	127
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	127
Descripción del Complejo Ecoturístico.....	128
Nombre	128
Base legal	129
Importancia	132
Misión	133
Visión	133
Valores corporativos	133
Filosofía	134
Políticas.	134

Organigrama Estructural de la Comunidad.....	135
Propuesta del Organigrama estructural	136
Descripción de puestos y funciones.....	137
 CAPÍTULO VII.....	 143
 ANÁLISIS DE IMPACTOS	 143
Impacto Ambiental	143
Impacto Socio-Económico	144
Impacto Ético	145
Impacto Educativo	146
 CONCLUSIONES	 148
 RECOMENDACIONES.....	 150
 BIBLIOGRAFÍA.....	 152
 LINFOGRAFÍA.....	 154
 ENTREVISTA DIRIGIDA AL VICEPRESIDENTE DE LA COMUNIDAD SANTA MÓNICA.....	 156
 ENTREVISTA DIRIGIDA A UN ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE PEDRO MONCAYO.....	 157
 ENTREVISTA DIRIGIDA A UN ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE PEDRO MONCAYO.....	 158
 FICHA DE OBSERVACIÓN.....	 159
 ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES TURISTAS.....	 160

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de encuestas	10
Tabla 2 División de género	44
Tabla 3 Intervalos de edad	44
Tabla 4 Regiones más visitadas	46
Tabla 5 Objetivo de visita lugares turísticos.....	47
Tabla 6 Días de estancia en los lugares turísticos.....	48
Tabla 7 Instrumentos que utilizan para conocer los sitios turísticos	49
Tabla 8 Visitas al año al Cantón Pedro Moncayo	50
Tabla 9 Meses que visitan al Cantón Pedro Moncayo	51
Tabla 10 Lugares turísticos conocidos.....	52
Tabla 11 Conocimiento de nuevos sitios turísticos	53
Tabla 12 Conocimiento de la Comunidad Santa Mónica	54
Tabla 13 Convertir a la Comunidad Santa Mónica en un atractivo turístico	55
Tabla 14 Posibles servicios demandados.....	56
Tabla 15 Disponibilidad de ingresos	57
Tabla 16 Promoción del turismo en el Cantón Pedro Moncayo	58
Tabla 17 Atención al público.....	59
Tabla 18 Temporada alta de visita.....	60
Tabla 19 Promedio de visitantes semanales	61
Tabla 20 Disminución de la demanda.....	62
Tabla 21 Costos de los servicios	63
Tabla 22 Utilidades de la competencia	64
Tabla 23 Innovación.....	65

Tabla 24 Publicidad	66
Tabla 25 Turismo en los sitios más destacados del Cantón Pedro Moncayo	67
Tabla 26 Turismo receptivo del Cantón Pedro Moncayo	68
Tabla 27 Aplicación del Método de Regresión Lineal	68
Tabla 28 Proyección de la demanda de turistas por año	69
Tabla 29 Proyección de la demanda potencial a captar por la competencia	71
Tabla 30 Determinación de la demanda potencial a satisfacer.....	72
Tabla 31 Demanda Potencial a Satisfacer.....	73
Tabla 32 Precios de los bienes y servicios que ofertará el Complejo ecoturístico “Santa Mónica”	75
Tabla 33 Priorización de Factores de Ponderación.	80
Tabla 34 Resumen de la distribución de M ² por cada sección.....	89
Tabla 35 Descripción de Muebles y Enseres.....	90
Tabla 36 Descripción de Maquinaria y Equipos.....	90
Tabla 37 Descripción de Equipos de computación	91
Tabla 38 Descripción de Equipos de oficina	91
Tabla 39 Menaje	92
Tabla 40 Talento humano.	93
Tabla 41 Sueldos años anteriores	94
Tabla 42 Distribución de % de los servicios a ofertar	95
Tabla 43 Distribución del % del servicio de alimentación	96
Tabla 44 Ingresos por hospedaje, Alimentación y Recreación	97
Tabla 45 Materia Prima de Platos Típicos (Insumos)	100
Tabla 46 Salario unificado	103

Tabla 47 Remuneración.....	103
Tabla 48 Gastos Generales	104
Tabla 49 Salario Unificado	105
Tabla 50 Remuneración.....	105
Tabla 51 Consolidación de los Costos Indirectos de Fabricación	106
Tabla 52 Resumen de Costos de Operación	106
Tabla 53 Gastos Sueldos y Salarios - Sueldo Básico Unificado	108
Tabla 54 Remuneración.....	108
Tabla 55 Seguros.....	109
Tabla 56 Servicios Básicos	109
Tabla 57 Gastos de Constitución	110
Tabla 58 Resumen de Gastos Administrativos	110
Tabla 59 Gasto Publicidad	111
Tabla 60 Gastos sueldos y salarios Ventas	111
Tabla 61 Remuneración.....	111
Tabla 62 Resumen De Gastos De Venta.....	112
Tabla 63 Depreciaciones	113
Tabla 64 Capital de trabajo.....	114
Tabla 65 Activos Fijos.....	114
Tabla 66 Inversión total del proyecto	114
Tabla 67 Fuentes de financiamiento	115
Tabla 68 Amortización	115
Tabla 69 Estado de Situación Financiera	119
Tabla 70 Estado de Resultados	120
Tabla 71 Flujo de caja Proyectado.....	121

Tabla 72 Flujo de Caja Costo de Oportunidad (CK).....	121
Tabla 73 Valor Actual Neto	122
Tabla 74 Tasa Interna de Retorno	123
Tabla 75 Costo Beneficio	124
Tabla 76 Período de Recuperación	124
Tabla 77 Punto de Equilibrio	125
Tabla 78 Matriz de valoración de impactos.....	143
Tabla 79 Impacto Ambiental	144
Tabla 80 Impacto Socio-Económico	145
Tabla 81 Impacto Ético	146
Tabla 82 Impacto Educativo.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Laguna de Mojanda	6
Gráfico No 2 Vista a los paisajes del cantón Pedro Moncayo.....	6
Gráfico No 3 Actividad turística comunitaria	19
Gráfico No 4 Características de un complejo ecoturístico comunitario ...	21
Gráfico No 5 Obligaciones Legales.....	23
Gráfico No 6 Clasificación de turismo	26
Gráfico No 7 Planta turística	29
Gráfico No 8 Servicio de hospedaje.....	41
Gráfico No 9 Servicio de alimentación Cuy.....	41
Gráfico No 10 Servicio de alimentación trucha	42
Gráfico No 11 Eventos culturales.....	42
Gráfico No 12 Recorrido turístico por la zona	43
Gráfico No 13 Área Infantil.....	43
Gráfico No 14 División de género	44
Gráfico No 15 Intervalos de edad	45
Gráfico No 16 Regiones más visitadas	46
Gráfico No 17 Objetivo de visita lugares turísticos.....	47
Gráfico No 18 Días de estancia en los lugares turísticos.....	48
Gráfico No 19 Instrumentos que utilizan para conocer los sitios turísticos	49
Gráfico No 20 Visitas al año al Cantón Pedro Moncayo	50
Gráfico No 21 Meses que visitan al Cantón Pedro Moncayo	51
Gráfico No 22 Lugares turísticos conocidos	52
Gráfico No 23 Conocimiento de nuevos sitios turísticos	53

Gráfico No 24 Conocimiento de la Comunidad Santa Mónica	54
Gráfico No 25 Convertir a la Comunidad Santa Mónica en un atractivo turístico	55
Gráfico No 26 Posibles servicios demandados.....	56
Gráfico No 27 Disponibilidad de ingresos	57
Gráfico No 28 Promoción del turismo en el Cantón Pedro Moncayo	58
Gráfico No 29 Atención al público.....	59
Gráfico No 30 Temporada alta de visita.....	60
Gráfico No 31 Promedio de visitantes semanales	61
Gráfico No 32 Disminución de la demanda.....	62
Gráfico No 33 Costos de los servicios	63
Gráfico No 34 Utilidades de la competencia	64
Gráfico No 35Innovación	65
Gráfico No 36 Publicidad	66
Gráfico No 37 Estudio de la Competencia	71
Gráfico No 38 Mapa de la provincia de Pichincha	78
Gráfico No 39 Mapa de la Parroquia Tupigachi	81
Gráfico No 40 Diseño del Complejo Ecoturístico Comunitario Santa Mónica	86
Gráfico No 41 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO.....	87
Gráfico No 42 Logotipo	128
Gráfico No 43 Organigrama estructural de la comunidad	135
Gráfico No 44 Propuesta del Organigrama estructural	136

SIGLAS

CPM:	Cantón Pedro Moncayo
CEC"SM":	Complejo Ecoturístico Comunitario "Santa Mónica"
MAGAP:	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
MINTUR:	Ministerio de Turismo.

JUSTIFICACIÓN

Para mejorar el turismo en el Ecuador y convertirlo en un lugar de estancia de turistas nacionales y extranjeros, debemos crear nuevos lugares que sean muy atractivos, pues nuestro país es rico en naturaleza y en hermosos paisajes, lo cual constituye como un arma importante para continuar creciendo en el turismo.

La creación de un complejo ecoturístico en el Cantón Pedro Moncayo en la comunidad de Santa Mónica es de vital importancia, ya que brindar servicios adecuados de calidad y confort es primordial para la acogida de todos los turistas locales, nacionales y extranjeros. Cabe recalcar, que el intercambio de culturas entre los turistas y habitantes de la comunidad es muy saludable, pues esto hace que sea aún más interesante conocer nuevos lugares turísticos.

Por lo antes mencionado, es factible la implementación de esta nueva propuesta, pues con esto se aportará al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de Santa Mónica, generando así fuentes de empleo, de tal manera se podrá contribuir al desarrollo socioeconómico de la zona y de su entorno.

Los beneficiarios directos son los habitantes de la comunidad Santa Mónica, puesto que estarán relacionados directamente con los turistas, adquiriendo conocimientos mutuamente, generando lazos de amistad, lo cual permita obtener reconocimiento por parte de entidades que están dispuestas a apoyar con el desarrollo de éste proyecto.

Los beneficiarios indirectos son las cooperativas de transporte, el sector comercial y productivo de las áreas cercanas a la comunidad y los consumidores finales del nuevo servicio de ecoturismo.

Para que se lleve a cabo la ejecución del proyecto se cuenta con el apoyo de la Comunidad Santa Mónica, ya que ellos son los principales

interesados en ejecutar el proyecto permitiéndoles mejorar sus ingresos económicos y por ende su condición de vida.

Este proyecto es novedoso, innovador y original, pues se dará una nueva alternativa de ecoturismo en la zona Andina permitiendo emprender el desarrollo de la actividad turística con fines y metas de progreso tanto social como ambiental, fortaleciendo el bienestar común, mejorando las condiciones de vida y trabajo para la Comunidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico comunitario en la Comunidad de Santa Mónica, de la Parroquia Tupigachi, del Cantón Pedro Moncayo, de la Provincia de Pichincha.

ESPECÍFICOS

- ◆ Realizar un Diagnóstico Situacional del turismo comunitario en los sitios más destacados de la Provincia de Pichincha.
- ◆ Estructurar el Marco Teórico que respalde la información que contiene el proyecto, tomando como base la investigación de campo y bibliográfica.
- ◆ Elaborar un Estudio de Mercado que permita conocer la situación actual de la comunidad frente a la oferta y demanda de los servicios turísticos.
- ◆ Elaborar un Estudio Técnico que permita determinar la capacidad del complejo ecoturístico comunitario, así como también su factibilidad.
- ◆ Realizar el Estudio Económico y Financiero utilizando las distintas técnicas, herramientas contables y financieras que permitan determinar la factibilidad del proyecto y su posterior evaluación.
- ◆ Proponer una estructura administrativa y organizacional que contemple una guía apropiada para el correcto desempeño de las actividades de la comunidad.

- ◆ Determinar los diferentes impactos (ambiental, económico, educativo, ético y social) que este proyecto genere para quienes habitan en la comunidad y a su entorno próximo.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Los métodos que se utilizaron para el desarrollo de la presente investigación fueron los métodos Analítico, Deductivo y Sintético.

El método Analítico sirvió para aplicar en el análisis e interpretación de datos arrojados por las técnicas utilizadas como la encuesta, la entrevista, el registro de observación y de la información que se obtuvo de las diferentes fuentes bibliográficas.

Mientras que el método Sintético fue utilizado en la síntesis de la investigación, estudiando cada una de las preguntas formuladas en la encuesta, de lo cual se obtuvo resultados para el análisis global de las mismas. Además se realizó una síntesis de la información obtenida de las diferentes fuentes teóricas y prácticas investigadas.

El método Deductivo sirvió para obtener resultados sobre la factibilidad del proyecto, mediante la aplicación de la Evaluación financiera.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes de la investigación.

El Cantón Pedro Moncayo es uno de los ocho cantones que conforman la Provincia de Pichincha y es uno de los 224 cantones del país y está, aproximadamente a 50 km de la ciudad de Quito, por el cual atraviesa la Panamericana Norte.

Se encuentra ubicado dentro de la hoya de Guayllabamba, asentada en la vertiente sur del nudo de Mojanda, al nororiente de la Provincia de Pichincha. Forma parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, conformada por los ríos Guayllabamba, San Pedro, Pita, Pisque y Blanco que desembocan en el Pacífico.

La altitud va desde 1.730m.s.n.m; los centros poblados están ubicados en las laderas medias del volcán Mojanda entre las cotas de los 2.848m.s.n.m, a los 2.952m.s.n.m. Existe una diversidad de climas, asociadas a los distintos pisos ecológicos, encontrándose temperaturas que oscilan entre 3 grados centígrados en las cumbres del Fuya-Fuya, 13°C, en los centro poblados hasta 18°C en Jerusalén y Tanda.

La superficie Total del cantón Pedro Moncayo es de: 339,10Km², (con respecto a la provincia de Pichincha ocupa el 2,04%).

Los habitantes de éste cantón son agricultores que están dedicados a cultivar trigo, cebada, lenteja, papas, maíz.

A partir de la década de los años 80 la producción agropecuaria se incrementa con las plantaciones de flores e invernaderos, así unas 434 hectáreas están destinadas a plantaciones florícolas, su producción aporta en un 25% a la producción nacional y se cultivan rosas en un 90%.

Éste cantón cuenta con varios sitios turísticos como:

- ◆ Lagunas de Mojanda que esta a su vez se compone de 4 lagunas que son Caricocha, Huarmicocha, Huahua Cocha O Yanacochoa, Ñusca Cocha: Laguna ciega, también se la conoce como Chiriaco.
- ◆ Escalada Monte Fuya-Fuya y Yanahurco que viene a convertirse en un deporte de ECOTURISMO.
- ◆ Bosque Seco Andino Jerusalén es un bosque protector con sus áreas agrícola, recreacional y de protección del ecosistema.
- ◆ Bosque de Cascung tiene inmenso valor ecológico, esta área conserva un alto porcentaje de especies.
- ◆ Cañón del Pisque y las Terrazas Geológicas contiene Agua termal del Pisque, Agua mineral, Cascada de los Búhos Pesca deportiva en los vados.
- ◆ El recorrido del antiguo camino denominado “sal si puedes”, que viene desde Guayllabamba, Otón, Tabacundo.
- ◆ Complejo Monumental de Cochasquí.
- ◆ Casa Museo Mama Nati.
- ◆ Parque Arqueológico y de Investigación Científica de Cochasquí.
- ◆ Hacienda Granobles.
- ◆ Santuario de Nuestra Señora de Natividad (Tabacundo).
- ◆ Santuario de la Niña María (Parroquia Tocachi).
- ◆ Santuario de la Niña María (Parroquia La Esperanza).
- ◆ Iglesia Parroquial Tupigachi.
- ◆ Iglesia de Malchinguí.
- ◆ Molino del Cucho.

Dentro del Cantón Pedro Moncayo las fluctuaciones climáticas se dan a nivel altitudinal y van desde los 20° C en Florencia hasta los 12° C en Santa Mónica. Las comunidades se ubican desde los 2.400.m.s.n.m., hasta los 3.800.m.s.n.m. Las precipitaciones anuales van entre un rango desde los 900 mm hasta los 2.000 mm en las comunidades altas.

En cuanto a la biodiversidad se ve afectada por malas prácticas como es el control de plagas y enfermedades con productos químicos, la quema de rastrojos, contaminación de aire y agua por la presencia de las plantaciones, incremento de la producción de basura especialmente plásticos, latas y vidrios.

Para controlar de alguna manera la influencia humana en sistemas frágiles como el páramo, el Consejo Municipal declaró proteger una amplia superficie de páramos y algunos relictos de bosque nativo correspondientes al Sistema lacustre de Mojanda como una acción prioritaria para proteger el ecosistema de las lagunas.

La parroquia Tupigachi, se encuentra ubicada al Noreste del Cantón Pedro Moncayo, a 160 km. y a 1 hora 30 minutos desde Quito. Su población se aproxima a cerca de 6.000 habitantes.

El medio de transporte que hacen uso en esta parroquia son: los buses de la Coop. Trans. MOJANDA y la Coop. Transporte Virgen MAMANATI.

Antiguamente, éste territorio estaba constituido por una gran hacienda llamada TUPIGACHI, de propiedad de Jesuitas. La conformaban cuatro grandes sectores: Loma Gorda, San Juan Loma, Chaupiloma y Cajas (estos lugares conservan aún sus nombres); todo lo que constituye el actual centro urbano de la parroquia era la parte baja de un potrero que se lo conocía como El Hospital, todas estas tierras fueron entregadas a militares retirados, muchos de los cuales se constituyen en los gestores de la parroquialización de Tupigachi. En sesión Ordinaria del 25 de Abril de 1947, se realizan los nombramientos de los miembros de la Junta Parroquial, estos recaen en los Señores Teniente Luis A. Baquero, Rubén Flores y José Ignacio Calderón y como Tesorero parroquial al Sr. Segundo A. Cruz. El 15 de Mayo de 1947 Tupigachi se constituye en la parroquia más joven del Cantón.

Las comunidades y el centro poblado de la parroquia Tupigachi, se ubican desde los 2.800 m.s.n.m hasta los 3800 m.s.n.m, la zona de los páramos está aproximadamente hasta los 4.300m.s.n.m. Su temperatura promedio es de 14,77°C, sin embargo, existen lugares como los páramos de la parroquia que registran temperaturas menores a 5 grados en tanto que en sectores como Pucalpa en ocasiones registran alrededor de 20°C.

Por estar ubicado en la línea equinoccial se cuenta con doce horas diarias de luz solar, aspecto decisivo para la producción.

La existencia de los diversos pisos ecológicos marca la variabilidad del clima, temperatura, precipitaciones, humedad y otros factores. A mayor altura más humedad, frío y precipitaciones.

El color del suelo es negro, tienen un alto grado de erosión, ya sea por acción del agua como también del viento. El suelo fértil se halla hasta los 20 o 30 cm. de profundidad en las zonas bajo riego y de 1 a 1,5 m en las tierras que están en el páramo. Los suelos son de textura franco arcillosos a franco arenoso con un PH de 6.5.

Muchas personas practican el monocultivo, lo cual deteriora más la calidad del suelo y no incorporan materia orgánica para contrarrestar la producción de cultivos exigentes como la papa o las hortalizas.

Con los grupos de granjeros/as se ha trabajado en recuperación de suelos con la subsolación y la siembra de abonos verdes y plantas, también se aplican algunas prácticas como terrazas de formación lenta, zanjas de desviación y siembras con curvas de nivel, etc.

La parroquia Tupigachi se dedica en su mayoría a actividades económicas como las plantaciones florícolas (70%), agricultura y ganadería (30%). Siendo los productos de la zona: papas, maíz, fréjol, cebada, trigo, chochos y quinua.

En cuanto al turismo de esta parroquia, es reconocido a nivel del todo el cantón Pedro Moncayo, debido a las fiestas del INTI RAYMI, en la cual participan grupos de jóvenes de sus distintas comunidades, a su vez se puede degustar de un plato típico de la zona como lo es la Colada de Uchujaku, la cual contiene harina de 7 granos (maíz, haba, cebada, trigo, arveja, lenteja y garbanzo).

Esta parroquia cuenta con los siguientes atractivos turísticos:

- ◆ La Iglesia y el Parque Central
- ◆ Lagunas de Mojanda
- ◆ Mirador en la Comunidad de Loma Gorda
- ◆ Hostería San Luis
- ◆ Hacienda Santa Cecilia,
- ◆ Hacienda San José de la Paz
- ◆ Hacienda del Sr. Jaime Guarderas Granja Integral de la Comunidad de Chaupiloma (viveros forestales).

En sus inicios la comunidad de Santa Mónica pertenecía a hacendados, quienes les daban a sus trabajadores un lote de terreno pequeño (huasipungo) para que construyan una casa pequeña para sus familias.

Sin embargo, la necesidad de un líquido tan importante como lo es el agua, sirvió como medio para formar un solo grupo, es por eso que en los años 1975 – 1976 se desprende de la comunidad de Cajas Jurídica para denominarse, Cajas alto.

Con el trabajo que iban realizando año tras año pudieron lograr en el año 1994, constituirse como una comunidad jurídica denominada “Santa

Mónica” según acuerdo N° 002 establecido en el Ministerio de Agricultura, Ganadera, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Gráfico No 1 Laguna de Mojanda



Fuente: Investigación directa, Junio 2012

Elaborado por: Las Autoras

Esta comunidad se encuentra ubicada a 13.5 km de la Ciudad de Tabacundo cabecera cantonal y a 3 km de la panamericana. Se limita al Norte con la comunidad de Cajas Jurídica, al Sur con la comunidad Loma Gorda, al Este con la comunidad de Cajas Jurídica y Oeste con la comunidad de Chaupiloma.

Gráfico No 2 Vista a los paisajes del cantón Pedro Moncayo



Fuente: Investigación directa, Junio 2012

Elaborado por: Las Autoras

El clima de esta comunidad es frío estando entre los 12°C y 18°C, sin embargo, favorece para quienes están dedicados a la agricultura y específicamente a la producción y comercialización de cuatro principales productos como son: papas, habas, cebada y trigo y son quienes proveen de estos alimentos en los mercados de las ciudades de Cayambe y Tabacundo, asimismo, las extensas áreas verdes que posee son aptas

para la ganadería. La producción de leche oscila de los 1.300 a los 1.600 litros semanales, la cual es procesada en la pequeña Fábrica de Lácteos que posee ésta comunidad, de igual manera proveen de ésta materia prima a la empresa NESTLÉ ubicada en la ciudad de Cayambe.

La comunidad “Santa Mónica” posee un paisaje único, el cual permite que a una cierta distancia se pueda llegar a las lagunas del Mojanda a cabalgata, además tiene una vista hermosa hacia el Lago San Pablo, al Nevado de Cotopaxi, al Imbabura y al Nevado Cayambe.

De igual manera la visita de turistas al lugar hace de ella, una comunidad con gran potencialidad de turismo, sin embargo, el no contar con un lugar en donde los turistas puedan hospedarse, es un obstáculo para que la comunidad pueda surgir y ser reconocida.

Por lo nombrado anteriormente, una alternativa es, hacer un estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico comunitario en la comunidad de Santa Mónica, lo cual coadyuvará para que se pueda ofrecer confort para aquellos turistas que visiten éste sitio y así generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del turismo comunitario en los sitios más destacados de la provincia de Pichincha.

1.2.2. Objetivos específicos

- ◆ Determinar la ubicación estratégica para la creación del complejo ecoturístico comunitario en la Comunidad Santa Mónica.
- ◆ Armar la matriz de factores comparativos, que permita fundamentar el diagnóstico del proyecto.

1.3. Matriz de relación diagnóstica

Objetivo	VARIABLES a diagnosticar	Indicadores de las variables	Fuentes de información	Técnica	Población objeto de estudio
Determinar la ubicación estratégica para la creación del complejo ecoturístico comunitario en la Comunidad de Santa Mónica.	Ubicación estratégica	Tipo de suelo	Primaria	Entrevista	Ing. Marcelo González e Ing. Marco Altamirano
		Tamaño del terreno	Primaria	Entrevista	
		Orografía del suelo	Primaria	Entrevista	Vicepresidente de la comunidad Sra. Rosa Cobacango
		Acceso a servicios básicos		Entrevista	
		Disponibilidad de un medio de transporte	Primaria	Entrevista	Investigación de campo en la comunidad
	Primaria	Ficha de observación			
<p>Fuente: Investigación directa, Abril 2012. Elaborado por: Las autoras de la investigación</p>					

1.4. Identificación de la población.

Para el desarrollo de la presente investigación, se tomó como principal población de estudio, a los turistas que han ingresado durante el año 2011 a la provincia de Pichincha que son 485.864 según el Ministerio de turismo, los cuales se consideran como clientes potenciales para demandar éste tipo de servicios turísticos de la comunidad, serán definidos hombres y mujeres comprendidos entre 18 a 65 años de edad, en las diferentes ocupaciones e identificando el nivel de instrucción con un nivel de ingreso moderado. Además se realizó una entrevista a la Sra. Rosa Cobacango vicepresidente de la comunidad Santa Mónica, al Director de Obras Públicas del Municipio de Pedro Moncayo Ing. Marcelo González, al Topógrafo de la Municipalidad de Pedro Moncayo Ing. Marco Altamirano, a la Jefa de Turismo del mismo municipio Ing. Stephanía Suárez, a los encargados de los centros turísticos del Gobierno Provincial de Pichincha y a centros turísticos particulares existentes en el cantón Pedro Moncayo, además, se realizaron encuestas para conocer la oferta que existe en dicho cantón, al Arq. Fritz Reitangler, encargado del Parque Arqueológico Cochasquí, a la Lic. Sandra Mora trabajadora del Parque Seco Jerusalén y a los encargados de las tres hosterías, las cuales son: INTI RAYMI, Rancho Manabita y San Luis.

Para distribuir el número de encuestas a levantarse, se tomó la población de las cabeceras cantonales de Pichincha, pues no existe un porcentaje exacto de la población turística en los cantones de ésta provincia.

A continuación se presenta la tabla de distribución de las encuestas:

Tabla 1 Distribución de encuestas

PICHINCHA			
Cantones	Población		%
Cayambe	85.795	0,0333	13
Pedro Moncayo	33.172	0,0129	5
Quito	2'239.191	0,8692	334
Pedro Vicente Maldonado	12.924	0,0050	2
Mejía	81.335	0,0316	12
Puerto Quito	20.445	0,0079	3
Rumiñahui	85.852	0,0333	13
San Miguel de los Bancos	17.573	0,0068	3
TOTAL	2'576.287	100%	384
Fuente: Investigación directa, Abril 2012.			
Elaborado por: Las autoras de la investigación			

1.4.1. Cálculo de la Muestra

Se aplicó la técnica del muestreo a los turistas que visitan al Cantón Pedro Moncayo a través de la utilización de la siguiente fórmula estadística:

Se trabajó con lo siguiente:

- ◆ Error del 5%
- ◆ Nivel de confianza 95%
- ◆ Desviación estándar 0,25
- ◆ Valor tipificado “z” 1,96

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.25 \times 485.864}{0.05^2 (485.864 - 1) + 1.96^2 \times 0.25}$$

$$n = \frac{466623,7856}{1215,6179}$$

$$n = 383,78$$

n= 384 personas

Cabe señalar, que se sumó las cinco encuestas realizadas a los encargados de los sitios turísticos del cantón Pedro Moncayo, dando un total de 389 encuestas

1.4.2. Diseño de los instrumentos de evaluación.

Información primaria

Para el levantamiento de información se utilizó como instrumento la encuesta y la entrevista. Las encuestas fueron aplicadas en las principales ciudades de los diferentes cantones de la provincia de Pichincha como son: Tabacundo, Cayambe, Machachi, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Los Bancos y Sangolqui. Esta información se levantó desde el 23 de abril hasta el 4 de Mayo del año 2012, ya que éste instrumento permitió saber si las personas conocen la comunidad Santa Mónica así como también si tendrá una potencial demanda de visitantes de los cantones aledaños.

Las entrevistas se efectuaron el 17 y 18 de Mayo del año 2012, a los diferentes funcionarios públicos en el Municipio del cantón Pedro Moncayo como también a la vicepresidenta de la comunidad Santa Mónica, además, se levantó una ficha de observación en la misma comunidad. Estos dos instrumentos ayudaron a clarificar si el lugar es apto o no para la creación del complejo ecoturístico comunitario.

Información secundaria.

La información secundaria que continuó sirviendo de apoyo para el desarrollo de la presente investigación fue la siguiente:

- a) Los Boletines del Ministerio de Turismo, sirvieron para identificar la demanda del turismo existente en la provincia de Pichincha, el cual fue en el año 2011.

1.5. Competencia

El turismo dentro del Cantón Pedro Moncayo se encuentra posicionado por cinco centros turísticos, los cuales son: El Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalén y el Parque Arqueológico Cochasquí son los más representativos y están administrados por el Gobierno Provincial de Pichincha; la hostería Inti Raymi, Hostería Rancho Manabita y la Hostería San Luis son administradas por personas independientes y se encuentran ubicadas en diferentes lugares del cantón Pedro Moncayo.

Estos centros turísticos se caracterizan por brindar servicios como: hospedaje, alimentación, recreación, lo cual contribuye al crecimiento del turismo en la zona permitiéndole crecer al cantón socio-económicamente.

1.6. Análisis de los instrumentos de evaluación del Diagnóstico Situacional

1.6.1. Ficha de observación.

De acuerdo a lo observado, se determinó que la Comunidad Santa Mónica cuenta con los servicios básicos y vías que son marginales, pese a ello, tiene 4 entradas hacia la comunidad; dos entradas por la comunidad denominada Cajas Jurídica, en donde una de ellas es camino empedrado y la otra es de tierra, pero esta permite llegar con mayor rapidez al sitio en donde van a estar ubicadas las cabañas, la siguiente entrada es por la comunidad de Ñaño Loma, sector denominado La virgen, estos dos últimos caminos son empedrados, los cuales sirven de mejor acceso para los vehículos.

1.6.2. Entrevistas

Sra. Rosa Cobacango vicepresidente de la comunidad Santa Mónica.

Se puede concluir que en la comunidad existe gran disposición de trabajo y colaboración por parte de sus habitantes, debido a que están dispuestos a apoyar con todo lo necesario para que éste proyecto se ejecute, además están buscando fuentes de financiamiento y entes que estén dispuestos a ser patrocinadores.

Ing. Marcelo González, Director de Obras Públicas del Municipio de Pedro Moncayo e Ing. Marco Altamirano Topógrafo de la Municipio de Pedro Moncayo.

En las entrevistas realizadas, se concluyó que el lugar es apto para fomentar el turismo mediante la creación del complejo ecoturístico comunitario, ya que señalaron que el clima frío, no es un obstáculo para llevar a cabo ésta actividad, pero se debe tener conocimiento del tipo de material y el diseño a utilizarse en su construcción.

Ing. Stephanía Suárez, Jefa de Turismo del Municipio de Pedro Moncayo.

Mediante ésta entrevista, se obtuvo conocimiento de la gran potencialidad de turismo que existe en el cantón Pedro Moncayo, ya que afirmó la persona entrevistada que existen lugares que no se explota el turismo al máximo, e indicó que los centros turísticos conocidos son 5 tales como: el Parque Arqueológico Cochasquí, el Parque Seco Jerusalén, Inti Raymi, Rancho Manabita y San Luis.

Afirmó también, que los servicios que brindan estos lugares son buenos, pues los clientes son satisfechos con lo que ofrecen, así como también mencionó que la comunidad Santa Mónica si tiene la suficiente capacidad para fomentar el turismo, pues tiene un hermoso paisaje, lo cual se debe aprovechar de los diferentes puntos fuertes que tiene esta comunidad.

1.7. Matriz de Factores Comparativos

1.7.1. Factor: Crecimiento Potencial del Mercado

SUBFACTOR	CONDICIÓN	CALIFICACIÓN
Incremento proyectado del número de consumidores	Las tendencias de población indican una población consumidora en aumento.	Oportunidad
Incremento en la aceptación de los consumidores.	Existe alta probabilidad que la demanda aumentará cuando los consumidores conozcan el servicio.	Oportunidad
Tendencias sociales y políticas (favorables para el incremento del consumo)	Tendencias indican mediana estabilidad e incremento en la necesidad.	Oportunidad y Riesgo
Ventajas competitivas	Valor agregado alto, ya en la comunidad posee variedad de paisajes naturales lo cual son aptos para la creación del complejo.	Oportunidad

1.7.2. Factor: Costos

SUBFACTOR	CONDICIÓN	CALIFICACIÓN
Costos de la mano de obra	No existe disponibilidad de mano de obra calificada.	Oponente

1.7.3. Factor: Mercado actual

SUBFACTOR	CONDICIÓN	CALIFICACIÓN
Tamaño de mercado (número de turistas potenciales)	El servicio tiene múltiples usos, ya que el complejo ecoturístico ofrecerá una variedad de alternativas para los clientes.	Oportunidad
Fortaleza e influencia de la competencia.	Mercado dominado por mucha competencia bien establecida, debido a la existencia de centros turísticos en la provincia de Pichicha.	Riesgo
Esfuerzo que exigen las ventas de los servicios turísticos.	La venta de los servicios turísticos exigirá grandes esfuerzos, debido al alto nivel de competencia turística.	Oportunidad

1.7.4. Factor: Riesgos

SUBFACTOR	CONDICIÓN	CALIFICACIÓN
Estabilidad del mercado en ciclos económicos	El mercado no afecta sustancialmente. El servicio se requiere en buenos y malos tiempos, ya que las personas necesitan un momento de distracción.	Aliado
Tamaño y poder de la competencia	Los competidores con mayor reconocimiento en cualquier momento, reducir precios para captar mercado.	Riesgo
Facilidad de pronóstico en la demanda	Confiabilidad desconocida. No se dispone de suficiente información para estimar la demanda.	Riesgo
Valor de las inversiones iniciales	Se requiere una inversión moderada, pues se necesita adquirir los recursos necesarios para la creación del complejo ecoturístico.	Riesgo
Legislación y controles	Éste servicio no afecta la salud ni el medio ambiente. No hay probabilidad de controles	Oportunidad
Necesidades de inventarios	Se necesitará contar con un inventario de los bienes que poseerá el complejo ecoturístico para llevar un debido control de los mismos.	Aliado
Demanda estacional	Demanda estacional, puesto que no se puede contar con el mismo número de cliente todo el tiempo, debido a la variedad de temporada.	Riesgo

1.8. Identificación de oportunidad de inversión

La comunidad Santa Mónica tiene una gran potencialidad de ecoturismo comunitario, debido a que cuenta con personas que están dispuestas a contribuir para que se convierta en un sitio de estancia, sin embargo; la oferta de servicios similares por parte de centros turísticos que tienen un posicionamiento más fuerte, la inadecuada utilización de los medios de comunicación para promocionar a la comunidad y el desconocimiento del mercado es un limitante para determinar con mayor precisión los principales mercados para la oferta del servicio y al no existir un transporte público para llegar a la comunidad, hace de ella que no se pueda promocionar como un lugar acogedor para los turistas. Por eso, la implementación de un complejo ecoturístico comunitario, formaría parte

del desarrollo del mismo, aprovechando la gran afluencia de visitantes nacionales y extranjeros a éste lugar, se podrá llevar a cabo éste proyecto, puesto que el deseo de brindar un adecuado servicio de estancia para los turistas es lo fundamental en éste trayecto. Además, el deseo de superación para la comunidad Santa Mónica y el apoyo mutuo coadyuva a que se lo ejecute, de esta manera servirá como un ejemplo para quienes les guste hacer del ecoturismo una aventura.

Por lo tanto, la creación de un Complejo Ecoturístico Comunitario en la comunidad de Santa Mónica, Parroquia Tupigachi, Cantón Pedro Moncayo, Provincia Pichincha, es una nueva propuesta para realzar el turismo que día a día va creciendo en la zona andina y de esta manera se podrá dar la oportunidad de crecer socio-económicamente a la población que estará directamente relacionada con el desarrollo de éste proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Generalidades

2.2. Empresa

2.2.1. Definición

PALLARES, Zoilo, ROMERO, Diego y HERRERA, Manuel, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", en la página web <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html> indican: **“La empresa se la puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.”**

2.2.2. Clasificación de la empresa según su actividad

En la página web <http://www.elcontadorvirtual.blogspot.com/> dice:

INDUSTRIALES

a) Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no.

b) Manufactureras. Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados.

c) Agropecuaria. Su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

COMERCIALES

- a) *Mayoristas. Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas.*
- b) *Minoristas. Son los que venden productos en pequeñas cantidades al consumidor final.*
- c) *Comisionistas. Se dedican a vender mercancía que los productores les dan en consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.*

SERVICIO

- a) *Transporte: autobuses, camiones, mudanzas, ferrocarriles, etc.*
- b) *Turismo: hoteles, restaurantes, centros nocturnos, etc.*
- c) *Instituciones Financieras: bancos, financieras, hipotecarias, etc.*
- d) *Servicios Públicos Varios: agua y drenaje, luz, gas, etc.*
- e) *Servicios Profesionales: asesorías, despachos contables, jurídicos, administrativos, etc.*
- f) *Educación: escuelas, academias, institutos, etc.*
- g) *Salud: clínicas, hospitales, puestos de socorro, etc.*
- h) *Comunicación: periódicos, tv, radio, telégrafos, telefonía, etc.*

2.2.3. Complejo turístico

FONT, Aranda Mabel, GARCÍA, Marilíny SEGURA, Yudmila, en la página web <http://monografias.umcc.cu> indican: **“El complejo turístico es una instalación o un conjunto de instalaciones que existen en un entorno geográfico claramente delimitado, casi siempre vinculado a algún**

atractivo natural o cultural. Básicamente se estructura para que los clientes se desplacen por él caminando o en medios elementales de locomoción (casi siempre individuales). Deberá estar subordinado administrativamente a una sola entidad.” (Martín, 2003)

2.2.4. Actividad turística comunitaria

Gráfico No 3 Actividad turística comunitaria

Definición	Consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Alojamiento; ◆ Servicio de alimentos y bebidas; ◆ Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para éste propósito; ◆ Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; ◆ La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; ◆ Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.
Fuente: Art. 4 de la Ley de Turismo - Registró oficial N° 565 de Centros de Turismo comunitario–Presidencia Eco. Rafael Correa, Marzo 2012.	
Elaborador por: Las Autoras	

2.2.5. Ecoturismo

Ecu Red. “Conocimiento con todos y para todos” en la página web <http://www.ecured.cu/index.php/Ecoturismo> dice: ***“El ecoturismo es una modalidad turística ambientalmente responsable consistente en visitar o viajar a áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres de dichas áreas), así como cualquier manifestación cultural (del presente o del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que***

promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural e involucra un beneficio socio-económicamente activo para las comunidades locales.”

Características del Ecoturismo

JIMÉNEZ, Bulla, Luis Hernando (2009) El ecoturismo presenta unas características, que deben ser tomados en cuenta en el desarrollo de esta actividad para no caer en ambigüedades y confusiones (Garay, 2001).

- ◆ ***El ecoturismo se caracteriza por ser un proceso multisectorial y transdisciplinario.***
- ◆ ***Se desarrolla en zonas rurales y suburbanas en espacios protegidos oficiales, mixtos y privados.***
- ◆ ***Ayuda al desarrollo de las precarias economías rurales especialmente en zonas deprimidas.***
- ◆ ***Produce un bajo impacto ambiental, porque cuida la naturaleza y la población local.***
- ◆ ***Es una alternativa de trabajo y complemento a las actividades económicas y tradicionales de las comunidades rurales y suburbanas, in situ o aledañas a las áreas protegidas.***

2.2.6. Complejo ecoturístico comunitario

Tomando como referencia lo anterior se considera que el complejo ecoturístico comunitario es un sitio inmerso en la naturaleza, administrado por las comunidades que buscan el mejoramiento continuo y progreso económico de sus habitantes, brindando servicios de alojamiento, descanso y distracción para los turistas, quienes les gusta conocer y ser parte de la flora y fauna que posee un determinado lugar.

2.2.7. Características de un complejo ecoturístico comunitario

Gráfico No 4 Características de un complejo ecoturístico comunitario

I N S T A L A C I O N E S	<ul style="list-style-type: none">◆ Las instalaciones en cuanto al tamaño, materiales de construcción, arquitectura, colores y decoración interna, tratarán de estar armónicamente integrados al paisaje y a las características de la comunidad.◆ Evitar la utilización de especies en peligro de extinción, tanto para construcción como para decoración.◆ Mantener limpias las instalaciones y libre de desechos orgánicos e inorgánicos.◆ En las zonas frías, las instalaciones dispondrán de un sistema de calefacción (leña, electricidad, etc.), tanto en paredes, techos y suelos.◆ Facilitar al visitante el uso y las instrucciones para encender la chimenea si la tuviere. La leña no debe ser de especies en peligro de extinción.◆ En zonas calientes, las instalaciones tendrán de preferencia un sistema de ventilación natural o artificial.◆ Se colocará una luz exterior en la entrada de las instalaciones que facilite al visitante la localización de las mismas. El rótulo de identificación del CTC debe estar iluminado.◆ Contará con vías de accesos en buen estado y cuidar que la vía de ingreso hasta las instalaciones del CTC sea accesible, realizando periódicamente la limpieza del mismo.◆ Habilitar un espacio, apartado del tránsito destinado para el estacionamiento de vehículos lo más cercano a las instalaciones e indicar al visitante cuál es el lugar reservado para colocar su vehículo.◆ Las instalaciones turísticas estarán ubicadas en áreas específicas de la comunidad apartadas de corrales de animales, áreas de manejo de residuos sólidos y líquidos.◆ Contarán con un sistema de manejo de desechos sólidos y líquidos.◆ Las instalaciones estarán rodeadas de plantas, árboles o flores nativas, esto contribuye a mejorar la imagen general y el ambiente de las instalaciones del CTC.◆ Se mantendrá en buen estado las instalaciones realizando periódicamente trabajos de mantenimiento, limpieza y reparación y llevar un registro permanente de estas actividades.◆ Las instalaciones contarán con un espacio para el secado de ropa para uso exclusivo de los turistas.◆ Ofrecer facilidades para discapacitados.◆ Contar con un manual de operación interna del CTC.
---	--

S E Ñ A L I Z A C I Ó N	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Contará con un mapa de zonificación que identifique las diferentes áreas de los CTC. ◆ Mantendrán rótulos visibles en caminos de acceso. ◆ El CTC contará, en su ingreso, con un rótulo identificativo con el nombre y los servicios que ofertan. ◆ Los rótulos estarán en buen estado de conservación, serán de materiales duraderos no sintéticos y adaptados al paisaje y serán preferentemente de madera tallada o pintada. ◆ Estarán señalizadas todas las áreas como: baños, áreas de juegos, áreas deportivas, área de camping, área de alojamiento, área de restaurante, en inglés y español, etc. ◆ De estar ubicados los CTC en lugares apartados de las carreteras principales y de difícil localización, se deberá colocar una señal, un rótulo o exhibición indicando la dirección y distancia desde la carretera principal hasta el mismo. ◆ A la entrada de los senderos deberán, exhibir el nombre de los senderos, sus características, duración o distancia, mapa interpretativo. ◆ Los senderos deberán contar con señalización interpretativa de los mismos.
<p>Fuente: Art. 4 del Registró oficial N° 565 de Centros de Turismo comunitario– Presidencia Eco. Rafael Correa, Marzo 2012.</p> <p>Elaborador por: Las Autoras</p>	

Obligaciones Legales

Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro se lo hará en las gerencias regionales o

direcciones provinciales del Ministerio de Turismo del país, adjuntando lo siguiente:

Gráfico No 5 Obligaciones Legales

- ◆ Solicitud de registro dirigida a la máxima autoridad del Ministerio de Turismo en el que se consignarán las actividades que realizará:
- ◆ Acreditación de la organización al amparo de la Constitución Política de la República (Art. 84); Art. 1 y 3 de la Ley de Organizaciones y Régimen de Comunidades.
- ◆ Nombramiento que acredite la representación legal del peticionario de registro a nombre del centro turístico comunitario;
- ◆ Acta, suscrita por los miembros del centro turístico comunitario, en la que conste la decisión de registrarse, así como, la delegación a la persona que actuará como representante para realizar el registro;
- ◆ Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo;
- ◆ Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo; según Acuerdo No. 20050015 de fecha 26 de julio del 2005. (Numeral 1.2.3)
- ◆ Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste, como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios; y,
- ◆ Determinación de los servicios turísticos que brindarán y la zona geográfica en la que circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Fuente: Art. 2 del Registro oficial N° 565 de Centros de Turismo comunitario–Presidencia Eco. Rafael Correa, Marzo 2012.

Elaborador por: Las Autoras

Obligaciones Tributarias

El Servicio de Rentas internas (2009) establece los siguientes requisitos para la inscripción de las sociedades del sector privado:

- ◆ Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal
- ◆ Original y copia, o copia certificada, del documento de creación otorgada con la formalidad legal de cada caso.
- ◆ Identificación del representante legal: Copia de cedula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral
- ◆ Identificación del gerente general: Copia de cedula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral
- ◆ Verificación de la dirección de los establecimientos donde realizan la actividad económica: se solicita el original y copia de cualquiera de los siguientes documentos
 - ◆ planilla del servicio eléctrico o planilla de consumo telefónico o planilla de consumo de agua
 - ◆ contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato.
 - ◆ Pago del impuesto predial.
 - ◆ Formulario 106 por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso.

2.3. Generalidades del turismo

2.3.1. Definición de turismo

MONTANER, Jordi (2008) lo define: **“Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a atraer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes.”**

Según Diccionario de turismo -Montaner, Antich y Arcaron en la página <http://www.divulgaciondinamica.es/dd/apuntes/> define: ***“Por turismo se entiende, el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período***

de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos.”

Se considera importantes las dos definiciones, ya que hacen referencia a la prestación eficaz de los servicios turísticos y sobre la preservación del medio ambiente y la responsabilidad que se debe tener con los culturas que existen en los diferentes lugares, debido que son la base de la sociedad respetando al patrimonio que poseen las mismas.

Tomando como referencia los dos autores se considera que el turismo en la actualidad juega un papel importante, ya que está contribuyendo al desarrollo tanto del país como de las comunidades que lo conforman, por lo tanto, a través de esto los lugares que tienen atracción turística tienen la oportunidad de crecer y de ser reconocidos para los turistas nacionales y extranjeros.

2.3.2. Importancia del turismo

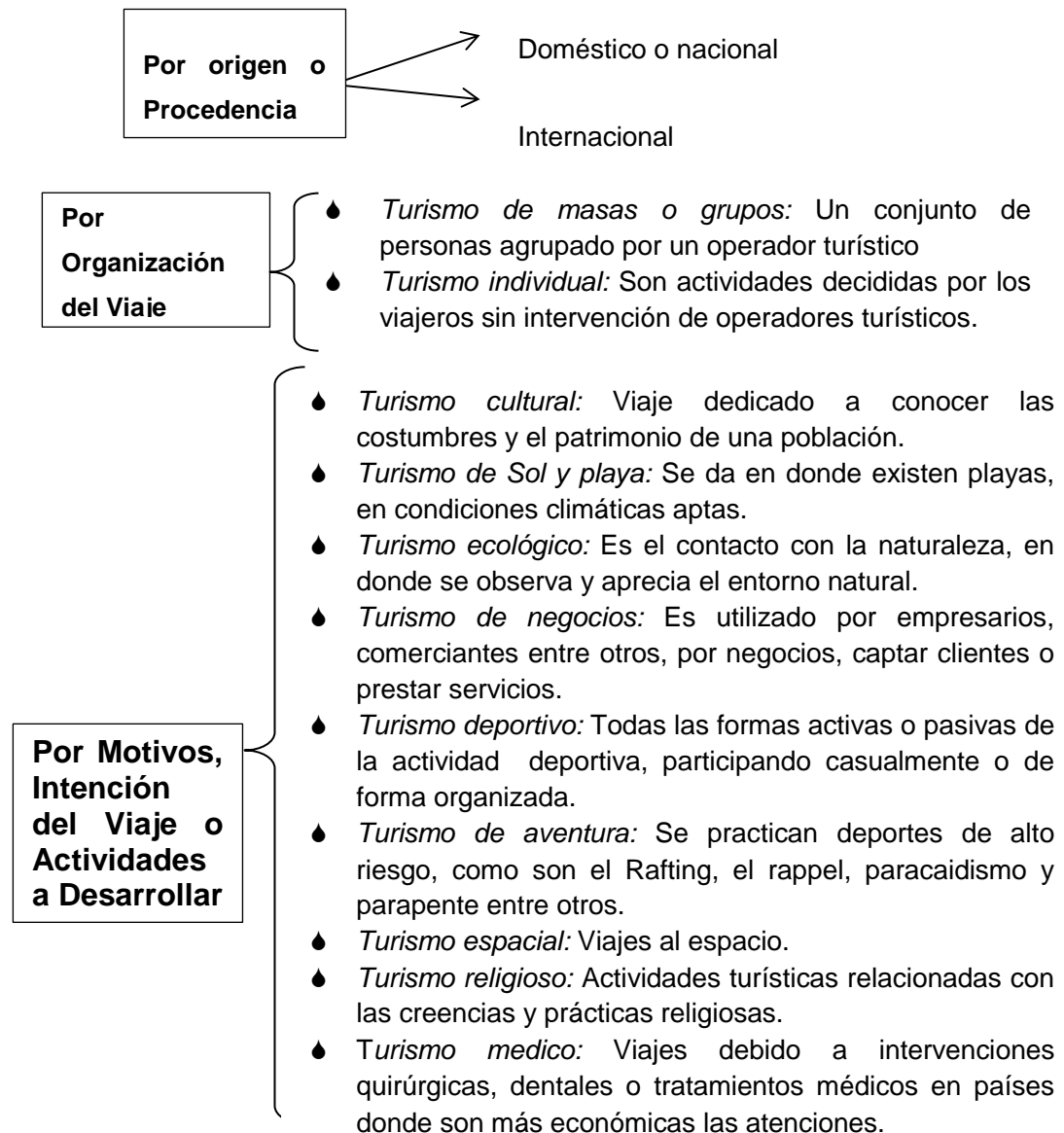
La importancia del sector turístico se ha generalizado en el ámbito mundial y obedece a los cambios estructurales que se han venido dando como es la reducción del sector manufacturero y el crecimiento del sector servicios. Además las bondades que le atribuyen al turismo hacen de él una fuente importante de crecimiento económico, ya que la capacidad de estimular el aumento de ingresos; generar divisas; crear empleos que incluso no requieren de personal altamente calificado; tener efectos multiplicadores en la economía mayores que el resto de los sectores, todo esto constituyéndose como un motor para el desarrollo regional, pues la dinamización de las políticas económicas y las instituciones son un papel preponderante en los resultados que proporcione el turismo en general.

A su vez permite a los pueblos menos afortunados en su economía oportunidades singulares para invertir recursos, generando un cambio de perspectiva hacia la oferta turística, permitiendo a la industria posicionarse en el mercado como ente principal del turismo, las cuales continúan

desarrollándose en su rama y abarcando un lugar muy reconocido a nivel local, regional, nacional e inclusive mundial, debido a los atributos que cada lugar posee.

2.3.3. Clasificación de turismo

Gráfico No 6 Clasificación de turismo



Fuente: DUEÑAS, Patricia - <http://www.slideshare.net/paduecas/>, Marzo 2012.
Elaborado por: Las autoras

2.3.4. Fines del Ecoturismo.

Según TRONCOSO, Bolívar en La IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería Y Turismo (Conehotu), del 17 al 21 de Mayo de 1999 presenta los requisitos previos para hacer ecoturismo comunitario:

- ◆ ***Contribuye a la conservación de los recursos naturales, por cuanto estos son la base de la oferta ecoturística, conjuntamente con las manifestaciones culturales locales.***
- ◆ ***Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural, en vista de ser los recursos naturales y culturales los elementos fundamentales del producto ecoturístico. Por lógica, son valorados por los beneficios económicos que proporcionan, mejorando la calidad de vida y perpetuándola en el tiempo y el espacio.***
- ◆ ***Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.***
- ◆ ***Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales, mejorando la calidad de vida.***
- ◆ ***Promueve la investigación científica, especialmente en lo concerniente a los recursos naturales.***
- ◆ ***Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.***
- ◆ ***Es un importante instrumento para la capacitación y la concientización de las poblaciones marginales y los ecoturistas.***
- ◆ ***Estimula a la creación de medianas, pequeñas y micro empresas ecoturísticas, contribuyendo a la democratización del dólar turístico.***
- ◆ ***Contribuye a la mejoría económica de países tropicales con economías deprimidas.***
- ◆ ***Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales y la mejoría comunitaria.***

- ◆ ***Da prestigio y orgullo (imagen) por las políticas conservacionistas desplegadas a favor del ecoturismo.***

2.3.5. Rol del Ecoturismo.

Según TRONCOSO, Bolívar en La IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería Y Turismo (Conehotu), del 17 al 21 de Mayo de 1999 presento los requisitos previos para hacer ecoturismo comunitario:

- ◆ ***Contribuye a la conservación de los Recursos Naturales.***
- ◆ ***Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural***
- ◆ ***Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.***
- ◆ ***Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales mejorando la calidad de vida.***
- ◆ ***Promueve la investigación científica, especialmente en lo concerniente a los recursos naturales.***
- ◆ ***Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.***
- ◆ ***Estimula a la creación de medianas, pequeñas y micro-empresas Ecoturísticas, contribuyendo a la democratización del dólar turístico.***
- ◆ ***Contribuye a la mejoría económica de países tropicales deprimidos.***
- ◆ ***Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales.***
- ◆ ***Da prestigio y orgullo (imagen) por las políticas conservacionistas, etc.***

2.3.6. Ejes del ecoturismo comunitario:

Según TRONCOSO, Bolívar en La IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería Y Turismo (Conehotu), del 17 al 21 de

Mayo de 1999 presenta los requisitos previos para hacer ecoturismo comunitario:

- ◆ ***Paisaje o vida silvestre que tenga un atractivo inherente o un grado de interés suficiente para atraer tanto a especialistas como a visitantes en general.***
- ◆ ***Ecosistemas que sean capaces de absorber un número manejable de visitantes sin sufrir daño.***
- ◆ ***Una comunidad local que esté consciente de las oportunidades, retos y los cambios potenciales para que la comunidad pueda efectivamente tomar decisiones.***
- ◆ ***Inexistencia de peligros evidentes para la cultura y las tradiciones indígenas.***
- ◆ ***Evaluación inicial del mercado que determine la existencia de una demanda potencial y un medio eficaz de acceder a ella, y la inexistencia de una oferta excesiva de turistas en el área.***

2.4. Estudio de mercado

2.4.1. Planta turística

Gráfico No 7 Planta turística

LA PLANTA TURÍSTICA	
TRANSPORTE	Sin transportación no hay turismo, el transporte debe satisfacer las necesidades de los turistas ya que éste desea llegar de forma rápida y confortable.
ALOJAMIENTO	Satisface las necesidades del viajero, pues éste requiere de un servicio de hospedaje que funcione armónicamente según sus expectativas.
ALIMENTACIÓN	Forma parte integral de los servicios de alojamiento, es decir, van de la mano en toda actividad turística, ya que el turista busca satisfacer sus necesidades con estos dos servicios.
RECREACIÓN	Constituye básicamente el juego, pues todos tienen la necesidad de diversión, y éste forma parte del comportamiento de las personas cuando se desplazan como turistas en su viaje de vacaciones.
Fuente: Introducción al Turismo, Marzo 2012.	
Elaborado por: Las autoras	

2.4.2. Producto turístico

Definición

DAHDA, Jorge (2002) describe: **“El servicio o producto turístico incluye un conjunto de atractivos o componentes combinados entre sí que motivan el desplazamiento”**

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, define: **“El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”**

De acuerdo a lo anterior se considera que un producto turístico es un conjunto de bienes y servicios que son capaces de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que visitan determinado lugar, proporcionando una variedad de servicios con calidad.

Características

GURRIA, Manuel (2007) proporciona las siguientes características de un producto turístico:

- ◆ ***Es prácticamente intangible.***
- ◆ ***No se puede “ver”· cuando se adquiere porque se produce en el momento que se consume y se consume en el momento que se produce.***
- ◆ ***No puede ser llevado ni se puede llevar en inventarios, aunque si puede ser empaquetado (paquete turístico).***
- ◆ ***No lo podemos llevar con nosotros ni recibir una muestra.***
- ◆ ***No se puede saber si es satisfactorio hasta que no se consuma.***
- ◆ ***Se produce y se consume 24 horas durante los 365 días del año.***
- ◆ ***Parte de éste producto lo ofrece la naturaleza (sol, playa, mar nieve, fauna, entre otros.)***

2.4.3. Demanda turística

Según RODRÍGUEZ, Manuel Luis en la página web <http://aulasvirtuales.wordpress.com> define: ***“Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.”***

De acuerdo a lo anterior se puede manifestar que la demanda turística se la puede aplicar en una diversidad de mercados sean estos grandes o pequeños, los cuales estén acordes a las necesidades de cada cliente, pues satisfacerlas es el mayor reto de una empresa turística. Asimismo se puede observar que esta se apega a los diferentes campos geográficos, debido a la gran variedad de paisajes que poseen determinados sectores, cabe recalcar que en el Ecuador va creciendo poco a poco esta actividad al igual que en otros países que tienen mayor experiencia en éste campo.

Sin embargo se cree que el Ecuador tiene una gran potencialidad en el turismo, pues cuenta con paisajes naturales que constituyen una fortaleza para atraer a turistas nacionales y extranjeros es así que se toma en cuenta las diferentes reservas ecológicas como Cayambe- Coca, el bosque de los Arrayanes, Mindo y las diferentes lagunas como San Pablo, Mojanda, Yahuarcocha, entre otros, lugares que son reconocidos a nivel nacional,

Para poder enfrentar éste reto es también necesario continuar fomentando el ecoturismo actividad que le permite continuar creciendo a éste país en las actividades turísticas.

Por eso para poder comercializar al ecoturismo JIMÉNEZ, Luis Hernando (2009) manifiesta que se debe tener en cuenta cuatro grupos de personas de manera prioritaria, que han sido denominados como demandantes del ecoturismo:

- ◆ *Viajeros de naturaleza, personas que sin ser eco turistas se sienten atraídas por la historia de un área o región como son los ecologistas, caminantes ecológicos y otros entre quienes se puede encontrar una parte considerable de clientes para el ecoturismo.*
- ◆ *Viajeros especializados, que comprenden aquellas personas con nivel de cultura alto y con conocimientos específicos sobre ecoturismo como son los viajeros de corazón y los dedicados.*
- ◆ *Viajeros no vacacionistas, son aquellas personas que van a congresos, seminarios y negocios.*
- ◆ *Pensionados y adultos mayores, los cuales por su aumento considerable en los diferentes países (con particularidad en industrializado) se han venido convirtiendo en una de las mejores clientelas del ecoturismo.*

2.4.4. Oferta turística

Según RODRÍGUEZ, Manuel Luis en la página web <http://aulasvirtuales.wordpress.com> define: ***“Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.”***

En base a lo anterior se puede decir que la oferta turística en gran parte depende de los servicios que son ofertados, pues los servicios que se prestan a los turistas nacionales y extranjeros, es de vital importancia que sean adecuados y acordes a sus necesidades. Por tanto, en el Ecuador existe una variedad de sectores, los cuales permiten generar diversidad de servicios, esto se lo puede hacer con un eficiente manejo de los recursos naturales que posee éste país.

Sin embargo, para poder ofertar de mejor manera estos servicios es necesario que la sociedad pueda acceder a una educación digna, pues a

través de la educación se puede generar servicios de alta calidad y a su vez permite que los sectores que realizan éste tipo de actividades turísticas mejoren su calidad de vida por medio de la mejora de su economía.

JIMÉNEZ, Luis Hernando (2009) manifiesta que se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ◆ ***Atractivo Turístico.***
- ◆ ***Patrimonio Turístico.***
- ◆ ***Producto Turístico.***
- ◆ ***Los Recursos Turísticos.***
- ◆ ***La Planta Turística.***
- ◆ ***El Equipamiento Turístico.***
- ◆ ***La Infraestructura Turística.***
- ◆ ***Los Servicios Complementarios.***

2.4.5. Comercialización

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes o servicios entre productores y usuarios y una estrategia de comercialización adecuada debe emprender los siguientes aspectos de mercado:

- ◆ Fijación de precios
- ◆ Medidas de promoción
- ◆ Organización de ventas
- ◆ Canales de distribución
- ◆ comisiones y descuentos
- ◆ Costo de distribución.

2.5. Estudio Técnico

2.5.1. Tamaño del proyecto

ROJAS, Fernando en la página web <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto> indica:

“El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.”

Por lo anterior se puede manifestar, que el tamaño dentro de un proyecto se lo debe tomar en cuenta de acuerdo a la capacidad de éste, puesto que, en muchas ocasiones puede producir fallas, ya que no se ha tomado en cuenta detalles que son importantes a la hora de ejecutarlo y de esa forma evitar no presentar complicaciones en su momento.

2.5.2. Localización del proyecto

MEZA, Jhonny (2010) dice: **“Tiene como propósito lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte en la rapidez del servicio”**

Se considera que la localización permite definir de manera precisa tanto la macro como la micro localización en un determinado lugar, tomando en cuenta sus beneficios y de esta manera reducir los gastos de inversión que se generará durante su ejecución.

2.5.3. Ingeniería del proyecto

NÚÑEZ, Rafael (2007) dice: **“La ingeniería del proyecto tiene por objeto solucionar todos los aspectos relacionados con la instalación y puesta en operación de la planta para elaborar el producto o del establecimiento para ofrecer el servicio.”**

Manifiesta que para realizar el estudio de ingeniería del proyecto se hace necesario tomar en consideración lo siguiente:

- ◆ Características del producto.

- ◆ Programa de producción.
- ◆ Descripción del proceso de producción
- ◆ Requerimiento de producción y mano de obra
- ◆ Cronograma de construcción y de mano de obra.

2.6. Estudio financiero

2.6.1. Ingresos

BRAVO, Mercedes (2011) dice: la definición de ingresos incluye tanto a los ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias.

- a) **Los ingresos de actividades ordinarias:** surgen en el curso de las actividades ordinarias de una entidad y adoptan una gran variedad nombres, tales como: ventas, comisiones, intereses, dividendos, regalías y alquileres.
- b) **Ganancias:** Son otras partidas que satisfacen la definición de ingresos pero que no son ingresos de actividades ordinarias. Cuando las ganancias se reconocen en el estado del resultado integral, es usual presentarlas por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones económicas (Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades).

2.6.2. Costos

CHILQUINGA, Manuel (2007) manifiesta: **“Es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.”**

2.6.3. Gastos

CHILQUINGA, Manuel (2007) clasifica a los gastos de la siguiente manera:

- ◆ **Gastos administrativos:** “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de las empresas.”
- ◆ **Gastos de ventas:** “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.”
- ◆ **Gastos financieros:** “Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.”

Los gastos en toda empresa u organización son de vital importancia porque permiten cubrir las obligaciones que se contrae en los diferentes ámbitos, además, forman como parte fundamental para poder determinar una óptima rentabilidad.

2.6.4. Depreciaciones

El Servicio Nacional de Aprendizaje en la página web <http://html.rincondelvago.com/> manifiesta:

“La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.”

Formula:

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \frac{\text{valor de adquisición} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

Valor de adquisición: El valor de adquisición de un bien de uso representa el sacrificio económico para adquirir el bien y ponerlo en condiciones de ser utilizado en la actividad.

Valor residual= Es la estimación del valor que el bien tendrá para la empresa una vez finalizada su utilización.

Vida útil= Es la duración que se le asigna a un bien como elemento de provecho para la empresa.

2.6.5. Elementos de evaluación del proyecto

Valor actual neto (VAN)

MEZA, Jhonny (2010) dice: **“Es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos”**

Tasa Interna de Retorno (TIR)

MEZA, Jhonny (2010) dice: **“Es la tasa de interés que rinden los dineros que aún permanecen invertidos en un proyecto y no sobre la inversión inicial.”**

Para el cálculo se puede utilizar solamente los datos correspondientes al proyecto, pues esta representa el costo de oportunidad del capital, que en los próximos años puede obtener, cuya rentabilidad permite a la organización realizar nuevas inversiones.

Flujo de caja

Según MABELA, Daniel y POLAR, Ernesto en la página web <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdataseñalan>: **“Es un instrumento contable que muestra el dinero que genera la empresa, tanto a través de sus actividades ordinarias como extraordinarias.” Apoza (2003)**

Costo Beneficio

Wikipedia la Enciclopedia en la página web <http://es.wikipedia.org/> indica:

“Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios

derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Éste método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.”

Período de Recuperación

ORTEGA, Alfonso (2006) en resumen dice:

“Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada. En éste método no se considera los flujos efectivos después del período de recuperación tampoco el concepto del valor del dinero en el tiempo.”

Se puede considerar que el estudio financiero en el desarrollo de los proyectos es necesario, pues a través de éste se puede analizar minuciosamente la factibilidad del proyecto, ya que los diferentes rubros como son los ingresos, los gastos, costos, depreciaciones y los diferentes métodos de evaluación, permiten identificar de mejor manera si la inversión que se la va a llevar a cabo brindará beneficios para una determinada organización o para la sociedad en general. Además, permite la determinación del riesgo del valor del dinero en el tiempo para una correcta toma de decisiones y de esta manera conocer la magnitud de rendimiento del capital invertido.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

Éste capítulo se orientó a realizar un análisis de la oferta, demanda y precios referente a los servicios ecoturísticos en el mercado, permitiendo determinar los posibles servicios y precios referencia.

La comunidad Santa Mónica a pesar de poseer una variedad de recursos naturales y tradiciones y pese a la visita de algunos turistas, ésta no es muy conocida en el Ecuador, debido a que no dispone de lugares de estancia para los visitantes.

El presente estudio de mercado permitió determinar la factibilidad de poner en marcha la creación del complejo ecoturístico comunitario, tomando en cuenta la competencia existente y satisfaciendo las necesidades del cliente.

3.2. Objetivos del Estudio de mercado

3.2.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de mercado que permita conocer la situación actual de la comunidad frente a la oferta y demanda de los servicios turísticos.

3.2.2. Objetivos específicos.

- ◆ Investigar la demanda de servicios turísticos del mercado.
- ◆ Determinar la oferta de los servicios turísticos del mercado.
- ◆ Estudiar los mecanismos y procesos de difusión de los servicios turísticos que utiliza la oferta actual.

3.3. Matriz Relación de Mercado

Objetivo	VARIABLES DE MERCADO	Indicadores de las variables	Fuentes de información	Técnica	Población objeto de estudio
Investigar la demanda de servicios turísticos del mercado	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Lugares turísticos visitados con mayor frecuencia ◆ Temporada con mayor afluencia de turistas ◆ Ingreso económico mensual de los turistas ◆ Servicios demandados ◆ Índice de la demanda en la provincia de Pichincha. 	Primaria Primaria Primaria Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Documenta	Población de las cabeceras cantonales de Pichincha (Tabacundo, Cayambe, Machachi, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Los Bancos y Sangolqui) Boletines del Ministerio de Turismo
Determinar la oferta de los servicios turísticos del mercado.	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Servicios que ofertan ◆ Características del servicio ◆ Capacidad instalada ◆ Flujos de turistas que atiende normalmente 	Primaria Primaria Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Documental	Arq. Fritz Reitangller. Lic. Sandra Mora Representantes de los centros turísticos del Gobierno Provincial de Pichincha
Estudiar los mecanismos y procesos de difusión de los servicios turísticos que utiliza la oferta actual.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Forma de llegar a los turistas ◆ Competencia ◆ Canal de Distribución ◆ Precio ◆ Servicio al cliente 	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Arq. Fritz Reitangller. Lic. Sandra Mora y a encargados de las hosterías INTI RAYMI, Rancho Manabita y San Luis
Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012. Elaborado por: Las Autoras					

3.4. Servicios principales

Mediante la investigación realizada, se determinó las necesidades que tienen los turistas, por lo cual el complejo ecoturístico comunitario que estará ubicado en la comunidad Santa Mónica, ofrecerá servicios que han sido escogidos tomando en cuenta la relajación del cliente, el contacto que tendrá con la naturaleza y la convivencia familiar.

A continuación se detallan:

- ◆ **Servicios de hospedaje:** Para brindar éste servicio se tomó en cuenta principalmente el confort del cliente creando así cabañas adecuadas al lugar y que éstas satisfagan las necesidades de los mismos, las cuales contendrán generalmente, baño privado, dormitorio y mini sala con chimenea.

Gráfico No 8 Servicio de hospedaje



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012

Elaborado por: Las Autoras

- ◆ **Servicios de alimentación:** Éste tipo de servicio es primordial en toda actividad económica y para brindar una buena atención al cliente es importante que exista un Bar-Restaurante en donde se elaborarán tanto platos típicos de la zona como bebidas tales como:

Gráfico No 9 Servicio de alimentación Cuy



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012

Elaborado por: Las Autoras

- Choclos, habas, queso y parrillada
- Papas enteras, lechuga, cuy asado y salsa de maní o de pepa de zambo.
- Colada de uchujaku (compuesta por harina de siete granos: maíz, haba, cebada, trigo, arveja, lenteja y garbanzo) con cuy asado
- Chicha de jora
- Truchas con papas

Gráfico No 10 Servicio de alimentación trucha



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012
Elaborado por: Las Autoras

- ◆ **Eventos culturales en días feriados y fechas especiales:** Danzas folclóricas, artistas locales, narraciones de leyendas de la zona entre otros.

Gráfico No 11 Eventos culturales



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012
Elaborado por: Las Autoras

- ◆ **Recorrido turístico por la zona:** Para que sea más dinámico el recorrido por toda la comunidad, en donde se apreciará la actividad agrícola, las artesanías que los habitantes de la zona producen,

mediante la realización de cabalgatas mismas que serán en caballo o caballo incluido carreta según el gusto de cada cliente.

Gráfico No 12 Recorrido turístico por la zona



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012
Elaborado por: Las Autoras

- ◆ **Área infantil:** Es importante tomar en cuenta que éste tipo de servicios en un sitio turístico es fundamental, pues los niños podrán jugar en el jardín, al aire libre, con Torres de madera, Toboganes, sube y baja y sus Columpios, en un entorno familiar donde pueden estimular sus habilidades.

Gráfico No 13 Área Infantil



Fuente: Investigación en la web, Julio 2012
Elaborado por: Las Autoras

- ◆ **Área deportiva:** Es fundamental que exista éste servicio, ya que así los clientes podrán distraerse, relajarse, divertirse mediante juegos deportivos, por lo cual ésta área contará con una cancha deportiva de uso múltiple.

Es así, que éste proyecto se dedicará a satisfacer las necesidades que día a día se van originando en los clientes, a través de la prestación de los servicios turísticos que éste complejo ecoturístico brindará a los niños, jóvenes y adultos.

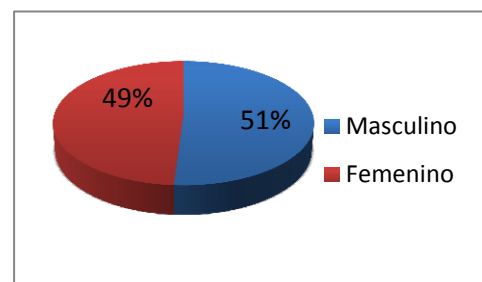
3.5. Tabulación y análisis de la información

3.5.1. Encuestas dirigida a turistas de la Provincia de Pichincha.

Tabla 2 División de género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	196	51,0
Femenino	188	49,0
Total	384	100,0
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 14 División de género



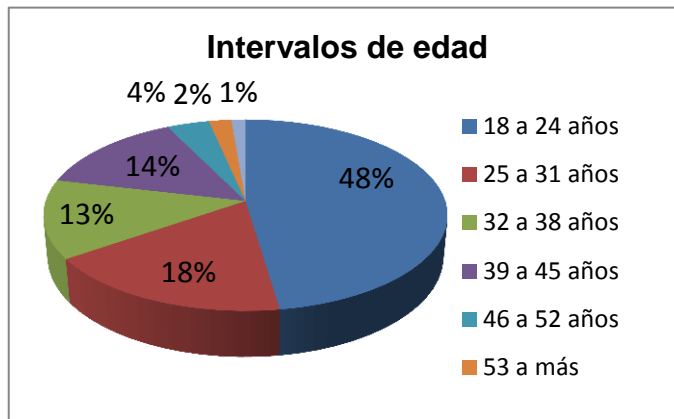
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 3 Intervalos de edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 24 años	183	47,7
25 a 31 años	68	17,7
32 a 38 años	51	13,3
39 a 45 años	54	14,1
46 a 52 años	15	3,9
53 a más	8	2,1
No se pronuncia	5	1,3
Total	384	100,0
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 15 Intervalos de edad



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las autoras

Análisis

En la investigación realizada, participaron equitativamente tanto hombres como mujeres, por lo cual la diferencia es mínima siendo el género masculino mayor al género femenino, tomando en cuenta que el intervalo más alto de participación está entre los 18 y 24 años de edad y en un menor porcentaje las personas de más de 53 años de edad, expresando así sus diferentes opiniones, lo cual permite obtener información más veraz, que sirve como guía para determinar la factibilidad de la creación del complejo ecoturístico comunitario en la comunidad Santa Mónica.

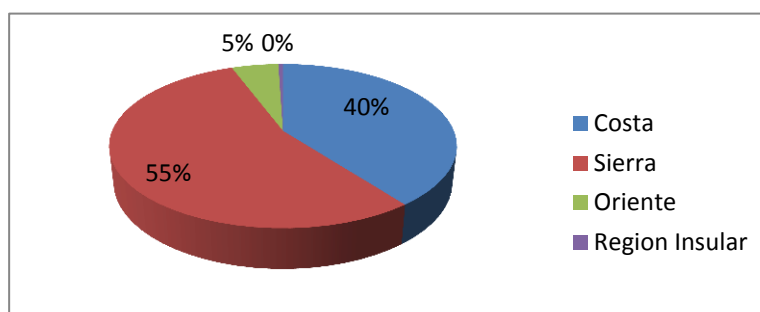
1. ¿Cuál de las siguientes regiones visita con mayor frecuencia?

Tabla 4 Regiones más visitadas

Regiones	Frecuencia	Porcentaje
Costa	152	39,6
Sierra	210	54,7
Oriente	20	5,2
Región Insular	2	0,5
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 16 Regiones más visitadas



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada, los resultados indican que la mayoría de personas acuden a visitar la región Sierra, ya que posee lugares atractivos, que están enriquecidos de paisajes llamativos, lo cual permite que los turistas y habitantes del Ecuador conozcan mayormente toda la región y se puede decir que el sector menos visitado es la región amazónica, ya que varias personas afirmaron que a los lugares que desean dirigirse aún no cuentan con una viabilidad adecuada, en cambio para la región insular no hubo acogida debido a los costos elevados de los pasajes, por lo que los resultados revelan que existe gran aceptación para visitar los distintos lugares que ofrecen biodiversidad en la región sierra.

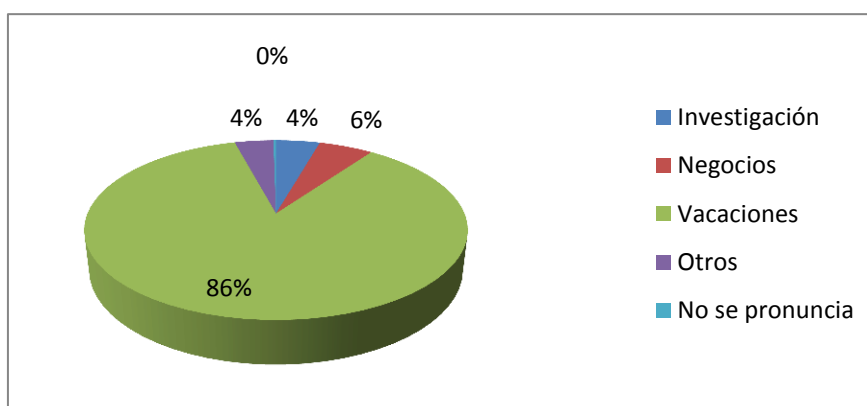
2. ¿Con qué objetivo visita usted los lugares turísticos?

Tabla 5 Objetivo de visita lugares turísticos

Objetivo de visita	Frecuencia	Porcentaje
Investigación	17	4,4
Negocios	21	5,5
Vacaciones	330	85,9
Otros	15	3,9
No se pronuncia	1	0,3
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 17 Objetivo de visita lugares turísticos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

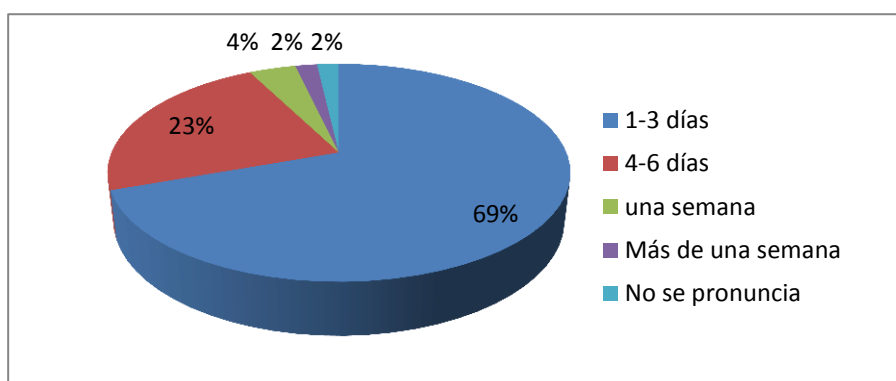
Según la investigación desarrollada, se demuestra que la mayor parte de la población investigada acude a centros, lugares o complejos turísticos por motivo de vacaciones, ya que de esa manera pueden liberarse de tantas tensiones que son originadas por el trabajo o por el estudio si fuese el caso y por otras circunstancias únicamente es el 4%. Por tanto se puede afirmar que las personas visitan éste tipo de lugares por motivo de recrearse, distraerse y experimentar un nuevo ambiente.

3. ¿Cuántos días promedio hace de estancia en los lugares turísticos que usted visita?

Tabla 6 Días de estancia en los lugares turísticos

Días promedio	Frecuencia	Porcentaje
1-3 días	267	69,5
4-6 días	88	22,9
una semana	15	3,9
Más de una semana	7	1,8
No se pronuncia	7	1,8
Total	384	100,0
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 18 Días de estancia en los lugares turísticos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La mayor parte de la población investigada afirman permanecer de 1 a 3 días en los lugares turísticos a los cuales visitan, pues los servicios que en aquellos lugares prestan, son muy buenos así como también la calidad en cuanto a la atención hace desear volver a dicho lugar y en un mínimo porcentaje viajan a sitios turísticos en donde su estancia es más de una semana, pues indican, que además de encontrar algo atractivo deben prolongar su estancia por otros motivos como pueden ser de negocios o investigación.

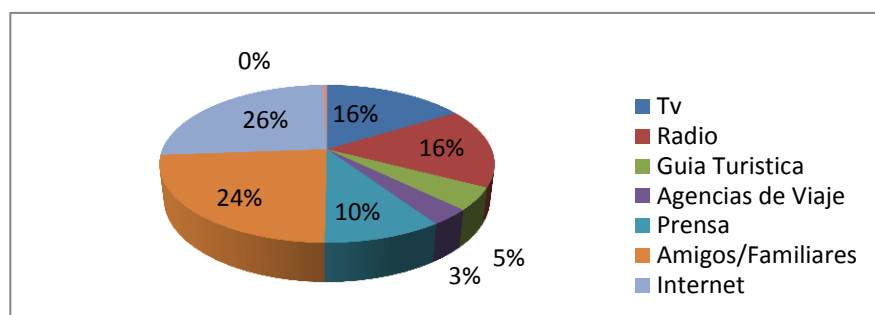
4. ¿Qué medios de comunicación utiliza para obtener información de los diferentes destinos turísticos?

Tabla 7 Instrumentos que utilizan para conocer los sitios turísticos

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Tv	142	16%
Radio	142	16%
Guía Turística	40	5%
Agencias de Viaje	29	3%
Prensa	84	10%
Amigos/Familiares	206	24%
Internet	223	26%
Otros	5	1%
Total	871	1,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 19 Instrumentos que utilizan para conocer los sitios turísticos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Los resultados revelan que la mayoría de personas a la hora de elegir un lugar o centro turístico para recrearse se orientan a través del internet, pues éste medio permite encontrar información de forma más rápida y veraz, además proporciona gran cantidad de sitios turísticos de todo el país. No obstante, solo el 3% de la población, se informan por medio de agencias de viaje, debido a que pocos son quienes realizan estos viajes para la distracción familiar.

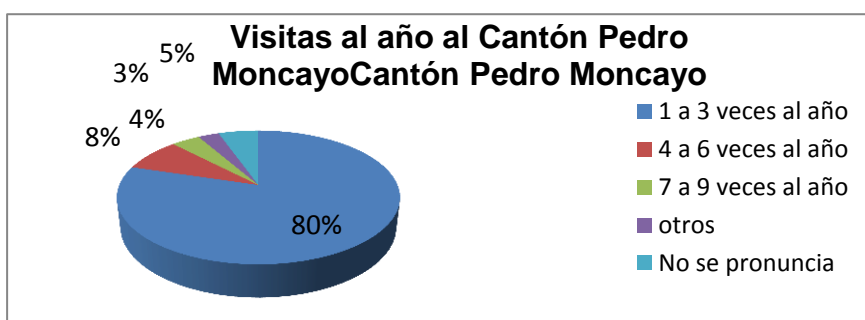
5. ¿Con qué frecuencia visita el Cantón Pedro Moncayo?

Tabla 8 Visitas al año al Cantón Pedro Moncayo

N° de veces al año	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 veces al año	306	79,7
4 a 6 veces al año	31	8,1
7 a 9 veces al año	15	3,9
Otros	11	2,9
No se pronuncia	21	5,5
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las autoras

Gráfico No 20 Visitas al año al Cantón Pedro Moncayo



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las autoras

Análisis:

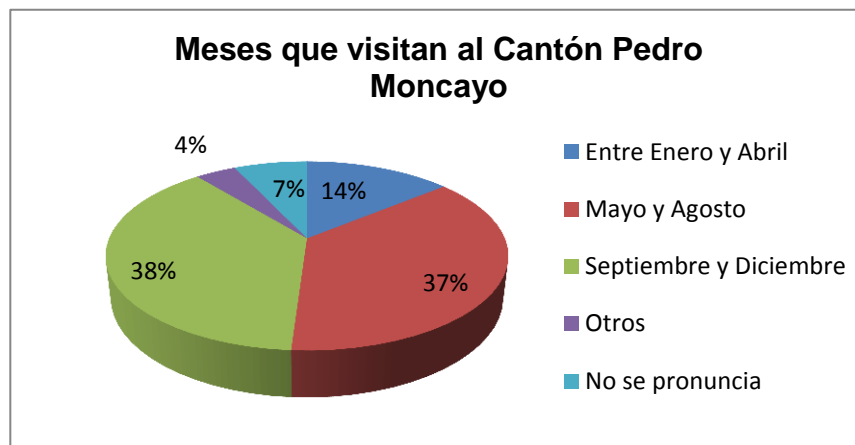
Debido a que el Cantón Pedro Moncayo posee gran variedad de atractivos turísticos, en la investigación, se puede indicar que la mayoría de las personas lo visitan de 1 a 3 veces al año, pues ellas afirmaron no disponer de tiempo suficiente para acudir varias veces al año, sin embargo, apenas el 3% de las personas encuestadas revelaron que visitan éste cantón con mayor frecuencia, ya sea por negocios o por visitar a sus familiares. Por lo cual, se puede mencionar que el Cantón si tiene aceptación en cuanto al turismo, ya que cuenta con sitios turísticos como las Lagunas de Mojanda, el Bosque Seco Andino Jerusalén, Parque Arqueológico Cochasquí y otros.

6. ¿En qué meses generalmente usted visita el Cantón Pedro Moncayo?

Tabla 9 Meses que visitan al Cantón Pedro Moncayo

Mese de visita	Frecuencia	Porcentaje
Entre Enero y Abril	54	14,1
Mayo y Agosto	142	37,0
Septiembre y Diciembre	146	38,0
Otros	15	3,9
No se pronuncia	27	7,0
Total	384	100,0
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 21 Meses que visitan al Cantón Pedro Moncayo



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Los resultados demuestran, que entre el mes de septiembre y diciembre existe mayor afluencia de personas que visitan al cantón Pedro Moncayo, debido a que en esa temporada son las fiestas cantonales en donde pueden conocer con mayor exactitud las costumbres y tradiciones que son innatas de la gente del mismo y apenas en un mínimo porcentaje de la población investigada señalan que se trasladan al cantón en otros meses ya sea por diversos motivos que se les presente.

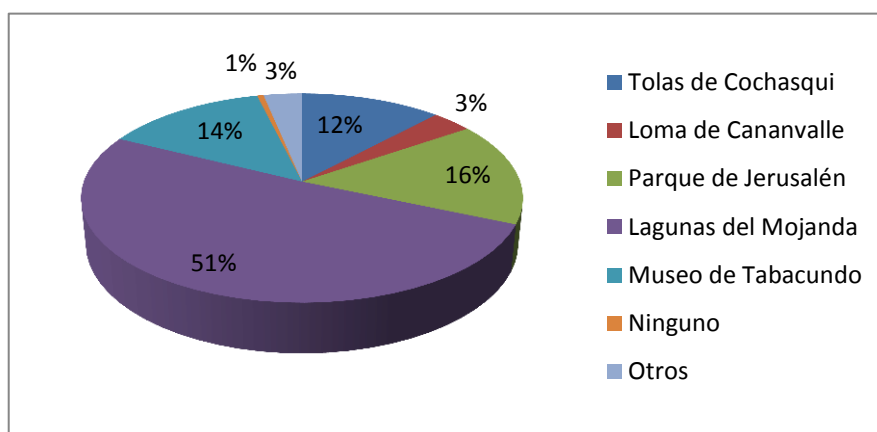
7. ¿Usted qué lugares turísticos conoce del Cantón Pedro Moncayo?

Tabla 10 Lugares turísticos conocidos

Lugares conocidos del CPM	Frecuencia	Porcentaje
Tolas de Cochasquí	66	12%
Loma de Cananvalle	19	3%
Parque de Jerusalén	88	16%
Lagunas del Mojanda	280	51%
Museo de Tabacundo	76	14%
Ninguno	3	1%
Otros	18	3%
Total	550	100%

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 22 Lugares turísticos conocidos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a la investigación que se realizó en las cabeceras cantonales de la provincia Pichincha, se pudo constatar que apenas el 3% se trasladan a la loma de Cananvalle del cantón, pues a éste lugar le hace falta ciertas cosas que le permitiría ser más atractivo, por el contrario el lugar que mayor acogida tuvo son las lagunas de Mojanda, debido a que éste centro turístico posee una gran variedad de panoramas, pues es inmerso en la naturaleza andina, es así que estos lugares contribuyen al desarrollo turístico de éste cantón.

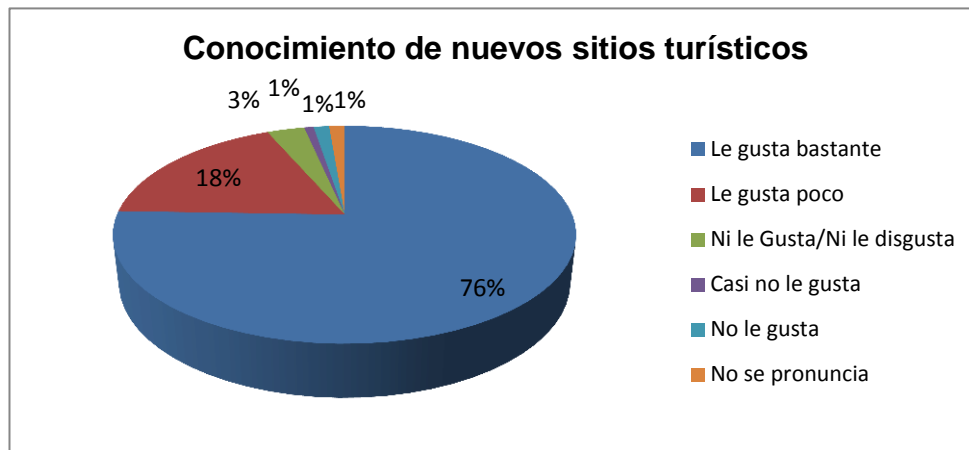
8. ¿A usted le gusta conocer nuevos sitios turísticos?

Tabla 11 Conocimiento de nuevos sitios turísticos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Le gusta bastante	290	75,5
Le gusta poco	69	18,0
Ni le Gusta/Ni le disgusta	12	3,1
Casi no le gusta	3	,8
No le gusta	5	1,3
No se pronuncia	5	1,3
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 23 Conocimiento de nuevos sitios turísticos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A través de la investigación se pudo constatar, que un 76% que constituyen la mayor parte de la población investigada, les gusta bastante conocer nuevos lugares turísticos, ya que eso les permite conocer toda la diversidad de paisajes hermosos que posee el Ecuador, pues ellos tienen un espíritu aventurero. Mientras que el 0,8% indicaron que no les gusta ir a nuevos lugares turísticos, pues se les presenta muchas situaciones que no permite realizar estos viajes, ya sea por el trabajo o estudios.

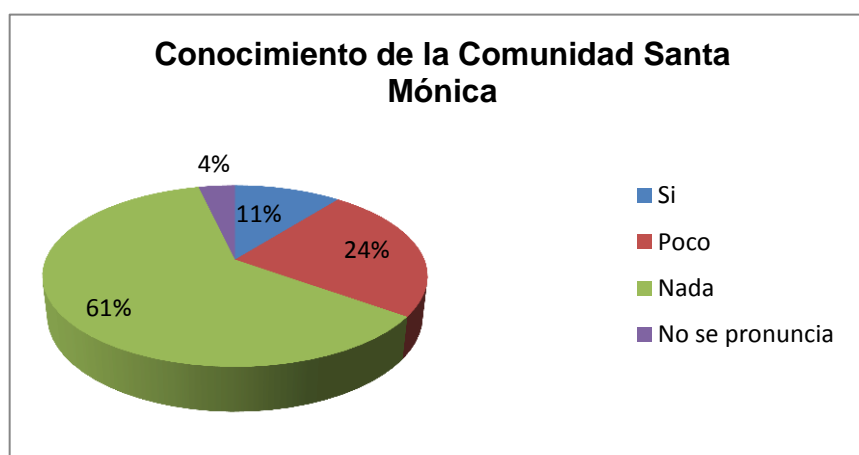
9. ¿Conoce usted la comunidad de Santa Mónica del Cantón Pedro Moncayo?

Tabla 12 Conocimiento de la Comunidad Santa Mónica

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	10,7
Poco	93	24,2
Nada	236	61,5
No se pronuncia	14	3,6
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 24 Conocimiento de la Comunidad Santa Mónica



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La investigación revela que la gran mayoría de las personas encuestadas no conocen la comunidad Santa Mónica, ya que éste sector es apartado de la ciudad, además sugirieron que deben poner más énfasis en promocionar dicho sector para que esta pueda introducirse en el mercado turístico, apenas el 11% que es la minoría de la población investigada conocen la comunidad Santa Mónica, pues a través de sus amigos y familiares han acudido a visitarla y en algunos casos solo saben su nombre.

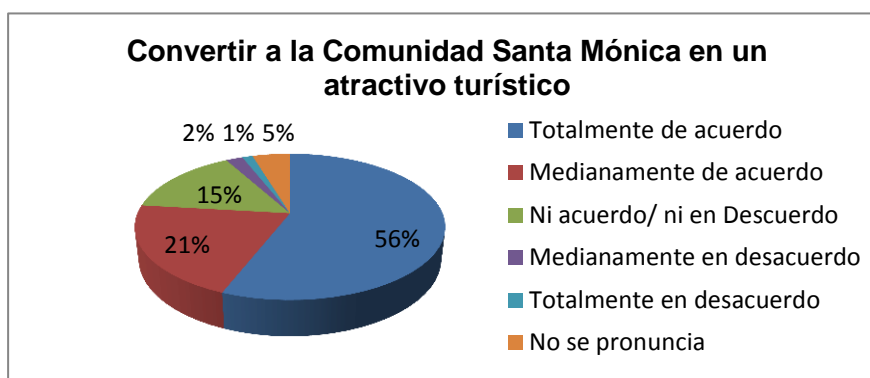
10. ¿Estaría de acuerdo que la comunidad de Santa Mónica se convierta en un nuevo centro de atracción de turística del Cantón Pedro Moncayo?

Tabla 13 Convertir a la Comunidad Santa Mónica en un atractivo turístico

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	215	56,0
Medianamente de acuerdo	80	20,8
Ni acuerdo/ ni en Desacuerdo	58	15,1
Medianamente en desacuerdo	8	2,1
Totalmente en desacuerdo	5	1,3
No se pronuncia	18	4,7
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 25 Convertir a la Comunidad Santa Mónica en un atractivo turístico



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Con respecto a esta pregunta se puede decir que la mayoría de la población investigada, afirmó estar totalmente de acuerdo de que la comunidad Santa Mónica se convierta en un lugar de atracción turística, puesto que sería una nueva alternativa de entretenimiento, recreación y éste daría a conocer las tradiciones y costumbres que posee la comunidad, y en un mínimo porcentaje, es decir, un 1,3% señalaron no estar de acuerdo con la creación del complejo pues simplemente viajan a lugares turísticos cercanos a su localidad.

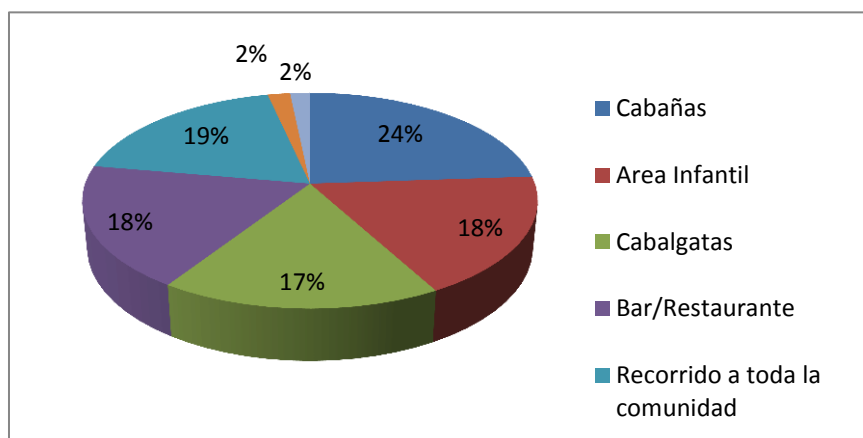
11. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que la comunidad le brinde a usted?

Tabla 14 Posibles servicios demandados

Posibles servicios	Frecuencia	Porcentaje
Cabañas	233	24%
Área Infantil	176	18%
Cabalgatas	168	17%
Bar/Restaurante	180	18%
Recorrido a toda la comunidad	183	19%
Otros	18	2%
No se pronuncia	16	2%
Total	974	100%

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 26 Posibles servicios demandados



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

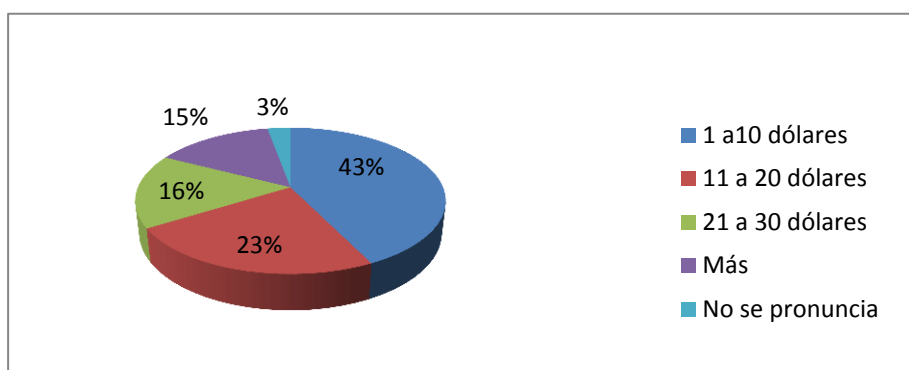
La mayoría de la población investigada opina que se debería ofrecer todos estos servicios, debido a que cada uno de estos son complementos uno del otro y a su vez todos son indispensables, además sugirieron que, se incrementen otros servicios como piscinas, canotaje, vivencias místicas, entre otros, ya que las personas buscan satisfacer sus necesidades con nuevas experiencias para su distracción.

12. ¿De sus ingresos mensuales cuánto estaría en la posibilidad de disponer para su recreación?

Tabla 15 Disponibilidad de ingresos

Disponibilidad	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10 dólares	164	42,7
11 a 20 dólares	90	23,4
21 a 30 dólares	63	16,4
Más	56	14,6
No se pronuncia	11	2,9
Total	384	100,0
Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 27 Disponibilidad de ingresos



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A través de la investigación se pudo conocer que la mayor parte de la población motivo de investigación, estaría dispuesta a gastar de 1 a 10 USD por visita a lugares turísticos en un día, ya que primero ven la calidad del servicio y lo que forma parte del mismo. Mientras que un menor porcentaje dijeron que se encontrarían en la posibilidad de utilizar sus ingresos, en más de 30 USD para su recreación y la de su familia.

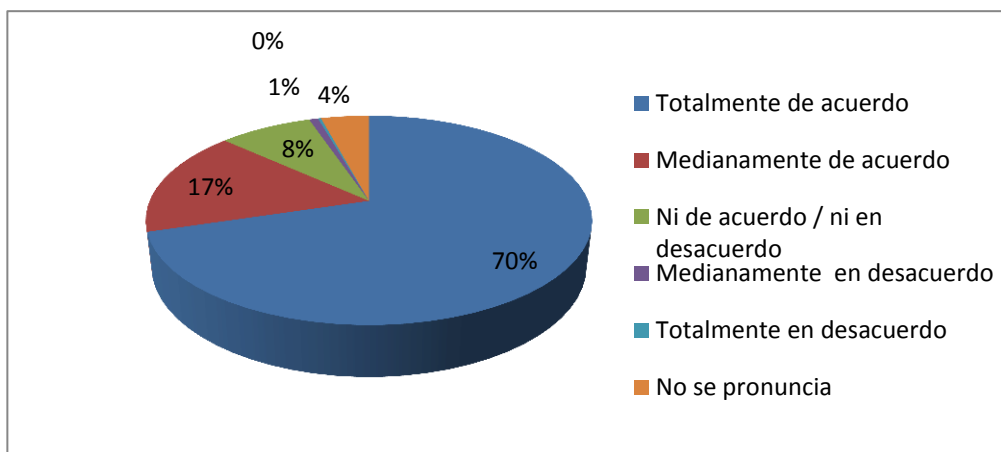
13. ¿Con la creación de éste nuevo centro de atracción turística está de acuerdo que promoverá el turismo dentro de éste cantón?

Tabla 16 Promoción del turismo en el Cantón Pedro Moncayo

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	270	70,3
Medianamente de acuerdo	63	16,4
Ni de acuerdo/ ni en desacuerdo	31	8,1
Medianamente en desacuerdo	3	,8
Totalmente en desacuerdo	1	,3
No se pronuncia	16	4,2
Total	384	100,0

Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 28 Promoción del turismo en el Cantón Pedro Moncayo



Fuente: Investigación Directa Abril y Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Por medio de la investigación, se pudo constatar que el nivel de promoción de turismo en el cantón Pedro Moncayo es alta, pues la creación de nuevos sitios turísticos hace que éste cantón atraiga tanto turistas internos como externos, por ende existe opiniones que afirman que hace falta la iniciativa de la municipalidad como tal para incentivar éste tipo de trabajo.

3.5.2. Encuestas dirigida a los encargados de los centros turísticos

1. ¿Cuántos días a la semana brinda la atención al público?

Tabla 17 Atención al público

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	5	100
Fines de semana	0	0
Total	5	100

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 29 Atención al público



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis

La atención permanente al público es indispensable en la vida de una entidad que presta servicios turísticos, pues día a día visitan estos sitios ya sean turistas nacionales o extranjero buscando satisfacer sus necesidades o a su vez buscan recrearse y salir de la misma rutina de siempre. Por tal motivo, se considera que la creación de éste nuevo complejo ecoturístico debe brindar todos los días la atención al público para así ir abarcando clientela.

2. ¿Cuál es la temporada más alta de visitantes a éste sitio?

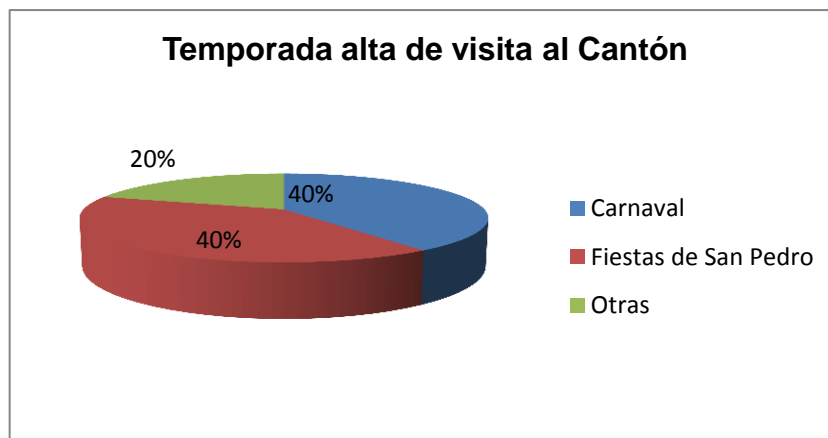
Tabla 18 Temporada alta de visita

Temporada	Frecuencia	Porcentaje
Carnaval	2	40,0
Fiestas de San Pedro	2	40,0
Otras	1	20,0
Total	5	100,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 30 Temporada alta de visita



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se puede señalar que la visita de turistas tanto internos como externos a los lugares turísticos del cantón Pedro Moncayo es en Carnaval y en las fiestas de San Pedro, pues en estas temporadas se denota mayor afluencia de turistas. Es necesario recalcar, que en las fiestas de San Pedro es en donde la población de éste cantón da a conocer la cultura y las tradiciones que son innatas y que año a año la van rescatando.

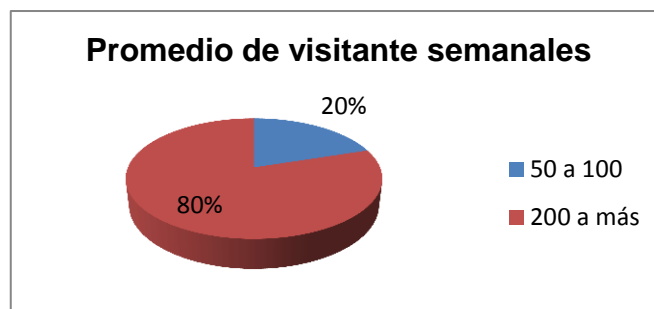
3. ¿Cuántos visitantes promedios recibe semanalmente éste lugar turístico?

Tabla 19 Promedio de visitantes semanales

Tabla N° 19		
Promedio de visitantes semanales		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
50 a 100	1	20,0
200 a más	4	80,0
Total	5	100,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 31 Promedio de visitantes semanales



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

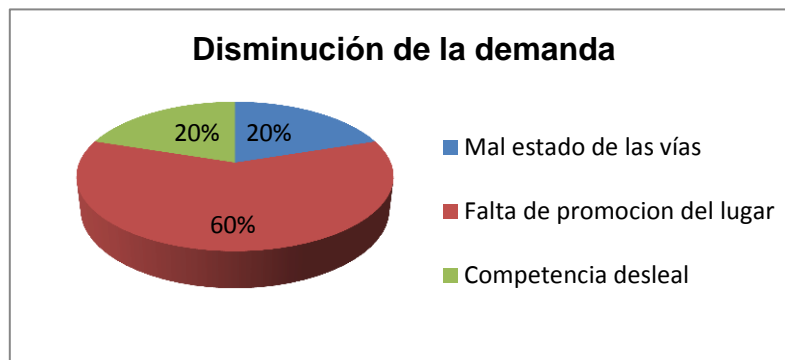
A través de la investigación se pudo verificar que el promedio de visitantes semanalmente es más de 200 visitantes, sin embargo, los criterios que emitieron los encargados o administradores de los establecimientos turísticos manifestaron que el número de visitantes esta entre los 400 y 500 turistas semanales, asimismo, indicaron que la mayoría de ellos son turistas nacionales y que en menor proporción son los turistas extranjeros. Por lo tanto, se puede observar que si existe una demanda aceptable dentro del cantón, pero por la falta de lugares que le brinden un servicio de hospedaje y de entretenimiento no permanecen mucho tiempo en éste sector, acudiendo a otros complejos y hosterías turísticas de otras provincias.

4. ¿Cuáles son los motivos por los cuales pueda existir una disminución de la demanda turística?

Tabla 20 Disminución de la demanda

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mal estado de las vías	1	20,0
Falta de promoción del lugar	3	60,0
Competencia desleal	1	20,0
Total	5	100,0
Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Gráfico No 32 Disminución de la demanda



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

La disminución de la demanda turística en la mayoría de los lugares es por la falta de promoción de los mismos, por eso es necesario que se den a conocer utilizando un medio eficaz para la publicidad, ya que de esa manera pueden tener mayor acogida de visitantes, por lo cual se ha notado que el principal problema que tienen los lugares turísticos del cantón Pedro Moncayo, es no promocionar los servicios que ofertan y por tanto es necesario que tomen en cuenta esta problemática, pues de esa manera no se hará notoria la disminución de la demanda turística en estos establecimientos.

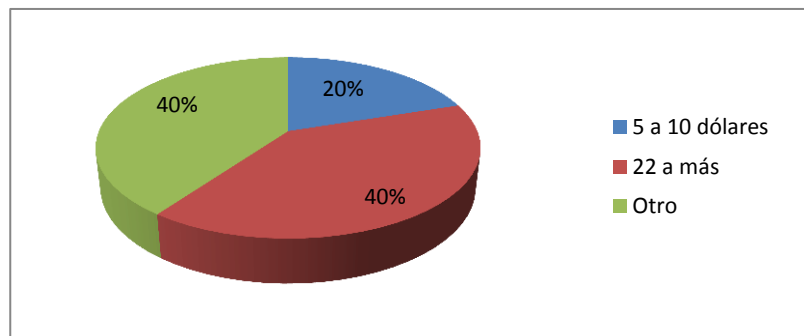
5. Para acceder a todos los servicios que ofrece éste lugar. ¿Cuál es el costo que pagan sus clientes?

Tabla 21 Costos de los servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
5 a 10 dólares	1	20,0
22 a más	2	40,0
Otro	2	40,0
Total	5	100,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 33 Costos de los servicios



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Mediante la investigación se pudo conocer que el costo para acceder a todos los servicios que ofertan los establecimientos del cantón es de 22 dólares a más. Mientras tanto, el Parque Protector Jerusalén para acceder a todos los servicios es de apenas 1 dólar americano, debido a que a su cargo está el Gobierno provincial de Pichincha y que éste brinda servicios sin fines de lucro.

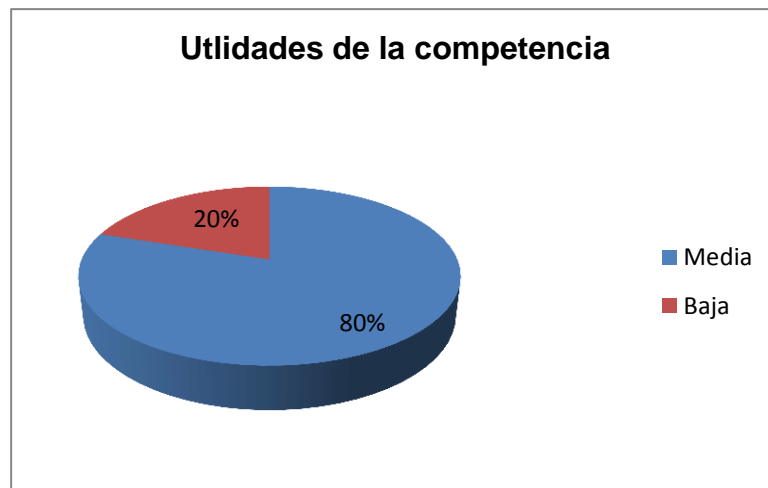
6. Según su criterio las utilidades que percibe éste establecimiento son:

Tabla 22 Utilidades de la competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Media	4	80,0
Baja	1	20,0
Total	5	100,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 34 Utilidades de la competencia



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En cuanto al estado de las utilidades que perciben la mayoría de los establecimientos turísticos del cantón afirmaron que son medias, pues tienen gastos que cubrir y depende de la afluencia de los turistas así como también de la temporada en la cual se encuentren, pues a veces no siempre existe mayor afluencia de turistas.

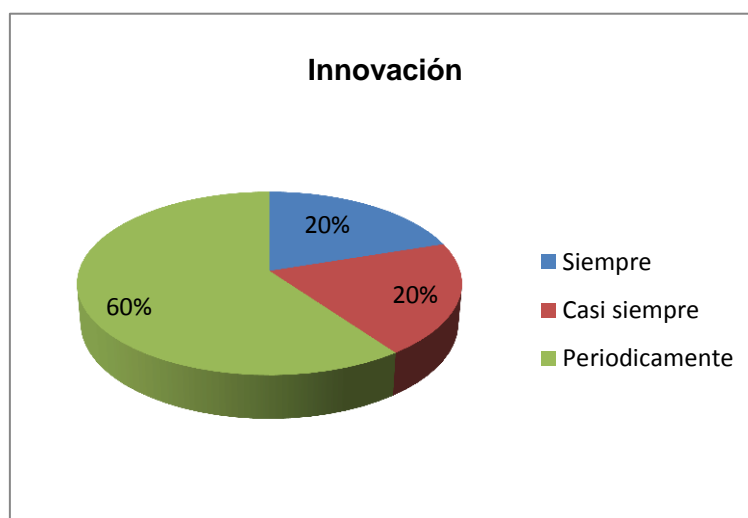
7. Éste sitio turístico está innovando

Tabla 23 Innovación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	20,0
Casi siempre	1	20,0
Periódicamente	3	60,0
Total	5	100,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 35 Innovación



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Es necesario que en un establecimiento o en una organización que tenga actividades económicas, éste innovando siempre, pero en la mayoría de los lugares que se realizó la investigación, afirmaron que periódicamente están innovando, debido que, es necesario cumplir con las expectativas de los clientes que siempre los están visitando.

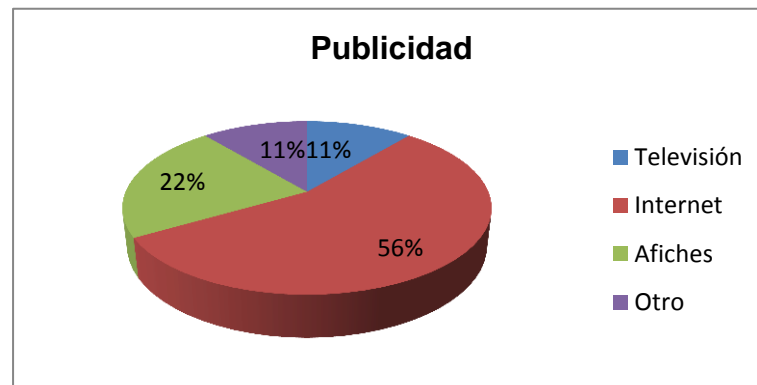
8. ¿Su establecimiento qué tipo de publicidad utiliza para promocionar sus servicios?

Tabla 24 Publicidad

Tabla N° 24		
Publicidad		
Categoría	Nº	Porcentaje
Televisión	1	,1
Internet	5	,6
Afiches	2	,2
Otro	1	,1
Total	9	1,0

Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No 36 Publicidad



Fuente: Investigación Directa, Mayo 2012

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En cuanto al medio de publicidad que utilizan para dar a conocer los servicios turísticos, manifestaron la mayor parte de establecimientos que utilizan el internet, pues es una herramienta importante, ya que en la actualidad es una herramienta primordial, la cual está posicionándose de una forma exorbitante, pues la mayor parte de las personas se informan por éste medio por lo que la radio y la televisión están disminuyendo la acogida de sus televidentes y radio escuchas. Po lo tanto, se considera que para que un lugar tenga mayor acogida es importante que al menos tenga una página web informando todo lo que la organización oferta para así abarcar más mercado.

3.6. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda tiene gran importancia, ya que mediante ésta se puede definir la cantidad y calidad de bienes y servicios que existen en el mercado con sus diferentes precios y que pueden ser adquiridos por el usuario, permitiendo delimitar la demanda potencial a satisfacer y que ésta podría acceder a los servicios.

3.6.1. Demanda turística actual

Los datos obtenidos que sirvieron para establecer la demanda turística actual del Cantón Pedro Moncayo, se los obtuvo en el Gobierno Provincial de Pichincha, tomando como base el número de visitantes a los sitios más reconocidos del cantón como son: El Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalén y el Parque Arqueológico Cochasquí, llegando así a obtener un promedio de los mismos, ya que la Ing. Stephanía Suárez afirmó que en el Municipio de Pedro Moncayo no manejan los datos históricos de la demanda turística de éste cantón. Cabe señalar que para el año 2012 se hizo una proyección, debido a que la información requerida para éste año aún no se encontraba procesada.

A continuación se presenta las respectivas tablas de los lugares turísticos más representativos del cantón Pedro Moncayo:

Tabla 25 Turismo en los sitios más destacados del Cantón Pedro Moncayo

Año	Parque Jerusalén	Tolas De Cochasquí
2007	50.425	17.286
2008	64.740	16.344
2009	74.382	18.478
2010	78.492	15.334
2011	80.564	20.004
2012	86.357	21.442
Fuente: Gobierno Provincial de Pichincha, Mayo 2012		
Elaborado por: Las Autoras		

Tabla 26 Turismo receptivo del Cantón Pedro Moncayo

Año	Ingreso de turistas al Cantón Pedro Moncayo
2007	33.856
2008	40.542
2009	46.430
2010	46.913
2011	50.284
2012	53.899
Elaborado por: Las autoras	

3.6.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda tiene vital importancia dentro del proyecto, pues permite aproximarse a la demanda futura que podría darse en años posteriores, para ello se utilizó el método de regresión lineal el cual ayuda a ajustar la información histórica al comportamiento de la ecuación de la recta cuya fórmula es: $Y = a + bx$ en donde se debe determinar los valores de a y b igualando las ecuaciones de los mínimos cuadrados.

Para estos cálculos se partió de los datos históricos de la variable escogida.

A continuación se presenta los datos de ajuste que sirve de base para la proyección de la demanda.

Tabla 27 Aplicación del Método de Regresión Lineal

Año	X	Y	X ²	XY
2007	1	33.856	1	33.856
2008	2	40.542	4	81.084
2009	3	46.430	9	139.290
2010	4	46.913	16	187.652
2011	5	50.284	25	251.420
2012	6	53.899	36	323.397
	$\sum X = 21$	$\sum Y = 271.924$	$\sum X^2 = 91$	$\sum XY = 1.016.698$
Elaborado por: Las Autoras, Mayo 2012.				

Con la obtención de los datos anteriores se procede a sustituir en las siguientes ecuaciones de los mínimos cuadrados.

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

A través de la sustitución de los valores se tiene:

$$b = \frac{6(1.016.698) - (21)(271924)}{6(91) - (21)^2}$$

$$b=3712,23$$

$$a = \frac{(91)((271924) - (21)((1.016.698)))}{6(91) - (21)^2}$$

$$a=32327,87$$

Tabla 28 Proyección de la demanda de turistas por año

Períodos	Proyección de la demanda
2013	58.313
2014	62.026
2015	65.738
2016	69.450
2017	73.162
Total	328.690
Elaborado por: Las Autoras	

3.7. Análisis de Oferta

Por medio del análisis de la oferta se determinó la cantidad de bienes y servicios existentes en el mercado, señalando que la oferta en el Cantón Pedro Moncayo es mínima, pues existen pocos establecimientos que ofrezcan al turista estos servicios. Sin embargo, el crecimiento de éste tipo de sitios turísticos hace que el mercado se vuelva más diversificado,

obligando a que los oferentes estén en la capacidad de innovar constantemente, de esa manera atraer a más clientes.

3.7.1. Oferta actual

En la oferta actual se puede determinar la cantidad de oferentes, en donde se estima al número de clientes que accederán a los bienes o servicios que proporciona el mercado. Es así, que en el Cantón Pedro Moncayo a través de la investigación realizada se constató que existen 3 hosterías que ofertan servicio de hospedaje, alimentación y recreación, mientras que si buscan los turistas lugares rodeados de un ecosistema se puede acudir tanto al Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalén como al Parque Arqueológico Cochasquí.

Por lo tanto, para estimar la oferta turística del cantón Pedro Moncayo se tomó como referencia la encuesta que se realizó a los encargados de las hosterías y centros turísticos, específicamente de la pregunta N° 03, pues se asume que atienden a un promedio semanal de 440 clientes tanto locales como turistas internos y externos, es decir, que entre los 5 sitios turísticos de la demanda existente, captan en promedio anual 2.200 turistas internos y externos.

3.7.2. Proyección de la demanda potencial a captar por parte de la competencia

Se ha considerado para la proyección de la oferta, la demanda potencial a captar por parte de la competencia, ya que es fundamental hacerlo, pues permite tener conocimiento del comportamiento de la oferta futura, la cual podría darse en años posteriores. Para la respectiva proyección de la demanda potencial a captarse por la competencia, se estima para un año, la cual es del año 2012, en donde los turistas que ingresan al cantón Pedro Moncayo son 2.200, los cuales están conformados entre turistas internos y externos, de esta manera se multiplicó por las 52 semanas que tiene el año, dando como resultado 114.400 clientes, a su vez se tomó

como base el coeficiente del 2% de crecimiento de la población turística de la región sierra.

La proyección de la demanda potencial a captar por la competencia, se indica en la siguiente tabla:

Tabla 29 Proyección de la demanda potencial a captar por la competencia

Año	Proyección
2012	22.880
2013	23.338
2014	23.804
2015	24.280
2016	24.766
2017	25.261
Elaborado por: Las Autoras	

3.7.3. Servicios ofertados por centros turísticos

Los productos y servicios que se pueden encontrar en el mercado son diversos, pues, cada establecimiento ofrece servicios diferentes o con un valor agregado, es así, que en la mayoría de los lugares donde se ha visitado se observó que prestan el servicio de hospedaje, alimentación y recreación, siendo estos los más demandados por los turistas.

Gráfico No 37 Estudio de la Competencia

Nombre Del Competidor	Ubicación	Principal Ventaja	Desventajas
Hostería Inti Raymi	Panamericana norte Tabacundo	Ubicación Estratégica	Falta de publicidad
Hostería San Luis	Parroquia Tupigachi	Esté inmerso en la naturaleza.	Falta de publicidad, sus costos son elevados.
Hostería Rancho Manabita	Cerca de la "Y" de Tabacundo	Varios Ambientes en el mismo lugar	falta de publicidad, sus costos son elevados
El Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalén	A 28 km al norte de la ciudad de Quito, Parroquia Malchingui	Gran extensión de espacios verdes y diversidad de flora y fauna	falta de publicidad
Elaborado por: Las Autoras			

3.8. Estimación de la demanda potencial a satisfacer

La estimación de la demanda potencial a satisfacer es de gran importancia, pues permite determinar la existencia de un mercado al cual no se ha logrado satisfacer con los productos y/o servicios que se oferta en el mercado. Para determinar éste tipo de demanda se utilizó la siguiente fórmula:

Demanda potencial a satisfacer = Demanda – Demanda potencial a captar por la competencia

Tabla 30 Determinación de la demanda potencial a satisfacer

Períodos	Demanda	Demanda potencial a captar por la competencia	Demanda Potencial a Satisfacer
2013	58.313	23.338	34.976
2014	62.026	23.804	38.221
2015	65.738	24.280	41.458
2016	69.450	24.766	44.684
2017	73.162	25.261	47.901

Elaborado por: Las Autoras

Se ha logrado determinar que existe una demanda potencial a satisfacer en los próximos cinco años, para lo cual es necesario realizar una evaluación ex – ante del proyecto, asimismo se puede establecer las estrategias adecuadas para lograr satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los clientes.

Sin embargo, el porcentaje de demanda potencial a satisfacer con la ejecución de éste proyecto será de un 15%, debido a que se debe tomar en cuenta que al no existir participación en este tipo de mercado, influyen un sin número de aspectos que no permiten acceder a un mayor porcentaje de la demanda existente en el mercado.

A continuación se presenta la siguiente tabla que refleja la demanda potencial a satisfacer el Complejo Ecoturístico Comunitario “Santa Mónica”.

Tabla 31 Demanda Potencial a Satisfacer

Períodos	Demanda Potencial a Satisfacer Total	15% Demanda Potencial a Satisfacer
2013	34.976	5.246
2014	38.221	5.733
2015	41.458	6.219
2016	44.684	6.703
2017	47.901	7.185
Elaborado por: Las Autoras		

3.9. Segmento de mercado

El servicio estará dirigido a visitantes tanto internos como externos, de una clase social media y alta, con preferencias ecoturísticas, la cuales deseen conocer un lugar maravilloso y disfrutar de nuevas experiencias, el segmento de mercado estará constituido por personas comprendidas entre las edades de 18 y 65 años, mismo que estará formado por hombres y mujeres provenientes de los cantones tanto de la Provincia de Pichincha como de otras provincias, además, formarán parte de éste mercado meta, los turistas extranjeros que visitan el Ecuador con mayor frecuencia procedentes de: Estados Unidos, Canadá, Alemania, entre otros países.

3.9.1. Características del Segmento de Mercado

Personas que:

- ◆ Les gusta la naturaleza.
- ◆ Visitan los lugares turísticos de nuestro país.
- ◆ Les gusta la diversión y adrenalina.
- ◆ Degustan las comidas típicas de las diferentes zonas.
- ◆ Les gusta la fotografía.

3.10. Análisis de los canales de comercialización

Mediante el análisis de los canales de comercialización, se puede determinar la forma de llegar hacia los clientes, aplicando estrategias que

permiten dar a conocer el bien o servicio que se va ofertar, en dónde estará ubicada la industria, sobre todo la manera de promocionar y hacer uso de los medios de publicidad.

3.10.1. Servicios

El complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” implementará lo siguiente:

- ◆ Ofrecerá un servicio de calidad a los clientes que visiten es sitio turístico, a través de un ambiente familiar, atención amable y personalizada.
- ◆ Éste complejo garantizará la satisfacción del cliente, mediante la entrega de productos de alta calidad y variedad de servicios.
- ◆ Mediante los recorridos a la comunidad se dará a conocer la importancia que tiene la naturaleza para la subsistencia del ser humano.
- ◆ Ofrecerá platos típicos del sector dando así a conocer su gastronomía, a través de la utilización de materias primas propias de la zona.
- ◆ Se tendrá disponible toda la información que el cliente necesite sobre el complejo ecoturístico comunitario mediante trípticos, rótulos, mapas, guías turísticas y la implementación de un sendero en el cual los turistas se dirijan a los diferentes paisajes turísticos que ofrece la comunidad.

3.10.2. Precio

La fijación de precios a la hora de proporcionar los bienes o servicios es fundamental para la vida de una empresa, sin embargo, éste dependerá de todos los costos fijos y variables que se vayan a utilizar para la oferta del servicio, tomado en cuenta todos y cada uno de ellos para que al momento de la fijación de precios no exista inconvenientes. Además éste

precio se establecerá en función del mercado y a la competencia, pues debe existir un equilibrio de precios.

Tabla 32 Precios de los bienes y servicios que ofertará el Complejo ecoturístico “Santa Mónica”

Descripción	Precio
Papas enteras, lechuga, ¼ de cuy asado y salsa de maní o de pepa de zambo.	5.70
Colada de uchujaku con ¼ de cuy asado	6.10
Hospedaje	20
Truchas con papas	6.15
Choclos, habas, queso y parrillada	4.50
Mote con fritada	5.70
Chicha de jora (vaso)	1.00
Recreación	3.50
Elaborado por: Las Autoras	

Se estableció un precio aproximado de \$15,00 por persona lo cual está incluido la alimentación, recorrido a la comunidad, vivencias místicas, uso de áreas deportivas e infantiles.

El servicio de hospedaje tendrá un valor de \$ 20,00 por persona disponiendo de los servicios que ofrece la cabaña. Pues, según el levantamiento de encuestas, los resultados afirmaron que si existe una parte proporcional que estaría dispuesta a invertir en su recreación por dicho valor.

3.10.3. Plaza

El complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” estará ubicado en la parroquia Tupigachi a 5 km de la panamericana norte, en la comunidad Santa Mónica, se determinó este lugar por ser un sitio en donde se puede admirar los diferentes panoramas naturales que posee la Sierra ecuatoriana.

3.10.4. Propuesta de Mercado

Promoción y publicidad

Al hablar de promoción y publicidad se relaciona con los instrumentos que se utilizan para llegar hacia el cliente, así como: trípticos o afiches y sin olvidar una herramienta importante que en la actualidad va creciendo de una forma exorbitante como lo es el internet.

Para dar a conocer los productos y servicios que el Complejo Ecoturístico Comunitario ofrecerá al mercado, se presentan las siguientes estrategias.

- ◆ Elaborar trípticos o afiches en los cuales se dé a conocer el Complejo ecoturismo comunitario “Santa Mónica” y los servicios que ofertará.
- ◆ Colocar rótulos indicando en tres idiomas como son: Español, Inglés y Kitchwa que servicios oferta el complejo para que así los visitantes no tengan complicaciones al momento de informarse.
- ◆ Diseñar una página web para que sea conocida a nivel nacional e internacional dando a conocer los servicios que este centro turístico ofertará.
- ◆ Para estimular a los visitantes se dará incentivos, promociones, regalos y descuentos de acuerdo a la temporada y al consumo.

Es también fundamental, establecer el logotipo, el diseño de marca y el eslogan de la empresa para que de esa manera el complejo ecoturístico comunitario tenga mayor participación en el mercado turístico.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El presente estudio permite determinar aspectos relacionados que responden a las preguntas, qué se pretende ofertar al mercado, en qué lugar se va a construir el complejo ecoturístico, qué capacidad instalada tendrá éste proyecto, cómo se lo llevará a cabo. Estos elementos permiten determinar que se necesitará para la ejecución del proyecto.

4.2. Objetivos

4.2.1. General

Elaborar un estudio técnico que permita determinar la capacidad del complejo ecoturístico comunitario, así como también su factibilidad.

4.2.2. Específicos

- ◆ Determinar el tamaño del complejo ecoturístico comunitario.
- ◆ Establecer la localización exacta en dónde estará ubicado el complejo ecoturístico.
- ◆ Diseñar la infraestructura del complejo ecoturístico comunitario.
- ◆ Determinar el talento humano que apoyará para el desarrollo de las actividades del proyecto.

4.3. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está determinado de acuerdo al porcentaje de la demanda potencial a la cual se la va satisfacer, pues es importante, ya que a través de éste, se conoce la capacidad instalada que tendrá el proyecto y por ende los servicios que prestará a los turistas que visiten éste nuevo sitio turístico.

4.4. Localización del proyecto

Es indispensable conocer la localización exacta en el cual estará ubicado el proyecto, pues ahí se determina con efectividad la producción de los servicios que éste ofertará en el mercado, así mismo la rentabilidad que éste generará. Sin embargo, es necesario tomar en cuenta tanto la macro localización como la micro localización, ya que se determina el lugar geográfico y su asentamiento respectivamente.

4.4.1. Macro localización

En la macro localización se define el lugar geográfico en el cual estará ubicado el complejo ecoturístico comunitario tomando en cuenta, de mayor a menor grado geográfico como: la región, provincia, cantón o el área geográfica, pues esto permite que se conozca con exactitud la localización del proyecto.

Por tanto, a continuación se presenta el mapa que permite determinar la localización del complejo ecoturístico comunitario.

Gráfico No 38 Mapa de la provincia de Pichincha



Fuente: Plan estratégico del Municipio de Quito, 2012

El cantón Pedro Moncayo, es uno de los ocho cantones de la provincia de Pichincha, se encuentra aproximadamente a 51 km de la ciudad de Quito capital de la República del Ecuador, además, está ubicado dentro de la hoya de Guayllabamba, asentada en la vertiente sur del nudo de

Mojanda, al nororiente de la Provincia de Pichincha. Forma parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, conformada por los ríos Guayllabamba, San Pedro, Pita, Pisque y Blanco que desembocan en el Pacífico. La altitud va desde 1.730m.s.n.m; los centros poblados están ubicados en las laderas medias del volcán Mojanda entre las cotas de los 2.848m.s.n.m, a los 2.952m.s.n.m.

Se encuentra limitada al Norte con la provincia de Imbabura, al Este con el cantón Cayambe, al Sur y al Oeste con el Distrito Metropolitano de Quito. Tiene un superficie de 339,10Km², que corresponde al 2,04% del total de la provincia de Pichincha.

4.4.2. Micro localización

El Complejo Ecoturístico Comunitario estará ubicado en el Cantón Pedro Moncayo, Parroquia Tupigachi, Comunidad Santa Mónica especialmente en el barrio San Luis de Ñañuko, sector denominado Pucará o Los Tanques. Ésta comunidad se limita al Norte con Hacienda del Imbi, al Sur Loma Gorda, al Este con la comunidad denominada Cajas Jurídica y al Oeste con Gluloma y Chaupiloma.

Para evaluar las alternativas de localización, se aplicó factores de ponderación tomando en cuenta un intervalo de 1 a 100 puntos, los cuales ayudaron a establecer específicamente donde se va desarrollar el proyecto

A continuación se enuncia los barrios en los cuales se realizó la evaluación de factores para conocer con precisión la localización siendo estos representados de la siguiente manera:

Santa Rita	A;	San Luis de Ñañuko	B;
Central	C;	La “Y”	D

Tabla 33 Priorización de Factores de Ponderación.

FACTORES	Factores de Ponderación		A		B		C		D	
	Puntaje	Ponderación	Calificación	P. Reales	Calificación	P. Reales	Calificación	P. Reales	Calificación	P. Reales
Composición del terreno	10	0,10	8	0,8	8	0,80	7	0,7	7	0,7
Disponibilidad de Terreno	20	0,05	10	0,5	20	1,00	15	0,75	10	0,5
Energía eléctrica	17	0,06	17	1,0	17	1,00	17	1	17	1
Agua potable	17	0,06	17	1,0	17	1,00	17	1	17	1
Teléfono	8	0,13	8	1,0	7	0,88	8	1	8	1
Disponibilidad de transporte	5	0,20	4	0,8	4	0,80	4	0,8	4	0,8
Vías de acceso	8	0,13	8	1,0	8	1,00	8	1	8	1
Competencia	15	0,07	12	0,8	10	0,67	12	0,8	12	0,8
TOTAL PONDERACIÓN	100	1	84	6,90	91	7,14	88	7,05	83	6,80
Fuente: Investigación Directa, Junio 2012. Elaborador por: Las Autoras										

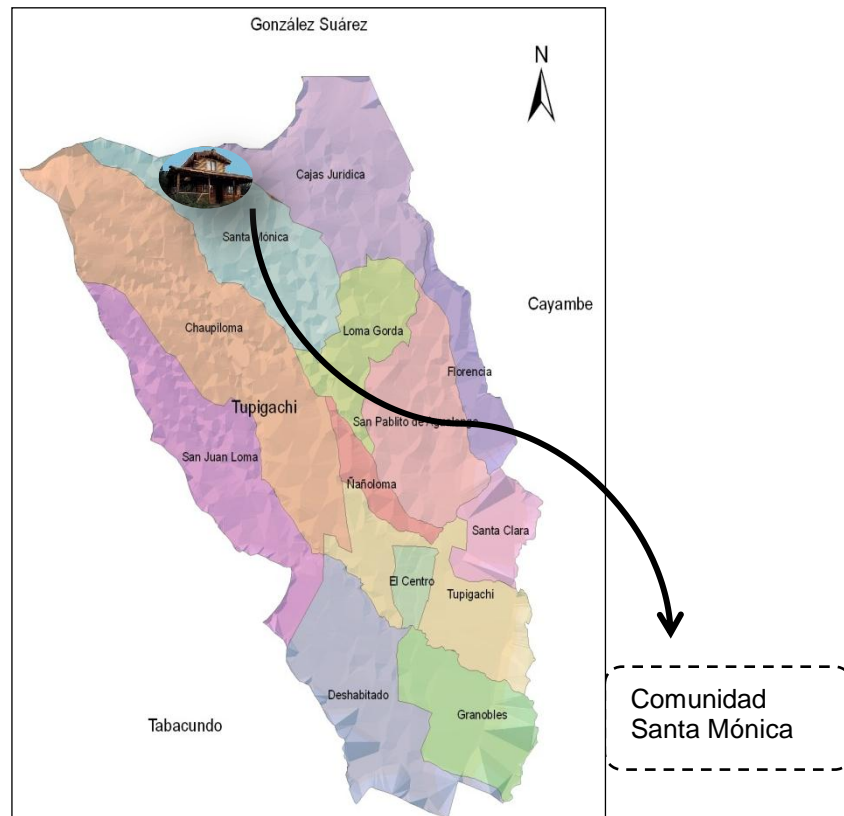
Orden de prelación:

San Luis de Ñañuko.	7,14	Central	7,05
Santa Rita	6,90	La "Y"	6,80

De acuerdo a los factores presentados anteriormente, se pudo determinar que el lugar más óptimo para que el proyecto se lo lleve a cabo, es en el barrio San Luis de Ñañuko en el sector denominado Pucará o más conocido como Los Tanques, ya que cuenta con las condiciones básicas para ejecutar el mismo, además, que desde este lugar se puede observar la naturaleza que posee la comunidad, así como también una vista panorámica hermosa.

A continuación se presenta el mapa de la parroquia Tupigachi, en el cual se puede localizar a la Comunidad Santa Mónica.

Gráfico No 39 Mapa de la Parroquia Tupigachi



Fuente: Base de datos Gobierno Provincial de Pichincha
Elaborado por: Fundación Cimas del Ecuador

4.5. Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se trata de resolver todo lo concerniente a la instalación, adecuación y el funcionamiento del complejo ecoturístico comunitario determinando la capacidad que éste ofertará al mercado.

En los siguientes aspectos se detallan los procesos operativos que se deben seguir para el buen funcionamiento en el momento de la ejecución del proyecto.

4.5.1. Diseño de instalaciones

Es fundamental señalar las instalaciones que formaran parte del proyecto, indicando las diferentes áreas que contendrán las mismas.

- ◆ Área de hospedaje
- ◆ Cocina
- ◆ Área de asado
- ◆ Área de fritura
- ◆ Área de lavado
- ◆ Área de cocción
- ◆ Área de refrigeración
- ◆ Baño para personal
- ◆ Baños para clientes
- ◆ Área de recepción y restaurante
- ◆ Área de eventos culturales
- ◆ Caballería
- ◆ Área infantil
- ◆ Área deportiva
- ◆ Área administrativa
- ◆ Zona de parqueadero

4.5.2. Distribución de la planta

Terreno

Para la ejecución del proyecto, la comunidad Santa Mónica cuenta con terreno de su propiedad, el cual tiene una extensión de 2.500 m², y su costo en el mercado es de \$ 10.000,00 USD según el avalúo del Municipio de Pedro Moncayo.

Edificio y áreas recreativas

Para ejercer la actividad económica el Complejo Ecoturístico Comunitario contará con los siguientes aspectos:

◆ Cabañas

El Complejo Ecoturístico Comunitario para la estancia de los huéspedes ofrecerá cabañas de acuerdo a sus necesidades, el mismo que contará con 10 cabañas, las cuales, 2 tendrán una dimensión de 36m² y una capacidad para cinco personas con opción a dos camas adicionales; 4 cabañas con una dimensión de 21,96m² teniendo una capacidad para 4 personas y 4 cabañas de 17,25m² con capacidad para 2 personas. Éstas contarán con dormitorios, el baño, una mini sala y un espacio para ubicar una nevera y tendrán una excelente vista a la montaña, estarán cerca de las lagunas de Mojanda.

◆ Área de Restaurante

En cuanto al área de restaurante será de 133 m². Éste servicio estará disponible a partir de las 07h00 hasta las 10h00 para el desayuno, mientras que para las comidas del día será a partir de las 12h30 hasta las 22h00. Y para dar a conocer la exquisitez de comidas que existen en el cantón Pedro Moncayo, es necesario presentarlo en un menú diario para que los turistas puedan degustar de las comidas típicas que se ofrece en esta zona.

◆ **Área de eventos culturales**

Esta área de eventos culturales contará con una dimensión de 30m², este servicio estará disponible a partir de las 08h00, en éste se realizarán eventos culturales como danzas, presentaciones folklóricas en días feriados y por la noche a partir de las 18h00 se realizarán narraciones de leyendas de la zona utilizando efectos especiales.

◆ **Caballería**

La zona de caballería contará con un espacio de 70 m² y se dispondrá de 10 caballos para el servicio de cabalgata.

◆ **Área infantil**

El área infantil contará con una extensión de 100 m², en el cual contemplará de juegos que permitirán estimular las habilidades de los niños como son: 1 Torre de madera, 2 Toboganes, 2 subibajas, 2 Resbaladera y 3 Columpios.

◆ **Área deportiva**

Ésta área tendrá una cancha deportiva con una extensión de 252m², la cual será de césped, permitiendo al cliente sentirse relacionado con la naturaleza.

◆ **Área administrativa - Financiera**

Para tener una adecuada dirección del Complejo Ecoturístico Comunitario, ésta área tendrá un espacio físico de 26 m²totales, en donde se distribuirá de la siguiente manera: el área administrativa y financiera contará con espacio de 10m², además se dispondrá de la sección de recepción y una sala de espera en donde su dimensión total será de 16 m².

◆ **Zona de parqueadero:**

Ésta tendrá una extensión de 270 m², la cual tendrá una capacidad para 10 vehículos. Además en esta zona existirá un espacio para la guardianía, en donde tendrá una extensión de 5 m².

◆ **Baño para personal y clientes**

Los baños tendrán una extensión de 4 m², cada uno, los cuales estarán ubicados en las diferentes áreas del complejo ecoturístico comunitario para proporcionar un buen servicio para los turistas y para quienes colaborarán con el desarrollo de las actividades.

Estructura

La estructura para la construcción de las cabañas, restaurante, de la oficina administrativa - contable y de guardianía estará compuesta de hormigón, ladrillo y madera de chanul y teja.

◆ **Pisos**

En cuanto a la construcción de los pisos serán de hormigón con sus respectivos acabados.

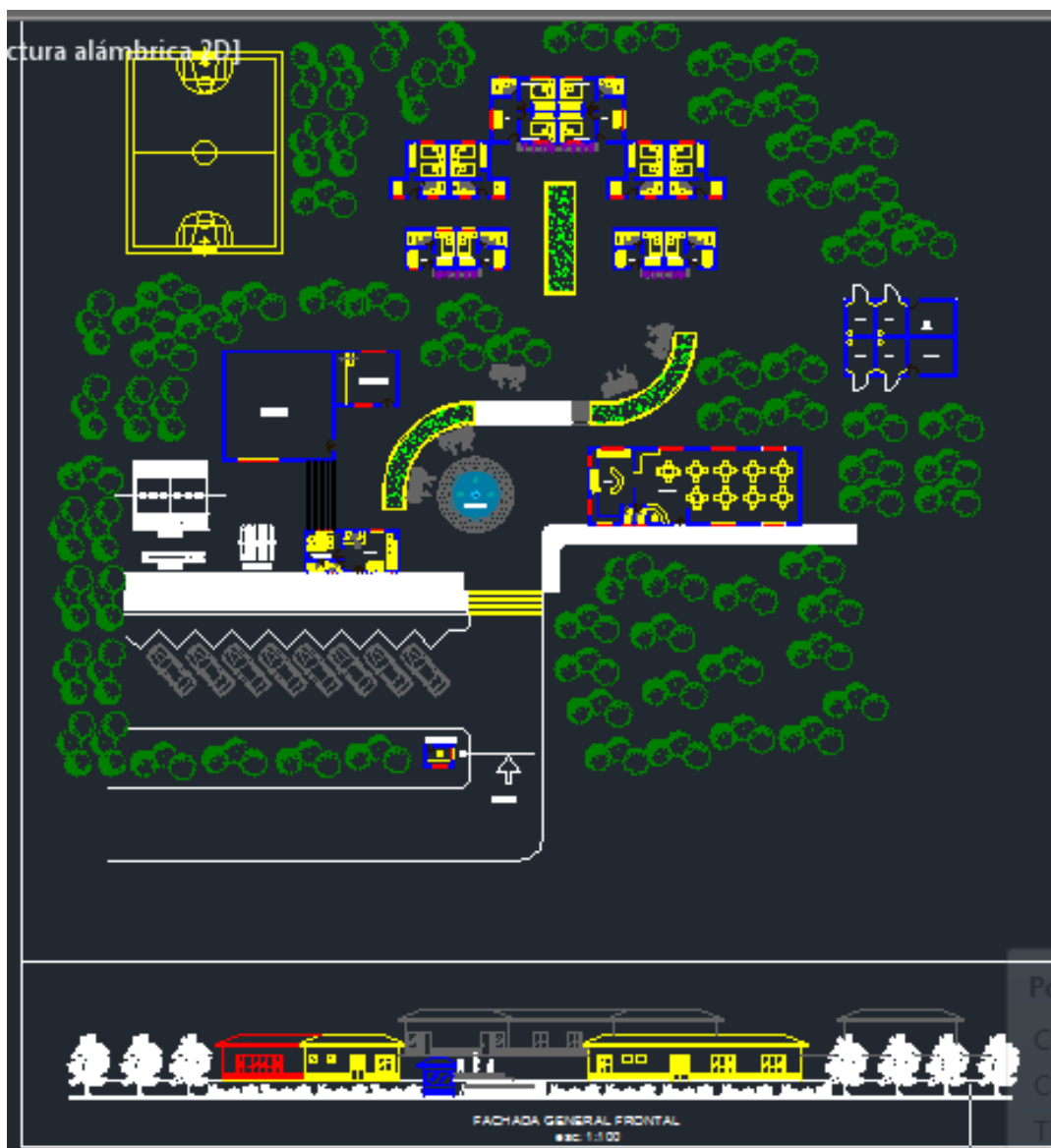
◆ **Paredes**

Las paredes serán de ladrillo visto por la parte de afuera, mientras que por dentro serán cubiertos por madera de chanul, además estarán construidas las columnas de hormigón.

◆ **Cubierta**

Para la construcción de la cubierta del complejo Ecoturístico Comunitario se utilizará madera de chanul, Alfajías y ecuatejas para dar una mejor comodidad a los turistas.

Gráfico No 40 Diseño del Complejo Ecoturístico Comunitario Santa Mónica

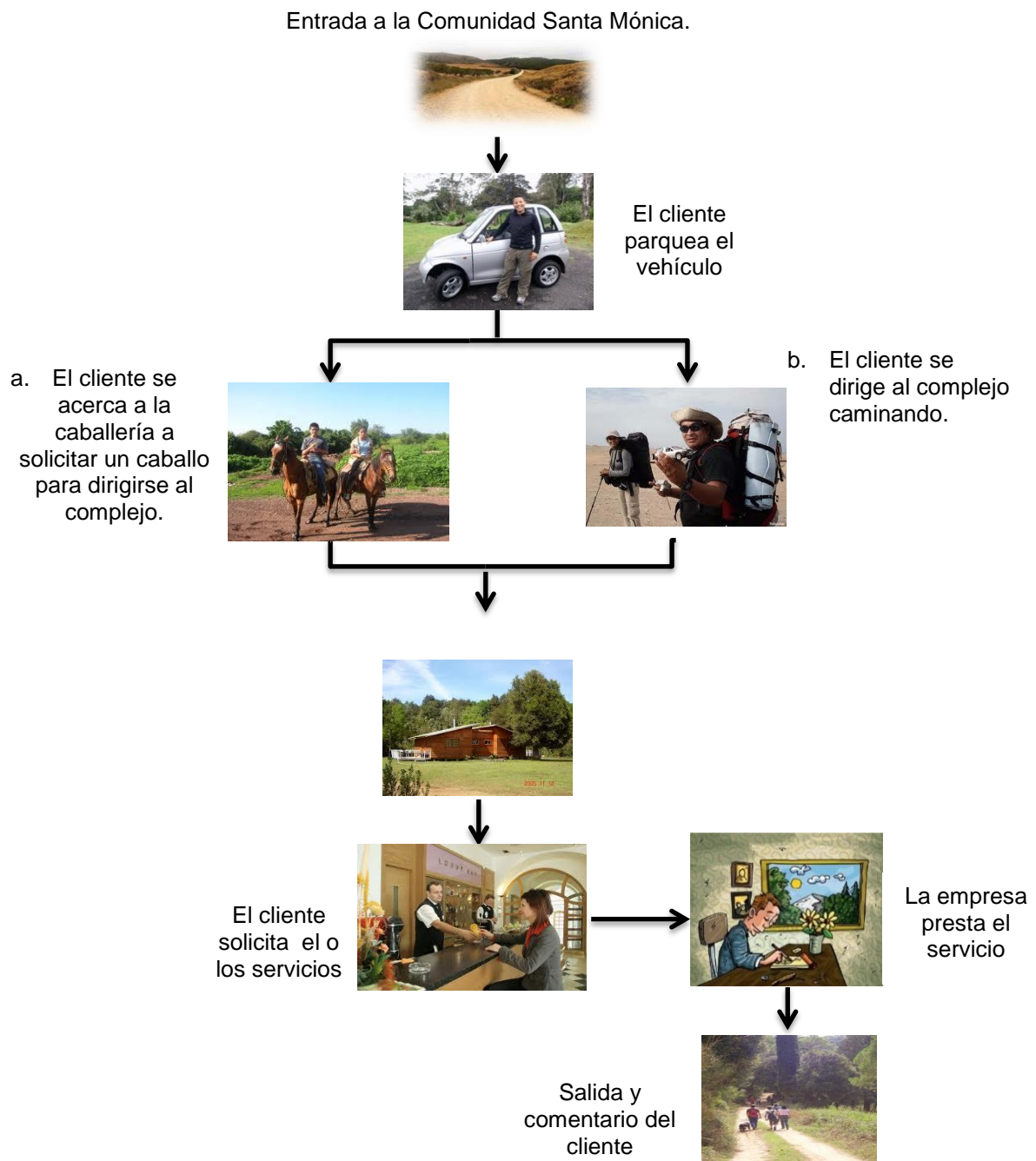


Fuente: David Pujota estudiante de la UCE
Elaborado por: Las Autoras, Octubre 2012.

4.5.3. Flujograma del proceso de los servicios

El proceso de prestación de servicios será de la siguiente manera:

Gráfico No 41 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO



4.6. Descripción de Muebles y Enseres, Maquinaria y Equipos, Equipos de oficina, Equipos de computación y Menaje.

En la actualidad, es indispensable que una empresa cuente con activos como: Muebles y Enseres, Maquinaria y Equipos, Equipos de oficina, Equipos de computación y Menaje, ya que a través de la descripción de todos estos implementos, el complejo ecoturístico comunitario podrá desenvolverse de mejor manera en el mercado y así dotar de una buena atención a los visitantes.

Para determinar el valor de los activos, se solicitó una proforma o cotizaciones dependiendo del manejo de los almacenes de la ciudad de Cayambe como:

- ◆ Artefacta.
- ◆ Semiplast.
- ◆ City Compu
- ◆ Almacén Comodidades

En la siguiente tabla se realiza un resumen de los metros cuadrado que cada sección ocupará para su construcción.

Tabla 34 Resumen de la distribución de M² por cada sección

Área	Descripción	Medidas	M2C/U	Cantidad	C.U/m2	Costo *C/área	Costo Total
Hospedaje	Cabañas para 5 personas	6*6	36	2	325	11.700	23.400
	Cabañas para 4 personas	4,50*4,88	22	4	325	7.137	28.548
	Cabañas para 2 personas	4*4,31	17	4	325	5.606	22.425
Deportiva	Indor futbol	15*11	165	1	30	4.950	4.950
Infantil	Infantil	10*10	100	1	50	5.000	5.000
Producción	Cocina	7*4	28	1	325	9.100	9.100
	Restaurante	7*15	105	1	325	34.125	34.125
Adicional	Cultura	6*5	30	1	200	6.000	6.000
Complementarios	Caballería	7*10	70	1	125	8.750	8.750
	Parqueadero	9*30	270	1	25	6.750	6.750
	Baños para personal y clientes	2*2	4	16	125	500	8.000
	Guardianía	2,50*2	5	1	125	625	625
Administrativa – Financiera	Contable	4*2	8	1	300	2.400	2.400
	Recepción y Sala de Espera	6*3	16	1	300	4.800	4.800
Total			876	36	2.905	107.443	164.873

Fuente: Investigación Directa, Junio 2012.
Elaborador por: Las Autoras

Tabla 35 Descripción de Muebles y Enseres

Área	Sección	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Operativa	Cocina	Mesas auxiliares	3	100	300,00
		Subtotal			300,00
	Restaurante	Mesas 4 personas	15	160	2.400,00
		Barra	1	220	220,00
		Taburetes para barra	8	80	640,00
		Subtotal			3.260,00
	Hospedaje	Camas literas	10	120	1.200,00
		Cama matrimonial	10	120	1.200,00
		Veladores	10	50	500,00
		juego de Muebles de sala	10	250	2.500,00
		Sillas	35	30	1.050,00
		Closeth	10	120	1.200,00
		Subtotal			7.650,00
Administrativa	Contabilidad	Estación	1	150	150,00
		Archivador	1	150	150,00
		Silla ejecutiva	1	60	60,00
		Subtotal			360,00
Total					11.570,00

Fuente: Mueblería Velasco, Octubre 2012.
Elaborador por: Las Autoras

Tabla 36 Descripción de Maquinaria y Equipos

Área	Sección	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Operativa	Cocina	Cocina industrial de tres quemadores	1	263	263,00
		Cocina de 4 quemadores	1	550	550,00
		Cilindro de gas	5	65	325,00
		Refrigeradora	2	736	1.472,00
		Microondas	1	90	90,00
		Asadero	1	750	750,00
		Tostador	1	80	80,00
		Subtotal			3.530,00
	Restaurante	Refrigeradora	1	736	736,00
		Subtotal			736,00
	Sección lavado y planchado	Plancha industrial	2	700	1.400,00
		Lavadora de 32 libras	2	800	1.600,00
		Subtotal			3.000,00
	Área deportiva	Arcos y redes	2	350	700,00
	Hospedaje	Aspiradora	2	250	500,00
Subtotal				1.500,00	
Total					8.766,00

Fuente: Almacén Comodidades, Octubre 2012
Elaborador por: Las Autoras

Tabla 37 Descripción de Equipos de computación

Área	Sección	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativa	Contabilidad	Laptop	1	700	700,00
		Impresora	1	350	350,00
		Subtotal			1.050,00
Operativa	Restaurante	Caja registradora	1	180	180,00
		Subtotal			180,00
Total					1.230,00
Fuente: City compu-Cayambe, Octubre 2012					
Elaborador por: Las Autoras					

Tabla 38 Descripción de Equipos de oficina

Área	Sección	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Operativa	Restaurante	Televisor	1	224,00	224,00
		Teléfono	1	75,00	75,00
		mini componente	1	260,00	260,00
		Subtotal			559,00
		Teléfono	1	65,00	65,00
Administrativa	Financiera	Papelera	1	22,00	22,00
		Engrampadora	1	5,50	5,50
		Perforadora	1	4,50	4,50
		Sumadora	1	25,00	25,00
		Subtotal			122,00
Total					681,00
Fuente: Almacén Comodidades, Octubre 2012					
Elaborador por: Las Autoras					

Tabla 39 Menaje

Área	Sección	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Operativa	Cocina	Olla N° 28	5	8,08	40,40	
		Olla N° 24	2	4,64	9,28	
		Olla N° 22	2	3,92	7,84	
		Olla N° 20	2	3,48	6,96	
		Olla N° 18	2	2,86	5,72	
		Olla N° 16	2	2,45	4,90	
		Paila N° 45	2	28,8	57,60	
		Paila industrial N° 40	2	47,37	94,74	
		Asador N° 30	2	14,1	28,20	
		Cuchara de mesa	50	0,22	11,00	
		Cuchara de Té	50	0,22	11,00	
		Cuchillo dominio	50	0,62	31,00	
		Tenedor de mesa	50	0,22	11,00	
		Vajilla	3	28,8	86,40	
		Bandejas	7	3,53	24,71	
		Vaso frutas	50	0,4	20,00	
		Copa champaña	30	0,71	21,30	
		Papelera 10 lts	20	2,55	51,00	
		Hielera América	2	2,58	5,16	
		Jarra Jumbo	2	3,17	6,34	
		Licuada	3	112	336,00	
		Sanduchera	1	31	31,00	
		Batidora	2	50	100,00	
		Cafetera eléctrica	2	56,72	113,44	
		Olla arrocera industrial	2	80	160,00	
		Subtotal				1.274,99
		Hospedaje	Toallas flamenco	10	6,2	62,00
	Toallas fragata		10	1,92	19,20	
	Toallas Flamenco		10	6,21	62,10	
	Basureros medianos		10	8	80,00	
	Cobijas		70	15	1.050,00	
	Cubrecamas		35	12	420,00	
	Colchones grandes		10	80	800,00	
Colchones pequeños	20		60	1.200,00		
Espejos	10		10	100,00		
Juego Sabana	35		13	455,00		
Cortinas	25		20	500,00		
Subtotal					4.748,30	
Total				6.023,29		

Fuente: Investigación Directa, Junio 2012
Elaborador por: Las Autoras

4.7. Talento humano.

El talento humano en la puesta en marcha de toda empresa es fundamental, pues constituye uno de los pilares que permite efectuar de mejor manera las diferentes funciones, quienes apoyarán en el desarrollo de las actividades del complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica”, se lo contratará mediante el análisis y descripción de puestos, dando a conocer el personal requerido en la siguiente tabla:

Tabla 40 Talento humano.

Área	Descripción	No. de personas	Salario Individual	Salario mensual	R. Anual
Administrativa -Financiera	Administrador	1	650,00	650,00	7.800,00
	Recepcionista	1	320,00	320,00	3.840,00
	Contador	1	480,00	480,00	5.760,00
Ventas	Cajero	1	292,00	292,00	3.504,00
Producción	Jefe de cocina	1	430	430,00	5.160,00
	Auxiliar de cocina	1	370	370,00	4.440,00
	Mesero	2	320,00	640,00	7.680,00
	Limpieza, lavado y planchado	1	320,00	320,00	3.840,00
Servicios	Capataz	1	300,00	300,00	3.600,00
	Guardia	2	400,00	800,00	9.600,00
TOTAL		12	3.882	4.602,00	55.224,00
Fuente: Investigación Directa, Junio 2012					
Elaborador por: Las Autoras					

Cabe indicar que, para la proyección de los sueldos y salarios de la parte productiva, Administrativa – Contable y de ventas del Complejo Ecoturístico Comunitario, se estableció mediante el índice de crecimiento de los sueldos establecidos desde el año 2008 hasta el año 2011, cuya información fue tomada del Banco Central del Ecuador. A continuación se presentan los datos antes mencionados, en la siguiente tabla y su correspondiente fórmula:

Tabla 41 Sueldos años anteriores

Años	Sueldos
2008	200
2010	240
2011	264
2012	292
Fuente: Banco Central del Ecuador	
Elaborador por: Las Autoras	

La fórmula que se presenta, es en base al Monto, sin embargo, se realizó el despeje de fórmula para encontrar el coeficiente correspondiente para la proyección de los cinco años posteriores:

Fórmula:

M= Monto

C= Capital

I= Interés

N= número de periodos

$$m = c(1 + i)^{n-1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{292}{200}} - 1$$

$$i = 0,0992$$

$$r = 9,92\%$$

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Éste estudio es fundamental para la puesta en marcha de un proyecto, pues en éste se analiza aquellos rubros, que permitirán poner en funcionamiento la actividad económica del Complejo Ecoturístico comunitario. Además, se presenta los presupuestos de costos y gastos que se generarán en un futuro, ya que en éste capítulo se determinará su factibilidad, asimismo, se toma en cuenta la forma de financiamiento que permitirá la implementación del mismo y su posterior evaluación financiera para determinar si es factible o no éste proyecto.

5.1. Determinación de ingresos

Para determinar los ingresos de los diferentes servicios que ofertará el complejo ecoturístico comunitario se establecieron porcentajes, los cuales indican cuanto abarcará la demanda en cuanto a hospedaje, alimentación, vivencias místicas y cabalgatas, lo cual permite cuantificar el número de turistas que visitarán el Complejo Ecoturístico Comunitario multiplicado por el precio establecido de los servicios que se ofertará, precio relativo al de la competencia, a continuación se presenta la tabla de distribución de porcentajes de cada uno de los servicios y de los ingresos correspondientes:

Tabla 42 Distribución de % de los servicios a ofertar

Años	N° de turistas anualmente	Distribución de % de los servicios a ofertar		Área Recreacional	
		80% Hospedaje	90% Alimentación	80% Vivencias Místicas	90% Cabalgatas
2013	5.246	4.197	4.722	4.197	4.722
2014	5.733	4.587	5.160	4.587	5.160
2015	6.219	4.975	5.597	4.975	5.597
2016	6.703	5.362	6.032	5.362	6.032
2017	7.185	5.748	6.467	5.748	6.467

Elaborador por: Las Autoras

Tabla 43 Distribución del % del servicio de alimentación

Años		2013	2014	2015	2016	2017
Alimentación	% de captación de cada Plato	4.722	5.160	5.597	6.032	6.467
<i>Desayuno N° 1 (Aromática con Bizcocho y queso)</i>	50%	2.361	2.580	2.798	3.016	3.233
<i>Desayuno N° 2 (Chocolate con pan y queso)</i>	49%	2.314	2.528	2.742	2.956	3.169
<i>Colada de uchujacu</i>	45%	2.125	1.138	1.234	1.330	1.426
<i>Caldo de gallina criolla</i>	48%	2.266	2.477	2.686	2.896	3.104
<i>Arroz con menestra de lenteja y 1 trucha,</i>	45%	2.125	2.322	2.519	2.715	2.910
<i>1/8 de gallina criolla asada</i>	40%	1.889	2.064	2.239	2.413	2.587
<i>Papas enteras, lechuga, ¼ de cuy asado y salsa de pepa de zambo.</i>	48%	2.266	2.477	2.686	2.896	3.104
<i>Choclos, habas, queso y parrillada</i>	35%	1.653	1.806	1.959	2.111	2.263
<i>Mote con fritada</i>	40%	1.889	2.064	2.239	2.413	2.587
<i>Chicha de jora (vaso)</i>	75%	3.541	3.870	4.198	4.524	4.850
Elaborador por: Las Autoras						

5.1.1. Ingreso por Hospedaje

Para establecer el costo por alojamiento, se tomó como referencia el ingreso económico de las personas que fueron encuestadas, dicha información se la tomó del estudio de mercado de la pregunta N° 12, por lo cual también se ha asociado con el costo que cobran los centros turísticos por el alojamiento, lo cual se dedujo cobrar 20 dólares americanos por persona, cabe señalar, que independientemente del tipo de cama o cabaña que utilice es el costo antes indicado.

5.1.2. Ingresos por Alimentación y Recreación

En cuanto a los ingresos por alimentación, se establecieron de acuerdo a los platos típicos de la zona, que el complejo ecoturístico comunitario ofrecerá, así como también se analizaron los costos de los insumos que el o los platos típicos contendrán, sin olvidar que el precio también va de la mano con el de la competencia. A continuación se presenta las tablas del menú a ofrecer, tomando en cuenta que ésta dirigido para 35 personas diarias como base.

En la siguiente tabla se indica los ingresos anuales que obtendrá el complejo ecoturístico comunitario, en la cual comprende sus servicios principales, pues puede variar según el requerimiento del cliente.

Tabla 44 Ingresos por hospedaje, Alimentación y Recreación

Descripción	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Hospedaje					
Precio	20	21,08	22,22	23,42	24,69
Nº de visitantes al año	4.197	4.587	4.975	5.362	5.748
Valor	83.942,11	96.693,92	110.554,90	125.605,86	141.932,99
Restaurante					
Desayuno N° 1 Aromática con Bizcocho y queso					
Cantidad	2.361	2.489	2.623	2.765	2.915
Precio	2,00	2,10	2,22	2,34	2,46
Valor	4.710,41	5.233,86	5.815,49	6.461,74	7.179,82
Desayuno N° 2 Chocolate con pan y queso					
Cantidad	2.314	2.439	2.571	2.710	2.856
Precio	2,10	2,25	2,35	2,50	2,60
Valor	4.858,67	5.487,35	6.041,29	6.774,60	7.426,76
Colada de uchujacu					
Cantidad	2.125	2.240	2.361	2.489	2.623
Precio	6,15	6,45	6,75	7,15	7,50
Valor	13.075,08	14.446,29	15.936,11	17.793,71	19.674,49
Caldo de gallina criolla					
Cantidad	2.266	2.389	2.518	2.655	2.798

Precio	3,60	3,80	4,00	4,20	4,45
Valor	8.159,17	9.078,39	10.073,20	11.153,89	12.451,77
Arroz con menestra de lenteja y trucha,					
Cantidad	2.125	2.240	2.361	2.489	2.623
Precio	6,15	5,45	6,80	7,15	7,55
Valor	13.067,43	12.206,56	16.054,16	17.805,42	19.805,65
1/8 de gallina criolla asada					
Cantidad	1.889	1.991	2.099	2.212	2.332
Precio	4,25	4,50	4,70	5,00	5,25
Valor	8.026,96	8.958,94	9.863,34	11.060,58	12.241,90
Papas enteras, ensalada, ¼ de cuy asado y salsa de pepa de zambo.					
Cantidad	2.266	2.389	2.518	2.655	2.798
Precio	5,65	5,95	6,30	6,65	7,00
Valor	12.805,37	14.203,21	15.865,28	17.652,68	19.587,05
Choclos, habas, queso y parrillada					
Cantidad	1.653	1.742	1.836	1.936	2.040
Precio	4,50	4,75	5,00	5,25	5,55
Valor	7.436,75	8.274,58	9.181,30	10.161,91	11.323,76
Mote con fritada					
Cantidad	1.889	1.991	2.099	2.212	2.332
Precio	5,70	6,00	6,35	6,70	7,05
Valor	10.771,35	11.945,26	13.326,00	14.821,18	16.439,13
Chicha de jora (vaso)					
Cantidad	3.541	3.733	3.935	4.148	4.372
Precio	1,00	1,10	1,15	1,20	1,25
Valor	3.553,70	4.106,18	4.525,07	4.977,26	5.465,14
Total Restaurante	86.464,89	93.940,63	106.681,23	118.662,97	131.595,45
Área recreacional					
Vivencias Místicas					
Cantidad	4.197	4.587	4.975	5.362	5.748
Precio	1,50	1,60	1,70	1,80	1,90
Valor	6.295,66	7.338,50	8.457,33	9.651,77	10.906,38
Cabalgatas					
Cantidad	4.722	5.160	5.597	6.032	6.467
Precio	2,00	2,15	2,25	2,40	2,55
Valor	9.443,49	11.093,75	12.592,72	14.477,66	16.489,93
Total Área recreacional	15.739,15	18.432,25	21.050,05	24.129,43	27.396,31
Total Ingresos	186.146,15	209.066,80	238.286,17	268.398,26	300.924,75
Elaborador por: Las Autoras					

5.2. Determinación de los Costos de Operación

Para la determinación de los costos de operación se debe tomar en cuenta rubros importantes como: los insumos para la preparación de los diferentes platos típicos, el talento humano requerido y los costos indirectos de fabricación. Estos rubros permiten tener una idea clara sobre lo que el proyecto va a desarrollar y lo que va a necesitar para la generación de los bienes y/o servicios que se proporcionarán a los clientes.

Para el cálculo de la proyección de precios de los próximos cinco años se tomó como referencia la tasa de inflación del Banco Central del Ecuador de diciembre del año 2011 que es de 5,41%.

Para establecer la cantidad de insumos para la elaboración de los platos típicos a consumir por los turistas, se calculó un promedio tomando en cuenta la cantidad de insumos que utilizan las hosterías más destacadas del cantón Pedro Moncayo.

Es así que, para determinar la cantidad de insumos que contendrá el o los platos típicos de la zona, según Silvana Quenguán experta en las artes culinarias manifestó que se lo puede realizar de la siguiente manera:

$$\textit{Total insumo individual} = \frac{\textit{N}^{\circ} \textit{ de piezas o cantidad de insumos}}{\textit{N}^{\circ} \textit{ turistas}}$$

Pues esto, depende de la presentación de cada plato típico, ya que se asume que algunos ingredientes se los mide por kilogramo, libras e incluso por quintales.

A continuación, en la siguiente tabla se detallan los rubros proyectados antes mencionados:

5.2.1. Materia Prima de Platos Típicos (Insumos)

Tabla 45 Materia Prima de Platos Típicos (Insumos)

Descripción	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Desayuno N° 1					
- Aromática	0,11	0,12	0,12	0,13	0,14
- Bizcocho	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- queso	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- huevo	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- Insumos	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Costo unitario	0,86	0,91	0,96	1,01	1,06
Nª de visitantes al año	2.361	2.488,60	2.623,23	2.765,14	2.914,74
Costo Total	2.030,35	2.140,19	2.255,98	2.378,02	2.506,68
Desayuno N° 2					
- Chocolate	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25
- Leche	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- Pan	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- Queso	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- Insumos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
Costo unitario	1,00	1,05	1,11	1,17	1,23
Nª de visitantes al año	2.313,65	2.438,82	2.570,76	2.709,84	2.856,44
Costo Total	2.313,65	2.438,82	2.570,76	2.709,84	2.856,44
Colada de uchujacu					
- harina Uchujacu	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- papas	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- 1/4 de cuy asado	2,25	2,37	2,50	2,64	2,78
- condimentos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- choclo tierno	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25
- queso	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
Costo unitario	3,20	3,37	3,56	3,75	3,95
Nª de visitantes al año	2.124,78	2.239,74	2.360,91	2.488,63	2.623,27
Costo Total	6.799,31	7.167,15	7.554,90	7.963,62	8.394,45
Caldo de gallina criolla					
- 1/8 de gallina criolla	1,50	1,58	1,67	1,76	1,85
- papa	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- condimentos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
Costo unitario	1,75	1,84	1,94	2,05	2,16
Nª de visitantes al año	2.266,44	2.389,05	2.518,30	2.654,54	2.798,15
Costo Total	3.966,26	4.180,84	4.407,02	4.645,44	4.896,76
Arroz con menestra de lenteja y trucha,					
- Arroz	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Lenteja	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Trucha	2,25	2,37	2,50	2,64	2,78
- Condimentos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19

- Ensalada	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15
- Maduro	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
Costo unitario	2,91	3,07	3,23	3,41	3,59
Nª de visitantes al año	2.125	2.240	2.361	2.489	2.623
Costo Total	6.180,76	6.515,14	6.867,61	7.239,15	7.630,79
1/8 de gallina criolla asada					
- Arroz	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Papas	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Ensalada	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15
- Pollo	1,50	1,58	1,67	1,76	1,85
- Aceite	0,30	0,32	0,33	0,35	0,37
Costo unitario	2,12	2,23	2,36	2,48	2,62
Nª de visitantes al año	1.888,70	1.990,88	2.098,58	2.212,12	2.331,79
Costo Total	4.004,04	4.220,66	4.448,99	4.689,69	4.943,40
Papas enteras, ensalada, ¼ de cuy asado y salsa de pepa de zambo.					
- Papas	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Cuy	2,25	2,37	2,50	2,64	2,78
- Pepa de Zambo	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Ensalada	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15
- Condimentos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- Aceite	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Costo unitario	2,82	2,97	3,13	3,30	3,48
Nª de visitantes al año	2.266,44	2.389,05	2.518,30	2.654,54	2.798,15
Costo Total	6.391,35	6.737,12	7.101,60	7.485,80	7.890,78
Choclos, habas, queso y parrillada					
- choclo tierno	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25
- Habas	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- queso	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- Embutidos	0,13	0,13	0,14	0,15	0,15
- Carne	1,50	1,58	1,67	1,76	1,85
- condimentos	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- Carbón	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09
- Ensalada	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15
- Aceite	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Costo unitario	1,95	2,05	2,16	2,28	2,40
Nª de visitantes al año	1.652,61	1.742,02	1.836,26	1.935,60	2.040,32
Costo Total	3.214,33	3.388,22	3.571,53	3.764,74	3.968,42
Mote con fritada					
- Papas	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Mote	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25
- Tostado	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
- Fritada	2,50	2,64	2,78	2,93	3,09

- Ensalada	0,12	0,13	0,13	0,14	0,15
- Maduro	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
Costo unitario	3,26	3,44	3,62	3,82	4,02
Nª de visitantes al año	1.889	1.990,88	2.098,58	2.212,12	2.331,79
Costo Total	6.155,06	6.488,04	6.839,05	7.209,04	7.599,05
Chicha de jora (vaso)					
- jora	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31
- Panela	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
- Insumos	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Costo unitario	0,45	0,47	0,50	0,53	0,56
Nª de visitantes al año	3.541,31	3.732,89	3.934,84	4.147,72	4.372,11
Costo Total	1.593,59	1.679,80	1.770,68	1.866,47	1.967,45
Costo Total Restaurante	42.648,70	44.956,00	47.388,12	49.951,82	52.654,21
Elaborador por: Las Autoras					

5.2.2. Talento humano

A continuación se presenta la tabla de los costos del talento humano que se requerirá para la oferta de los servicios del complejo ecoturístico comunitario

Tabla 46 Salario unificado

Descripción	No de personas	Sueldo mensual	Total Sueldo mensual	2012 (Año base)	Años				
					2013	2014	2015	2016	2017
Jefe de cocina	1	430	430,00	5.160,00	5.624,40	6.130,60	6.682,35	7.283,76	7.939,30
Auxiliar de cocina	1	370	370,00	4.440,00	4.839,60	5.275,16	5.749,93	6.267,42	6.831,49
Limpieza, lavado y planchado	1	320	320,00	3.840,00	4.185,60	4.562,30	4.972,91	5.420,47	5.908,32
Total	3	1120	1.120,00	13.440,00	14.649,60	15.968,06	17.405,19	18.971,66	20.679,11

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 47 Remuneración

Rubro	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico	14.649,60	15.968,06	17.405,19	18.971,66	20.679,11
Aporte Patronal 12,15%	1.779,93	1.940,12	2.114,73	2.305,06	2.512,51
Fondo de Reserva	0,00	1.330,67	1.450,43	1.580,97	1.723,26
Décimo Tercer Sueldo	1.220,80	1.330,67	1.450,43	1.580,97	1.723,26
Décimo Cuarto Sueldo	318,28	346,93	378,15	412,18	449,28
N° trabajadores	3	3	3	3	3
Total Décimo Cuarto Sueldo	954,84	1.040,78	1.134,45	1.236,55	1.347,83
Vacaciones	0,00	1.220,80	1.330,67	1.450,43	1.580,97
Total	18.605,17	22.831,10	24.885,90	27.125,63	29.566,94

Elaborado por: Las Autoras

5.2.3. Costos Indirectos de Fabricación

Se presenta los costos indirectos de fabricación que servirán para la elaboración de los diferentes platos típicos, así como también para prestar el servicio de hospedaje en el Complejo Ecoturístico comunitario.

Tabla 48 Gastos Generales

Descripción	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Energía eléctrica					
Cantidad kw	18.000,00	18.540,00	19.096,20	19.669,09	20.259,16
Precio	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
Valor	1.980,00	2.224,80	2.482,51	2.753,67	3.038,87
Agua potable					
Cantidad m3	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05
Precio	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Valor	1.800,00	1.915,80	2.036,93	2.163,60	2.296,04
Total	3.780,00	4.140,60	4.519,43	4.917,27	5.334,91
Elaborado por: Las Autoras					

Tabla 49 Salario Unificado

Remuneración									
Descripción	No. de personas	Sueldo mensual	Remuneración mensual	Años					
				2012 (Año base)	2013	2014	2015	2016	2017
Mesero	2	320,00	640,00	7.680,00	8.371,20	9.124,61	9.945,82	10.840,95	11.816,63
Capataz	1	300,00	300,00	3.600,00	3.924,00	4.277,16	4.662,10	5.081,69	5.539,05
Guardia	2	400,00	800,00	9.600,00	10.464,00	11.405,76	12.432,28	13.551,18	14.770,79
Total	5	1.020,00	1.740,00	20.880,00	22.759,20	24.807,53	27.040,21	29.473,82	32.126,47

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 50 Remuneración

Tabla N° 50					
Remuneración					
Rubro	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico	22.759,20	24.807,53	27.040,21	29.473,82	32.126,47
Aporte Patronal 12,15%	2.765,24	3.014,11	3.285,38	3.581,07	3.903,37
Fondo de Reserva	0,00	2.067,29	2.253,35	2.456,15	2.677,21
Décimo Tercer Sueldo	1.896,60	2.067,29	2.253,35	2.456,15	2.677,21
Décimo Cuarto Sueldo	318,28	346,93	378,15	412,18	449,28
N° trabajadores	5	5	5	5	5
Total Décimo Cuarto Sueldo	1.591,40	1.734,63	1.890,74	2.060,91	2.246,39
Vacaciones	0,00	1.896,60	2.067,29	2.253,35	2.456,15
Total	29.012,44	35.587,46	38.790,33	42.281,46	46.086,79

Elaborado por: Las Autoras

5.2.4. Consolidación de los Costos Indirectos de Fabricación

A continuación se presenta la tabla correspondiente al resumen de los costos indirectos que están relacionados a los servicios que ofertará el Complejo Ecoturístico Comunitario.

Tabla 51 Consolidación de los Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto Generales	3.780,00	4.140,60	4.519,43	4.917,27	5.334,91
Talento Humano Auxiliar	29.012,44	35.587,46	38.790,33	42.281,46	46.086,79
Total	32.792,44	39.728,06	43.309,76	47.198,73	51.421,70
Elaborado por: Las Autoras					

5.2.5. Consolidación del Costo de Operación

En la siguiente tabla se realiza un breve resumen de los rubros que componen el Costo de Operación.

Tabla 52 Resumen de Costos de Operación

Descripción	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima Platos Típicos	42.648,70	44.956,00	47.388,12	49.951,82	52.654,21
Talento Humano	18.605,17	22.831,10	24.885,90	27.125,63	29.566,94
Costos Indirectos de fabricación	32.792,44	39.728,06	43.309,76	47.198,73	51.421,70
Subtotal	94.046,31	107.515,16	115.583,78	124.276,18	133.642,85
Imprevistos 1%	940,46	1.075,15	1.155,84	1.242,76	1.336,43
Total	94.986,78	108.590,31	116.739,62	125.518,94	134.979,28
Elaborado por: Las Autoras					

5.3. Determinación de Gastos

Es importante tomar en cuenta los gastos que una empresa va a incurrir al ejecutar actividades económicas, por lo tanto, es necesario mencionar

que los gastos administrativos y de venta son primordiales en el desarrollo de un proyecto, a continuación se los detalla en las siguientes tablas:

5.3.1. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos comprenden rubros necesarios para que desempeñe las actividades diarias de la empresa como: sueldos y salarios, seguros, servicios básicos y los gastos de constitución de la misma.

Tabla 53 Gastos Sueldos y Salarios - Sueldo Básico Unificado

Área	Descripción	No. de personas	Remuneración mensual	R. anual	Años				
					2013	2014	2015	2016	2017
Administrativa - Contable	Recepcionista	1	320,00	3.840,00	4.260,86	4.727,85	5.246,03	5.820,99	6.458,97
	Contador	1	480,00	5.760,00	6.391,30	7.091,78	7.869,04	8.731,49	9.688,46
	Administrador	1	600,00	7.200,00	7.989,12	8.864,73	9.836,30	10.914,36	12.110,57
TOTAL		3	1.400,00	16.800,00	18.641,28	20.684,36	22.951,37	25.466,84	28.258,01
Elaborado por: Las Autoras									

Tabla 54 Remuneración

Rubro	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico	18.641,28	20.684,36	22.951,37	25.466,84	28.258,01
Aporte Patronal 12,15%	2.264,92	2.513,15	2.788,59	3.094,22	3.433,35
Fondo de Reserva	0,00	1.723,70	1.912,61	2.122,24	2.354,83
Décimo Tercer Sueldo	1.553,44	1.723,70	1.912,61	2.122,24	2.354,83
Décimo Cuarto Sueldo	318,28	346,93	378,15	412,18	449,28
N° trabajadores	3	3	3	3	3
Vacaciones	954,84	1.040,78	1.134,45	1.236,55	1.347,83
Total Décimo Cuarto Sueldo	0,00	1.526,00	1.663,34	1.813,04	1.976,21
Total	23.414,48	29.211,68	32.362,98	35.855,12	39.725,07
Elaborado por: Las Autoras					

Seguros

Para establecer la tarifa de los seguros para salvaguardar los bienes materiales de construcción y de los muebles y enseres, se tomó como referencias los porcentajes que establece la aseguradora del Sur.

Tabla 55 Seguros

Rubros	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Edificios y Obras civiles	494,62	494,62	494,62	494,62	494,62
Maquinaria y Equipo	8.466,00	6.772,80	5.079,60	3.386,40	1.693,20
Tasa de 1,5%	126,99	101,59	76,19	50,80	25,40
Total	621,61	596,21	570,81	545,42	520,02

Fuente: Aseguradora del sur
Elaborado por: Las Autoras

Tabla 56 Servicios Básicos

Rubros	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Energía eléctrica					
Cantidad kw	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Precio	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
Valor	330,00	370,80	413,75	458,95	506,48
Agua potable					
Cantidad m3	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61
Precio	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Valor	360,00	383,16	407,39	432,72	459,21
Teléfono					
Cantidad	14.400,00	14.832,00	15.276,96	15.735,27	16.207,33
Precio	0,12	0,13	0,14	0,15	0,16
Valor	1.728,00	1.928,16	2.138,77	2.360,29	2.593,17
Internet	720,00	727,20	734,47	741,82	749,23
Total	3.138,00	3.409,32	3.694,38	3.993,77	4.308,09

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 57 Gastos de Constitución

Rubro	Valor
Apertura de una cuenta bancaria	200,00
Escrituras notariales	400,00
Registros mercantiles	150,00
Afiliación a la cámara de comercio	50,00
Imprevistos	800,00
Total	1600,00
Elaborado por: Las Autoras	

Consolidación de los Gastos Administrativos

A continuación se presenta un breve resumen de los gastos Administrativos que se incurrirán en la ejecución del proyecto:

Tabla 58 Resumen de Gastos Administrativos

Rubros	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Remuneración	23.414,48	29.211,68	32.362,98	35.855,12	39.725,07
Seguros	621,61	596,21	570,81	545,42	520,02
Servicios Básicos	3.138,00	3.409,32	3.694,38	3.993,77	4.308,09
Gastos de Constitución	1.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	28.774,08	33.217,22	36.628,17	40.394,31	44.553,18
Imprevistos 1%	287,74	332,17	366,28	403,94	445,53
Total	29.061,83	33.549,39	36.994,45	40.798,25	44.998,71
Elaborado por: Las Autoras					

5.3.2. Gastos de venta

En los gastos de venta se tomó en cuenta los rubros de publicidad en la prensa, afiches, trípticos y diseño de la página web para tener mayor acogida por los turistas.

Tabla 59 Gasto Publicidad

Rubros	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Afiches					
Cantidad	2.400	2.520	2.646	2.778	2.917
Precio	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
Valor	360,00	403,20	449,82	500,09	554,27
Trípticos					
Cantidad	2.000	2.100	2.205	2.315	2.431
Precio	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
Valor	300,00	336,00	374,85	416,75	461,89
Diseño página web	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	960,00	739,20	824,67	916,84	1.016,16
Elaborado por: Las Autoras					

Tabla 60 Gastos sueldos y salarios Ventas

Área	Cargo	Sueldo mensual	R. anual	Años				
				2013	2014	2015	2016	2017
Administrativa – Financiera	Cajero	292,00	3.504,00	3.888,04	4.314,17	4.787,00	5.311,66	5.893,81
TOTAL		292,00	3.504,00	3.888,04	4.314,17	4.787,00	5.311,66	5.893,81
Elaborado por: Las Autoras								

Tabla 61 Remuneración

Rubro	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico	3.888,04	4.314,17	4.787,00	5.311,66	5.893,81
Aporte Patronal 12,15%	472,40	524,17	581,62	645,37	716,10
Fondo de Reserva	0,00	359,51	398,92	442,64	491,15
Décimo Tercer Sueldo	324,00	2.209,87	2.408,75	2.625,54	2.861,84
Décimo Cuarto Sueldo	318,28	346,93	378,15	412,18	449,28
Vacaciones	0,00	318,28	346,93	378,15	412,18
Total	5.002,72	8.072,92	8.901,36	9.815,53	10.824,36
Fuente: Investigación Directa, Junio 2012					
Elaborado por: Las Autoras					

Consolidación los Gastos de Venta

A continuación se presenta un breve resumen de los Gastos de Venta que se incurrirán a la hora de llevar a cabo el proyecto:

Tabla 62 Resumen De Gastos De Venta

Rubros	Años				
	2013	2014	2015	2016	2017
Remuneración	5.002,72	8.072,92	8.901,36	9.815,53	10.824,36
Publicidad	960,00	739,20	824,67	916,84	1.016,16
Subtotal	5.962,72	8.812,12	9.726,03	10.732,37	11.840,53
Imprevistos 1%	59,63	88,12	97,26	107,32	118,41
Total	6.022,35	8.900,25	9.823,30	10.839,69	11.958,93
Elaborado por: Las Autoras					

5.3.3. Depreciación

En el proyecto es importante tomar en cuenta las depreciaciones de los activos que la empresa posee para de esa manera recuperar un valor mínimo de salvamento y a su vez se puede reinvertir en nuevos equipos, dependiendo de la necesidad de la organización. Así como también, se indica que el activo del equipo de computación, se reinvertirá en un 10% del valor del activo, además el menaje se calculará el 5% del total para el valor de rescate.

A continuación el porcentaje y la vida útil de los activos de acuerdo a lo establecido por la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno.

Cabe indicar que, para la depreciación de los activos fijos fue utilizado el método de Línea recta en donde su fórmula es la siguiente:

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \frac{\text{valor de adquisición} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

Porcentajes de depreciación de los activos fijos

Descripción	%	Años de vida útil
Edificio y obra civil	5	20
Maquinaria y equipo	10	10
Muebles y Enseres	10	10
Equipos de Computación	33,33	3
Equipos de Oficina	10	10
Menaje	25	4

Tabla 63 Depreciaciones

Rubros	Años						
	Área Administrativa	Área de servicios	2013	2014	2015	2016	2017
Edificios y Obra civil		164.873	8.243,65	8.243,65	8.243,65	8.243,65	8.243,65
Maquinaria y Equipo		8.466,00	846,60	846,60	846,60	846,60	846,60
Muebles y Enseres	360,00		36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
		11.210,00	1.121,00	1.121,00	1.121,00	1.121,00	1.121,00
Equipo de computación	1.050,00		350,00	350,00	350,00	105,00	105,00
		180,00	60,00	60,00	60,00	18,00	18,00
Equipo de oficina	122,00		12,20	12,20	12,20	12,20	12,20
		559,00	55,90	55,90	55,90	55,90	55,90
Menaje		6.023,29	1.505,82	1.505,82	1.505,82	1.505,82	301,16
Depreciaciones Operativas			11.832,97	11.832,97	11.832,97	11.790,97	10.586,31
Depreciaciones Administrativas			398,20	398,20	398,20	153,20	153,20
Total			12.231,17	12.231,17	12.231,17	11.944,17	10.739,51

Elaborado por: Las Autoras

5.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo en la vida de una organización que se dedicará a determinada actividad económica es importante, puesto que permitirá desenvolverse durante cierto tiempo en el cual no obtendrá ingresos, hasta poder generar por lo menos un mínimo de rentabilidad.

Es por eso que se presenta una tabla resumen tanto de los costos como de los gastos que estarán inmersos en el desarrollo de las actividades del Complejo Ecoturístico Comunitario.

Tabla 64 Capital de trabajo

Rubro	Valor
Costos de Operación	94.986,78
Gastos Administrativos	29.061,83
Gastos de Venta	6.022,35
Total	130.070,95
Elaborado por: Las Autoras	

Así como también, su capital de trabajo que le permitirá al Complejo desempeñar las actividades normalmente, se lo ha estimado para 3 meses y a continuación se presenta dicho valor.

Capital de Trabajo contemplado para 3 meses= **32.518**

5.5. Inversión

Tabla 65 Activos Fijos

Rubro	Valor
Edificios y Obra civil	164.873,00
Maquinaria y Equipo	8.466,00
Muebles y Enseres	11.570,00
Equipo de computación	1.230,00
Equipo de oficina	681,00
Menaje	6.023,29
Terreno	10.000,00
Total	202.843,29
Elaborado por: Las Autoras	

Tabla 66 Inversión total del proyecto

Rubro	Valor	%
Activos Fijos	202.843,29	86,18
Capital de Trabajo	32.517,74	13,82
Total	235.361,03	100
Elaborado por: Las Autoras		

5.5.1. Fuentes de financiamiento

La fuente de financiamiento a la cual se acudirá para llevar a cabo la ejecución del proyecto es la Corporación Financiera Nacional (CFN), pues ésta entidad otorga créditos para la ejecución de proyectos con un interés de hasta el 10% con una garantía hipotecaria, de igual manera otorgan un período de gracia, en la cual la entidad solicitante del crédito, paga únicamente los intereses de acuerdo a los flujos de caja que se estima que el proyecto generará, así como también el plazo del crédito se cree conveniente estipularlo para 10 años mediante la cancelación de cuotas mensuales.

Tabla 67 Fuentes de financiamiento

Rubro	Valor	%
Crédito	164.753	70
Capital Propio	70.608	30
Total	235.361	100
Elaborado por: Las Autoras		

5.5.2. Amortización

A continuación se presenta la tabla respectiva de amortización del crédito que se adquirirá por la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 68 Amortización

Beneficiario				
Institución financiera	Corporación financiera nacional			
Monto en USD	164.753			
Tasa de interés	10,00%		T. Efectiva	10,4713%
Plazo	10	Años		
Gracia	0	Años		
Moneda	Dólares			
Amortización cada	30	Días		
Número de períodos	120	para amortizar capital		
No.	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	164.752,72			

1	163.948,44	1.372,94	804,28	2.177,22
2	163.137,46	1.366,24	810,98	2.177,22
3	162.319,72	1.359,48	817,74	2.177,22
4	161.495,16	1.352,66	824,56	2.177,22
5	160.663,73	1.345,79	831,43	2.177,22
6	159.825,38	1.338,86	838,35	2.177,22
7	158.980,04	1.331,88	845,34	2.177,22
8	158.127,65	1.324,83	852,39	2.177,22
9	157.268,16	1.317,73	859,49	2.177,22
10	156.401,51	1.310,57	866,65	2.177,22
11	155.527,64	1.303,35	873,87	2.177,22
12	154.646,48	1.296,06	881,16	2.177,22
13	153.757,99	1.288,72	888,50	2.177,22
14	152.862,08	1.281,32	895,90	2.177,22
15	151.958,71	1.273,85	903,37	2.177,22
16	151.047,82	1.266,32	910,90	2.177,22
17	150.129,33	1.258,73	918,49	2.177,22
18	149.203,19	1.251,08	926,14	2.177,22
19	148.269,33	1.243,36	933,86	2.177,22
20	147.327,69	1.235,58	941,64	2.177,22
21	146.378,20	1.227,73	949,49	2.177,22
22	145.420,80	1.219,82	957,40	2.177,22
23	144.455,42	1.211,84	965,38	2.177,22
24	143.481,99	1.203,80	973,42	2.177,22
25	142.500,46	1.195,68	981,54	2.177,22
26	141.510,74	1.187,50	989,72	2.177,22
27	140.512,78	1.179,26	997,96	2.177,22
28	139.506,50	1.170,94	1.006,28	2.177,22
29	138.491,83	1.162,55	1.014,67	2.177,22
30	137.468,71	1.154,10	1.023,12	2.177,22
31	136.437,07	1.145,57	1.031,65	2.177,22
32	135.396,82	1.136,98	1.040,24	2.177,22
33	134.347,91	1.128,31	1.048,91	2.177,22
34	133.290,26	1.119,57	1.057,65	2.177,22
35	132.223,79	1.110,75	1.066,47	2.177,22
36	131.148,44	1.101,86	1.075,35	2.177,22
37	130.064,12	1.092,90	1.084,32	2.177,22
38	128.970,77	1.083,87	1.093,35	2.177,22
39	127.868,31	1.074,76	1.102,46	2.177,22
40	126.756,66	1.065,57	1.111,65	2.177,22
41	125.635,74	1.056,31	1.120,91	2.177,22

42	124.505,49	1.046,96	1.130,25	2.177,22
43	123.365,81	1.037,55	1.139,67	2.177,22
44	122.216,64	1.028,05	1.149,17	2.177,22
45	121.057,90	1.018,47	1.158,75	2.177,22
46	119.889,49	1.008,82	1.168,40	2.177,22
47	118.711,35	999,08	1.178,14	2.177,22
48	117.523,39	989,26	1.187,96	2.177,22
49	116.325,54	979,36	1.197,86	2.177,22
50	115.117,70	969,38	1.207,84	2.177,22
51	113.899,79	959,31	1.217,91	2.177,22
52	112.671,74	949,16	1.228,05	2.177,22
53	111.433,45	938,93	1.238,29	2.177,22
54	110.184,84	928,61	1.248,61	2.177,22
55	108.925,83	918,21	1.259,01	2.177,22
56	107.656,32	907,72	1.269,50	2.177,22
57	106.376,24	897,14	1.280,08	2.177,22
58	105.085,49	886,47	1.290,75	2.177,22
59	103.783,98	875,71	1.301,51	2.177,22
60	102.471,63	864,87	1.312,35	2.177,22
61	101.148,34	853,93	1.323,29	2.177,22
62	99.814,03	842,90	1.334,32	2.177,22
63	98.468,59	831,78	1.345,44	2.177,22
64	97.111,94	820,57	1.356,65	2.177,22
65	95.743,99	809,27	1.367,95	2.177,22
66	94.364,64	797,87	1.379,35	2.177,22
67	92.973,79	786,37	1.390,85	2.177,22
68	91.571,35	774,78	1.402,44	2.177,22
69	90.157,23	763,09	1.414,12	2.177,22
70	88.731,32	751,31	1.425,91	2.177,22
71	87.293,53	739,43	1.437,79	2.177,22
72	85.843,75	727,45	1.449,77	2.177,22
73	84.381,90	715,36	1.461,85	2.177,22
74	82.907,86	703,18	1.474,04	2.177,22
75	81.421,54	690,90	1.486,32	2.177,22
76	79.922,83	678,51	1.498,71	2.177,22
77	78.411,64	666,02	1.511,20	2.177,22
78	76.887,85	653,43	1.523,79	2.177,22
79	75.351,36	640,73	1.536,49	2.177,22
80	73.802,07	627,93	1.549,29	2.177,22
81	72.239,87	615,02	1.562,20	2.177,22
82	70.664,65	602,00	1.575,22	2.177,22

83	69.076,30	588,87	1.588,35	2.177,22
84	67.474,72	575,64	1.601,58	2.177,22
85	65.859,79	562,29	1.614,93	2.177,22
86	64.231,40	548,83	1.628,39	2.177,22
87	62.589,44	535,26	1.641,96	2.177,22
88	60.933,80	521,58	1.655,64	2.177,22
89	59.264,36	507,78	1.669,44	2.177,22
90	57.581,01	493,87	1.683,35	2.177,22
91	55.883,64	479,84	1.697,38	2.177,22
92	54.172,11	465,70	1.711,52	2.177,22
93	52.446,33	451,43	1.725,79	2.177,22
94	50.706,16	437,05	1.740,17	2.177,22
95	48.951,49	422,55	1.754,67	2.177,22
96	47.182,20	407,93	1.769,29	2.177,22
97	45.398,17	393,19	1.784,03	2.177,22
98	43.599,27	378,32	1.798,90	2.177,22
99	41.785,38	363,33	1.813,89	2.177,22
100	39.956,37	348,21	1.829,01	2.177,22
101	38.112,12	332,97	1.844,25	2.177,22
102	36.252,50	317,60	1.859,62	2.177,22
103	34.377,39	302,10	1.875,12	2.177,22
104	32.486,64	286,48	1.890,74	2.177,22
105	30.580,15	270,72	1.906,50	2.177,22
106	28.657,76	254,83	1.922,38	2.177,22
107	26.719,36	238,81	1.938,40	2.177,22
108	24.764,80	222,66	1.954,56	2.177,22
109	22.793,95	206,37	1.970,85	2.177,22
110	20.806,68	189,95	1.987,27	2.177,22
111	18.802,85	173,39	2.003,83	2.177,22
112	16.782,32	156,69	2.020,53	2.177,22
113	14.744,96	139,85	2.037,37	2.177,22
114	12.690,61	122,87	2.054,34	2.177,22
115	10.619,15	105,76	2.071,46	2.177,22
116	8.530,42	88,49	2.088,73	2.177,22
117	6.424,29	71,09	2.106,13	2.177,22
118	4.300,61	53,54	2.123,68	2.177,22
119	2.159,23	35,84	2.141,38	2.177,22
120	(0,00)	17,99	2.159,23	2.177,22
Elaborado por: Las Autoras				

5.6. Estado de Situación Financiera

Tabla 69 Estado de Situación Financiera

COMPLEJO ECOTURÍSTICO COMUNITARIO “SANTA MÓNICA”

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX

ACTIVOS

ACTIVOS
CORRIENTES 32.517,74

Capital de Trabajo 32.518

ACTIVOS FIJOS 202.843,29

Terreno 10.000,00

Edificios y Obra civil 164.873,00

Maquinaria y Equipo 8.466,00

Muebles y Enseres 11.570,00

Equipo de Computación 1.230,00

Equipo de Oficina 681,00

Menaje 6.023,29

TOTAL ACTIVOS 235.361,03

PASIVOS

Aporte Financiado 164.752,72

Préstamo 164.752,72

PATRIMONIO 70.608,31

Capital propio 70.608,31

**TOTAL PASIVOS
+ PATRIMONIO 235.361,03**

CONTADOR

GERENTE

Elaborado por: Las Autoras

5.7. Estado de Resultados

De acuerdo al estado de Resultados que el Complejo Ecoturístico comunitario “Santa Mónica” generará, se puede observar que la utilidad será considerable, pues le permitirá desarrollarse económicamente y lograr así recuperar el capital invertido en un tiempo determinado.

Tabla 70 Estado de Resultados

COMPLEJO ECOTURÍSTICO COMUNITARIO “SANTA MÓNICA”

ESTADO DE RESULTADOS

AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos Proyectados:					
Ingresos por ventas netas	186.146,15	209.066,80	238.286,17	268.398,26	300.924,75
Total Ingresos	186.146,15	209.066,80	238.286,17	268.398,26	300.924,75
(-)Costos de Operación	94.986,78	108.590,31	116.739,62	125.518,94	134.979,28
Materia Prima de los Platos Típicos	42.648,70	44.956,00	47.388,12	49.951,82	52.654,21
Talento Humano	18.605,17	22.831,10	24.885,90	27.125,63	29.566,94
Mano de Obra Indirecta	29.012,44	35.587,46	38.790,33	42.281,46	46.086,79
Gastos generales	3.780,00	4.140,60	4.519,43	4.917,27	5.334,91
Imprevistos 1%	940,46	1.075,15	1.155,84	1.242,76	1.336,43
Utilidad en Operaciones	91.159,37	100.476,49	121.546,55	142.879,32	165.945,47
(-)Gastos Administrativos	29.061,83	33.549,39	36.994,45	40.798,25	44.998,71
(-) Gastos en Ventas	6.022,35	8.900,25	9.823,30	10.839,69	11.958,93
(-) Depreciaciones Operativas	11.832,97	11.832,97	11.832,97	11.790,97	10.586,31
(-) Depreciaciones Administrativas	398,20	398,20	398,20	153,20	153,20
Total Gastos	46.917,14	45.780,56	49.225,63	52.742,42	55.738,23
Utilidad operacional	44.242,23	54.695,93	72.320,93	90.136,90	110.207,24
(-)Gastos Financieros	26.126,63	26.126,63	26.126,63	26.126,63	26.126,63
Utilidad Proyectada	18.115,60	28.569,30	46.194,29	64.010,26	84.080,61
(-) 15% Participación Trabajadores	2.717,34	4.285,39	6.929,14	9.601,54	12.612,09
Utilidad Proyectada Antes de Participación Trabajadores	15.398,26	24.283,90	39.265,15	54.408,72	71.468,52
Elaborado por : Las Autoras					

5.8. Flujo de caja Proyectado.

El Flujo de Caja permite indicar las entradas y salidas del efectivo como es los ingresos proyectados y los respectivos gastos realizados su proyección, mediante éste instrumento, la empresa conoce el circulante que existe en ella y por supuesto su operación.

Tabla 71 Flujo de caja Proyectado.

RUBROS	Años					
		2013	2014	2015	2016	2017
Inversión	-235.361,03					
Utilidad Proyectada Antes de Participación Trabajadores		15.398,26	24.283,90	39.265,15	54.408,72	71.468,52
(+) Depreciación		12.231,17	12.231,17	12.231,17	11.944,17	10.739,51
(+) Recuperación Inversión						
5% Maquinaria y Equipo						423,30
15% Muebles y Enceres					1.157,00	
80% Edificios						131.898,40
40% Capital de Trabajo						13.007,09
20% Equipo de Oficina				136,20		
40% Menaje					2.710,48	
Total Flujo De Caja	-235.361,03	27.629,43	36.515,07	51.632,52	70.220,38	227.536,83
Elaborado por: Las Autoras						

Tabla 72 Flujo de Caja Costo de Oportunidad (CK)

Rubro	Valor	%	Tasa Ponderada	Valor ponderado
Crédito	164.753	70	10,4713	732,991
Capital Propio	70.608	30	4,5	135
Total	235.361	100		867,991
			Costo de Oportunidad (CK)	8,67991
Elaborado por: Las Autoras				

El porcentaje de inflación, se tomó del Banco Central del Ecuador de diciembre del año 2011, el cual fue el 5,41%, que determina el nivel de incremento de los precios de los artículos e insumos en general, de cada año.

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

$$TRM = (1+8,67991)*(1+0,0541)-1$$

$$TRM = 14,56$$

Se puede deducir, que la tasa de Rendimiento mínimo que debe tener el complejo Ecoturístico Comunitario “Santa Mónica” es de 14,56% pues lo mínimo que debe arrojar éste proyecto para que pueda continuar con las actividades económicas.

5.9. Evaluación financiera

5.9.1. Valor Actual Neto

$$VAN = \sum \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \left(\sum \frac{\text{Flujo neto año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{flujos netos año 2}}{(1+i)^2} \dots \dots \dots \frac{\text{flujo neto año n}}{(1+i)^n} \right) - Inversion$$

Tabla 73 Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos caja	Flujos Neto actual 14,56%
2013	27.629,43	24.117,97
2014	36.515,07	27.823,39
2015	51.632,52	34.342,36
2016	70.220,38	40.769,82
2017	227.536,83	115.317,78
Total	413.534,23	242.371,32
Elaborado por: Las Autoras		

$$VAN (i) = 7.010 \text{ dólares}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo observar que el VAN es positivo, lo cual se considera que es factible el proyecto.

5.9.2. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = (Tri) + (Trs - Tri) \left[\frac{VAN i}{VAN i - VANs} \right]$$

Tabla 74 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujos Netos Caja	Flujos Netos Actualizados 15,44%
2013	27.629,43	23.932,34
2014	36.515,07	27.396,72
2015	51.632,52	33.555,44
2016	70.220,38	39.529,01
2017	227.536,83	110.947,53
TOTAL	413.534,23	235.361,03
Elaborado por: Las Autoras		

$$VAN = 235.361 - 235.361$$

$$VAN(s) = 0,00$$

$$TIR = (Tri) + (Trs - Tri) \left[\frac{VAN i}{VAN i - VANs} \right]$$

$$TIR = (15,44) + (14,56 - 15,44) \left[\frac{7.010}{7.010 - (0)} \right]$$

$$TIR = 15,44\%$$

Según el cálculo realizado se determinó que el valor de la TIR es mayor a la Tasa de Rendimiento Mínimo, por lo cual, se puede deducir que el proyecto es factible de ejecutarlo.

5.9.3. Costo Beneficio

Tabla 75 Costo Beneficio

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados 14,56%	Egresos	Egresos Actualizados 14,56%
1	186.146,15	162.488,63	168.030,55	146.675,36
2	209.066,80	159.302,62	180.497,50	137.533,67
3	238.286,17	158.491,36	192.091,88	127.766,13
4	268.398,26	155.831,54	204.388,00	118.667,30
5	300.924,75	152.511,46	216.844,14	109.898,63
Total		788.625,61		640.541,09
Elaborado por: Las Autoras				

$$C/B = \frac{\sum \text{flujos netos actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = \frac{242.371,32}{235.361}$$

$$C/B = \frac{788.625,61}{640.541,09}$$

$$C/B = 1,03$$

$$C/B = 1,23$$

Se deduce que el beneficio que tendrá el complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” es considerable, pues por cada dólar que invierte, recupera una cantidad considerable.

5.9.4. Período de Recuperación

Tabla 76 Período de Recuperación

Años	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados
1	24.117,97	24.117,97
2	27.823,39	51.941,36
3	34.342,36	86.283,72
4	40.769,82	127.053,54
5	115.317,78	242.371,32
Elaborado por: Las Autoras		

Por medio de éste evaluador financiero se pudo verificar que la recuperación total del proyecto se irá efectuando al terminar el cuarto año, por tal razón se deduce que es factible.

5.9.5. Punto de Equilibrio.

Tabla 77 Punto de Equilibrio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables
Ingresos proyectados:								
Ingresos por ventas netas	186.146,15	209.066,80	238.286,17	268.398,26	300.924,75	186.146,15		
Total ingresos	186.146,15	209.066,80	238.286,17	268.398,26	300.924,75			
(-) Costos de Operación	94.986,78	108.590,31	116.739,62	125.518,94	134.979,28			
Materia prima de Platos Típicos	42.648,70	44.956,00	47.388,12	49.951,82	52.654,21			42.648,70
Talento Humano	18.605,17	22.831,10	24.885,90	27.125,63	29.566,94		18.605,17	
Talento humano auxiliar	29.012,44	35.587,46	38.790,33	42.281,46	46.086,79		29.012,44	
Gastos Generales	3.780,00	4.140,60	4.519,43	4.917,27	5.334,91			3.780,00
Imprevistos 1%	940,46	1.075,15	1.155,84	1.242,76	1.336,43		940,46	
Utilidad en Operaciones	91.159,37	100.476,49	121.546,55	142.879,32	165.945,47			
(-) Gastos Administrativos	29.061,83	33.549,39	36.994,45	40.798,25	44.998,71		29.061,83	
(-) Gastos en Ventas	6.022,35	8.900,25	9.823,30	10.839,69	11.958,93		6.022,35	
(-) Depreciaciones Operativas	11.832,97	11.832,97	11.832,97	11.790,97	10.586,31		12.231,17	
(-) Depreciaciones Administrativas	398,20	398,20	398,20	153,20	153,20			
Total Gastos	46.917,14	45.780,56	49.225,63	52.742,42	55.738,23			
Utilidad operacional proyectada	44.242,23	54.695,93	72.320,93	90.136,90	110.207,24			
(-)Gastos financieros	26.126,63	26.126,63	26.126,63	26.126,63	26.126,63		26.126,63	
Utilidad proyectada	18.115,60	28.569,30	46.194,29	64.010,26	84.080,61			
(-) 15% Participación Trabajadores	2.717,34	4.285,39	6.929,14	9.601,54	12.612,09			
Utilidad Proyectada Antes de Participación Trabajadores	15.398,26	24.283,90	39.265,15	54.408,72	71.468,52			
Total							122.000,05	46.428,70
Elaborado por: Las Autoras								

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}} \right)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{122.000,05}{1 - \left(\frac{46.428,70}{186.146,15} \right)}$$

Punto de Equilibrio en dólares = 162.541,19

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Estructura Organizacional es importante, pues permite definir la manera en que pueden ser distribuidas las funciones y responsabilidades que están inmersas en un puesto de trabajo dentro de la empresa, pues esto contribuye al logro de los objetivos y a establecer una adecuada coordinación entre los colaboradores.

El complejo ecoturístico comunitario será creado en la Comunidad Santa Mónica que se encuentra ubicada a 13.5 km de la Ciudad de Tabacundo cabecera cantonal y a 3 km de la panamericana. Se limita al norte con la comunidad de Cajas Jurídica, sur con la comunidad Loma Gorda, al este con la comunidad de Cajas Jurídica y oeste con la comunidad de Chaupiloma.

La comunidad posee un paisaje único, el cual permite que a una cierta distancia se pueda llegar a las lagunas del Mojanda a cabalgata, además tiene una vista hermosa hacia el Lago San Pablo, al Nevado de Cotopaxi, al Imbabura y al Nevado Cayambe.

La comunidad Santa Mónica es perteneciente a la parroquia Tupigachi, ésta se encuentra al Noreste del Cantón Pedro Moncayo, a 160 km. y a 1 hora 30 minutos desde Quito.

El territorio de ésta Parroquia estaba constituido por una gran hacienda llamada TUPIGACHI, de propiedad de Jesuitas. La conformaban cuatro grandes sectores: Loma Gorda, San Juan Loma, Chaupiloma y Cajas (éstos lugares conservan aún sus nombres); todo lo que constituye el actual centro urbano de la parroquia era la parte baja de un potrero que se lo conocía como El Hospital, todas éstas tierras fueron entregadas a militares retirados, muchos de los cuales se constituyen en los gestores de la parroquialización de Tupigachi.

6.1. Descripción del Complejo Ecoturístico

La creación del Complejo ecoturístico comunitario nace de la necesidad de brindar comodidad y un servicio de calidad a los turistas internos y externos, a la vez dar a conocer la cultura de la zona, contribuyendo al desarrollo turístico, económico y social de la misma.

Además se busca aprovechar al máximo las bondades que brinda la naturaleza, ya que el diseño de todas las construcciones estarán acorde a la misma, utilizando materiales de la zona, los servicios que se prestará son: hospedaje, gastronomía de la zona, áreas recreacionales, vivencias místicas, cabalgatas y parqueadero vigilado.

El complejo ecoturístico comunitario estará ubicado en la provincia de Pichincha, Cantón Pedro Moncayo, en la comunidad Santa Mónica.

6.1.1. Nombre

El nombre del complejo será Complejo Ecoturístico Comunitario “Santa Mónica”, se llamará de ésta manera, ya que la comunidad quiere conservar el nombre en honor a la hacienda que fue antes de convertirse en una comunidad, también en honor a su patrona Santa Mónica, patrona de las mujeres casadas y modelo de las madres cristianas.

A continuación se presenta el diseño y el eslogan del Complejo Ecoturístico Comunitario “Santa Mónica”

Gráfico No 42 Logotipo



6.1.2. Base legal

Constitución Legal

El complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” estará constituido como persona jurídica debidamente aprobada por la autoridad competente. El registro se lo hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo del país, adjuntando lo siguiente:

- ◆ Solicitud de registro dirigida a la máxima autoridad del Ministerio de Turismo en el que se consignarán las actividades que realizará;
- ◆ Acreditación de la organización al amparo de la Constitución Política de la República (Art. 84); Art. 1 y 3 de la Ley de Organizaciones y Régimen de Comunidades.
- ◆ Nombramiento que acredite la representación legal del peticionario de registro a nombre del centro turístico comunitario;
- ◆ Acta, suscrita por los miembros del centro turístico comunitario, en la que conste la decisión de registrarse, así como, la delegación a la persona que actuará como representante para realizar el registro;
- ◆ Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo;
- ◆ Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo; según Acuerdo No. 20050015 de fecha 26 de julio del 2005. (Numeral 1.2.3)
- ◆ Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste, como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios; y,

- ◆ Determinación de los servicios turísticos que brindarán y la zona geográfica en la que circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Requisitos para obtener el RUC

- ◆ Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal
- ◆ Original y copia, o copia certificada, del documento de creación otorgada con la formalidad legal de cada caso.
- ◆ Identificación del representante legal: Copia de cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral
- ◆ Identificación del gerente general: Copia de cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral
- ◆ Verificación de la dirección de los establecimientos donde realizan la actividad económica: se solicita el original y copia de cualquiera de los siguientes documentos
- ◆ Planilla del servicio eléctrico o planilla de consumo telefónico o planilla de consumo de agua
- ◆ Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato.
- ◆ Pago del impuesto predial.
- ◆ Formulario 106 por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso.

Permiso Municipal

La patente municipal se obtiene en la Municipalidad de Pedro Moncayo, misma que es obligatoria para ejercer la actividad económica, los requisitos son los siguientes:

- ◆ Copia del RUC.
- ◆ Copia del nombramiento del representante legal.

- ◆ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- ◆ Nombre completo del dueño donde funcionará la actividad económica, éste requisito es usado para identificar el predio donde funcionará dicha entidad.
- ◆ Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

Permiso de los Bomberos

Éste permiso se lo obtiene en las instalaciones de los Bomberos, los cuales van a inspeccionar la estructura de la entidad verificando que cuente con sistemas de seguridad, los requisitos son:

- ◆ Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos.
- ◆ Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- ◆ Copia del RUC.
- ◆ Copia de la patente municipal.

Permiso Sanitario y Ambiental

Sanitario

Éste permiso es de gran importancia ya que en él se justifica la higiene y salud tanto de la entidad como del personal que va a laborar en la empresa:

- ◆ Ficha de inspección.
- ◆ Permiso del Cuerpo de Bomberos y patente municipal.
- ◆ Copia del RUC.
- ◆ Certificado de salud del personal tanto administrativo como operativo.
- ◆ Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

Ambiental

La licencia ambiental es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo a una persona, para la ejecución de un proyecto, pues éste, puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente, los requisitos son:

- ◆ El proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de áreas protegidas (SNAP), Bosques protectores (BP) y patrimonio forestal del estado (PFE). Ésta solicitud debe contener:
 - ◆ Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección.
 - ◆ Razón Social del Proponente.
 - ◆ Apellidos y nombres del representante legal.
 - ◆ Dirección.
 - ◆ Ciudad.
 - ◆ Teléfono.
 - ◆ E-mail.
 - ◆ Nombre del proyecto.
 - ◆ Actividad y una breve descripción del proyecto.
 - ◆ Ubicación del proyecto en coordenadas UTM (Datum PSAD56).
 - ◆ Papeleta de depósito en la cuenta del Ministerio del Ambiente.

6.2. Importancia

Tomando como base el estudio de Diagnóstico Situacional, se puede corroborar que el complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” es importante por las siguientes razones:

- ◆ Al crear éste tipo de complejos nace la intención de ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes.
- ◆ Además es una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros.

- ◆ También la iniciativa y participación comunitaria, con su cultura y tradiciones y preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos hace que el turismo ecuatoriano sea acogido por turistas internos y externos.

6.3. Misión

El complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” tiene como misión esencial brindar un servicio ecoturístico de calidad, en cuanto a hospedaje, alimentación y recreación, con la participación de la comunidad local, generando beneficios económicos, todo esto regido a parámetros estrictos de sustentabilidad, sostenibilidad y valores éticos.

6.4. Visión

Para el año 2017, el complejo ecoturístico comunitario “Santa Mónica” será una empresa de calidad, que brindará servicios de primera a todos sus visitantes con un talento humano profesional y competente, entregando eficacia e innovación, transmitiendo al turista la constante preocupación del complejo por satisfacer sus necesidades, mejorar su calidad de vida y proporcionarle entretenimiento. Además será generadora de fuentes de empleo y desarrollo para la comunidad.

6.5. Valores corporativos

- ◆ **Responsabilidad:** Contribuyendo activa y voluntariamente al mejoramiento social, económico y ambiental mejorando su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.
- ◆ **Atención:** El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes.
- ◆ **Excelencia:** Orientándose hacia los resultados, hacia el cliente, liderazgo y perseverancia.

- ◆ **Compromiso:** Entusiasta determinación personal de alcanzar resultados.
- ◆ **Respeto:** Ganarse el respeto de la empresa es un factor clave para lograr los mejores beneficios económicos.
- ◆ **Trabajo en equipo:** Unidos por un propósito; aportando lo mejor de cada uno, para lograr el resultado.

6.6. Filosofía

La filosofía del complejo ecoturístico “Santa Mónica” está basada en tres pilares fundamentales:

- ◆ **Hacia los Clientes:** Prestando el mejor servicio.
- ◆ **Hacia el Talento Humano:** Teniendo en cuenta que un equipo motivado y feliz es un equipo que cumple sus objetivos y obtiene grandes logros de manera eficiente.
- ◆ **Hacia la sociedad:** Contribuyendo con el empeño de formar una empresa cada vez más sólida, que generará trabajo, que ofrecerá calidad de vida para los visitantes a fin de mostrarse como una empresa con un alto nivel competitivo.

6.7. Políticas.

- ◆ Se realizará descuentos dependiendo del valor de consumo y de la temporada.
- ◆ Trato cortés al cliente o consumidor.
- ◆ La innovación como clave del éxito del complejo ecoturístico comunitario.

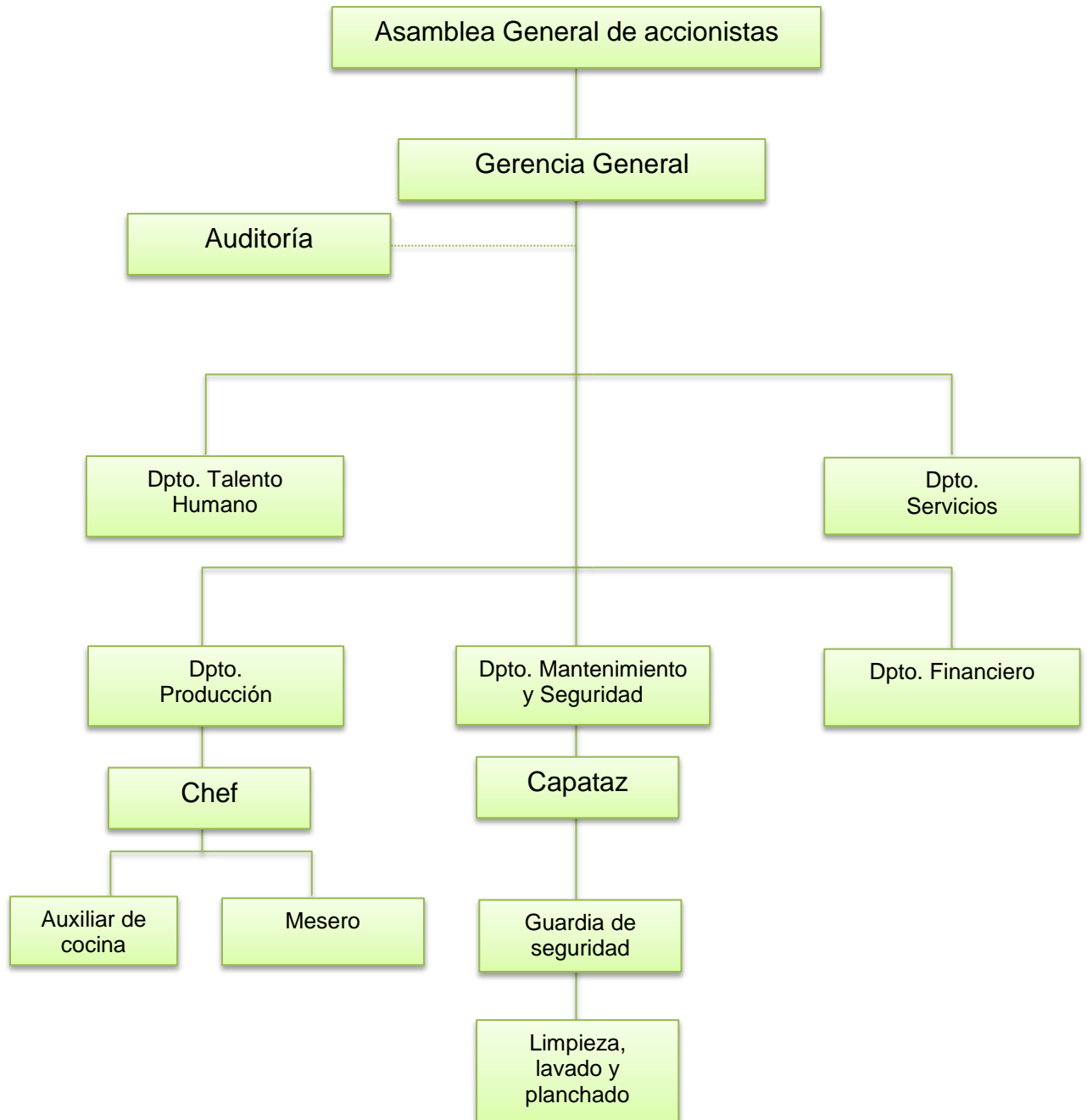
6.8. Organigrama Estructural de la Comunidad

Gráfico No 43 Organigrama estructural de la comunidad



6.9. Propuesta del Organigrama estructural

Gráfico No 44 Propuesta del Organigrama Estructural



Elaborado por: Las Autoras, Julio 2012

6.10. Descripción de puestos y funciones

A continuación se presenta el cargo, las funciones y el perfil del puesto de trabajo que se requiere a la hora de contratar al Talento humano que colaborará con el desempeño de las actividades del Complejo Ecoturístico Comunitario “Santa Mónica”

Cargo: Administrador

Funciones:

- ◆ Ejecutar una gestión administrativa para que el complejo sus metas.
- ◆ Mantener en regla la documentación respecto a la legalización del complejo, según lo exigido por las entidades reguladoras.
- ◆ Llevar en regla las obligaciones tributarias.
- ◆ Contratar personal idóneo para la realización de la acción de ventas.
- ◆ Legalizar el contrato de trabajo del talento humano contratado.
- ◆ Informar al nuevo personal acerca de las políticas y criterios administrativos del complejo.
- ◆ Pagar al talento humano en las condiciones y cantidad prescritas en el contrato de trabajo.
- ◆ Tiene la facultad de otorgar permisos a los empleados o de designar sanciones en caso que estos incumplan con sus funciones.
- ◆ Asegurar a los empleados.
- ◆ Motivar al talento humano del complejo.

Cargo: Contador

Funciones:

- ◆ Manejo sistema contable
- ◆ Identificar indicadores financieros
- ◆ Toma de decisiones en cuanto a los aspectos financieros, relacionados con efectivo, inventarios, descuentos.
- ◆ Aplicación legislación laboral.
- ◆ Aplicación legislación tributaria.

Perfil:

- ◆ Poseer título de contador CPA.
- ◆ Mínimo tres años de experiencia.
- ◆ Conocimientos en tributación e impuestos.

Cargo: Recepcionista

Funciones:

- ◆ Mantener un elevado nivel de eficiencia.
- ◆ Asigna habitaciones y maneja problemas y quejas de los huéspedes.
- ◆ Da la bienvenida a los visitantes.
- ◆ Sugiere actividades recreacionales.
- ◆ Da información al visitante.
- ◆ Comunica por medio de un parte la salida y entrada de huéspedes.
- ◆ Control de las llaves de la habitación.

Perfil:

- ◆ Poseer título de bachiller
- ◆ Conocimientos en hotelería y turismo

- ◆ Conocimientos en Atención al cliente.
- ◆ Tener experiencia mínima de tres años en el cargo.

Cargo: Chef o cocinero.

Funciones:

- ◆ Es responsable de administrar la cocina.
- ◆ Debe emitir órdenes de una manera firme pero amable.
- ◆ En caso de faltar el cocinero el Chef debe tomar su papel.
- ◆ Realiza cálculos diarios.
- ◆ Supervisa el adecuado funcionamiento de la organización.
- ◆ Delega funciones al personal.
- ◆ Es responsable de que las tareas se cumplan debe dirigir, disciplinar y motivar a los empleados.
- ◆ Controla la calidad y los costos de los alimentos y mano de obra.
- ◆ Debe tener una buena presentación personal y puntualidad.
- ◆ Conocer bien el menú del día, reportar todo lo que pasa en la cocina.
- ◆ Controlar la entrada y salida de empleados.

Perfil:

- ◆ Poseer título de Chef profesional.
- ◆ Experiencia mínima de tres años.

Cargo: Auxiliar de cocina

Funciones:

- ◆ Elaborar correctamente los platillos y evitar los desperdicios.
- ◆ Revisar a diario que los refrigeradores estén limpios, que los alimentos estén perfectamente tapados.

- ◆ Auxiliar al chef en todos los aspectos del trabajo de preparación y servicio.
- ◆ Deben ser puntuales para evitar contratiempos.
- ◆ Mantener limpio el lugar de trabajo.

Perfil:

- ◆ Formación secundaria
- ◆ Tener conocimientos de cocina
- ◆ Poseer mínimo un año en cargos similares.

Cargo: Mesero

Funciones:

- ◆ Recibir y acomodar a los clientes en las mesas.
- ◆ Conocer el menú del día y sus ingredientes.
- ◆ Acomodar la mesa y los correspondientes utensilios como servilletas, cubertería entre otros.
- ◆ Estar siempre atento a los requerimientos de los turistas.

Perfil:

- ◆ Tener experiencia por lo menos 1 año.

Cargo: Capataz

Funciones:

- ◆ Tener iniciativa propia y responsabilidad.
- ◆ Brindar cuidado y alimentación a los caballos.
- ◆ Mantener limpia el área del establo.

Perfil:

- ◆ Formación secundaria.
- ◆ Poseer conocimientos en cuidado de animales.
- ◆ Tener mínimo un año de experiencia en el cargo.

Cargo: Guardia de seguridad

Funciones:

- ◆ Responsabilidad y cuidado del parqueadero.
- ◆ Prevención de robos.
- ◆ Prevención de incendios.
- ◆ Prevención de otras emergencias.
- ◆ Poner en conocimiento del administrador del cualquier incidente o hecho delictivo.

Perfil:

- ◆ Poseer estudios secundarios.
- ◆ Poseer conocimientos del cargo.
- ◆ Tener conocimientos de primeros auxilios.
- ◆ Experiencia mínima un año.

Cargo: Aseo, Lavado y Planchado.

Funciones:

- ◆ Mantenimiento preventivo de instalaciones.
- ◆ Limpieza de habitaciones.
- ◆ Cambio y cuidado de menaje.
- ◆ Aseo baños.
- ◆ Limpieza y mantenimiento instalaciones comunes.

- ◆ Atención a la habitación.

Perfil:

- ◆ Estudios secundarios.
- ◆ Dispuesto a trabajar tiempo completo.
- ◆ Experiencia mínima de un año.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Éste capítulo se enfoca a determinar el nivel de impacto que generará al ejecutar el proyecto, pues es indispensable conocer si éste será aceptable o no en el lugar a ejecutarse.

Para establecer el nivel de impactos es necesario aplicar una matriz en donde se valorará de la siguiente manera:

Tabla 78 Matriz de valoración de impactos

Puntaje	Significado
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Neutro
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto
Fuente: Investigación directa, Agosto 2012	
Elaborado por: Las Autoras	

7.1. Impacto Ambiental

En la actualidad es fundamental determinar el nivel de impacto ambiental que un proyecto generará en el momento de su ejecución, ya que toda actividad económica afecta de una u otra manera al medio ambiente y es necesario que la sociedad tome conciencia sobre éste tema, en donde se debe aplicar el principio de responsabilidad social.

A continuación se presenta la matriz en la cual demuestra que el proyecto afecta negativa o positivamente hacia su entorno.

Tabla 79 Impacto Ambiental

Indicadores	IMPACTO						
	N. Negativo			N. Positivo			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del medio ambiente.						x	
Aprovechamiento de recursos.						x	
Manejo de desperdicios.							x
Políticas de comercialización y consumo de materiales y materia prima.						x	
TOTAL						6	3
$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{nivel de impacto}}{\text{numero de indicadores}}$ $\text{Impacto Ambiental} = \frac{9}{4}$ <p>I.A. = 2.25 ≈ 2</p>							
<p>Fuente: Investigación directa, Agosto 2012</p> <p>Elaborado por: Las Autoras</p>							

Éste proyecto tendrá un nivel de impacto positivo medio, ya que se deberá cumplir con las leyes y normas que protegen al medio ambiente, a través de la disminución de los desechos sólidos, desperdicio del agua así como también de la energía eléctrica y sin olvidar disminuir el desperdicio de la materia prima, en la elaboración de los diferentes platos que se van a presentar a los turistas, así como también cumplir con las normas de calidad referentes a la actividad que se la llevará a cabo.

7.2. Impacto Socio-Económico

Éste proyecto genera un impacto socio-económico, ya que éste proporciona beneficios tanto a la comunidad como a su entorno mediante la generación de empleo, mejor calidad de vida de sus habitantes y la vinculación con otras empresas relacionadas con el sector turísticos.

En la siguiente matriz se demuestra su respectiva valoración:

Tabla 80 Impacto Socio-Económico

Indicador	IMPACTO						
	N. Negativo			N. Positivo			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo.							x
Mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de Santa Mónica.						x	
Vinculación con otras empresas relacionadas con el sector turístico.					x		
Rentabilidad						x	
TOTAL					1	4	3
$\text{Impacto Socio – Económico} = \frac{\sum \text{nivel de impacto}}{\text{numero de indicadores}}$ $\text{Impacto Socio – Económico} = \frac{8}{4}$ <p>I.S-E. = 2</p>							
Fuente: Investigación directa, Agosto 2012 Elaborado por: Las Autoras							

El nivel de impacto que tendrá al momento de ejecutar éste proyecto será positivo medio, ya que está relacionado con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan la comunidad de Santa Mónica así como también de la parte externa de ésta, ya que por no existir mano de obra calificada para ciertas áreas en éste lugar, se contratará personas que no pertenece a la comunidad.

7.3. Impacto Ético

La ética en la sociedad es primordial, pues de esta manera los profesionales se apegan a cumplir principios y valores lo cual contribuye al logro de una sociedad que respeta y que a su vez hace cumplir con las disposiciones que están establecidas en el país, de igual manera permite que las personas o profesionales, se desenvuelvan de mejor manera en cualquier actividad económica que se les presente.

Tabla 81 Impacto Ético

Indicador	IMPACTO						
	N. Negativo			N. Positivo			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacitación continua							x
Servicio de calidad							x
Rescate de valores						x	
Seguridad						x	
TOTAL						4	6
$\text{Impacto Ético} = \frac{\sum \text{nivel de impacto}}{\text{numero de indicadores}}$ $\text{Impacto Ético} = \frac{10}{4}$ $\text{I.E.} = 2,5 \approx 3$							
Fuente: Investigación directa, Agosto 2012 Elaborado por: Las Autoras							

Al momento de ejecutar el proyecto su nivel de impacto será positivo alto, ya que prestará servicios de calidad para que el cliente se sienta satisfecho, además, la capacitación continua ayudará a que los colaboradores se sientan motivados y conserven su autoestima alta rescatando así valores que ayudarán al mejoramiento personal como institucional.

7.4. Impacto Educativo

Éste impacto contribuye al aprendizaje de la colectividad en lo que se refiere al manejo de esta actividad económica, pues es necesario que conozcan tanto los colaboradores del complejo ecoturístico como los habitantes de la comunidad cada uno de los procesos que exista, para de esa manera desarrollar óptimamente las actividades que se generan día a día.

Tabla 82 Impacto Educativo

Indicador	IMPACTO						
	N. Negativo			N. Positivo			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de nuevos conocimientos empresariales.						X	
Hace más competitivo a los participantes.							X
Fortalecimiento de la comunidad Santa Mónica							X
TOTAL						2	6
$\text{Impacto Edcativo} = \frac{8}{4}$ $\text{ImpactoEducativo} = \frac{8}{4}$ $\text{I.E.} = 2$							
Fuente: Investigación directa, Agosto 2012 Elaborado por: Las Autoras							

El proyecto al momento de llevarlo a cabo, generará un nivel de impacto positivo medio, ya que éste contribuye al fortalecimiento de toda la comunidad, a través de los conocimientos obtenidos en el transcurso de las actividades que se producirán en el complejo ecoturístico comunitario, así como también volviéndose más competitivos en esta rama turística.

CONCLUSIONES

- ◆ Luego de haber realizado el diagnóstico situacional, se concluyó que, la creación del Complejo Ecoturístico Comunitario, contribuirá al desarrollo del turismo dentro del Cantón Pedro Moncayo, pues permitirá alcanzar un reconocimiento a nivel tanto provincial como cantonal.
- ◆ Una vez analizado el diagnóstico situacional se determinó que la ejecución de éste proyecto permitirá aprovechar el talento humano disponible de la comunidad Santa Mónica y a su vez de zonas aledañas, fortaleciendo así la calidad de vida de sus habitantes
- ◆ Mediante el diagnóstico situacional se puede manifestar que existe gran predisposición por parte de los habitantes de la comunidad Santa Mónica, para la ejecución de éste proyecto.
- ◆ Por medio del diagnóstico situacional se concluyó que la Comunidad Santa Mónica, a pesar de contar con recursos naturales suficientes para desarrollar actividades turísticas no aprovecha al máximo su potencial turístico.
- ◆ Mediante el estudio técnico se concluye que después de haber analizado el perfil del turista, el tamaño del proyecto se definió que se ocupara 962 m² para la construcción del complejo en la cual constarán 10 cabañas, comprendidas de la siguiente manera: 2 cabañas con una capacidad de 2 personas y las 4 restantes para 4 personas, además contará con una cancha deportiva de uso múltiple, comedor y áreas recreacionales esperando así la satisfacción y confort del cliente.
- ◆ A través del estudio financiero se demuestra que el proyecto es factible y la rentabilidad económica que éste generará, será considerable, pues esto se concluyó de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el análisis de los evaluadores financieros.

- ◆ En el capítulo estructura organizacional se concluye que es fundamental contar con un organigrama organizacional adecuadamente definido, pues éste servirá de guía para llevar una adecuada administración.
- ◆ Finalmente en el capítulo Análisis de Impactos, se determinó que el proyecto tendrá un nivel de impacto positivo medio, así como también que con mayor trascendencia en la ejecución del proyecto, es el impacto Socio-económico, pues a través de éste, se puede manifestar que las condiciones de la calidad de vida de la población de la comunidad Santa Mónica mejorará.

RECOMENDACIONES

- ◆ A las autoridades de la comunidad se recomienda implementar éste proyecto, ya que en el estudio realizado se demuestra que su ejecución traerá buenos beneficios para la comunidad.
- ◆ A los miembros de la comunidad “Santa Mónica”, se recomienda gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del Estado, para que así se lleve a cabo el desarrollo del mismo.
- ◆ Al cabildo de la comunidad, se recomienda, realizar un estudio técnico de los impactos medioambientales, para que exista una disminución de los daños causados por la actividad turística del complejo
- ◆ Es necesario que los representantes de la comunidad Santa Mónica, estén en constante capacitación en cuanto a temas de turismo, para que de esa manera puedan brindar un buen servicio a los turistas como también transmitir dichos conocimientos a los habitantes de la comunidad.
- ◆ Es fundamental, que el Cabildo de la comunidad Santa Mónica, gestione la readecuación de sus vías de acceso, pues es importante contar con caminos aptos para fomentar la actividad turística.
- ◆ Es de gran importancia que la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Pedro Moncayo, elabore programas de Turismo comunitario, tomando en cuenta a las comunidades con mayor atracción turística.
- ◆ La directiva encargada del Complejo ecoturístico comunitario Santa Mónica deberá vigilar continuamente el desarrollo y mantenimiento del complejo, basándose en las metas y objetivos planteados.

- ◆ Es importante que la comunidad Santa Mónica proporcione un servicio turístico de calidad mediante una adecuada infraestructura y atención al cliente para que así los turistas puedan realizar sus actividades recreacionales con satisfacción y a su vez, motivar su regreso al complejo.

BIBLIOGRAFÍA

- ◆ CEVALLO, Héctor. *ECOTURISMO, NATURALEZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE*. Año 1986 Editorial Diana, México. Pág. 160
- ◆ DAHDA, Jorge. *PUBLICIDAD TURÍSTICA*, Primera Edición, Editorial Trillas México. Año 2002
- ◆ CHILQUINGA Jaramillo, Manuel, *COSTOS*, Editorial: Primera edición pág. Totales 403, pág. 9
- ◆ DAHDÁ, Jorge. *ELEMENTOS DE TURISMO, ECONOMÍA, Comunicación, Alimentos y Bebidas, Líneas Aéreas, Hotelería, Relaciones Públicas*. Editorial Trillas. Año 2007. México DF Págs. 150 PÁG. 14
- ◆ GURRIA, Di-bella, Manuel, *INTRODUCCIÓN AL TURISMO*. Año 2007 Editorial Trillas. México DF págs. 136 pág. 52-61
- ◆ JIMÉNEZ, Bulla, Luis Hernando. *ECOTURISMO OFERTA Y DESARROLLO*. Año 2009, Editorial Ecoediciones, México pág. 14 páginas totales: 144
- ◆ MONTANER, Montejano, Jordi; *GESTIÓN TURÍSTICA – PSICOLOGÍA DEL TURISMO* Editorial Síntesis, Ciudad Madrid Año 2008 pág.
- ◆ ORTEGA, Castro, Alfonso. *PROYECTOS DE INVERSIÓN*, Editorial Cecs, primera edición, México, año 2006, Pág. totales 412, pág. 305-309
- ◆ Registro Oficial Centros De Turismo Comunitario de la Administración del Sr. Rafael Correa Delgado Presidente Constitucional de la Republica Año 111 - Quito. Martes 7 de Abril del 2009 -N"565 PÁG. 31 tomado pág. 5-6, 9. Ley de

turismo elaborado por Ministerio de Turismo ley no. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002. Pág. 14 tomado de la pág. 2

- ◆ Servicio de Rentas internas, en el programa de Educación y capacitación tributaria, Editorial Sesos Creación Visual, Quito año 2009 Pág. totales 94, tomado de la pág. 28-29
- ◆ GOBIERNO – Pedro Moncayo, LIBRO CENTENARIO. Primera Edición, Tabacundo, año 2011 Págs. 225. Pág. 91-92

LINCOGRAFÍA

- ◆ PALLARES, Zoilo, ROMERO, Diego y HERRERA, Manuel, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto". Internet. <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>. Acceso: 9 febrero 2013
- ◆ El contador virtual. Internet. <http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/> Acceso 9 febrero 2013
- ◆ DUEÑAS, Patricia, en sus diapositivas Turismo Clasificación. Internet. <http://www.slideshare.net/paduecas/diapositivas-turismo-clasificacin-7276397> acceso: 11 abril 2012
- ◆ Ecu Red. "Conocimiento con todos y para todos". Internet <http://www.ecured.cu/index.php/Ecoturismo> acceso 10 abril 2012.
- ◆ FONT, Aranda Mabel, GARCÍA, Marilín y SEGURA, Yudmila en su artículo "Producto turístico y participación comunitaria, necesidad impostergable". Internet <http://monografias.umcc.cu/monos/2006/indeco/producto%20turstico%20y%20participacin%20comunitaria.pdf> acceso: 10 abril 2012
Paginas totales 21 Pág. 8
- ◆ Material preparado por el C.P. Raúl H. Vallado Fernández, M.F. ©, exclusivo para fines académicos. NIIF A-5. Elementos Básicos De Los Estados Financieros. Internet http://www.uady.mx/~contadur/files/material-clase/raul-vallado/CF05_NIFA5.pdf
- ◆ MAVILA, Daniel y POLAR, Ernesto. Flujo de Caja y Tasa De Corte Para La Evaluación de Proyectos de Inversión Internet.

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/Vol8_n2/a04.pdf Acceso: 14 abril 2012

- ◆ Organización Mundial del Turismo (OMT) publicaciones “Previsiones de Turismo mundial hasta el año 2000 y después “Madrid
<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/centro%20america/EL%20TURISMO%20INTERNACIONAL%20Y%20LA%20FORMACION%20DE%20CLUSTERS%20PRODUCTIVOS%20EN%20CUBA.PDF>
- ◆ RODRÍGUEZ, Manuel Luis en su artículo *Características de la Oferta y la Demanda turísticas*. Internet: <http://aulasvirtuales.wordpress.com/2008/07/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/> acceso: 16 abril 2012.
- ◆ ROJAS, Fernando. Internet <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto> fecha de publicación 14 noviembre 2007. Acceso: 14 abril 2012
- ◆ TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO por Lic. Bolívar Troncoso responsable del Departamento de Ecoturismo y Medio Ambiente de la Secretaría de Turismo de la República Dominicana Internet: <http://kiskeya-alternative.org/publica/bolivar/ecoturis.htm>
- ◆ El Servicio Nacional de Aprendizaje en su artículo depreciación. Internet <http://html.rincondelvago.com/depreciacion.html> acceso: 14 abril 2012.
- ◆ Wikipedia la Enciclopedia Libre en su artículo “Análisis de coste-beneficio.” Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_coste-beneficio acceso: 12 abril de 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL VICEPRESIDENTE DE LA COMUNIDAD
SANTA MÓNICA**

Nombre:.....

Cargo:.....

Título

- 1) **¿Considera usted que la creación de este complejo ecoturístico traerá grandes beneficios para el desarrollo de la comunidad?**

- 2) **¿Cree que toda la comunidad está totalmente de acuerdo a que se construya un complejo ecoturístico comunitario?**

- 3) **¿Considera que todas las familias estarán beneficiadas con este complejo o existe un número específico sobre los beneficiados?**

- 4) **¿En qué lugar de la comunidad considera usted que se debería construir el complejo ecoturístico?**

- 5) **¿En caso de que se haga realidad este proyecto cual es el apoyo que brindaría el cabildo de la comunidad para que se ejecute el mismo?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA A UN ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE
PEDRO MONCAYO**

Nombre:.....

Cargo:

Título:.....

Empresa:.....

1. ¿Tiene conocimiento del número de empresas que prestan servicios de turismo y ecoturismo en el Cantón?
2. ¿Cómo califica el desempeño de estas empresas en cuanto al servicio que proporcionan a sus clientes?
3. ¿Considera usted que la comunidad Santa Mónica es un lugar apto para realizar turismo?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA A UN ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE
PEDRO MONCAYO**

Nombre:.....

Cargo:

Título:.....

Empresa:.....

1. ¿Tiene conocimiento de la situación geográfica de la comunidad Santa Mónica?
2. ¿Considera usted que el lugar es apto para la construcción de un complejo ecoturístico?
3. ¿Qué recomienda usted que se utilice para la construcción de este complejo?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FICHA DE OBSERVACIÓN

La ficha de observación tiene por objetivo determinar el lugar estratégico para la implementación del complejo ecoturístico comunitario.

1) Vías de acceso

Vías de primer orden ()

Vías de segundo orden ()

Vías de tercer orden ()

Vías marginales (x)

2) Obras de infraestructura o servicios básicos

Alcantarillado ()

Energía eléctrica (x)

Agua potable (x)

Telefonía (x)

Internet ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Esta encuesta tiene por objetivo recopilar información de turistas que visitan el Cantón Pedro Moncayo y de las actividades que realizan, asimismo permitirá conocer el interés que tienen por visitar nuevos lugares turísticos y así determinar cuan factible es la creación de un nuevo complejo turístico comunitario.

ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES TURISTAS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Sexo: M () F ()

Procedencia:.....

Ocupación:..... **Fecha:**.....

Edad

- 18-24 años de edad () 25-31 años de edad ()
32-38 años de edad () 39-45 años de edad ()
46-52 años de edad () 53 a más ()

1. ¿Cuál de las siguientes regiones visita con mayor frecuencia?

- Costa () Sierra ()
Oriente () Región Insular ()

2. ¿Con que objeto visita usted los lugares turísticos?

- Investigación () Vacaciones ()
Negocios () Otros _____

3. ¿Cuántos días promedio hace de estancia en los lugares turísticos que usted visita?

- 1-3 días () 4-6 días ()

1 semana () Más de una semana ()

4. ¿Qué medios de comunicación utiliza para obtener información de los diferentes destinos turísticos?

Televisión	()	Periódicos	()
Radio	()	Amigos / familiares	()
Agencias de viaje	()	Internet	()
Guías turísticas	()	Otros	_____

5. ¿Con qué frecuencia visita el Cantón Pedro Moncayo?

1 a 3 veces al año ()

4 a 6 veces al año ()

7 a 9 veces al año ()

Otras _____

6. ¿En qué meses generalmente usted visita el Cantón Pedro Moncayo?

Entre Enero y Abril () Entre Mayo y Agosto () Entre
Septiembre y Diciembre () Otros _____

7. ¿Usted qué lugares turísticos conoce del Cantón Pedro Moncayo?

Las tolas de Cochasqui	()	Las lagunas de Mojanda (...)
La loma de Cananvalle	()	El museo de Tabacundo ()
Parque Jerusalén	()	ninguno ()

8. ¿A usted le gusta conocer nuevos sitios turísticos?

Le gusta Bastante ()

Le gusta Poco ()

Ni le gusta/ni le disgusta (...)

Casi no le gusta ()

No le gusta ()

9. ¿Conoce usted la comunidad de Santa Mónica del Cantón Pedro Moncayo?

Si ()

Poco ()

Nada ()

10. ¿Estaría de acuerdo que la comunidad de Santa Mónica se convierta en un nuevo centro de atracción de turística del Cantón Pedro Moncayo?

Totalmente de acuerdo () Medianamente de acuerdo ()
Ac. / Ni en Desacuerdo () Medianamente en desacuerdo ()
Totalmente en desacuerdo ().

¿Por qué?

11. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que la comunidad le brinde a usted?

Cabañas () Área infantil ()
Realizar cabalgatas () Bar restaurante ()
Realizar recorrido a toda la comunidad ()
Otros _____

12. ¿De sus ingresos mensuales cuánto estaría en la posibilidad de disponer para la recreación de su familia?

De 1 a 10 dólares () De 11 a 20 dólares ()
De 21 a 30 dólares () Mas ()

¿Con la creación de este nuevo centro de atracción turística está de acuerdo que promoverá el turismo dentro de este cantón?

Totalmente de acuerdo () Medianamente de acuerdo ()
Ni Ac. / Ni en Desacuerdo () Medianamente en desacuerdo ()
Totalmente en desacuerdo ()

¿Por qué?

13. ¿Qué sugiere usted para que el turismo comunitario dentro del cantón Pedro Moncayo se pueda mejorar?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los dueños o administradores de hosterías y complejos turísticos del Cantón Pedro Moncayo

1. ¿Qué días a la semana brinda la atención al público?

Fines de semana ()

De lunes a domingo ()

2. ¿Cuál es la temporada más alta de visitantes a este sitio?

Navidad () Año nuevo ()

Carnaval () Semana santa ()

Fiestas San Pedrinas () Fiestas del cantón ()

Otros ¿Cuál?

3. ¿Cuántos visitantes promedios recibe semanalmente este lugar turístico?

30 – 90 () 150 – 210 ()

91 – 150 () 210 a mas ()

4. De los servicios que ofrece este sitio turístico. ¿Cuáles son los que tienen mayor acogida?

5. ¿Cuáles son los motivos por los cuales pueda existir una disminución de la demanda turística?

Inseguridad al llegar a este sitio turístico ()

- Mal estado de las vías ()
Falta de promoción turística ()
Competencia desleal. ()

6. Para acceder a todos los servicios que ofrece este lugar. ¿Cuál es el costo que pagan sus clientes?

- 5 a 10 dólares () 11 a 16 dólares ()
17 a 22 dólares () 22 dólares a más ()
Otros ¿Cuál? _____

7. Según su criterio las utilidades que percibe este establecimiento son:

- Alta () Media () Baja () Regular ()

8. Este sitio turístico está innovando

- Siempre () Casi siempre ()
Periódicamente () Nunca ()

9. ¿Su establecimiento qué tipo de publicidad utiliza para promocionar sus servicios?

- Televisión () Radio () Internet ()
Afiches () Ninguno () Otro ()

Comunidad “Santa Mónica”



Espacio de construcción del área deportiva.



Entrada al complejo Ecoturístico comunitario



