



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, UBICADO EN LA PARROQUIA PIARTAL,
CANTÓN MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTOR: ALBA ROCÍO CHALACÁN ERAZO

DIRECTOR: Ing. FRANCISCO ROSALES

Ibarra, marzo, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo implementar un Complejo Ecoturístico, ubicado en la Parroquia Piartal, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi. Mediante la realización de un diagnóstico situacional, permitió conocer las principales actividades que dinamizan la economía local, básicamente generada por el trabajo agrícola y ganadero, con un bajo porcentaje en otras actividades como, la crianza de animales menores, que impulsan las amas de casa. Para sustentar el tema turístico propuesto, se realizó una investigación bibliográfica sobre conceptos básicos, importantes para el desarrollo de los capítulos pertinentes. Con el estudio de mercado se determinó el comportamiento turístico, tanto nacional como extranjero, que utilizan este tipo de servicio ecológico, además se realizó entrevistas a los propietarios y administradores de lugares identificados como posibles competidores u ofertantes, información importante que permitió conocer en forma real el porcentaje de turistas que captan mensualmente, así como también se logró conocer las instalaciones del servicio ecoturístico. Una vez determinado el mercado hacia donde direccionaremos el proyecto, se procedió a determinar el tipo de instalación física requerida, la ubicación estratégica, la mano de obra a utilizarse, material e insumos necesarios que permitan el normal desarrollo de las actividades turísticas, todo esto, a través de una estructura organizacional bien definida que permita el buen desempeño de las funciones de los socios y empleados que la conformen, para brindar un servicio de calidad. El estudio económico-financiero, permite conocer la factibilidad del proyecto, mediante indicadores financieros. Finalmente el proyecto muestra el impacto que tendrá en los aspectos, social, cultural y económico, generando una buena oportunidad de implementar la unidad de servicio ecoturístico.

SUMMARIZE EXECUTIVE

The present investigation work, has as objective to implement a Complex Ecoturístico, located in the Parish Piartal, Canton Montufar, County of the Carchi, purpose achieved by means of the realization of a situational diagnosis that allowed to know the main activities that energize the local economy, basically generated by the agricultural and cattle work, with a low percentage to other activities like, the smallest upbringing of animals that the housewives carry out. To sustain the proposed tourist topic, he/she was carried out a bibliographical investigation on basic concepts, important for the development of the following chapters. With the market study the tourist behavior was determined, so much national as foreigner that you/they make use of ecological services, he/she was also carried out interviews to the proprietors and administrators of identified places as possible competitors or bidders, important information that allowed to know in real form the percentage of tourists that you/they capture monthly, as well as it was possible to know the facilities of the service ecoturístico. Once certain the market toward where we will address the project, you proceeded to determine the type of required physical installation, the strategic location, the manpower to be used, material and necessary inputs that allow the normal development of the tourist activities, all this, through a very defined organizational structure that allows the good acting of the functions of the partners and employees that conform it, to offer a service of quality. The economic-financial study, allows to know the feasibility of the project, by means of financial indicators. Finally the project shows the impact that will have in the aspects, social, cultural and economic, generating a good opportunity to implement the unit of service ecoturístico.

AUTORÍA

Yo, Alba Rocío Chalacán Erazo, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040140195-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO, UBICADO EN LA PARROQUIA PIARTAL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

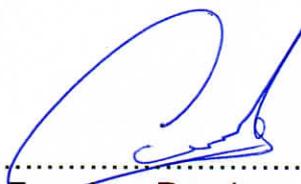


.....
Srta. Alba Rocío Chalacán Erazo
C.C. 040140195-5

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Alba Rocío Chalacán Erazo para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO, UBICADO EN LA PARROQUIA PIARTAL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**. Considero que el presente trabajo reúne 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 11 días del mes de marzo del 2013.



.....
Ing. Francisco Rosales
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Alba Rocío Chalacán Erazo, con cédula de identidad Nro. 040140195-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Ecoturístico, ubicado en la Parroquia Piartal, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Alba Rocío Chalacán Erazo
C.C.: 040140195-5

Ibarra, a los 11 días del mes de marzo del 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS PERSONALES		
CÉDULA DE IDENTIDAD	040140195-5	
APELLIDOS Y NOMBRES	Chalacán Erazo Alba Rocío	
DIRECCIÓN	Barrio El Olivo, calle Nelson Dávila s/n	
EMAIL	albarocio16@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO	TELÉFONO MÓVIL	0980447613

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“Estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Ecoturístico, ubicado en la Parroquia Piartal, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi”
AUTOR (ES)	Alba Rocío Chacalán Erazo
FECHA	11/03/2013
PROGRAMA	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera Comercial
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Francisco Rosales.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Alba Rocío Chalacán Erazo, con cédula de ciudadanía Nro. 040140195-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y

saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

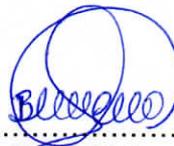
En la ciudad de Ibarra a los 11 días del mes de marzo del 2013.

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:



.....
Alba Rocío Chalcán Erazo
C.C.: 040140195-5



.....
Ing. Betty Chávez
JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Concejo Universitario

DEDICATORIA

A las personas más maravillosas de mi vida, mis Padres, quienes con su humildad me han enseñado el verdadero valor del trabajo.

A mis hermanos, la razón de mi constante esfuerzo, quienes me han motivado a culminar mi carrera.

A la persona con la que he compartido los mejores años de mi vida, a quien siempre llevaré en mi corazón, por su amor incondicional.

A las personas de mi comunidad con quienes he trabajado y he sentido muy de cerca la esperanza y la voluntad de construir un mañana mejor.

Alba Chalacán

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a mi madre, Marianita por esa sencillez, cariño, paciencia, por todo el apoyo brindado en mis alegrías y mis derrotas, gracias por entenderme.

Gracias papi Luis, por esa fortaleza siempre viva, por la constancia, por el amor y la lucha para darnos un futuro mejor, el estar a mi lado en los momentos más difíciles de mi vida me ha dado fuerzas para seguir intentando y conseguir ese triunfo tan anhelado.

A mis hermanos, Mayra y Omar, que hoy son profesionales, gracias por esa constancia en los momentos más difíciles de nuestra vida estudiantil, el haber culminado la carrera fue el mejor regalo que pude haber recibido de ustedes, porque me he sentido parte de ese logro y razón por la cual me motivó a retomar mi carrera. ¡Gracias!

A mis Hermanos Armando y Esteban, por el cariño y afecto brindado, quienes han sido un apoyo fundamental en mi vida, y por quienes aún tenemos que luchar para que logren culminar su carrera. ¡Los Adoro!

A una persona muy especial, testigo de mis constantes luchas, apoyo incondicional en todo momento, la persona que siempre ha confiado en que cada día puedo ser mejor, y a quien le debo mi consideración y respeto. ¡Gracias de todo corazón!

A la Universidad Técnica del Norte y a los Catedráticos por todo el conocimiento impartido con responsabilidad durante mi carrera, principalmente un agradecimiento al Ing. Francisco Rosales por toda la paciencia y apoyo brindado durante el desarrollo del proyecto.

Alba Chalacán

PRESENTACIÓN

El Proyecto expuesto pretende Crear un Complejo Ecoturístico en la Parroquia Piartal, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, con la finalidad de aprovechar la belleza paisajística, la riqueza cultural, la gastronomía y la calidez de su gente, potencialidades que se brindarán a turistas nacionales y extranjeros que gustan disfrutar del Ecoturismo.

Además está encaminado a fortalecer el desarrollo local, mediante la cooperación de los Gobiernos Locales y organizaciones de carácter no Gubernamental que de una u otra manera está involucrado en este proceso, es indispensable tomar en cuenta que esta propuesta turística permitirá el desarrollo local, en el sentido económico y social.

La estructura del proyecto se enmarca en siete capítulos, los cuales ayudan a determinar la viabilidad del proyecto, los cuales los describiremos a continuación:

Capítulo I.- Diagnóstico Situacional.- En este estudio se determina los principales componentes de investigación, como las variables y sus indicadores, necesarios para conocer la realidad, el entorno natural en donde se desarrollan las personas y como es su cultura, su organización y las principales actividades económicas, además, permite focalizar el potencial natural, el cual genera una oportunidad para el desarrollo del proyecto. Además identificar los principales aliados, oponentes, las oportunidades y riesgos que puede tener el proyecto para su ejecución.

Capítulo II.- Marco Teórico.- Las fuentes Bibliográficas permitieron sustentar el proyecto, con la definición de conceptos relacionados sobre el tema, importantes para el desarrollo de los capítulos posteriores, tomando como referencia varios libros que faciliten la mayor comprensión y fácil interpretación de los temas.

Capítulo III.- Estudio de Mercado.- El estudio de mercado está desarrollado de acuerdo a un sondeo de opinión aplicado en las ciudades

de Ibarra y Tulcàn que son dos puntos clave de entrada de turistas a la Provincia del Carchi, además se realizó una investigación al Ministerio de Turismo y al Ministerio del Ambiente, en donde se muestra el comportamiento histórico del turista en nuestro país, además el análisis de la oferta y demanda está basado a la investigación directa, que se hizo en los lugares que brindan los servicios ecoturísticos.

Capítulo IV.- Estudio Técnico.- Este estudio contiene la localización del proyecto, lugar estratégico en donde se instalará el Complejo Ecoturístico, el tamaño del proyecto en relación a la demanda, a la tecnología, a la disponibilidad de la materia prima, a la organización y lo que es más importante al financiamiento.

Capítulo V.- Organización de la Empresa.- Este capítulo contiene el tipo de Empresa a formarse, la estructura del capital social, la categoría de la empresa, la planificación para su normal funcionamiento, licencia de funcionamiento, la misión, visión, los principales valores que se deben cumplir en la empresa, como estará organizada, las personas más idóneas a ocupar esos puestos.

Capítulo VI.- Estudio Económico.- El contenido de este capítulo básicamente se basa en los ingresos y egresos que tendrá la empresa, capital necesario para operar, financiamiento, pago de la deuda contraída, el punto de equilibrio, la utilidad que va a generar luego de recuperar la inversión,

Capítulo VII.- Análisis de Impactos.- Cada uno de los impactos es analizado de acuerdo a la técnica de calificación, determinando que el proyecto tendrá una influencia positiva en el aspecto social, cultural-educativo y económico.

Una vez finalizado el trabajo se realiza las conclusiones a las cuales llegamos con la investigación, así como también con sus respectivas recomendaciones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Resumen ejecutivo.....	ii
Summarze Executive.....	iii
Autoría.....	iv
Certificación del Autor.....	v
Autorización de uso y publicación a favor de la U.T.N.....	vii
Dedicatoria.....	x
Agradecimiento.....	xi
Presentación.....	xii
Índice de contenidos.....	xiv
Introducción.....	23

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	28
Antecedentes.....	28
Objetivos diagnósticos.....	30
General.....	30
Específicos.....	30
Variables diagnósticas.....	31
Indicadores de las variables.....	31
Desarrollo operativo del diagnóstico.....	34
Identificación de la población.....	34
Instrumentos de recolección de información.....	35
Información primaria.....	35
Información secundaria.....	35
Evaluación de la información.....	36
Determinación de aliados, ponentes, oportunidades y riesgos.....	55
Aliados.....	55
Oponentes.....	56
Oportunidades.....	56
Riesgos.....	57
Determinación de situación del contexto y formulación del problema	57

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	60
El Turismo.....	60
Definición.....	60
El turista.....	60
Importancia socioeconómica y cultural del turismo.....	61
Clasificación del turismo.....	62
Ecoturismo.....	62
Ley de turismo.....	62
La empresa.....	64
Empresas de servicios turísticos.....	64

Empresa de ecoturismo.....	65
Administración.....	66
Planificar.....	66
Organizar.....	67
Estructura.....	67
Dirigir.....	68
Controlar.....	68
Estudio de mercado.....	68
Turismo receptivo.....	69
Oferta turística.....	69
Demanda turística.....	69
Comercialización.....	69
Oferta.....	71
Demanda.....	71
Producto.....	72
Precio.....	72
Promoción.....	72
Clientes.....	72
Calidad.....	73
Estudio técnico.....	73
Tamaño del proyecto.....	73
Localización.....	74
Ingeniería del proyecto.....	74
Estudios económica-financiera del proyecto.....	76
Evaluación económica.....	77
Evaluación financiera.....	77
Evaluación de impactos ambientales.....	79

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCA.....	81
Presentación.....	81
Identificación del producto.....	82
Características de los productos.....	83
Mercado meta.....	84
Tipología del mercado (turistas).....	86
Segmento del mercado.....	89
Segmentación del mercado extranjero.....	89
Segmentación del mercado según P. Á. N. E.....	91
Segmentación del mercado extranjero.....	92
Identificación de la demanda.....	94
Demanda del turismo extranjero (receptor).....	94
Demanda del turismo nacional (interno).....	97
Motivaciones de los turistas.....	99
Demanda Potencial.....	100
Demanda histórica.....	101
Proyección de la demanda.....	101
Análisis de resultados para determinar la aceptación del proyecto...	103

Identificación de la Oferta.....	112
Servicio que brindan los lugares ecoturísticos.....	112
Oferta actual en los centros ecoturísticos.....	113
Oferta histórica.....	114
Proyección de la oferta.....	114
Balance de la oferta-demanda.....	115
Turistas que pretende captar el complejo.....	116
Precio.....	122
Precios establecidos por la competencia.....	122
Precio del proyecto.....	123
Plan estratégico de marketing propuesto.....	124
Conclusiones del estudio de mercado.....	125

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	128
Estudio técnico.....	128
Localización del proyecto.....	128
Macrolocalización del proyecto.....	128
Microlocalización del proyecto.....	137
Tamaño del proyecto.....	140
Capacidad instalada.....	142
Ingeniería del proyecto.....	143
Proceso tecnológico.....	144
Diseño de instalaciones.....	147
Requerimiento de equipos.....	153
Recurso humano técnico (mano de obra directa e indirecta).....	155

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	157
Tipo de empresa.....	157
Estructura del capital social.....	157
Categoría de la empresa.....	157
Niveles de planificación.....	158
Licencia de Funcionamiento.....	158
Base filosófica de la empresa.....	159
Misión.....	159
Visión.....	159
Principios y valores.....	159
La organización.....	161
Diagrama estructural.....	161

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO.....	166
Inversiones del proyecto.....	166
Activos fijos.....	166
Partidas de activo fijo.....	167

Terreno.....	167
Construcción.....	167
Equipo y mobiliario en general.....	168
Mobiliario y equipo de administración.....	170
Inversión Diferida.....	170
Capital de trabajo.....	170
Fuentes de Financiamiento.....	171
Amortización de la deuda.....	172
Depreciación de inversiones fijas y amortización de diferidos.....	173
Presupuesto de ingresos y gastos.....	174
Presupuesto de ingresos.....	174
Ventas proyectada.....	176
Presupuestos de egresos.....	178
Análisis de costos operativos.....	178
Análisis de costos generales de materiales.....	183
Análisis de costos por servicios.....	184
Gastos Administrativos, operacionales y ventas.....	185
Gastos financieros.....	191
Punto de equilibrio.....	191
Estados Financieros inicial y proyectado.....	194
Estado de situación inicial.....	194
Estado de resultados proyectado.....	195
Flujo de caja.....	196
Evaluación económica y financiera.....	197
Indicadores de endeudamiento.....	197
Indicadores de rendimiento.....	198
Análisis financieros.....	199
Costo de Oportunidad de la inversión (Ck).....	199
Valor Actual Neto (VAN).....	200
Tasa interna de retorno (TIR).....	201
Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	202
Relación beneficio-costo.....	203
Resumen de evaluación de la inversión.....	204

CAPÍTULO VII

IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO.....	205
Herramienta de validación de impactos.....	205
Impactos negativos.....	206
Descripción de los impactos.....	206
Etapas de construcción del complejo ecoturístico.....	209
Impactos positivos.....	210
Impacto social.....	211
Impacto educativo-cultural.....	212
Matriz consolidada de impactos positivos.....	214
Nivel de impacto del proyecto.....	214

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	215
Conclusiones.....	215
Recomendaciones.....	217
BIBLIOGRAFÍA.....	219
LINKCOGRAFÍA.....	221

ANEXOS

Anexo #01	Encuesta diagnóstico.....	223
Anexo# 02	Entrevista al Presidente del GAD Piartal.....	227
Anexo#03	Entrevista al Técnico del Ministerio de Turismo.....	228
Anexo#04	Encuesta a turistas nacionales y extranjeros.....	229
Anexo#05	Entrevista dirigida a propietarios de Complejos.....	231
Anexo#06	Encuestas dirigidas a turistas.....	233
Anexo#07	Turismo extranjero.....	234
Anexo#08	Información turística Cementerio de Tulcán.....	235
Anexo#09	Entrevista realizada en el Municipio de Espejo.....	236
Anexo#10	Entrevista realizada en el ministerio de turismo.....	237
Anexo#11	Instalaciones de la oferta.....	238

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro #01	Matriz Relación Diagnóstica.....	33
Cuadro #02	Distribución De La Muestra.....	35
Cuadro #03	Integrantes por familia.....	36
Cuadro #04	Personas que generan ingresos.....	37
Cuadro #05	Promedio de ingresos.....	38
Cuadro #06	Vivienda.....	39
Cuadro #07	Vialidad.....	40
Cuadro #08	Migración.....	41
Cuadro #09	Posesión de tierra.....	42
Cuadro #10	Actividades productivas.....	43
Cuadro #11	Servicios básicos.....	44
Cuadro #12	Producción agrícola.....	45
Cuadro #13	Destino de la producción.....	46
Cuadro #14	Organización.....	47
Cuadro #15	Tipo de organización.....	48
Cuadro #16	Capacitación.....	49
Cuadro #17	Atractivo turístico.....	50
Cuadro #18	Aceptación del proyecto.....	51
Cuadro #19	Matriz de Michael Porter.....	70
Cuadro #20	Comportamiento del mercado turístico en Ecuador.....	85
Cuadro #21	Mercado meta turismo no convencional.....	85
Cuadro #22	Principal mercado turísticos que ingresan al Ecuador.....	87
Cuadro #23	Variación estacional.....	88
Cuadro #24	Demanda de turismo alternativo extranjero.....	94
Cuadro #25	Destino de la demanda de turismo en Ecuador.....	95
Cuadro #26	Preferencia de visitas del turista extranjero.....	95
Cuadro #27	Demanda turismo alternativo interno.....	98
Cuadro #28	Preferencia de visitas turismo nacional.....	98
Cuadro #29	Demanda histórica de turismo alternativo.....	101
Cuadro #30	Tasa de crecimiento de la demanda del turismo.....	102
Cuadro #31	Proyección de la demanda extranjera y nacional.....	103
Cuadro #32	Nivel de preferencia.....	104
Cuadro #33	Visitar el complejo ecoturístico.....	105
Cuadro #34	Motivación.....	106
Cuadro #35	Medios de información.....	107
Cuadro #36	Servicios.....	108
Cuadro #37	Preferencias.....	109
Cuadro #38	Calidad de atención.....	110
Cuadro #39	Difusión de atractivos.....	111
Cuadro #40	Servicios turísticos de la competencia.....	113
Cuadro #41	Oferta actual.....	113
Cuadro #42	Número de turista en los años 2008-2012.....	114
Cuadro #43	Tasa de crecimiento de la oferta.....	115
Cuadro #44	Oferta proyectada.....	115
Cuadro #45	Balance oferta-demanda.....	116

Cuadro #46	Turistas que se pretende captar.....	116
Cuadro #47	...Productos de turismo alternativo.....	117
Cuadro #48	Sistema Nacional de Áreas protegidas.....	118
Cuadro #49	Precios referenciales en el mercado turístico.....	122
Cuadro #50	Precios establecidos por la competencia.....	123
Cuadro #51	Precios referenciales del proyecto.....	123
Cuadro #52	División político-administrativo por Cantones.....	130
Cuadro #53	División político-administrativo por Parroquias.....	131
Cuadro #54	Matriz cualitativa por puntos.....	140
Cuadro #55	Distribución del área del Complejo ecoturístico.....	148
Cuadro #56	Equipo y mobiliario de bar-restaurante.....	153
Cuadro #57	Equipo y mobiliario hospedaje.....	153
Cuadro #58	Equipo y mobiliario área recreativa.....	154
Cuadro #59	Equipo de computación.....	154
Cuadro #60	Mobiliario y equipo de computación.....	154
Cuadro #61	Materiales primas principales.....	155
Cuadro #62	Recursos humanos.....	156
Cuadro #63	Talento humano (Administrativo).....	164
Cuadro #64	Talento humano (operacional).....	165
Cuadro #65	Activos fijos.....	167
Cuadro #66	Terreno.....	167
Cuadro #67	Construcción civil.....	168
Cuadro #68	Equipo y mobiliario bar-restaurante.....	168
Cuadro #69	Equipo y mobiliario hospedaje.....	169
Cuadro #70	Equipo y mobiliario área recreativa.....	169
Cuadro #71	Equipo de computación.....	169
Cuadro #72	Mobiliario y equipo área administrativa.....	170
Cuadro #73	Inversión diferida.....	170
Cuadro #74	Capital de trabajo.....	171
Cuadro #75	Inversiones totales.....	171
Cuadro #76	Fuentes de financiamiento.....	172
Cuadro #77	Tabla de amortización.....	173
Cuadro #78	Depreciaciones de inversiones fijas.....	174
Cuadro #79	Turistas nacionales y extranjeros que se espera captar	175
Cuadro #80	Proyección de turistas que visitarán el Complejo	175
Cuadro #81	Precio de servicio turistas nacionales.....	175
Cuadro #82	Precio de servicio turistas extranjeros.....	176
Cuadro #83	Ventas proyectadas turistas nacionales.....	176
Cuadro #84	Ventas proyectadas turistas extranjeros.....	177
Cuadro #85	Ventas totales.....	177
Cuadro #86	Desayuno.....	178
Cuadro #87	Almuerzo.....	179
Cuadro #88	Plato típico.....	181
Cuadro #89	Costos consolidados.....	182
Cuadro #90	Análisis de costos de materiales	183
Cuadro #91	Análisis de costos por servicio.....	184
Cuadro #92	Costos de servicio proyectado.....	184
Cuadro #93	Proyección de sueldo y salario.....	185

Cuadro #94	Sueldo básico proyectado.....	186
Cuadro #95	Sueldo personal administrativo.....	186
Cuadro #96	Remuneración anual personal administrativo.....	186
Cuadro #97	Cálculo de remuneraciones.....	187
Cuadro #98	Sueldo personal operativo.....	187
Cuadro #99	Remuneraciones totales personal operativo.....	188
Cuadro #100	Suministros de oficina.....	188
Cuadro #101	Servicios básicos.....	189
Cuadro #102	Servicios básicos proyectados.....	189
Cuadro #103	Suministros de limpieza.....	189
Cuadro #104	Gastos administrativos.....	190
Cuadro #105	Gastos de venta.....	190
Cuadro #106	Gastos de venta proyectados.....	190
Cuadro #107	Gastos de venta total.....	191
Cuadro #108	Gastos financieros.....	191
Cuadro #109	Costos fijos y variables.....	192
Cuadro #110	Ventas totales por servicio.....	193
Cuadro #111	Prorratio costos fijos y variables.....	193
Cuadro #112	Cálculo del costo variable unitario.....	193
Cuadro #113	Punto de equilibrio turismo nacional.....	193
Cuadro #114	Punto de equilibrio turismo extranjero.....	194
Cuadro #115	Estado de situación inicial.....	195
Cuadro #116	Estado de ingresos y egresos.....	196
Cuadro #117	Flujo de efectivo.....	197
Cuadro #118	Costo de oportunidad.....	200
Cuadro #119	Periodo de recuperación de la inversión.....	202
Cuadro #120	Beneficio costo.....	203
Cuadro #121	Evaluación de la inversión.....	204
Cuadro #122	Herramienta de validación de los impactos.....	205
Cuadro #123	Calificación del impacto del aspecto suelo.....	207
Cuadro #124	Calificación del impacto del aspecto aire.....	208
Cuadro #125	Calificación del impacto sobre vegetación y fauna.....	209
Cuadro #126	Matriz de impacto económico.....	210
Cuadro #127	Matriz de impacto social.....	211
Cuadro #128	Matriz de impacto educativo-cultural.....	212
Cuadro #129	Matriz de impacto comercial o de mercado.....	213
Cuadro #130	Matriz consolidada de impactos positivos.....	214

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #01	Integrantes por familia.....	36
Gráfico #02	Personas que generan ingresos.....	37
Gráfico #03	Promedio de ingresos.....	38
Gráfico #04	Vivienda.....	39
Gráfico #05	Vialidad.....	40
Gráfico #06	Migración.....	41
Gráfico #07	Posesión de terreno.....	42

Gráfico #08	Actividades productivas.....	43
Gráfico #09	Servicios básicos.....	44
Gráfico #10	Producción agrícola.....	45
Gráfico #11	Destino de la producción.....	46
Gráfico #12	Organización.....	47
Gráfico #13	Tipos de organización.....	48
Gráfico #14	Capacitación.....	49
Gráfico #15	Atractivo turístico.....	50
Gráfico #16	Aceptación del proyecto.....	51
Gráfico #17	Mercado meta turismo no convencional.....	85
Gráfico #18	Mercado meta turismo no convencional(porcentaje).....	86
Gráfico #19	Comparativo arribos-mercado clave.....	86
Gráfico #20	Tipología turistas nacionales.....	89
Gráfico #21	Edad de los turistas.....	90
Gráfico #22	Ocupación.....	90
Gráfico #23	Preferencia de turismo por los extranjeros.....	96
Gráfico #24	Preferencia por el turismo alternativo (nacionales).....	99
Gráfico #25	Nivel de preferencia.....	104
Gráfico #26	Visitar el complejo ecoturístico.....	105
Gráfico #27	Motivación.....	106
Gráfico #28	Medios de información.....	107
Gráfico #29	Servicios.....	108
Gráfico #30	Preferencias.....	109
Gráfico #31	Calidad de atención.....	110
Gráfico #32	Difusión de atractivos.....	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #01	Modelo Aida.....	125
Figura #02	Diagrama de procesos de hospedaje (entrada-salida)..	145
Figura #03	Diagrama De Procesos de reservación del servicio.....	146
Figura #04	Organigrama estructural.....	162
Figura #05	Estructura de gestión por procesos.....	163

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa #01	Mapa del Ecuador.....	128
Mapa #02	Mapa de la provincia del Carchi.....	129
Mapa #03	Mapa del cantón Montufar.....	133

ÍNDICE DE PLANOS

Plano #01	Distribución de áreas del Complejo Ecoturístico.....	149
Plano #02	Planta arquitectónica de Área Administrativa.....	150
Plano #03	Planta arquitectónica de Cabaña Tipo.....	151
Plano #04	Planta arquitectónica de restaurante-cafetería.....	152

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La Provincia del Carchi, se caracteriza por tener un clima templado y frío húmedo, tiene una zona cálida y desértica hacia el sur, en el valle del río Chota Esta región es apta para la agricultura debido a que sus suelos son fértiles; entre los cultivos agrícolas más importantes se destaca la papa, cultivada especialmente en los cantones de Tulcán y Montúfar, además se considera zona óptima para la crianza de ganado, tanto para leche como de carne.

El Cantón Montúfar se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 km. de la ciudad de Tulcán, su población es de 32.127 habitantes, con una extensión de 398.25 km², una altura de 2.800 m.s.n.m, su temperatura promedio es de 12,5°C. Las tradiciones más destacadas son los desfiles y comparsas, fiestas religiosas, toros populares. El 75% de su población se dedica a la actividad agropecuaria. Desde el punto de vista histórico, habitaron pobladores que pertenecían a las fases Capulí, Piartal y Tusa. Su capital es la ciudad de San Gabriel, la cual fue declarada por la UNESCO en 1.992 como “**Patrimonio Nacional**” por la fachada colonial de sus construcciones, considerada de esta manera como la ciudad de la “**Eterna Primavera**”.

Piartal es una parroquia rural perteneciente al Cantón Montúfar, se caracteriza por poseer un suelo netamente fértil, cuenta con 1056 habitantes, el cual está conformado por las comunidades de San Pedro, El Rosal, Piartal y Las Lajas. Actualmente en esta parroquia no se han implementado lugares turísticos, a pesar que posee un Patrimonio Natural muy importante como: la sub cuenca del Río Minas, un bosque primario con una gran variedad de especies como el guandera que se caracteriza por retener humedad en el suelo, con una extensión de tres mil metros, el

bosque secundario con una extensión de ocho mil metros y un bello páramo.

La organización es una de las herramientas que ha permitido a la parroquia desarrollar actividades importantes en beneficio de la población. Una de estas nace los grupos de danza y música, permitiendo a las comunidades rescatar la identidad cultural, gracias al interés y participación de niños, jóvenes y adultos.

La comida típica y tradicional que le identifica a este sector es el cuy asado en carbón acompañado de papas y una zarza de pipiango (semilla tostada de zambo), el caldo de gallina criolla, acompañado de papa, y hierbitas como la cebolla y el culantro, la bebida es tradicionalmente la chicha compuesta por hiervas aromáticas y frutas que son originalmente del Carchi. Es importante recalcar que la mujer juega un papel muy importante en este sector ya que ella es quien ayuda a la economía del hogar y es quien se dedica a la crianza de animales menores que son considerados muy apetecibles en todas partes.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es de gran importancia, ya que busca brindar a los habitantes de la Parroquia Piartal, alternativas sostenibles ante la problemática de la ocupación laboral y situación económica, en un territorio productivo y de gran valor ecológico.

La implementación de un Complejo Eco turístico Comunitario es factible, ya que busca cambiar el panorama económico de las familias del sector, permitiendo que esta sea una actividad adicional, además de ser una puerta para promocionar la belleza paisajística, para nuestro cantón y el resto del país.

Los principales beneficiarios que tendrá este proyecto serán las familias del sector, Grupos Sociales, Grupos Culturales, Asociaciones Agrícolas, Cooperativa de Transporte, Caja de Ahorro Comunitario, Gobierno

Parroquial, así como también, Gobierno Municipal, Gobierno Provincial, Ministerio de Cultura, Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Transporte y Obras Públicas ya que serán los involucrados en forma directa e indirecta en el proceso, desarrollo y ejecución proyecto, permitiendo crear estrategias de promoción del turismo comunitario.

En el marco de desarrollo sostenible, el ecoturismo se perfila como una alternativa muy importante especialmente para las mujeres y jóvenes de la Parroquia Piartal, siendo esta una oportunidad de promocionar los principales productos, así como también los principales platos típicos del sector, como un aporte al desarrollo local, fortaleciendo la organización y por ende impulsando a la creación de microempresas.

El proyecto a demás de brindar la oportunidad de emprender un desarrollo turístico local, los habitantes de este sector serán los principales beneficiarios, ya que los ingresos de sus familias se van a incrementar, mejorando sus condiciones de vida. El turista local y nacional también se verá beneficiado, ya que tendrá la oportunidad de conocer las bondades turísticas, culturales y gastronómicas que existen en este sitio privilegiado de nuestro país.

El proyecto tiene un interés local, cantonal y nacional, puesto que el ecoturismo es un servicio representativo que responde a la necesidad de proteger y vivir en armonía con la naturaleza, promover un ambiente sano y sustentable, aportando al desarrollo local sostenible, siguiendo el objetivo 4 del Plan Nacional para el Buen Vivir. En el país existen muchos lugares ecoturísticos, por lo que en los últimos años el Ecuador se ha convertido en uno de los principales destinos de los turistas en el mundo. El Ecuador por su posición geográfica tiene la fortaleza de contar con paisajes y climas únicos en el mundo a lo que da resultado disfrutar en una fauna y flora tan exótica que atrae a los turistas ya que en sus lugares de origen no tienen. Los lugares paradisiacos de la provincia del Carchi,

su cultura y su gastronomía hacen un destino turístico atractivo para quienes lo visitan.

El proyecto también ayudará al rescate de la memoria oral con la participación de los adultos mayores, permitiendo reconocer las costumbres, tradiciones y saberes ancestrales, así como también conocer la historia, las raíces originales de la cultura Piartal -Pasto, y recuperar las piezas arqueológicas, que han sido escavadas, encontradas y comercializadas ilícitamente desde hace muchos años hasta la actualidad, de esta forma mostrar a los turistas el gran valor cultural que tiene nuestro sector.

Frente a las oportunidades que ofrece el sector se plantea estructurar un Complejo Ecoturístico, siendo promotores de actividades nuevas y organizadas, es importante destacar que con este proyecto se generara plazas de trabajo.

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Ecoturístico, ubicado en la Parroquia Piartal, Cantón Montúfar, provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional estratégico del sector para identificar las bondades, debilidades, aliados y riesgos que determinarán la viabilidad del proyecto.
- Establecer las bases teóricas científicas que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documentación actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda existente en el mercado.

- Elaborar el análisis técnico y organizativo de la empresa, para determinar las necesidades operativas y administrativas en función de la eficiencia.
- Realizar una evaluación económica – financiera que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que genera el proyecto.
- Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto.

Metodología

Este método se aplicará en el desarrollo del proyecto en forma directa e indirecta ya que se observará a todos los involucrados con el mismo, también examinaremos como funcionan, desarrollan, operan el sector turístico en la provincia, y que están dispuestas a comprar, para así tener en claro el desenvolvimiento del sector turístico en el cantón, en el cual utilizaremos la entrevista y la encuesta como métodos de recolección de la información.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La Parroquia Piartal pertenece al Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de San Gabriel, cuyos límites son:

- Norte: Parroquia Fernández Salvador
- Sur: Parroquia San José
- Este: Provincia de Sucumbíos
- Oeste: Parroquia San José

Su población es de 1.056 habitantes, de los cuales 516 personas son mujeres, que corresponde al 48.86% de la población total y 540 personas son hombres que corresponde a un 51.14% del total de la población, con respecto al Plan de Desarrollo realizado por estudiantes de la Universidad Central en el año 2009, en el cual se puede establecer que existe una disminución, ya que su población era de 1.148 habitantes.

La Parroquia Piartal cuenta con tres comunidades que son: El Rosal, Las Lajas y San Pedro, su población se encuentra distribuida en la cabecera parroquial con 340 habitantes, que representa el 32,20% de la población total, mientras 716 habitantes que corresponde a las comunidades con un 67.80% del total de la población, lo que significa que el mayor número de habitantes se concentra en la Comunidad de San Pedro con el 42.80%, la Comunidad de El Rosal con el 15.72%, y la Comunidad de Las Lajas con un 9.28%.

En la actualidad los habitantes de la Parroquia de Piartal cuentan con organizaciones que apoyan al buen desarrollo del sector, como son:

- Gobierno Parroquial
- Dispensario del Seguro Social Campesino
- Sub-centro de Salud
- Tenencia Política
- Unidad de Policía Comunitaria
- Bibliotecas Comunitarias
- Centros Educativos como Escuelas y Colegio
- Asociaciones artesanales
- Asociaciones agrícolas y pecuarias
- Grupos Culturales

Además con gran patrimonio Cultural y Natural como:

- Iglesias
- Parque Central
- Ríos
- Bosque Primarios y Secundario

Sus costumbres y tradiciones son:

- Las fiestas religiosas
- Baile de inocentes
- Quema del año viejo

Comida y bebidas típicas

- Cuy asado
- Caldo de gallina
- Chicha

La principal actividad que tienen los habitantes de la parroquia Piartal es la agricultura y la ganadería.

A demás se está impulsando pequeños proyectos productivos gracias a la ayuda de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a los pequeños grupos organizados.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional en la Parroquia de Piartal, para determinar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para posteriormente formular el problema.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Efectuar un análisis socio-económico de la Parroquia donde se implantará el proyecto.
- Conocer las actividades productivas a las que se dedica la población.
- Determinar los tipos de organizaciones que existen en la parroquia de Piartal.
- Establecer las restricciones que existen en el manejo y cuidado de los recursos naturales como la fauna y flora, así como también el agua y el suelo en las áreas protegidas.
- Determinar el potencial turístico en la Parroquia Piartal.

1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Una vez establecidos los objetivos del diagnóstico, se han identificado las siguientes variables:

- Socio-económico
- Producción
- Organización
- Manejo ambiental
- Potencial turístico

1.3. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.5.1 SOCIO-ECONÓMICO

- Composición familiar
- Ingresos
- Tipo de actividad
- Servicios básicos
- Nivel de educación

1.5.2 PRODUCCIÓN

- Formas de producción
- Tipo de productos
- Mano de obra
- Destino de la producción

1.5.3 ORGANIZACIÓN

- Tipo de organización
- Capacitación
- Experiencia

1.3.4 MANEJO AMBIENTAL

- Contaminación
- Incendios forestales
- Depredación
- Uso alternativo de los recursos naturales
- Uso de la franja agrícola

1.3.5 POTENCIAL TURÍSTICO

- Bosque protegido Guandera
- Río Minas
- Grupos Culturales
- Gastronomía
- Historia

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
1. Efectuar un análisis socioeconómico de la Parroquia, en donde se implantará el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Socioeconómico 	<ul style="list-style-type: none"> Composición familiar Tipo de actividad Servicios básicos Nivel de educación 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Población de Piartal
2. Conocer las actividades productivas a las que se dedica la población.	<ul style="list-style-type: none"> Producción 	<ul style="list-style-type: none"> Formas de producción Tipo de producción Mano de obra Destino de producción 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Población de Piartal
3. Determinar los tipos de Organización que existen en la Parroquia Piartal.	<ul style="list-style-type: none"> Organización 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de organización Capacitación Experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> Población de Piartal
4. Establecer las restricciones que existen en el manejo y cuidado de los recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> Manejo ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Contaminación Incendio forestales Depredación Uso alternativo de los recursos naturales Uso de la franja agrícola 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Instituciones Públicas, Documentos Oficiales
5. Potenciar el turismo en la Parroquia Piartal	<ul style="list-style-type: none"> Potencial Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> Bosque Protector Guandera Río Minas Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> Instituciones públicas Población

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.5. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el presente diagnóstico situacional se aplicó el siguiente procedimiento que se detalla a continuación:

1.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del diagnóstico, la población a investigar es la Parroquia de Piartal compuesta por 1056 habitantes.

1.5.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Tomando en cuenta que la población de Piartal es significativa, se necesita obtener una muestra representativa, se requiere establecer una muestra de dicha población cuyo valor se determina aplicando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d= Varianza 0,25

Z= Nivel de Confianza

Datos:

N = 1056

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1056)}{(0,05)^2 (1056 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

n= 281 unidades a investigar.

CUADRO Nº 2

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Comunidad	Nº de Habitantes	%	Número de Encuestas
San Pedro	452	43	120
El Rosal	166	16	44
Las Lajas	98	9	26
Piartal	340	32	90
Total	1056	100	281

Fuente: Investigación directa
Realizado por: La Autora

1.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.6.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

La información se obtendrá a través de:

- **Encuesta:** Se efectuará a todos los habitantes de la Parroquia Piartal.
- **Entrevista:** Se realizará a las autoridades locales y cantonales

1.6.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria utilizada: Textos especializados, Documentos oficiales, Manuales, Publicaciones, Periódicos, Revistas, Internet.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Encuesta dirigida a la Población de la Parroquia de Piartal.

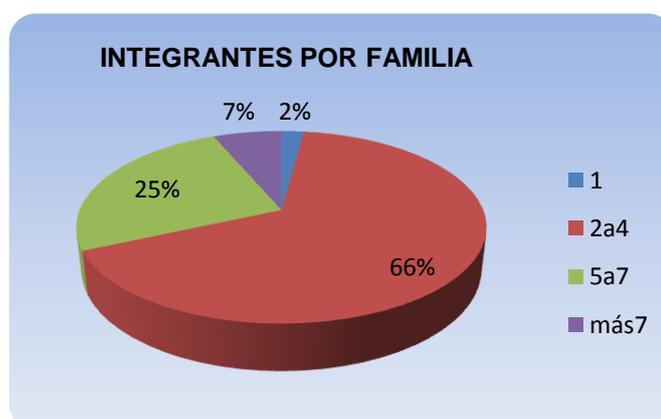
¿Qué número de personas conforman su hogar?

CUADRO N° 3
INTEGRANTES POR FAMILIA

INTEGRANTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	6	2%
2 a 4	185	66%
5 a 7	70	25%
Más 7	20	7%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 1



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Se determina que el 66% de hogares lo conforman de 2 a 4, integrantes, seguido de un 25% que está conformado de 5 a 7 integrantes, lo significa que en este porcentaje están incluidos habitantes jóvenes que todavía no se han casado o que viven en unión libre junto con sus familiares.

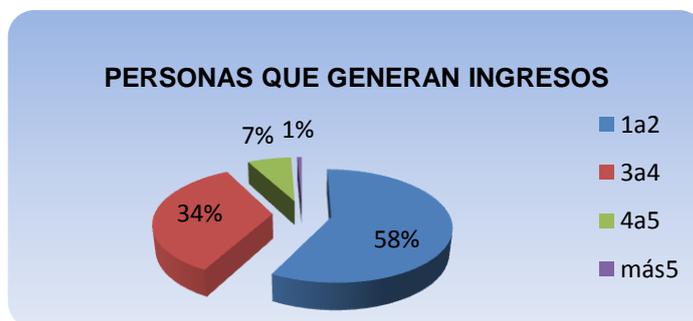
De su hogar, ¿qué número de personas están generando ingresos o trabajan?

CUADRO N° 4
PERSONAS QUE GENERAN INGRESOS

PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	163	58%
3 a 4	96	34%
4 a 5	20	7%
más 5	3	1%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 2



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Se puede observar quienes generan ingresos en su mayor parte son los jefes del hogar, debido a que se dedican a labores agrícolas con un 58%, mientras que el 34% de habitantes encuestados pertenece a los jóvenes que no han tenido la oportunidad de estudiar y han decidido desde muy temprano contribuir económicamente a sus familias.

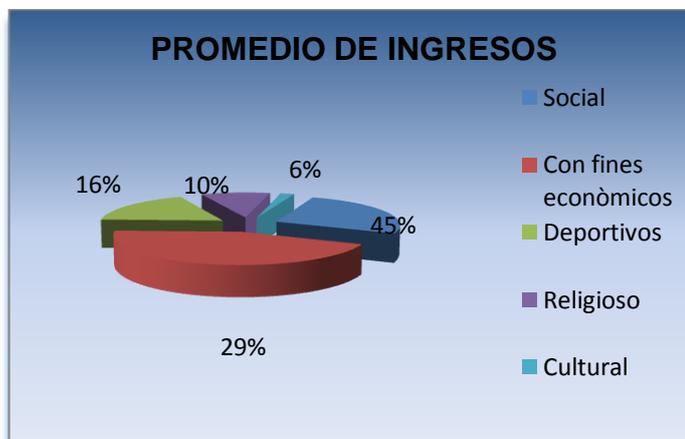
Sus ingresos mensuales son:

CUADRO N° 5
PROMEDIO DE INGRESOS

INGRESOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 a 100	126	45%
101 a 150	81	29%
151 a 200	45	16%
201 a 300	28	10%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 3



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Los ingresos mensuales de las familias están entre un promedio de 50 a 100 dólares, ya que asumen que el precio del producto principal como es la papa no es estable, esto hace que el agricultor disminuya la cantidad de siembra y quienes dependen en su mayoría en calidad de jornaleros, tienen trabajo de dos a cuatro días, siendo la única actividad que genera empleo, dificultando de esta manera a que las familias no lleguen a ganar un sueldo básico y peor satisfacer sus necesidades básicas.

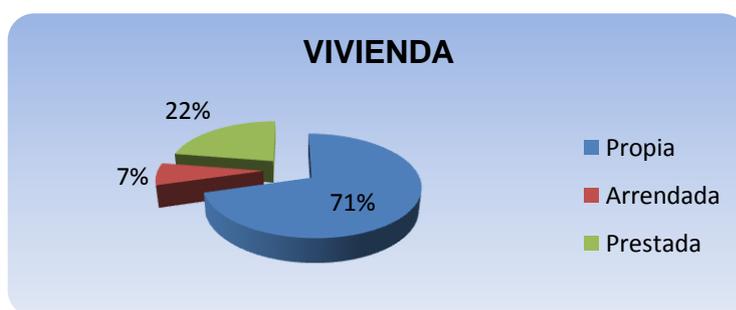
Su vivienda es:

CUADRO N° 6
VIVIENDA

VIVIENDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propia	200	71%
Arrendada	20	7%
Prestada	61	22%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 4



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Los habitantes de la Parroquia Piartal cuenta con vivienda propia en un 71%, aunque las condiciones actuales en las que se encuentra no son óptimas, le sigue un 29% quienes manifiestan que su vivienda es arrendada y prestada, entre este porcentaje se encuentran personas de nacionalidad colombiana que han llegado en calidad de refugiados en busca de mejores condiciones de vida en nuestro país.

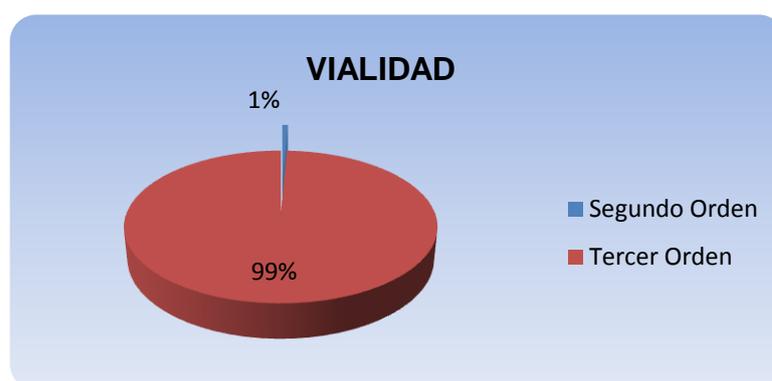
Las vías de acceso a su comunidad son:

CUADRO N° 7
VIALIDAD

VIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Segundo Orden	3	1%
Tercer Orden	278	99%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 5



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

El 99% de personas encuestadas manifiestan que las vías principales de acceso a las comunidades son de tercer orden, pero existe un proyecto vial impulsado por el Gobierno Provincial del Carchi que ha permitido mantener alrededor de 10 km en buenas condiciones, además para el año 2012 está considerado realizar la primera etapa del asfaltado que comprende 14 km, beneficiando a las comunidades pertenecientes a la parroquias de Piartal y Fernández Salvador, por lo tanto estos grandes proyectos ayudan a dar viabilidad a otros proyectos que benefician a las familias, y uno de ellos es el proyecto eco turístico.

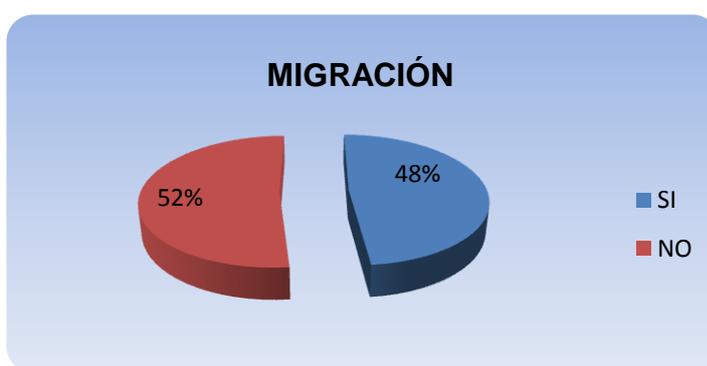
¿Tiene usted algún familiar que haya migrado?

CUADRO N° 8
MIGRACION

MIGRACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	135	48%
NO	146	52%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N°6



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

La migración en la parroquia Piartal es un problema que afecta la economía local ya que al menos un familiar del 48% de familias encuestadas ha abandonado sus tierras para ir a las grandes ciudades a buscar mejores oportunidades laborales. Frente a esta realidad se pretende con el proyecto disminuir este porcentaje, creando espacios de capacitación a talentos locales en lo que tiene que ver a ecoturismo, con el fin de fomentar trabajo.

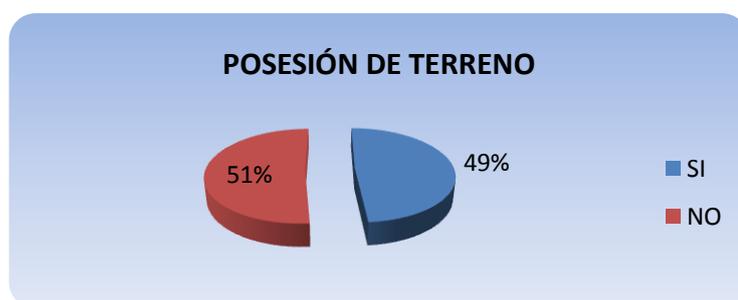
¿Tiene terreno Propio?

CUADRO N° 9 POSESIÓN DE TIERRA

TERRENO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	138	49%
NO	143	51%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 7



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

El 49% de los habitantes no tienen terreno propio, de este porcentaje la mayoría pertenecen a la cabecera parroquial, quienes son pocos los que poseen una pequeña cuadra. Un 51% de personas encuestadas si posee terreno los cuales corresponden a las comunidades, dichas tierras son aprovechadas para actividades agropecuarias.

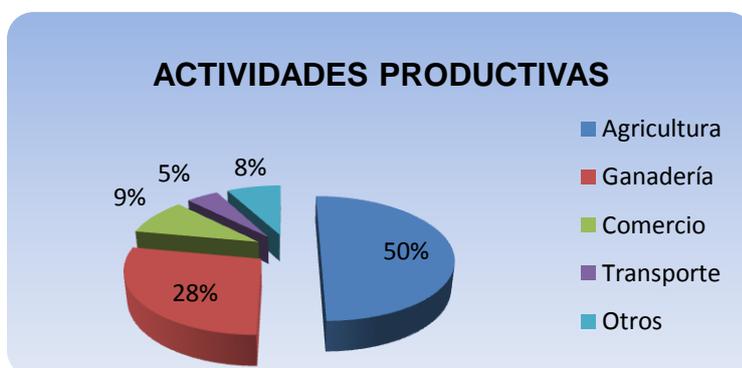
¿A qué actividad productiva se dedica usted?

CUADRO N° 10
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agricultura	141	50%
Ganadería	79	28%
Comercio	25	9%
Transporte	14	5%
otros	22	8%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 8



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Como se puede observar claramente en el gráfico la mayor parte de la población en este caso representada por el 50% se dedica a la agricultura como actividad principal, seguido por la ganadería con un 28% debido a la situación geográfica que tiene este sector, el comercio y el transporte son actividades complementarias que ayudan a mejorar los ingresos de las familias, de la misma manera hay otras actividades que las desempeña las mujeres de las comunidades como es la crianza de animales menores que ayuda para la seguridad alimentaria, pero hay un porcentaje significativo de habitantes que se dedican al jornal.

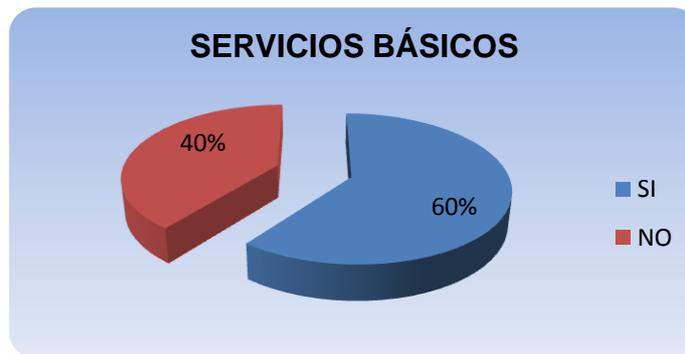
¿Cuenta con Servicios básicos?

CUADRO N° 11
SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	169	60%
NO	112	40%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 9



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

El 60% de personas consideran que cuentan con los servicios básicos como es agua, luz eléctrica, alcantarillado y en algunos de los casos con teléfono, mientras que el 40% no poseen todos los servicios básicos y si los tiene no son de calidad, como es el caso de el agua, que no cuenta con la seguridad sanitaria, poniendo en riesgo la salud de los habitantes.

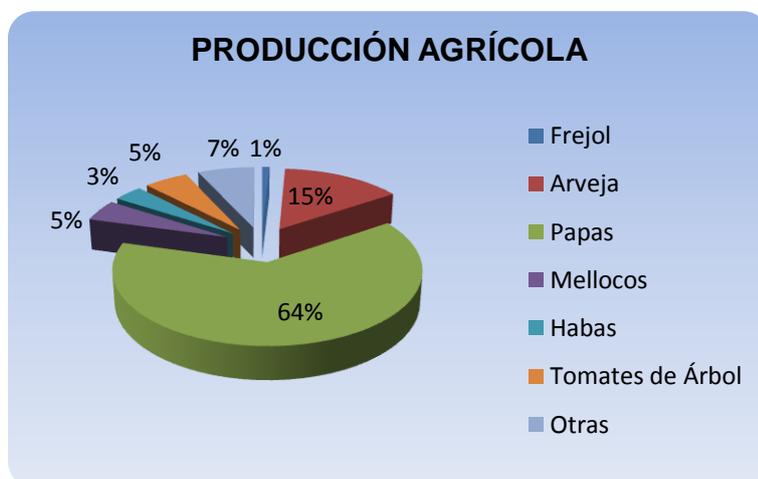
¿De los siguientes productos, cuáles cultiva?

CUADRO N° 12
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

PRODUCTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fréjol	3	1%
Arveja	42	15%
Papas	180	64%
Mellocos	14	5%
Habas	8	3%
Tomate de árbol	14	5%
otros	20	7%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 10



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico el 64% de agricultores cultivan la papa, lo que significa que existe un monocultivo, mientras que el 36% se dedica a la siembra otros productos como la arveja, el fréjol, habas y en pocos casos la zanahoria, hortalizas y frutas como productos complementarios para generar mayores ingresos.

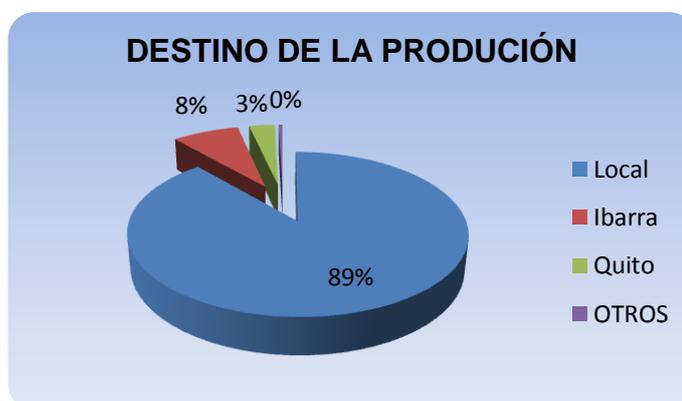
¿El destino de su producción es?

CUADRO N° 13
DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

DESTINO/PRODUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	250	89%
Ibarra	22	8%
Quito	9	3%
Otros	0	0%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N°11



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

De la producción total, el 89% se va al mercado local, debido al alto costo que significa transportar hacia otros mercados, entonces el pequeño agricultor vende al intermediario o paga flete hasta el mercado de la ciudad de San Gabriel por ser más cercano, restando de esta manera su ganancia, apenas el 11% lleva directamente la producción hacia otros mercados, ya que poseen vehículo propio o conocen un lugar estratégico para realizar la venta.

¿Actualmente forma parte de alguna organización?

CUADRO N° 14
ORGANIZACIÓN

ORGANIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	115	41%
NO	166	59%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 12



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

116 Personas están organizadas o forman parte de una organización, lo que significa que hay un potencial humano que ya ha establecido objetivos dentro de un grupo, y el 59% de personas no pertenecen a ninguna organización ya que consideran que dentro del grupo de trabajo se manejan diferentes criterios o intereses personales que no permiten caminar hacia un bien común.

¿A Qué tipo de organización forma parte usted?

CUADRO N° 15
TIPO DE ORGANIZACIÓN

ORGANIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Social	73	26%
Con fines económicos	124	44%
Deportivos	51	18%
Religioso	28	10%
Cultural	6	2%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 13



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de personas están dentro de organizaciones que tienen fines económicos representados por el 44%, considerando que el objetivo fundamental es mejorar la calidad de vida de sus familias, mientras que el 56% están dentro de organizaciones que tienen objetivos sociales, incluidas en este último grupo 19 personas que pertenecen a más de una organización.

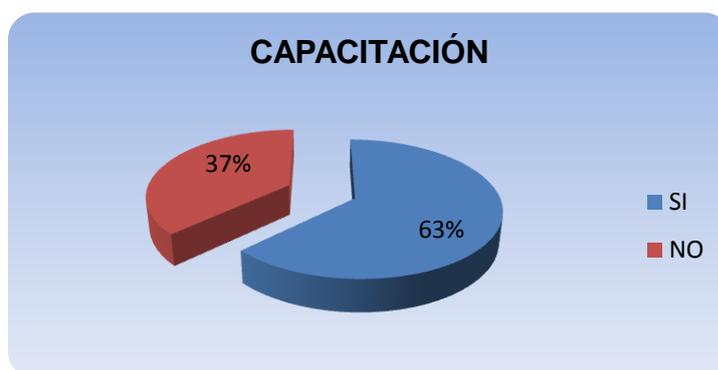
¿En la organización que usted pertenece recibe algún tipo de capacitación?

CUADRO N° 16
CAPACITACIÓN

CAPACITACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	177	63%
NO	104	37%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 14



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

El 63% de personas que pertenecen a las organizaciones reciben capacitación, en este grupo se encuentra inmerso todos quienes son parte de las organizaciones con fines económicos, siendo la capacitación un factor importante para llevar a cabo de mejor manera sus actividades, mientras que el 37% manifiestan que no acceden a capacitaciones debido a que sus organizaciones no están legalmente constituidas.

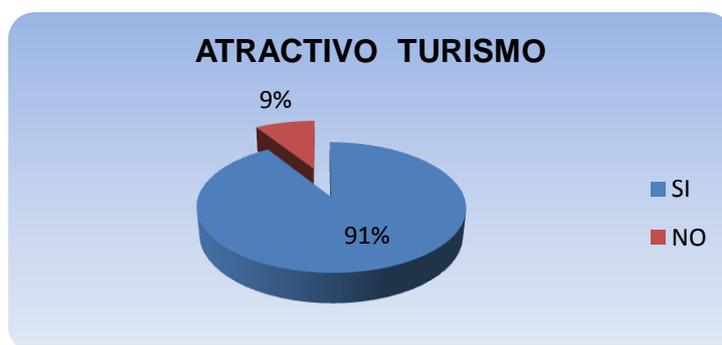
¿Considera usted que la Parroquia Piartal posee un importante atractivo Natural, que podría ser destino turístico?

CUADRO N° 17
ATRACTIVO TURÍSTICO

ATRACTIVO/TURÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	256	91%
NO	25	9%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 15



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Las personas en un 91% ven a la Parroquia Piartal como un destino turístico por la belleza paisajística, por su cultura y por el tipo de organizaciones que existen, pero creen que hay que trabajar mucho para dar a conocer este sitio privilegiado al mundo, en cambio el 9% consideran que primeramente se deben implementar infraestructuras para hacer al sitio más atractivo y que se brinde servicios turísticos de calidad.

¿Estaría de acuerdo que se cree un proyecto que brinde servicios eco turístico y se aproveche de la mejor manera el paisaje natural del sector?

CUADRO N° 18
ACEPTACIÓN DEL PROYECTO

ACEPTACIÓN/PROYECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	281	100%
NO	0	0%
TOTAL	281	100%

Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

GRÁFICO N° 16



Fuente: Población de la Parroquia Piartal
Realizado por: La Autora

ANÁLISIS

Este gráfico nos muestra que el 100% de encuestados tienen interés en la implementación de un Proyecto Eco turístico que ayude a mejorar sus ingresos, promocionar el recurso natural y generar campañas de protección del medio ambiente, así como también fortalecer las talentos locales para brindar servicios de calidad al turista local y extranjero.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL SEÑOR LUIS CERÓN PRESIDENTE DEL GOBIERNO PARROQUIAL DE PIARTAL

¿Actualmente se ha implementado algún proyecto en donde estén involucradas la mayoría de las familias de la Parroquia?

Sí, se presentó un macro-proyecto al MIESS denominado Fortalecimiento de la Economía popular solidaria y la conservación sustentable de la Sub-Cuenca del río Minas en las parroquias rurales de los Cantones de Montúfar, Huaca y Tulcán, que involucra a un total de 900 familias, de las cuales están incluidas más de 145 familias de nuestra parroquia.

¿Qué objetivo tiene este proyecto?

Con el proyecto se pretende impulsar el desarrollo local, ya que el apoyo es para la compra de animales menores, como: cuyes, pollos, chanchos, y además implementar granjas comunitarias como un Sistema Integrado de Producción Agrícola Sustentable (SIPAS), así como también el turismo Comunitario se ha considerado una alternativa nueva para promocionar el importante atractivo natural existente, lo que daría paso a que la implementación de un complejo eco turístico en nuestro sector sea un complemento o a su vez de paso a un circuito turístico y sea aprovechado por los turistas locales, nacionales y extranjeros, dentro de esta dinámica económica contempla la capacitación como eje fundamental del desarrollo social de nuestro sector. Solo de esta manera lograremos tener un producto y servicio de calidad, responsables con el medio ambiente, fomentando la seguridad alimentaria y la cultura del ahorro.

¿Cuál será el monto que recibirá cada familia?

El beneficio por familia será de 650.00 dólares, tomando en cuenta que cada familia pondrá un aporte de 115.00 dólares, para capitalizar la cuenta que deberá abrir en la caja comunitaria.

¿Para estos proyectos recibe ayuda técnica de alguna organización?

Si, tenemos el apoyo en la parte técnica y capacitación para talentos locales, de parte de una Organización no Gubernamental llamada FEPP, con la cual tenemos firmado un Convenio de Cooperación Interinstitucional por cinco años.

¿Piensa usted que se podría implementar un Proyecto Eco - turístico en este sector? , Y ¿de qué manera el Gobierno Parroquial aportaría a este proyecto?

Un proyecto relacionado con el Turismo para la comunidad es muy importante para dinamizar la economía local, generar capacidades y brindar a propios extraños las bondades naturales que posee nuestra Parroquia. Este proyecto además lo consideraría como una puerta de entrada a proyectos complementarios que tengan que ver con la protección del ambiente, promoción de la cultura e impulso a las actividades agrícolas responsables.

Por nuestra parte, el Gobierno Parroquial de Piartal hoy reconocido como Gobierno Autónomo Descentralizado, tenemos el deber de apoyar con recurso humano, recursos económicos, en la socialización a la comunidad, y la responsabilidad de gestionar ante otras organizaciones ya sean estas gubernamentales o no gubernamentales. Como manifesté anteriormente tenemos un importante rubro en el proyecto presentado y aprobado por el MIESS para capacitación en turismo comunitario.

En el sector existen algunas organizaciones de mujeres y hombres, ¿De qué manera piensa usted que contribuye al desarrollo local?

La organización ha sido la parte fundamental del desarrollo local de nuestro sector ya que mediante estas se ha podido canalizar recurso ya sea económicos o en capacitación y poco a poco se ha ido cambiando la mentalidad de las personas que lo integran. Pero hay que seguir

trabajando y motivando para el fortalecimiento de estos grupos importantes para contrarrestar los intereses personales.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL Arq. LUIS FELIPE ORQUERA TÉCNICO REGIONAL DE TURISMO ZONA 1

¿Cuál es el objetivo de la Dirección Regional de Turismo en el sector rural?

Por nuestra parte estamos haciendo un trabajo importante en los lugares que tienen un importante atractivo natural, gastronómico, cultural y religioso, visitando, conociendo la realidad con el único fin de impulsar proyectos que ayuden a canalizar los recursos que tiene el Ministerio de Turismo.

¿Cuál es la dinámica de trabajo que tiene la Dirección de Turismo?

En primer lugar recabar información, o lo que diríamos un diagnóstico para determinar cuáles son las necesidades y el interés que tenga la población sobre el servicio que desearían implementar y brindar a los turistas; este estudio se centrará en: Ruta de la Fe, Ruta Eco turística, temas de Salud, Ruta de los Volcanes. Una vez realizado este estudio se elaborará un Plan de Desarrollo Turístico, para obtener una orientación de que servicios se va a implementar.

Los interesados deberán formar parte del Programa Nacional de Gestión Turística, el cual consta de diez módulos para capacitación sin costo, en los temas de Formación en Guías Nativos, Atención al Cliente, Gastronomía, Administración Turística, Idiomas, con un mínimo de participantes de 20 personas.

Dentro de este proceso el complejo Ecoturístico debe constituirse como un destino turístico, ya que los servicios a brindar deben ser un complemento para que los turistas tengan un lugar en donde disfrutar de la gastronomía y descanso en medio de la naturaleza.

Si la comunidad tiene el interés de implementar servicios eco turísticos, ¿Cuál sería su aporte y como ayudaría a que otras instituciones también se sumen a estos importantes proyectos?

El aporte que tenemos como Dirección Regional es en la capacitación a la comunidad, ayuda técnica y gestionar a otros ministerios como el de Medio Ambiente, Patrimonio, Cultura, Agricultura, la Dirección Provincial de Turismo, los GAD'S Municipal Montufar y Parroquial Piartal, para firmar Convenios de Cooperación Interinstitucional, que permitan canalizar recursos que contribuyan al desarrollo de nuevos emprendimientos en la parte turística.

Además si las familias están interesadas en adecuar, equipar y realizar mejoras de las viviendas para brindar el servicio de refugio para turistas se podría acceder a un crédito con el Banco Nacional de Fomento, con el cual el Ministerio de Turismo tiene firmado un Convenio, con montos que van desde 1,000.00 a 300,000 dólares, que podrán beneficiarse de un periodo de gracia de 6 meses a 2 años.

1.8. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.8.1 ALIADOS

- Asociaciones legalmente constituidas
- Organizaciones gubernamentales
- Cooperativa de transporte
- Caja comunitaria
- Juntas de agua potable y riego
- Comité de fiestas religiosas

1.8.2 OPONENTES

- Mantenimiento vial
- Monocultivos
- Migración
- Bajos ingresos económicos
- Pérdida de nuestra identidad cultural
- Limitados espacios de capacitación en construcción de proyectos para talentos locales
- Ausencia de diagnósticos para viabilizar proyectos
- Disminución de las actividades agrícolas
- Presencia de intermediarios que compran la producción al pequeño agricultor.
- Reemplazo de la fuerza laboral local con extranjera
- Desconocimiento de atractivos turísticos

1.8.3 OPORTUNIDADES

- Apoyo de los diferentes Ministerios involucrados en forma directa e indirectamente en el Turismo.
- Apertura de mesas de diálogo con diferentes actores sociales.
- Contar con atractivos turísticos naturales, religiosos, culturales.
- Aporte económico de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.
- Medios de comunicación que difundan los proyectos que se están ejecutando. (radio, prensa, televisión, internet)

- La Constitución Política del Estado
- Plan Nacional del Buen Vivir
- Presencia de Organizaciones no Gubernamentales, como aliados estratégicos para el desarrollo local.

1.8.4 RIESGOS

- Políticas ambientales no aplicadas
- Falta de apoyo de entidades financieras para proyectos productivos.
- Cambios climáticos (impactos ambientales, tala de bosques, incendios forestales, plaguicidas)
- Fuga del talento humano
- Inestabilidad política y económica

1.9. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL CONTEXTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Una vez aplicadas las encuestas a la población y las entrevistas las autoridades locales, se logró identificar los principales componentes sociales, culturales, ambientales, económicos y productivos del sector, para lo cual se hace un análisis de la información recolectada.

En el aspecto socioeconómico, las familias de la parroquia Piartal están compuestas en su mayoría de 2 a 4 integrantes, de los cuales al menos 2 generan ingresos, con un promedio de 100 dólares al mes, su principal actividad es la agricultura, el 60% gozan de todos los servicios básicos. Esto significa que existe un bajo ingreso económico, una de las causas es el monocultivo de la papa y el poco apoyo de las organizaciones gubernamentales en el aspecto agrícola, lo que dificulta acceder a algunos servicios que ayuden a mejorar su nivel de vida.

De acuerdo a la investigación realizada se determina que la producción también se ve afectada por la migración de la población, la ausencia de programas productivos afecta la estabilidad económica y social de las familias del sector, optando por salir a las grandes ciudades en busca de mejores oportunidades, restando la fuerza laboral local. Otro aspecto negativo que existe en el sector es la presencia de intermediarios que perjudican al pequeño agricultor en el precio de venta de su producto generando en muchas ocasiones la pérdida económica de sus sembríos, a esto se suma la resistencia a recibir alguna capacitación para mejorar la productividad.

Sin embargo se identificó aspectos positivos que se deben considerar como oportunidades de emprender proyectos que ayuden a elevar el nivel de vida de las familias del sector, tal es el caso de las carreteras que son accesibles a las comunidades, contando que desde la ciudad de San Gabriel hasta la Parroquia se contará con una vía asfaltada, la existencia de grupos organizados es un buen referente de desarrollo económico ya que buscan el bien común para sus familias, aprovechan de las capacitaciones y los proyectos que van enfocados a quienes están constituidos legalmente.

El entorno natural y las actividades culturales identificadas una vez finalizado el diagnóstico, conlleva a definir la gran oportunidad que tendrá el proyecto turístico en el sector, el cual permitirá dinamizar la economía, rescatar y promover la cultura, dentro y fuera del país, así como también ayudar a preservar y proteger la naturaleza.

Al finalizar el estudio del diagnóstico situacional externo se pudo establecer que el problema principal es la falta de gestión de proyectos que vayan en beneficio de la parroquia y sus comunidades , se puede evidenciar que la población se dedica a actividades poco rentables ocasionando la migración a las grandes ciudades.

Con este antecedente se propone la creación de un Complejo Ecoturístico para aprovechar las bondades de la naturaleza, el mismo que dinamizará la economía del sector.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1. EL TURISMO

2.1.1 Definición

“Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tantos de los negocios como de las consideraciones profesionales”.
<http://definicion.de/turismo/>.

“Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.”

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos, al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

2.1.2 El Turista

“Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en él más de 24

horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.”<http://definicion.de/turismo/>

Turista se considera a toda persona que busca de alguna forma satisfacer sus necesidades de conocer y de acudir a algún lugar de residencia turística donde pueda disfrutar de los paisajes, cultura, historia y más.

2.1.3 Importancia Socioeconómica y Cultural del Turismo

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

2.1.4 Clasificación del Turismo

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

2.1.5 Ecoturismo

Reglamento General de Actividades Turísticas. (2008) Pág. 58. Art. 156.- *“Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea, dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.”*

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística ya que es un viaje responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local de manera sustentable en el área natural que correspondan o no al del Sistema Nacional de Áreas protegidas.

2.1.6 Ley de Turismo

De acuerdo al Art. 5 de la Ley de Turismo, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas

que se dediquen o la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento;
- Servicios de alimentos y bebidas;
- Transportación cuando se dedica principalmente al turismo inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esta actividad se considera parte del agenciamiento;
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadores de eventos y convenciones: y,
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

De acuerdo al Art. 8 de la Ley de Turismo, para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

De acuerdo al Art. 15 numeral 1 del la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana y debe preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional.

El Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) (Decreto Ejecutivo N° 3516. Registro Oficial Edición Especial N° 2 del 31 de marzo del 2003) establece el régimen y procedimientos aplicables a la actividad turística en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), que será regulada por el Ministerio de Turismo dentro del ámbito de sus competencias y por el Ministerio del Ambiente en lo que

se refiere al uso sustentable de recursos naturales; así como el régimen para el otorgamiento de autorizaciones y permisos de operación turística dentro del SNAP.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles.

2.2. La Empresa

“Empresa es la unidad económica de producción, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los bienes, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre.”

La empresa es un medio de producción económica que tiene como finalidad producir y obtener utilidades que puedan cumplir los a los fines de la sociedad.

2.2.1. Empresas de Servicios Turísticos

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- Empresas de transporte turístico terrestre
- Empresas de transporte turístico
- Empresas de alojamiento
- Agencias de Turismo
- Empresas turísticas de alimentación.

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en

desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una de ellas. La importancia que tienen las empresas prestadoras de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista.

2.2.2. Empresa Ecoturismo

“Se llama empresa de ecoturismo a la persona natural, jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividades de ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes.”

Son complejos todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensiones completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Servicios en los complejos.

Para que un alojamiento sea considerado Complejo Ecoturístico deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

- De hospedaje y complementarios
- Servicio de recepción
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor.
- Servicio telefónico.
- Servicios de lavandería y planchado.

- Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta “souvenirs” y artículos de uso, frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y
- Servicio de carácter deportivo:

2.3. Administración

“La Administración, también conocida como Administración de empresas, es la ciencia social o Tecnología Social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización.”

2.3.1. Planificar.

Es el proceso que comienza con la visión del Nro 1 de la organización; la misión de la organización; fijar objetivos, las estrategias y políticas organizacionales, usando como herramienta el Mapa estratégico; todo esto teniendo en cuenta las fortalezas/debilidades de la organización y las oportunidades/amenazas del contexto (Análisis FODA). La planificación abarca el largo plazo (de 5 a 10 o más años), el mediano plazo (entre 1 y 5 años) y el corto plazo donde se desarrolla el presupuesto anual más detalladamente. En la actualidad los cambios continuos generados por factores sociales, políticos, climáticos, económicos, tecnológicos, generan un entorno turbulento donde la planificación se dificulta y se acortan los plazos de la misma, y obligan a las

organizaciones a revisar y redefinir sus planes en forma sistemática y permanente.

2.3.2. Organizar

Responde a las preguntas ¿Quién? va a realizar la tarea, implica diseñar el organigrama de la organización definiendo responsabilidades y obligaciones; ¿cómo? se va a realizar la tarea; ¿cuándo? se va a realizar; mediante el diseño de Proceso de negocio, Cursogramas que establecen la forma en que se deben realizar las tareas y en que secuencia temporal; en definitiva organizar es coordinar y sincronizar.

2.3.3. Estructura

La estructura organizativa de una agencia de turismo está formada por el conjunto de varios elementos que se unen para sustentar las relaciones operativas de los recursos humanos, como proceso podemos considerar esta organización como una secuencia de etapas lógicas que contribuyen a formar la empresa. La estructura organizativa de las agencias de turismo se refleja en su organigrama: entiendo por organigrama la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa. Estas empresas requieren de un personal administrativo ampliamente calificado y eficiente.

Las estructuras organizativas de las empresas turísticas pueden ser diversas dependiendo del número de departamentos que posea y el personal por cada departamento, este organigrama muestra de forma simple el departamento de una agencia de viajes y turismo; ya que en su departamento de tráfico tenemos: Tráfico Nacional e Internacional.

Desde el punto de vista operacional, el funcionamiento de las Agencias de viajes presenta una serie de aspectos que les son propios y las hacen diferentes, si se les compara con las características que normalmente la intermediación en otros campos del negocio. Entre los aspectos, merecen destacar los siguientes: Requisitos de Capital; Costos Operacionales;

Naturaleza de los impresos; Los operadores y la Promoción y Forma de la Venta.

2.3.4. Dirigir

Es la influencia o capacidad de persuasión ejercida por medio del Liderazgo sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos de Toma de decisiones.

2.3.5. Controlar

Es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada, mediante un sistema de Control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización.

[Httpes.wikipedia.org/wiki/Archivo:BSC.png](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:BSC.png)

2.4. Estudio de Mercado

Es la oferta y la demanda referida a una época, un lugar determinado, y una rea del bien o servicio.

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

En el ámbito del turismo, se presenta también la confluencia de demanda efectiva y demanda real identificándose con la primera al turismo comercial, tanto interno como receptivo y regresivo. Para la segunda se han manejado distintas denominaciones como las de turismo subvencionado y turismo social.

2.4.1. Turismo Receptivo.

Es el total de los desplazamientos que emite un país hacia otro que lo recibe, a condición de que sea por no menos de 24 horas y menos de 90 días y sin participar en los mercados de trabajo.

2.4.2. Oferta turística.

Es el conjunto de servicios turísticos posicionados frente a un mercado turístico determinado.

2.4.3. Demanda turística

Demanda turística. Está constituida por los servicios requeridos por los turistas. El número de turistas de un lugar determinado.

2.4.4. Comercialización.

Son todas las actividades que la empresa realiza para crear, promover y distribuir productos o servicios de acuerdo a la demanda de los clientes actuales o potenciales, además de considerar las posibilidades de la empresa para producirlos.

- **Mercadotecnia**

Nelson Dávalos , Ed. - Ábaco, 2002 Pág. 297 *“Técnica de sistematización de las actividades de los negocios y del comercio en general, cuyo punto de partida se basa en los objetivos y en la creatividad de una empresa, dirigidos hacia las personas para satisfacer las necesidades, los deseos o preferencias de la clientela actual o en potencia, a través de un programa integral dentro de los procesos administrativos, de producción y ventas, al mismo tiempo que se persigue aumentar los beneficios, como consecuencia del incremento del volumen de ventas”*

- **Marketing**

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Modulo 05. “Es la aplicación de técnicas que permiten descubrir y generar mercados para los productos, satisfaciendo las necesidades de los consumidores de una manera rentable para la empresa”.

- **Publicidad o Propaganda**

Nelson Dávalos,(2003). Pág.90 “Propaganda son medios y técnicas de información colectiva utilizados en el proceso de distribución o venta de los productos o servicios, para estimular su demanda o adquisición”.

- **Plan de Marketing**

“Herramienta que utiliza el departamento de marketing para integrar su estrategia con sus actividades y su presupuesto; está compuesto por la política de producto, precio, distribución, promoción, publicidad y relaciones publicas.”

- **Matriz de Michael Porter**

El Marco de las cinco Fuerzas de Michael Porter, reconoce cinco categorías de competidores y sus fuerzas competitivas correspondientes. El concepto central se sustenta en:

CUADRO Nº 19

Matriz de Michael Porter

Categoría de Competidores	Fuerzas Competitivas
<ul style="list-style-type: none"> • Competidores actuales • Competidores potenciales • Sustitutos potenciales • Proveedores • Compradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidad de la rivalidad • Barreras de entrada • Presiones de sustitución • Poder de negociación con proveedores • Poder de negociación de los compradores.

Fuente: Estrategia, diseño y ejecución.
Elaborado por: La Autora.

- **Principio de estrategia competitiva.**

Para ingresar y/o defenderse contra los competidores productos o externos y obtener un dominio general o competidor. Su enfoque convertirse en un competidor potencial y ser líderes en el sector son estrategias, actitudes de Marketing diferenciados para una gran participación en el mercado.

- **Estrategias de diversificación.**

Para una empresa la formulación de estrategias de diversificación es el direccionamiento de hacer movimientos para colocar a ésta en una posición dentro de las empresas elegidas para la diversificación y mejorar el rendimiento a largo plazo y beneficios estratégicos.

- **Estrategias de cambio de posición.**

En cuanto la gerencia corporativa se centra en hechos de que los negocios tienen que ingresar a otros mercados o nichos esperan rendimientos a corto o largo plazo mejor que la posición actual que tiene la empresa. Las estrategias de cambio esperan mejores posiciones económicas para los negocios que están perdiendo rentabilidad.

2.4.5. Oferta

Diccionario de Contabilidad y Finanzas, (2009). Pág. 177 *“Actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. Cantidad de un determinado bien o servicio que los sujetos integrantes de un mercado están dispuestos a vender en el mismo a un cierto precio y durante un tiempo concreto”*

2.4.6. Demanda.

Diccionario Contable y Mas, Pág. 161 *“Conjunto de consumidores, existentes o potenciales, en un mercado concreto y en un periodo*

determinado. La demanda y el mercado están estrechamente vinculados, pero influenciados estrechamente por las políticas gubernamentales vigentes”.

2.4.7. Producto.

“El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción”

2.4.8. Precio

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

2.4.9. Promoción

Universidad Regional Autónoma de los Andes, (2007), pag 53. *“Es un conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de una empresa en el mercado, las mismas que se asocian a un propósito de incrementar ventas”.*

2.4.10. Clientes

Nelson Dávalos, Edi - Ábaco, (2007). Pág. 90 *“En contabilidad, es una partida del rubro Cuentas por cobrar proveniente de los deudores por créditos concedidos en las ventas que realiza un negocio de bienes o servicios”*

2.4.11. Calidad

Nelson Dávalos.(2007) Pág. 69 *“Grado de perfección o de eficacia en que un producto satisface los requerimientos de aptitud establecidos para determinado uso o consumo, y que se halla en estrecha relación con las condiciones técnicas y necesidades que debe satisfacer.”*

2.5. Estudio Técnico

Con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables preestablecida que existen en las torno al proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características de las futuras empresas y de los productos que pondrá el mercado.

El objetivo del estudio técnico es determinar la función de producción optima para la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado además de analizar y determinar el tamaño optimo, la localización optima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

2.5.1. Tamaño del proyecto

Nelson Dávalos, Edi - Ábaco, (2007) Pág. 69: *“El tamaño de un proyecto es la etapa donde se analiza la capacidad instalada y la capacidad operativa que tendrá la empresa en sus años de funcionamiento”.*

Para considerar el tamaño del proyecto se examinará los siguientes indicadores:

- En relación al mercado.
- En relación al financiamiento.

- En función al abastecimiento de materias primas e insumos existentes en el medio.
- Considerando el tipo de Organización.

2.5.2. Localización

Localización en toda inversión turística de equipamiento la localización es fundamental en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, la elección de la macro localización ¿zona turística, región socioeconómica, centro urbano o polo turístico? Depende de distintos factores generales, entre los cuales se destacan:

- Dinamismo económico del área
- Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico y/o cultural.
- Ventajas económicas especiales.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto

“La Ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil”

El capítulo ingeniería normalmente debe ser elaborado por expertos en las áreas o actividades en las que el proyecto va a encaminarse. Este análisis deberá ser realizado por personas con experiencia en las actividades económicas que se va a involucrar el proyecto.

- **Materia prima.-** “Son los materiales e insumos sujetos a transformación en el proceso productivo, hasta la obtención de un producto.”
- **Materia prima directa.-** “Los materiales que se identifican claramente en un producto toman el nombre de materiales directos o materia prima directa, y tienen la particularidad de ser fácilmente medibles en la cantidad que forman parte del artículo terminado”.
- **Materiales indirectos.-** “Son todos los materiales sujetos a transformación que no se pueden identificar o cuantificar plenamente en los productos terminados y se acumulan dentro de los costos indirectos, pudiendo o no formar parte del producto”.

Los materiales indirectos o materia prima indirecta, son aquellos que se emplean con la finalidad de beneficiar al conjunto de producción de la fábrica, y por lo tanto no puede determinarse con precisión la cantidad que beneficia a un artículo.

- **Mano de obra Directa.-** Es el pago a los obreros en retribución por su trabajo, el cual es necesario para la elaboración de un artículo.

Son los salarios que se pagan a las personas que participan directamente en la transformación de la materia prima en producto terminado y que se pueden identificar o cuantificar plenamente con el mismo.

Es el trabajo desarrollado por las personas que están más cerca de la producción o elaboración del producto.

- **Mano de obra indirecta.-** “Los sueldos y salarios que se pagan al personal de apoyo a la producción y que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, se clasifican como mano de obra indirecta.”

Representa el costo de las remuneraciones devengadas por aquellos trabajadores y empleados que ejercen funciones de planificación, supervisión y apoyo a las actividades productivas.

- **Costos indirectos de fabricación.-** “Son egresos efectuados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican o a las distintas prestaciones de servicios, pero que por su naturaleza no se pueden cargar a una unidad de producción definida”.

Son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos determinados.

2.6. Estudios Económica - Financiera del Proyecto

Este tipo de estudio debe justificar el empleo de factores productivos, su inmovilización en lo que dura el horizonte de vida del proyecto y los beneficios esperados del mismo.

Se deben detallar los desembolsos necesarios para la ejecución y operación del proyecto, especificando los montos de inversión inicial en activos fijos y reposiciones posteriores, inversiones en capital de trabajo y costos operativos o de funcionamiento.

Del análisis de mercado y del Estudio Técnico, del primero recoge los datos relativos a la calidad de la demanda que cobraría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuadas, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores. En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia ", al monto de la inversión del terreno y construcciones como al calendario de obra y las condiciones de localización y dimensionamiento. Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión ¿Cómo equipos, mobiliarios, gastos, preoperativos, etc.? Y en el establecimiento de los costos y gastos preoperativos.

2.6.1. Evaluación Económica

La evaluación económica examina, en términos de bienestar y desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos. Utiliza los precios económicos, también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta.

- **Balance General.-** “Informe financiero básico y producto final de todo sistema contable, a través del cual el representante o máxima autoridad de una empresa pone de manifiesto el estado patrimonial del organismo y la situación financiera en determinada fecha, por lo general al fin de un ejercicio económico”.
- **Estado de Resultados.-** “Informe financiero básico producto de todo el sistema contable que se presenta conjuntamente con el Estado de Situación Financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas, de los ingresos percibidos o ganados y los gastos efectuado y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de la empresa en un período determinado”.
- **Estado de flujo de efectivo.-** "Es el estado financiero que se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.”

2.6.2. Evaluación Financiera

Cuando se evalúa un proyecto, consiste en un análisis de los antecedentes recopilados para formarse un juicio, tanto cualitativo como cuantitativo, respecto a la conveniencia de la puesta en marcha de un proyecto.

Esto implica que en lo cualitativo habrá que utilizar y procesar la información generada en la parte de presentación del proyecto, esto es, conclusiones de los estudios generales, regionales, provinciales, legales

de mercado, técnicos y organizacionales del proyecto (esto es cuando se buscó determinar una estructura administrativa más adecuada para el proyecto).

En el aspecto cuantitativo, se usan técnicas, algunas más eficientes que otras, para decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

- **Valor Presente Neto.-** Este método consiste en traer todos los flujos positivos o negativos de efectivo a valor presente, a una tasa de interés dada (la mínima tasa a la que se descuentan dichos flujos debe ser la del costo de capital) y compararlos con el monto de la inversión. Si el resultado es positivo la inversión es provechosa. Si el resultado es negativo no conviene llevar a cabo el proyecto.
- **Tasa interna de Retorno.-** La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a 0. La tasa interna de retorno es la medida más adecuada para medir la rentabilidad de un proyecto.
- **Tasa de Interés para la evaluación financiera.-** “La tasa de interés para la evaluación financiera también se denomina tasa de actualización, tasa de descuento, tasa de interés de oportunidad, tasa de retorno mínima. Esta tasa de interés será la que actualice en términos constantes a los valores monetarios de la inversión del proyecto y de los flujos netos de efectivo que este genere” La tasa de actualización se obtiene haciendo la siguiente relación: Inflación anual más tasa de interés pasiva del mercado”.
- **Valor Presente Neto (VPN).-** “Este indicador muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y considera el valor cronológico del dinero de inversión y de los ingresos que se obtendrá en su operatividad actualizados a una tasa contable o costo de oportunidad”

Valor Presente Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a una tasa de interés a la inversión inicial descontada a la misma tasa de interés. La tasa de actualización será igual a la tasa de descuento o costo de oportunidad.

- **Tasa Única de Retorno.-** “Tasa Única de Retorno o Tasa Interna de Retorno Ajustada es la relación que existe entre los ingresos generados por un proyecto en los años operativos y los egresos por concepto de inversión ejecutada en el mismo. Estos dos factores se trasladan al año cero a una tasa de actualización previamente calculada”.
- **Relación Beneficio / Costo.-** “La Relación beneficio/Costo matemáticamente es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos actualizados a una tasa de interés dividido para la inversión inicial del proyecto actualizada a la misma tasa”

2.7. Evaluación de Impactos Ambientales

La evaluación ambiental le permite asegurar, que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo.

La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos. Alertan pronto a los diseñadores del proyecto, las agencias ejecutoras, y su personal, sobre la existencia de problemas, por lo que las evaluaciones ambientales:

- Posibilitan tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica;

- Reducen la necesidad de imponer limitaciones al proyecto, porque se puede tomar los pasos apropiados con anticipación o incorporarlos dentro del diseño del proyecto; y,
- Ayudan a evitar costos y demoras en la implementación producidos por problemas ambientales no anticipados.

Las evaluaciones ambientales también proporcionan un mecanismo formal para la coordinación interinstitucional, y para tratar las preocupaciones de los grupos afectados y organizaciones no gubernamentales locales. Además, pueden desempeñar un papel central en el fortalecimiento de la capacidad ambiental del país.

Al igual que los análisis económicos, financieros, institucionales y de ingeniería, la evaluación ambiental forma parte de la preparación de un proyecto, y por tanto es responsabilidad del prestatario. La evaluación ambiental se encuentra íntimamente ligada a otros aspectos de la preparación del proyecto, lo cual garantiza que:

- Las consideraciones ambientales cobren su debida importancia durante la toma de decisiones referentes a la selección, ubicación y diseño del proyecto; y,
- Su realización no retrase indebidamente el procesamiento del proyecto.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El objetivo del estudio de mercado fue tener un flujo de Investigación, para la toma de decisiones, de la administración en relación al mercado meta y las posibilidades del proyecto en su etapa operativa.

El procedimiento metodológico que se utilizó para el estudio de mercado fue el siguiente:

Obtención de datos primarios a través de 200 encuestas aplicadas en las ciudades de Ibarra y Tulcán, considerando que son dos puntos principales de entrada de turistas a la provincia del Carchi, la poca información estadística de la afluencia turística, dificultó conocer el número real de quienes prefieren el turismo no convencional, para lo cual, empleando el instrumento de recolección de datos, mediante el cual por sondeo de opinión se obtuvo una importante información respecto a las variables sujetas en el estudio y determinar el grado de aceptación del proyecto. Investigación secundaria.- obtenida a través de reportes del Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente y otras entidades que tienen relación con esta actividad.

Con esta Investigación se procedió a realizar un análisis de los resultados obtenidos y la interpretación de sus componentes fundamentales, lo que permitió emitir las conclusiones del estudio de mercado.

El turismo es una actividad económica que tiene altas potencialidades de desarrollo en el país, debido a su situación geográfica, en la línea Ecuatorial, que le permite tener cuatro regiones bien marcadas: Costa,

Sierra, Oriente y las Islas Galápagos. El turismo alternativo, el ecoturismo, se caracteriza porque el turista tiene relación directa con el medio natural, flora y fauna del lugar así, como la cultura, el folklor y otras manifestaciones del sitio o localidad que visitan.

El turismo alternativo, especialmente el que tiene relación al ecoturismo en los últimos años ha experimentado un crecimiento debido principalmente a las políticas de apertura que oferta el Ministerio de Turismo.

La provincia del Carchi, el cantón Montúfar, ofrece una óptima riqueza turística natural de ecosistemas aptos, para la implementación de unidades económicas que emprendan en esta actividad y que permitan un desarrollo y crecimiento local.

El turismo es una actividad que se caracteriza entre otras cosas por su complejidad, ya que intervienen una variedad de elementos que interactúan entre sí, ayudando a identificar el destino turístico que se desea visitar, por lo tanto es importante que un proyecto de factibilidad, se estudie el comportamiento de la mejor manera posible. Los elementos del sistema turístico son cuatro: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El complejo de ecoturismo estará clasificado de “Tres Estrellas” (según reglamento general de actividades turísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador), por lo tanto tendrá los siguientes productos:

- Turismo cultural.- que representa manifestaciones de folklor y cultura que se oferta a los turistas.
- Turismo comunitario.- mediante el cual los turistas visitan las comunidades del área de acción del proyecto.

- Agroturismo.- este producto se manifiesta en que los turistas observan en forma directa las actividades agrícolas, que se practican en las comunidades del sector.
- Tours de recorrido.- a los sitios más representativos como: la Laguna del Salado, la Gruta de la Paz, la Estación Biológica Guandera y otros sitios de ruta establecidos.

El Complejo de Ecoturismo de acuerdo al reglamento general de actividades turísticas, ofertará los servicios de:

- Hospedaje
- Alimentación
- Servicio de bar y restaurant
- Servicio de comidas y bebidas tradicionales del sector.
- Guianza

Los servicios complementarios son: parqueadero, lavandería y planchado, recepción-información, limpieza de habitaciones y de comedor.

3.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

- **Alimentación.-** Comidas servidas dentro de horarios señalados, Cafetería – Comedor. En el área de Restaurante – Cafetería Tendrá los servicios; Platos a la carta, Desayunos, Almuerzos, Meriendas
- **Hospedaje.-** Cabañas familiares e individuales
- **Tours.-** Estará compuesto por rutas establecidas en diferentes paquetes, entre los principales recorridos: Laguna del Salado, La Gruta de la Paz, Reserva Ecológica El Ángel, Ferias en la ciudad de San Gabriel.

- **Cultura.-** Espacios de Danza, Artesanía, Folklor, y otras manifestaciones artísticas culturales de la zona.
- **Recorrido-** Se tendrá el servicio de una persona de la zona, capacitada en Guía Turístico, en donde se hará un recorrido por los principales atractivos naturales del sector, como: el bosque primario de Guandera, el río Minas y comunidades de la parroquia.
- **Servicios complementarios.-** servicios de recepción, mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos, servicio de lavandería y planchada.

3.3. MERCADO META

Para determinar el mercado meta de los servicios turísticos alternativos, no convencionales se basó en la naturaleza de la actividad turística del país en el que acuden dos tipos de turismo; “turismo interno”, realizado por los residentes en el país y el “turismo receptor o extranjero” que son los turistas de otros países. El proyecto tiene como objetivo desarrollar e implementar estrategias de mercadeo para posicionarse en estos dos mercados potenciales a nivel nacional (turismo interno) e internacional (turismo receptor) especialmente en los turistas que prefieren el turismo no convencional o alternativo.

El cuadro # 20 muestra el comportamiento de mercado turístico en el Ecuador, en los últimos cinco años, sin embargo tomamos como referencia el año 2012, para lo cual tenemos un ingreso de 1’296.543 turistas extranjeros, de los cuales el 37,20% prefieren el turismo Alternativo o no Convencional, mientras que el turismo interno está representado por el 51% del total de habitantes que se movilizan a distintos destinos turísticos, porcentaje que tiene variación en los últimos cinco años, de los cuales el 7,49% de la demanda total, prefieren el turismo no Convencional.

Cuadro # 20

Comportamiento del mercado turístico no convencional en Ecuador

AÑO	Ingreso de turismo total		Ingreso de turismo no convencional		
	EXTRANJEROS	NACIONALES	EXTRANJEROS	NACIONALES	TOTAL
2008	1,005.297	3,176.800	373.970	237.942	611.913
2009	968.499	4,180.000	360.282	313.082	673.364
2010	1,047.098	5,500.000	389.520	411.950	801.470
2011	1,140.978	6,820.000	424.444	510.818	935.262
2012	1,296.543	7,638.400	482.314	572.116	1,054.430

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha-CAPTUR

Elaborado por: La Autora

En el año 2012, se registraron el ingreso 1'054.430 turistas que prefieren el turismo alternativo, de los cuales el 46%, corresponde a turistas extranjeros y 54% corresponde a turistas nacionales, datos generales a nivel del país.

Cuadro # 21

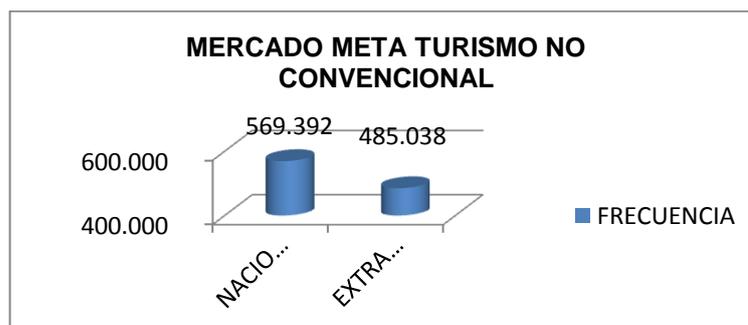
MERCADO META TURISMO NO CONVENCIONAL

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	569.392	54%
EXTRANJERO	485.038	46%
TOTAL	1'054.430	100%

Fuente: Dirección de Planificación Sectorial y seguridad Turística Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

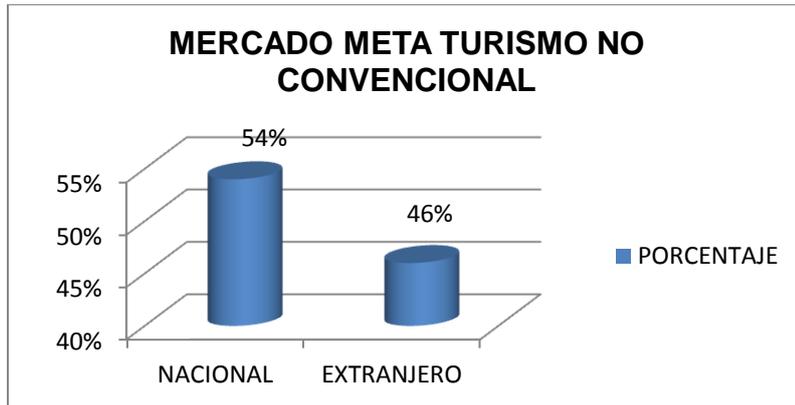
Gráfico # 17



Fuente: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística. Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

Gráfico # 18



Fuente: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística. Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

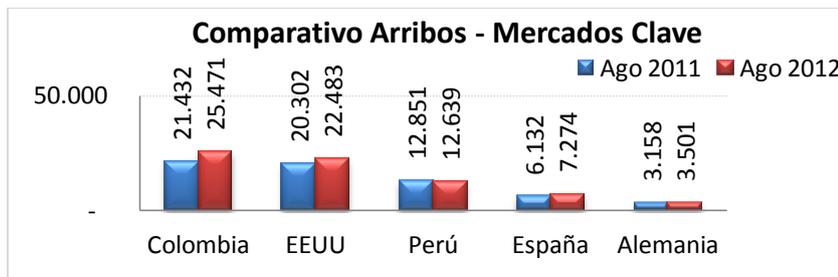
3.3.1. Tipología del mercado (turistas)

- **Turistas extranjeros (internacionales).**

Los turistas extranjeros que llegan al país están representados, en su gran mayoría por españoles, alemanes, norteamericanos y colombianos, que prefieren hacer turismo en Ecuador. Según reportes del Ministerio de Turismo del Ecuador, hasta diciembre de 2012 han ingresado 1'296.543 turistas extranjeros.

- **Principales mercados extranjeros que ingresan al país.**

Gráfico # 19



Fuente: Ministerio de Turismo. Boletín informativo de ingreso de turistas año 2011-2012

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 22

Principales Mercados Turísticos por país que ingresan al Ecuador

	País	Ago 2011	Ago 2012	Variación	Acumulado		Acumulado		Variación
					ENE-2011	AGO	ENE-2012	-AGO	
Mercados Clave	Colombia	21.432	25.471	4.039	174.465		238.436	63.971	37%
	EEUU	20.302	22.483	2.181	175.174		177.888	2.714	2%
	Perú	12.851	12.639	212	99.965		90.569	9.396	-9%
	España	6.132	7.274	1.142	41.165		44.363	3.198	8%
	Alemania	3.158	3.501	343	17.424		19.992	2.568	15%
	TOTAL			71.368	67%				
	ARRIBOS AGOSTO		106.368						

Fuente: Ministerio de Turismo. Boletín informativo de ingreso de turistas año 2012
Elaborado por: La Autora

De los 864.362 turistas extranjeros que llegan al país hasta el mes de agosto 2012, 106.368 corresponde al ingreso de turistas de mercados clave, que comparado con los arribos del mes de agosto de 2011, presenta un incremento del 7,46%, lo que significa un aumento de 7.381. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano, al pasar de 21.432 en agosto de 2011 a 25.471 en agosto de 2012, es decir, existe un incremento del 18.85% .

Así mismo, en el mes de agosto de 2012 se ha registrado una disminución de 212 arribos de peruanos al país, con relación a los arribos contabilizados en el mes de agosto de 2011, lo que representa el (1.65%).

Los arribos desde los mercados clave representan un 67% del total de arribos registrados en el mes de agosto de 2012.

- **Variación Estacional**

La mayor afluencia de visitantes extranjeros al Ecuador, se registra normalmente en los meses de enero, Junio, Julio y Agosto, comportamiento que se ha mantenido en los últimos años.

El clima del país permite que se realicen actividades turísticas durante todo el año. Estos son los períodos vacacionales de los principales mercados emisores nacionales e internacionales, lo que genera importantes fluctuaciones.

Cuadro # 23

VARIACIÓN ESTACIONAL.

MES	2008	2009	2010	2011	2012	VAR% 2012/2011
ENE	92.378	86.544	96.109	105.548	127.119	20,44
FEB	74.174	72.742	89.924	86.421	99.551	15,19
MAR	77.946	72.226	82.452	87.495	96.975	10,83
ABR	67.557	72.910	70.540	87.507	92.627	5,85
MAY	74.667	70.277	77.618	82.870	92.646	11,80
JUN	89.262	89.889	91.602	99.949	118.293	18,35
JUL	109.250	102.571	110.545	117.966	130.783	10,86
AGO	96.336	87.221	95.219	98.962	106.368	7,48
SEP	73.757	68.124	71.776	80.090	85.986	7,36
OCT	79.814	77.960	83.701	88.357	99.145	12,21
NOV	83.458	76.965	81.253	92.573	99.676	7,67
DIC	86.698	91.070	96.359	113.299	122.784	8,37
TOTAL	1.005.297	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.953	11,47

Fuente: Ministerio de Turismo. Boletín informativo de ingreso de turistas año 2012

Elaborado por: La Autora

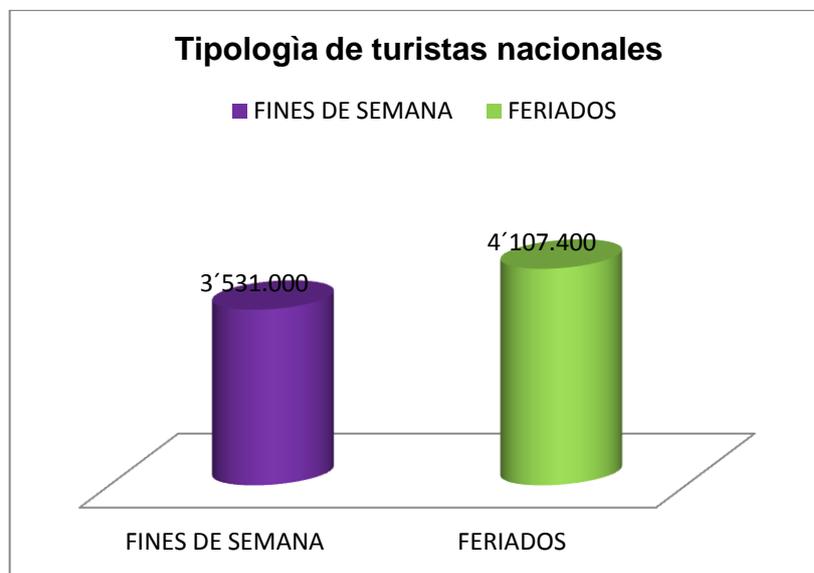
En el mes de julio llegan mayor número de turistas al Ecuador, con una variación del 10,86%, con relación al año 2011, seguido por el mes de enero que se ha registrado una variación considerable 20,44%, en relación con el anterior año, seguido por junio que ha tenido un incremento del 18,35% de ingreso de turistas durante los últimos ocho meses, lo que significa que el comportamiento del sector turístico en lo

que va del año ha tenido un incremento considerable, permitiendo evidenciar el mayor flujo de entrada de turistas en los mismos meses con respecto al año 2011.

- **Tipología de turistas nacionales**

Generalmente las visitas durante el feriado son fines recreativos y descanso, por lo tanto incluyen alojamiento, consumo de alimentos, bebidas, así como otros servicios de entretenimiento. Durante los feriados los turistas tienden a pernoctar en los destinos elegidos, como lugares ecológicos, en contacto directo con el medio natural e incrementar el consumo en el sector de alojamiento principalmente.

Gráfico # 20



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: La Autora

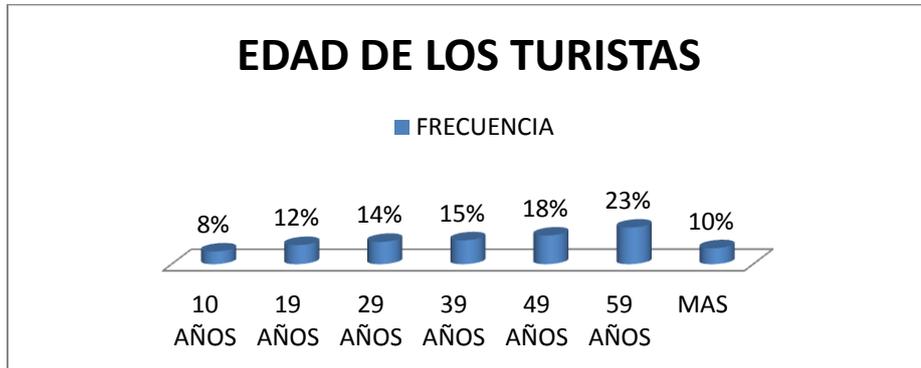
3.4. SEGMENTO DE MERCADO

3.4.1. Segmentación del mercado extranjero

Para la segmentación de mercado de turistas extranjeros se realizó en relación a la edad, género y ocupación.

- De acuerdo a la edad.

Gráfico # 21

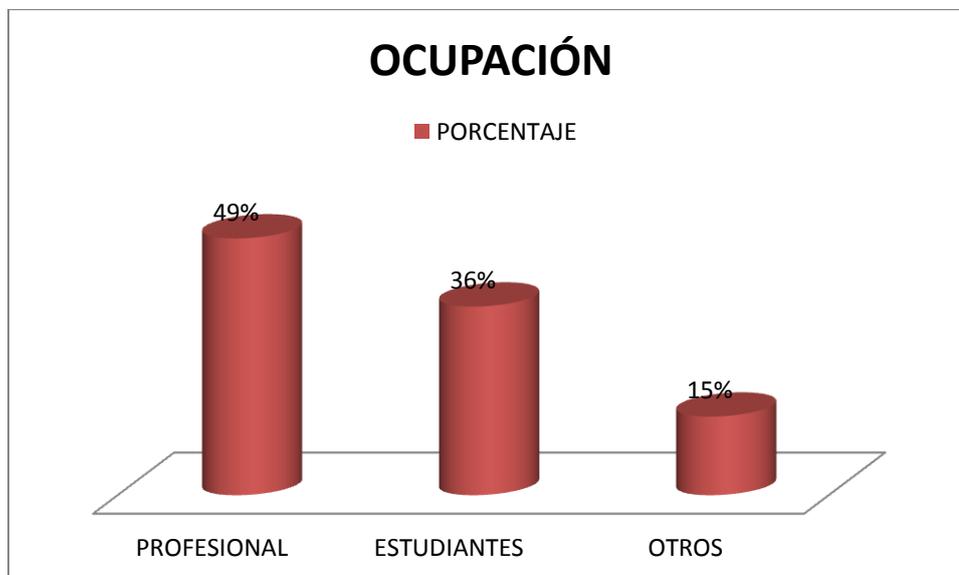


Elaborado por: La Autora
Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador el 23% de los turistas se encuentra en la edad de 59 años, el 18% se encuentran entre los 49 años. El rango de edad de los visitantes es amplio ya que son, adultos jóvenes y adultos maduros.

- De acuerdo a la ocupación/profesión:

Gráfico # 22



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Se realizó la segmentación del mercado extranjero de acuerdo a la ocupación o profesión de los turistas, los cuales el 49% son profesionales, el 36% son estudiantes y el 15% se refiere a otro tipo de actividad económica como: comerciantes, entre otros.

3.4.2. Segmentos de mercado según el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), turismo nacional.

Los segmentos de mercado según el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE y en base a la línea de producto ecoturismo y turismo de naturaleza son: A, B, C. Los segmentos de mercado tienen las siguientes tipologías y características: de percepción, lugar de procedencia, socio económicas, tipo de viajeros:

Segmento A – Turismo de Deportes y Aventura

- Visitante activo
- Respeta la naturaleza
- Jóvenes que viajan con grupos de amigos
- Provenientes principalmente de Quito, Guayaquil y ciudades cercanas a la APs
- Ingresos económicos medio alto – alto

Viajeros independientes

Segmento B – Áreas Protegidas (Parques Nacionales)

- Visitante activo o pasivo
- Familias
- Que respetan la naturaleza

- Provenientes principalmente de la ciudad de Quito, Guayaquil y ciudades cercanas a la APs
- Ingresos económicos medio alto – alto
- Viajeros independientes

Segmento C – Turismo Cultural – CAVE Científico, Académico, Voluntario y Educativo

- Estudiantes universidades y colegios
- Respetuosos de la Naturaleza
- Provenientes de Quito, Guayaquil y ciudades cercanas a las APs
- Ingresos económicos medio, medio alto, alto
- Grupos organizados

Dentro de este segmento de mercado nacional tomamos en cuenta que nuestro cliente potencial que visitará nuestro Complejo Ecoturístico será el “C”, considerando la fauna, flora, la riqueza cultural y gastronómica que brinda nuestro medio como una alternativa de investigación y aprendizaje para estudiantes y profesionales que se interesan por la naturaleza.

Dentro de estos segmentos se deben considerar a los extranjeros residentes como un grupo importante, tanto funcionarios de embajadas y organismos internacionales como estudiantes de español.

3.4.3. Segmentación del mercado extranjero

Segmento A – Turismo de Deportes y Aventura

- Visitante activo
- Que respeta la naturaleza

- Adultos jóvenes que viajan en pareja o en grupo
- Provenientes principalmente de Países vecinos, Europa y América del Norte
- Ingresos económicos medio
- Viajeros independientes o grupos organizados

Segmentos B

- Ecoturismo - Observación de Flora y Fauna (Aviturismo, Avistamiento de Ballenas)
- Turismo Cultural - CAVE - Científico, académico, voluntariado y educacional
- Circuitos Generales
- Turismo de Salud
- Turismo Comunitario
- Visitante activo o pasivo
- Que respetan la naturaleza
- Adultos jóvenes, maduros en pareja o en grupo
- Provenientes principalmente de Países vecinos, Europa y América del Norte
- Ingresos económicos medio
- Grupos organizados a través de Tour Operadores

Es importante recalcar que el turista potencial y la razón de ser de nuestro proyecto siempre será el extranjero, por el interés de investigar nuestra cultura, nuestra naturaleza, gastronomía, lo que permite

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1. Demanda histórica de turismo extranjero (receptor)

La demanda de turistas extranjeros por los diferentes sitios o destinos, que son al sur, por la provincia de Imbabura y el norte por Rumichaca, que prefieren el turismo alternativo en el período 2008-2012 es:

Cuadro # 24

Demanda del Turismo alternativo extranjero

AÑOS	Total turismo alternativo	Turismo alternativo extranjeros
2008	15.78	7.262
2009	17.373	7.991
2010	20.678	9.512
2011	24.130	11.100
2012	27.204	12.514

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Según fuentes proporcionadas por el Ministerio del Ambiente, el turismo receptor alternativo en el país está representado por el 37,20%, de los cuales el 14% ingresan por el norte del país, es decir Rumichaca. No existen datos oficiales que determine con exactitud el número real de visitas turísticas en el Carchi por parte de las principales fuentes de información, pero se estima al menos un ingreso del 2,58% del total de turismo no convencional, de la misma manera se toma como un referente

importante el ingreso de turistas extranjeros al Cementerio de Tulcán, según un sondeo, el 4% tiene preferencia por el turismo no convencional.

Cuadro # 25

Destino de la demanda de turismo en Ecuador

CIUDADES	%
Quito	17,62
Guayaquil	16,1
Cuenca	8,47
Ibarra	7,64
Otavalo	11,36
Amazonía	4,93
Baños	4,42
Manabí – Cajas	4,2
Riobamba	3,8
Galápagos	4,6
Machala	5,45
Esmeraldas	5,38
Cotacachi	3,45
Tulcán	2,58
Total	100

Fuente: Ministerio del Ambiente-Turismo
Elaborado por: La Autora

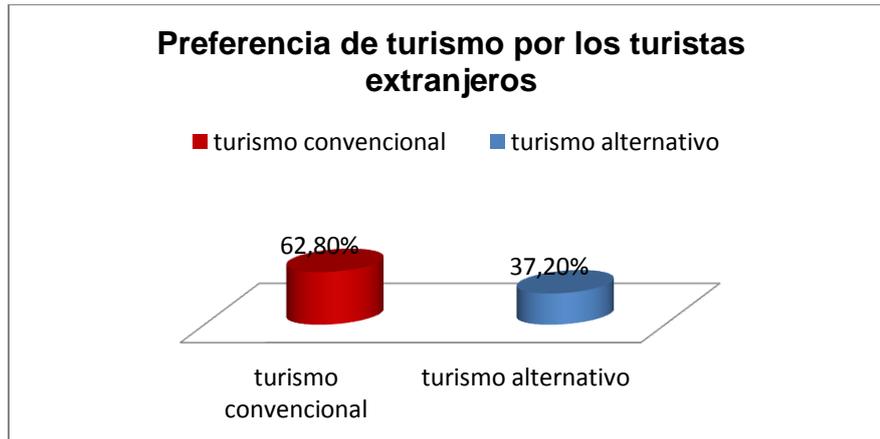
Cuadro #26

Preferencia de visita a atractivos turísticos (turistas extranjeros)

LUGARES VISITADOS	VISITANTES EN PORCENTAJE
SITIOS NATURALES	18.71%
PLAYAS	16.40%
BALNEARIOS TERMALES	10.60%
SITIOS DE DIVERSIÓN	9.10%
SITIOS DE COMIDA	10.34%
FIESTAS Y MERCADOS	5.05%
FIESTAS RELIGIOSAS	3.99%
OTROS	2.99%
PARQUE NACIONAL	18.49%
MUSEOS	1.54%
ZONAS HISTÓRICAS	1.34%
SITIOS ARQUEOLÓGICOS	1.45%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 23



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

La Sociedad Internacional de Ecoturismo refiere como características principales del europeo que realiza ecoturismo que son viajeros con mucha experiencia, educación superior, ingresos altos, edad media a avanzada, son líderes de opinión, comunican a su familia y amigos sobre el viaje y son la fuente más importante de Investigación sobre viajes. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, los países con mayor gasto en turismo internacional siguen liderados por Alemania y Estados Unidos. China está mejorando cada vez más su posición en este rango.

De esta manera se concluye que la demanda de turismo alternativo de los turistas extranjeros en la Provincia del Carchi es de 12.514, en el año 2012.

Perfil del turista internacional:

- Es un consumidor múltiple, solicita experiencias culturales, deportivas, religiosas, de naturaleza o una combinación de ellas.
- Es más culto que el turista medio, se informa y desea aprender y satisfacer más inquietudes en diferentes campos
- Fragmenta sus vacaciones, prefiere realizar varios viajes vacacionales en diferentes periodos del año.

- Reclama opciones múltiples, compara las diferentes ofertas y selecciona la que más se ajusta a sus expectativas.
- Busca descubrir destinos alternativos, se deja tentar por destinos vacacionales que pueden ser cercanos y conocidos, o muy remotos y exóticos de largo recorrido.
- Consume; pero sin malgastar, está dispuesto a conocer nuevos productos y destinos, sin descuidar su precio que deberá sufragar por ellos.
- Desea realidades y no promesas, es muy exigente con lo que se le ofrece y desea tener experiencias acorde con la Investigación que posee.
- Es activo y emprendedor, demuestra mucho interés en participar en actividades en los sitios en los que visita.
- Se interesa por lo social y lo ambiental, posee una conciencia ambientalista más desarrollada que la del turista medio.
- Busca establecer una nueva sociabilidad, entablar relaciones con otras culturas

En los principales mercados emisores del mundo se observa una tendencia hacia la conservación.

3.5.2. Demanda de turismo nacional (interno)

La demanda de turismo nacional en el año 2012 según el Ministerio de Turismo es de 7'638.400 que realizan algún tipo de turismo de fines de semana y feriados a distintos sitios del país.

La preferencia de los turistas nacionales por el turismo alternativo es del 7.49% que corresponde a 572.116 personas a nivel del país.

CUADRO # 27

Demanda de turismo alternativo interno

Años	# visitas de turistas total	# de visitas de turistas a el Carchi
2008	15.787	8.525
2009	17.373	9.381
2010	20.678	11.166
2011	24.130	13.030
2012	27.204	14.690

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

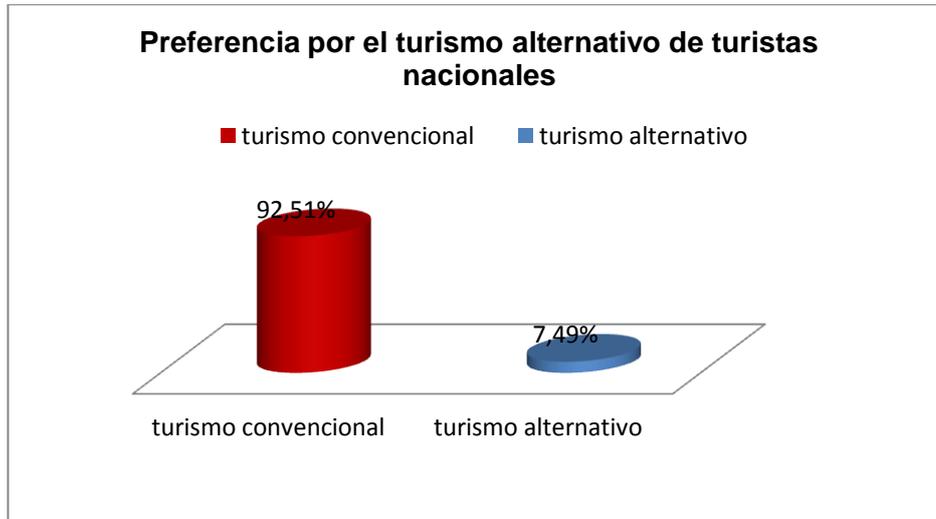
Cuadro # 28

Preferencia de visita turismo nacional

LUGARES VISITADOS	VISITANTES EN PORCENTAJE
SITIOS NATURALES	5.26%
PLAYAS	25.75%
BALNEARIOS TERMALES	16%
SITIOS DE DIVERSIÓN	13.05%
SITIOS DE COMIDA	8.66%
FIESTAS Y MERCADOS	5.56%
FIESTAS RELIGIOSAS	5.09%
OTROS	4.97%
PARQUE NACIONAL	2.23%
MUSEOS	4.68%
ZONAS HISTÓRICAS	4.60%
SITIOS ARQUEOLÓGICOS	4.16%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 24



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

El turismo alternativo interno es un sector muy importante para el desarrollo de la actividad turística, el cual está representado por el 7,49% de preferencia, y a nivel de la Provincia del Carchi, representa el 52% de turismo que prefiere visitar sitios naturales y en su mayoría con motivos educativos.

3.5.3. Motivaciones de los Turistas

La demanda del turismo se fundamenta en las siguientes motivaciones:

a) Motivaciones Básicas:

- Descanso y Esparcimiento: Viajes a lugares diferentes al de su residencia habitual en busca de esparcimiento y para recuperarse de la fatiga, y renovarse emocionalmente.
- Salud: Viajes a lugares que ofrecen servicios y condiciones ambientales, donde residen médicos, curanderos especializados en enfermedades o dolencias.
- Religión: Viajes a lugares sagrados o de peregrinación

- Negocios y Motivos profesionales: Viajes con propósitos comerciales
- Visitas a Familiares y Amigos: Visita a parientes fuera del lugar de residencia habitual.

b) Motivaciones Específicas:

- Conocer y relacionarse con otras culturas: Conocer distintas formas de vida, producción y consumo, participar en fiestas y tradiciones de las comunidades.
- Conocer testimonios históricos: visitas con fines educativos, interés histórico (museos, monumentos, sitios arqueológicos, entre otros.)
- Practicar Deportes: deportes al aire libre: caminatas, cabalgatas, escaladas de alta montaña, canotaje, pesca y otros de aventura.
- Asistir a espectáculos y eventos: el viajero participa como espectador en eventos locales, nacionales o internacionales de carácter deportivo y cultural que congrega a mucha gente.
- Practicar actividades específicas: fotografía, observación de flora y fauna, tiene una gran demanda, por existir aficionados a aves exóticas.

3.5.5. Demanda Potencial

La demanda potencial de turismo interno y turismo receptor es:

- Turismo Receptivo 1'271.953 turistas a nivel nacional.
- Turismo nacional 7'638.400 turistas a nivel nacional
- Turismo receptivo y nacional en la Provincia del Carchi en el año 2012 que opta por el turismo no convencional o alternativo es de de 27.204, lo que representa el 0,3% turistas, de los cuales 12.514 (54%), son turistas extranjeros y 14.690 (46%), son turistas nacionales.

3.5.6. Demanda Histórica

Se analiza la demanda histórica del turismo alternativo que es el mercado meta del proyecto, el cual está compuesto por turistas nacionales y extranjeros que prefieren el turismo alternativo en la Provincia del Carchi, en el periodo 2008 - 2012, datos que se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro # 29

DEMANDA HISTÓRICA DE TURISMO ALTERNATIVO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

AÑOS	#DE TURISTAS QUE HAN INGRESADO A LA PROVINCIA DEL CARCHI
2008	15.787
2009	17.373
2010	20.678
2011	24.130
2012	27.204

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, boletín informativo
Elaborado por: La Autora

Del periodo 2008 - 2012 se puede determinar un crecimiento significativo de turistas extranjeros y nacionales que tienen preferencia por el turismo alternativo o no convencional.

3.5.7. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En base a las series históricas obtenidas, se procedió a calcular la demanda futura de turismo interno y externo del país, para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$Mn = Mo (1+t)^n$$

Donde:

Mn= Demanda futura

Mo= Demanda del año base (2012)

1= Constante de fórmula

t=Tasa de crecimiento

n= años proyectados

Se procedió a calcular la tasa de crecimiento:

$$T = (Mn/Mo) - 1$$

Cuadro # 30

Tasa de crecimiento de la demanda extranjera y nacional

AÑOS	# Turistas que han ingresado a la Provincia del Carchi	T=(MN/MO)-1
2008	15.787	0.00
2009	17.373	0.09
2010	20.678	0.16
2011	24.130	0.14
2012	27.204	0.11
		0,51 /4 = 0.13

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 31

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EXTRANJERA Y NACIONAL

Años	Cantidad de turistas $M_n = M_o(1+0,13)^n$
2013	30.741
2014	34.737
2015	39.253
2016	44.356
2017	50.122

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, boletín informativo
Elaborado por: La Autora

Con la tasa de crecimiento del 13% se obtendrá una demanda futura de turismo extranjero y nacional de 30.741 para el año 2013, para el año 2014 de 34.737, para el año 2015 de 39.253, para el año 2016 de 44.356 turistas y para el año 2017 se tendrá 50.122 aproximadamente.

3.5.8. Análisis de los resultados para determinar las posibilidades de mercado del proyecto.

Se procedió a utilizar un marco muestral de 200 encuestas de las ciudades de Ibarra y Tulcán, las cuales emitieron sus opiniones respecto al turismo alternativo y las posibilidades de aceptación que tendrá al Complejo de Ecoturismo que estará localizado en la parroquia de Piartal, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

¿Qué nivel de preferencia tiene el turismo no convencional (ecoturismo) para usted?

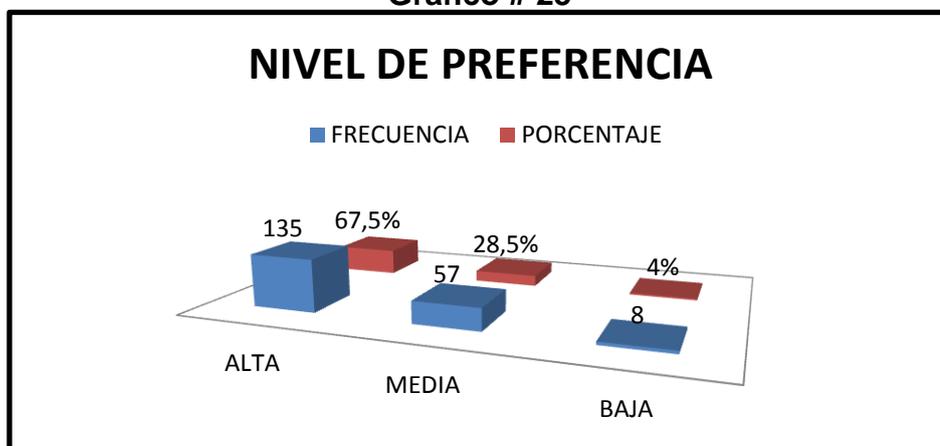
Cuadro # 32

NIVEL DE PREFERENCIA

NIVEL DE PREFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	135	67,5%
MEDIA	57	28,5%
BAJA	8	4%
TOTAL	200	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 25



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

En relación al nivel de preferencia que tienen las personas por el turismo no convencional el 67.5% tienen alta preferencia por el mismo, debido a que sienten la necesidad de conocer paisajes naturales y reservas ecológicas del país, el 28.5% no le atrae mucho este tipo de turismo, ya que tienen preferencia por otras opciones de turismo, el 4% no le interesa ese tipo de turismo, le atrae mucho mas la diversión que la naturaleza.

¿Le gustaría visitar el complejo de ecoturismo ubicado en la parroquia Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi?

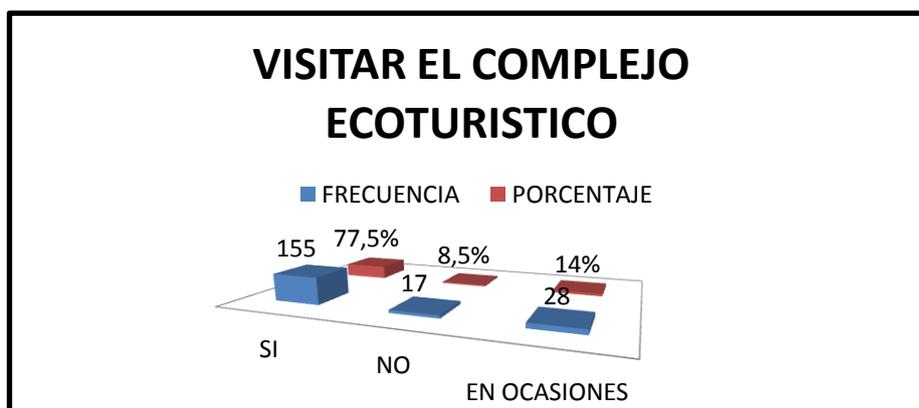
Cuadro # 33

VISITAR EL COMPLEJO ECO TURÍSTICO

VISITA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	155	77,5%
NO	17	8,5%
EN OCASIONES	28	14%
TOTAL	200	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 26



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

El 77.5% de los encuestados si les gustaría visitar el complejo ecoturístico que estará ubicado en la parroquia Piartal del cantón Montufar, ya que les gustaría conocer, su cultura, paisaje natural, comidas típicas entre otras, el 8.5% manifiestan que no se sienten atraídos por visitar este complejo, en vista de que el clima no les atrae, el 14% sostienen que en ocasiones si visitarían el complejo ecoturístico para conocer sus servicios.

¿Qué le motivaría para realizar la visita a este complejo?

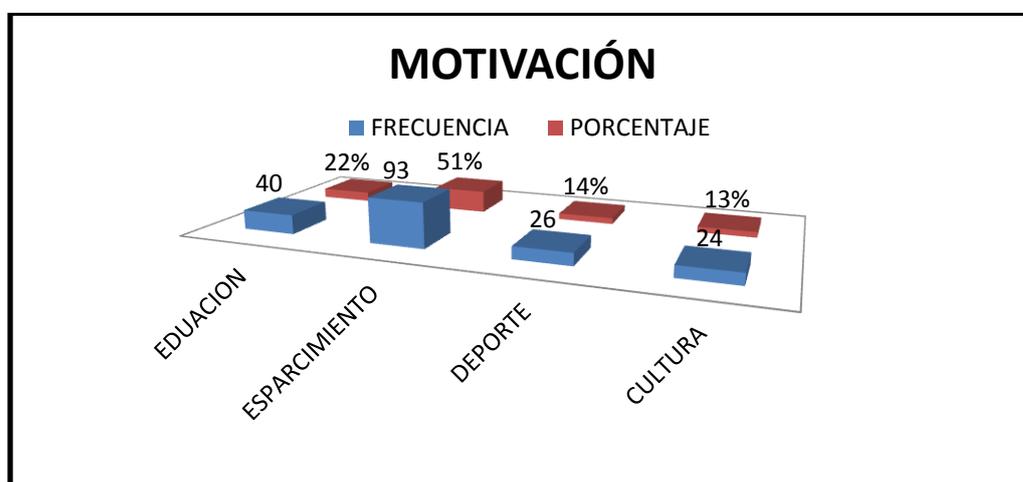
Cuadro # 34

MOTIVACIÓN

MOTIVACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EDUCACIÓN	40	22%
ESPARCIMIENTO	93	51%
DEPORTE	26	14%
CULTURA	24	13%
TOTAL	183	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 27



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

En relación a la motivación que tendrían para realizar la visita al Complejo Ecoturístico, considerando la respuesta de la pregunta anterior, de quienes les gustaría conocer este lugar que es de 183 personas, el 22% manifiestan que lo harían por educación, el 51% por distracción y esparcimiento, ya que les interesa conocer paisajes naturales del cantón

Montufar, el 14% les atrae el deporte y el 13% por conocer la cultura de la parroquia.

¿Cómo le gustaría que el complejo de ecoturismo informe a sus clientes de sus servicios?

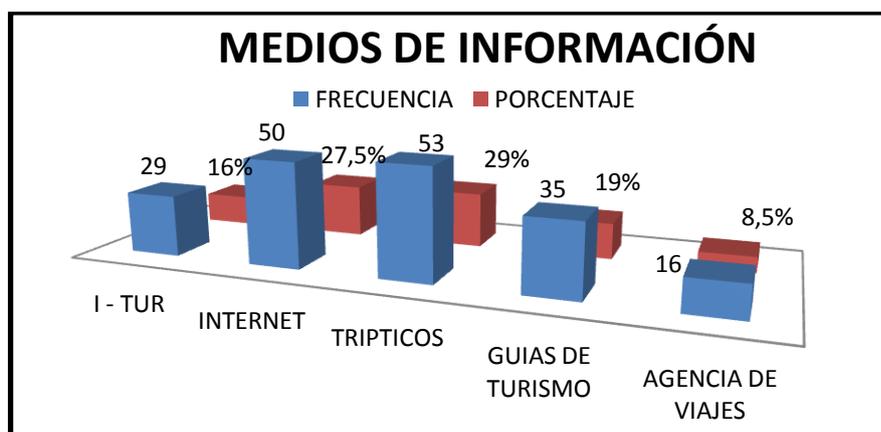
Cuadro # 35

MEDIOS DE INFORMACIÓN

MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
I - TUR	29	16%
INTERNET	50	27,5%
TRÍPTICOS	53	29%
GUÍAS DE TURISMO	35	19%
AGENCIA DE VIAJES	16	8,5%
TOTAL	183	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 28



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

En relación a los medios de Investigación que debe utilizar el complejo de ecoturismo para informar de sus servicios, el 16% consideran que debe realizarse por I – TUR, el 27.5% sostienen que debe realizar por internet, el 29% manifiestan que se debe utilizar trípticos, el 19% por medio de guías de turismo y el 8.5% por medio de agencia de viajes. En esta

pregunta se toma en cuenta quienes están interesados en conocer el Complejo Ecoturístico.

¿Qué servicios gustaría que tenga el complejo de ecoturismo?

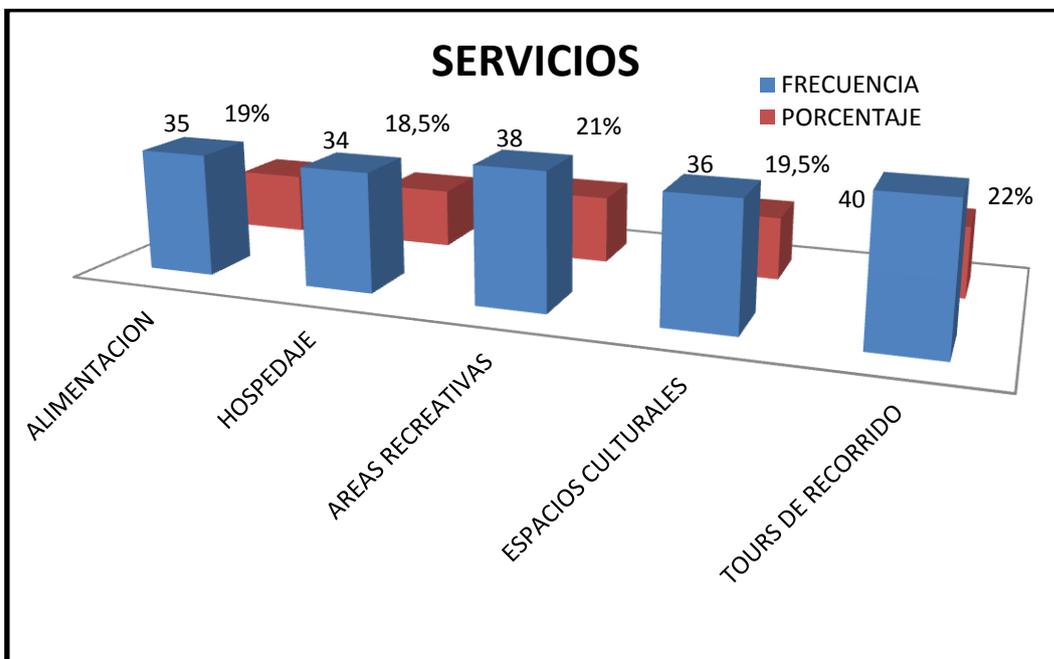
Cuadro # 36

SERVICIOS

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	35	19%
HOSPEDAJE	34	18,5%
ÁREAS RECREATIVAS	38	21%
ESPACIOS CULTURALES	36	19,5%
TOURS DE RECORRIDO	40	22%
TOTAL	183	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 29



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

De acuerdo a los servicios que deberá tener el complejo de ecoturismo, se considera que todos son de igual importancia, por lo que la opinión de

los encuestados que tienen interés de conocer el Complejo Ecoturístico es de gran ayuda, para tener referencia sobre los servicios que son de preferencia para los turistas que tendrá el complejo de ecoturismo en la parroquia Piartal del cantón Montufar.

¿Qué es lo que más le gustaría conocer en los tours del complejo de ecoturismo?

Cuadro # 37

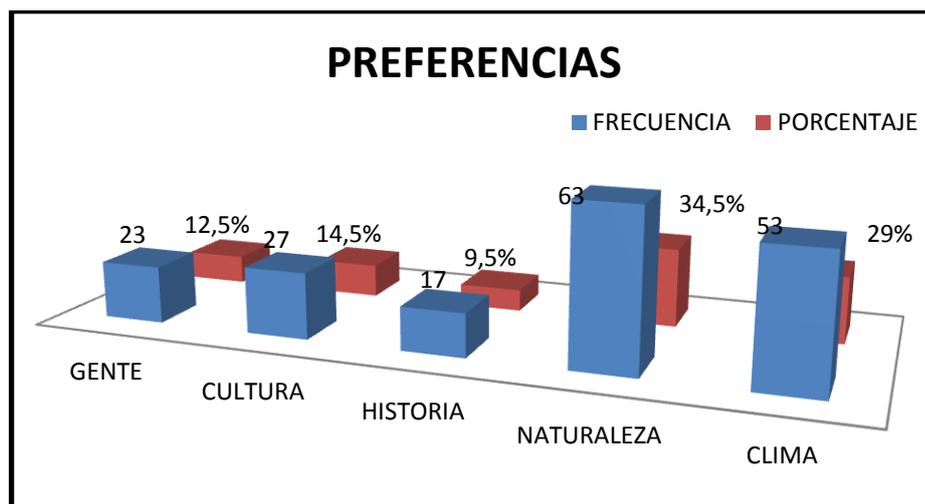
PREFERENCIAS

PREFERENCIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GENTE	23	12,5%
CULTURA	27	14,5%
HISTORIA	17	9,5%
NATURALEZA	63	34,5%
CLIMA	53	29%
TOTAL	183	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Gráfico # 30



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

De las 183 personas que les gustaría visitar el Complejo Ecoturístico, el 12.5% sostienen que en los tours que realizaràn, le atrae conocer la gente que habita en los diferentes sectores que incluyan en el

recorrido, el 14.5% la cultura es lo que les gustaría conocer, el 9.5% les interesa la historia de cada sector que se vaya recorriendo, el 34.5% la naturaleza es lo que más le atrae, ya que por conocimiento de familiares o amigos la provincia del Carchi es muy reconocida por su paisaje natural, el 29% el clima es de su interés, en vista de que muchos de ellos no han tenido la oportunidad de visitar la provincia.

Considera que la atención que ha recibido en otros complejos turísticos o turismo convencional es:

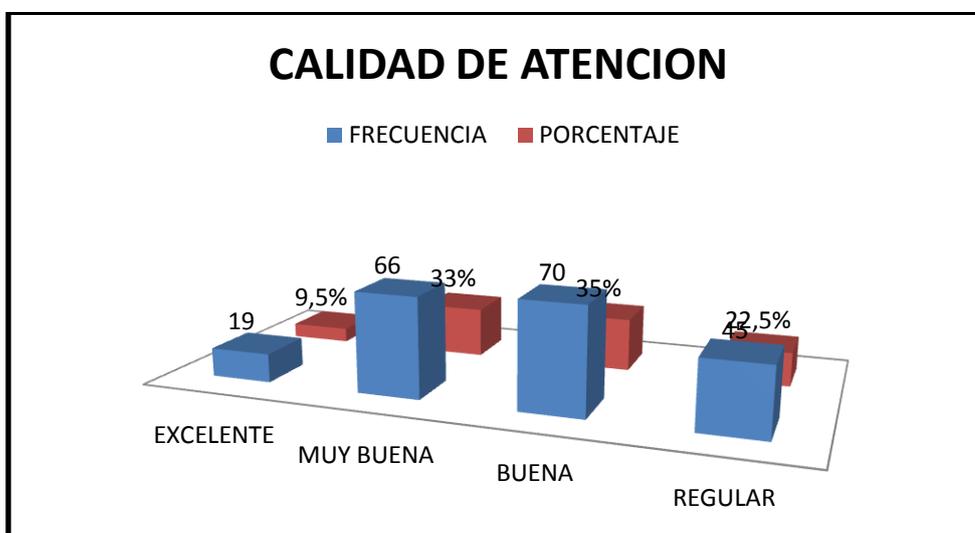
Cuadro # 38

CALIDAD DE ATENCIÓN

ATENCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	19	9,5%
MUY BUENA	66	33%
BUENA	70	35%
REGULAR	45	22,5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 31



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

En lo que respecta a la atención que han recibido los encuestados en otros complejos turísticos convencionales, el 9.5% manifiestan que la calidad de la atención ha sido excelente, el 33% sostienen que la atención ha sido muy buena, el 35% consideran que la atención que han recibido fue buena y el 22.5% responden que la atención ha sido regular, esta Investigación es de gran ayuda ya que permite tener un referente a la atención que debe prestar el complejo de ecoturismo que debe ser de calidad para los turistas nacionales y extranjeros.

¿Piensa que hace falta más difusión de los atractivos turísticos del cantón Montúfar y la provincia del Carchi?

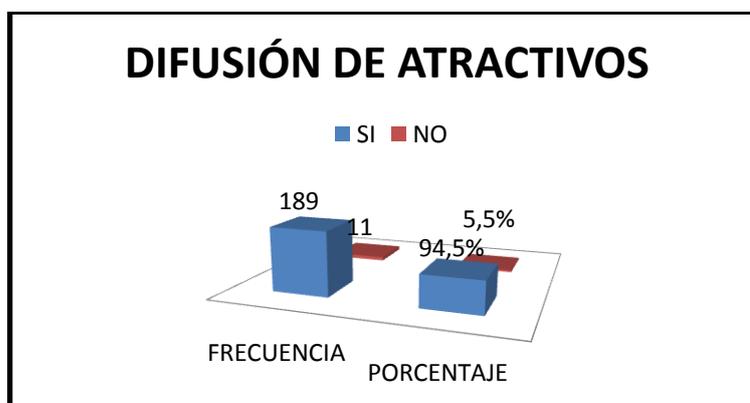
Cuadro # 39

DIFUSIÓN DE ATRACTIVOS

DIFUSIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	189	94,5%
NO	11	5,5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico # 32



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La difusión sobre los atractivos turísticos que posee el cantón Montúfar y la provincia del Carchi, el 94.5% de los encuestados sostienen que no han tenido conocimiento de los atractivos que posee la provincia, ya que no se ha realizado la correcta publicidad sobre sus atractivos, y el 5.5% manifiestan que tienen conocimiento por medio de amigos y familiares que han tenido la oportunidad de conocer la provincia.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para identificar la oferta de los principales competidores que tendrá el proyecto, se visitó tres lugares Ecoturísticos que reúnen similares características del producto que se pretende implementar en el Cantón Montúfar, siendo sitios cercanos y estratégicos para la investigación, además de ser un buen referente de oportunidad para poner en marcha el proyecto, los cuales se detallan a continuación:

- Hostería Polylepis
- Laguna del Voladero
- Fundación Jatun Sacha

3.6.1. SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGARES ECOTURÍSTICOS

Mediante la investigación directa que se realizó a cada uno de los lugares ecoturísticos, se pudo constatar los servicios y la capacidad instalada que permiten acoger al turista nacional y extranjero. A continuación se muestran los principales servicios que ofertan los centros ecoturísticos.

Cuadro # 40

Servicios turísticos de la competencia

Centros Ecoturísticos	Hospedaje	Bar- Restaurante	Guianza	Pesca deportiva	Conferencias educativas	Cabalgata
Hostería Polylepis	X	X	X	X	x	X
Laguna del Voladero	X	X	X	X		X
Fundación Jatun Sacha	X	X	X			

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3.6.2. OFERTA ACTUAL EN LOS CENTROS ECOTURÍSTICOS

Los Centros Ecoturísticos investigados recibieron un promedio de 8.760 turistas al año de los cuales, el 60% representan al turismo interno, mientras que el 40% corresponde a turismo receptor, en su mayoría su visita es de un día, mientras un pequeño grupo hace uso del servicio de hospedaje.

Cuadro # 41

OFERTA ACTUAL EN LOS CENTROS ECOTURÍSTICOS

Sitios turísticos	#de visitas turísticas semanales	#de visitas mensuales	Número total de visitas al año
POLYLEPIS	75-113	300	5.400
LAGUNA EL VOLADERO	63-94	250	4.500
FUNDACION JATUN SACHA	45-68	180	3.240
SUMA			13.140

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3.6.3. OFERTA HISTÓRICA

La información de la oferta histórica está basada en la encuesta realizada a los Administradores y Propietarios de los Centros Ecoturísticos, además en documentos de registro del Departamento de Información Turística del Gobierno Municipal de El Ángel, permitiendo obtener los siguientes datos, a partir del año 2008 a 2012.

Cuadro # 42

Número de visitas de Turistas en los años 2008 – 2012

AÑOS	# VISITAS TURÍSTICAS
2008	6.000
2009	7.800
2010	9.300
2011	10.300
2012	14.300

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3.6.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Con los datos de la oferta obtenidos de los años anteriores, se procede a establecer la tasa de crecimiento de la oferta para los siguientes cinco años, aplicando la fórmula exponencial.

$$Mn = Mo (1+t)^n$$

Donde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta del año base (2012)

1= Constante de fórmula

t=Tasa de crecimiento

n= años proyectados

Se procedió a calcular la tasa de crecimiento:

$$T = (Mn/Mo) - 1$$

Cuadro # 43

Tasa de crecimiento de la Oferta

AÑOS	# TURISTAS	T=(MN/MO)-1
2008	6000	0,00
2009	7800	0,23
2010	9300	0,16
2011	10300	0,10
2012	14300	0,28
	Suman	0,77
	Tasa	0,77/4=0,19

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Una vez realizado el cálculo de la tasa de crecimiento de la oferta, se establece la proyección de la oferta aplicando el siguiente método exponencial:

Cuadro # 44

Oferta Proyectada

AÑOS	Cantidad de turistas $Mn = Mo(1 + 0,19)^n$
2013	17017
2014	20250
2015	24098
2016	28676
2017	34125

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Au

3.7. BALANCE DE LA OFERTA – DEMANDA

En el siguiente cuadro se muestra la diferencia entre la demanda vs. Oferta, permitiendo conocer que existe una gran oportunidad de captar

turistas especialmente nacionales, que prefieren visitar áreas naturales con fines educativos, el cual representa el 54% de la demanda total de turismo alternativo en la Provincia del Carchi.

Cuadro # 45

Balance de la Oferta-Demanda

AÑO	DEMANDA (#TURISTAS)	OFERTA (# TURISTAS)	DEMANDA INSATISFECHA (N# TURISTAS)
2013	30741	17017	13724
2014	34737	20250	14487
2015	39253	24098	15155
2016	44356	28676	15680
2017	50122	34125	15997

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3.8. TURISTAS QUE PRETENDE CAPTAR EL COMPLEJO

Una vez realizada la investigación del comportamiento del mercado de turismo en la Provincia del Carchi, y obtenido los resultados de del sondeo de opinión, se muestra en el siguiente cuadro el número de turistas que visitarán el Complejo de Ecoturismo, ubicado en la Parroquia de Piartal, que representa el 40% aproximadamente de la demanda insatisfecha.

CUADRO # 46

TURISTAS QUE SE PRETENDE CAPTAR

TIPO DE TURISTAS	DEMANDA TOTAL	% QUE SE ESPERA CAPTAR EN EL COMPLEJO			
		ESCENARIO MODERADO		ESCENARIO OPTIMISTA	
		%	Nº TURISTAS	%	Nº TURISTAS
NACIONALES	14.690	23,5	3452	35	5.142
EXTRANJEROS	12.514	23,5	2941	35	4.380
TOTAL	27.204		6.393		9.521

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

Por la naturaleza del proyecto se puede considerar como competidores indirectos los siguientes:

Cuadro # 47

CUADRO DE PRODUCTOS DE TURISMO ALTERNATIVO

CIRCUITOS GENERALES	
SOL Y PLAYA	
TURISMO COMUNITARIO	
TURISMO CULTURAL	PATRIMONIOS CULTURALES Y NATURALES
	MERCADOS Y ARTESANÍAS
	GASTRONOMÍA
	SHAMANISMO
	FIESTAS POPULARES
	TURISMO RELIGIOSO
	TURISMO URBANO
	TURISMO ARQUEOLÓGICO
	CAVE CIENTÍFICO, ACADÉMICO, VOLUNTARIO Y EDUCATIVO
	HACIENDAS HISTÓRICAS
PARQUES TEMÁTICOS	
ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA	PARQUES NACIONALES
	RESERVAS Y BOSQUES PRIVADOS
	RÍOS, LAGOS, LAGUNAS Y CASCADAS
	OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA
TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	DEPORTES TERRESTRES
	DEPORTES FLUVIALES
	DEPORTES AÉREOS
	DEPORTES ACUÁTICOS
TURISMO DE SALUD	TERMALISMO
	MEDICINA ANCESTRAL
	SPAS
AGROTURISMO	HACIENDAS, FINCAS Y PLANTACIONES
TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS	REUNIONES, INCENTIVOS, CONFERENCIAS, EXPOSICIONES Y FERIAS
TURISMO DE CRUCEROS	CRUCEROS

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la autora

- La oferta turística de las Áreas Protegidas continentales

Cuadro # 48

**Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador SNAP
Patrimonio de Áreas Naturales del Ecuador - PANE**

1	Parque Nacional Cajas
2	Parque Nacional Cotopaxi
3	Parque Nacional Galápagos
4	Parque Nacional Llanganates
5	Parque Nacional Machalilla
6	Parque Nacional Podocarpus
7	Parque Nacional Sangay
8	Parque Nacional Sumaco
9	Parque Nacional Yasuní
10	Reserva Biológica Limoncocha
11	Reserva Biológica Marina de Galápagos
12	Reserva Ecológica Antisana
13	Reserva Ecológica Arenillas
14	Reserva Ecológica El Ángel
15	Reserva Ecológica Cayambe Coca
16	Reserva Ecológica Cayapas Mataje
17	Reserva Ecológica Cofán Bermejo
18	Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas
19	Reserva Ecológica Los Ilinizas
20	Reserva Ecológica Mache Chindul
21	Reserva Ecológica Manglares Churute
22	Reserva Geobotánica del Pululahua
23	Reserva de Producción de Fauna del Chimborazo
24	Reserva Faunística del Cuyabeno
25	Reserva de Producción de Fauna Manglares el Salado
26	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
27	Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Muisne
28	Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón
29	Refugio de Vida Silvestre Isla Santa Clara
30	Refugio de Vida Silvestre La Chiquita
31	Área Nacional de Recreación El Boliche
32	Área Nacional de Recreación Parque - Lago
33	Parque Binacional El Cóndor
34	Refugio de Vida Silvestre La Zarza
35	Reserva Biológica El Quimi
36	Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro
37	Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Esmeraldas
38	Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche
39	Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla Sta. Elena
40	Reserva Marina Galeras - San Francisco

Fuente: Ministerio del Ambiente 2010

Elaborado por: La Autora

Patrimonio de Áreas Naturales del Estado con sus principales productos de ecoturismo:

Principales productos de ecoturismo del país

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad
- Parque Nacional Yasuni, Reserva Internacional de Biosfera
- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonia Lacustre
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonia.
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora
- Napo Wildlife Center, el nuevo modelo para la conservación
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural
- Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo
- La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas
- Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial en diversidad de aves
- La Ruta del Sol: Parque Nacional Machalilla, museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Sur América.
- Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país.
- Lodges Amazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento
- Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad.

- Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas, los manglares más altos del mundo.
- La Ruta del Sol, Puerto López, destino turístico en la zona del Pacífico
- Parque Nacional Cajas, complejo lacustre
- Reserva Ecológica el Ángel esponja de agua del Ecuador.
- Reserva Ecológica de Limoncocha.
- Reserva Ecológica Cayambe – Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador.
- Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo
- Parque Nacional Llanganastes, tras la leyenda del tesoro Inca.
- **Otros Competidores indirectos**

Corresponden a las hosterías, hostales y cabañas.

- **Competidores que van a ingresar al mercado**

En la actualidad no existe Investigación de que en el cantón Montúfar se planifique implementar un complejo de ecoturismo, por lo que no existirán barreras de potenciales competidores.

- **Servicios sustitutos**

Los productos y servicios que se consideraron para el estudio de mercado son los que ofertan las siguientes unidades económicas:

- Hosterías
- Hostales

- Complejo de ecoturismo
- Reservas naturales

Los productos y servicios que ofertan los hostales, hosterías y hoteles son las siguientes:

- Alojamiento representado por habitaciones.
- Servicio de comidas y bebidas, a clientes internos y externos (extranjeros).
- Servicios de carácter deportivo, para lo cual cuentan con piscinas, canchas deportivas, aéreas recreacionales para niños.

- **Mercado o clientes**

El mercado de turismo alternativo está compuesto por: 7.262 turistas extranjeros que prefieren este tipo de servicio en el país. El otro segmento de mercado son 8.525 turistas nacionales.

- **Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores está representado por las empresas que suministran insumos y materiales, para los servicios de gastronomía, bar – cafetería en general. Se puede considerar como proveedores en la actividad turística de clientes (turistas) a las empresas turísticas y otras entidades públicas o privadas que tienen relación en el accionar de la oferta de paquetes de turismo a nivel nacional y extranjero.

- **Competidores directos**

Se puede considerar que el proyecto no tiene competidores directos en el cantón Montúfar y en la provincia del Carchi, ya que no existe un complejo de ecoturismo.

3.8. PRECIO

El precio se establece en base a las condiciones económicas del turista nacional y turista extranjero, según la competencia, tarifas establecidas en la Ley de Turismo y fundamentalmente en base a los costos incurridos en el proyecto, con el propósito de recuperar la inversión y obtener rentabilidad.

3.8.1. Precio a nivel de mercado del turismo nacional y extranjero

Cuadro # 49

Precios referenciales en el mercado turístico

EXTRANJEROS			
ORIGEN	FORMA DE VIAJE	GASTO DIARIO	EDAD
<ul style="list-style-type: none"> • EUROPA EL 35-59% • NORTEAMÉRICA EL 27-46% • COLOMBIA 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • TURS • TURS • PAREJAS • INDIVIDUALES 	USD 60-100 USD 40-60	18 – 40 AÑOS
NACIONALES			
<ul style="list-style-type: none"> • QUITO EL 42-79% • GUAYAQUIL EL 17% 	<ul style="list-style-type: none"> • TURS • FAMILIAS 3-4 • PERSONAS • TRANSPORTE PRIVADO • VIAJERO INDEPENDIENTE • TRANSPORTE PÚBLICO 	USD 35-50	18-40 AÑOS

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El turista que procede principalmente de Europa y América del Norte, viaja de forma independiente o a través de Tour operador, solo o en pareja. En su mayoría son jóvenes adultos cuya edad oscila entre los 18 y los 40 años con un gasto total promedio por día es USD 60, lo que incluye alojamiento.

3.8.2. Precio establecido por la competencia en la Provincia del Carchi

Los Centros Ecoturísticos visitados manejan diferentes precios de los principales servicios que ofertan, a continuación se detallan:

Cuadro # 50

Precios establecidos por la competencia

DESCRIPCIÓN	PRECIO	
	NACIONAL	EXTRANJERO
HOSPEDAJE	20 a 50	25 a 60
ALMUERZO	4 a 10	7 a 12
PLATO TÍPICO	7 a 10	10 a 15
RECORRIDO	5 a 7	7 a 12

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3.8.3. Precio del Proyecto

Los precios que se detallan en siguiente cuadro son referenciales, tanto para el turista nacional como extranjero, considerando que el proyecto que se pretende implantar tendrá una inversión considerable.

Cuadro # 51

Precios referenciales del proyecto

DESCRIPCIÓN	PRECIO	
	NACIONAL	EXTRANJERO
HOSPEDAJE	30	40
ALMUERZO	10	12
RECORRIDO	5	8

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3.8. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PROPUESTO

Las estrategias de mercadeo que se propone para posicionar el complejo de ecoturismo a nivel nacional e internacional se fundamenta en:

- Tener una mejor opción para realizar turismo alternativo sostenible en el Ecuador
- Disfrutar de la naturaleza a través de un turismo sostenible
- Apoyar al desarrollo local respetando el patrimonio natural, cultural y de biodiversidad del sector.

Las estrategias se fundamentaran en lo siguiente:

a) Estrategias de posicionamiento.

- Se deberá aplicar como una mejor opción, para que opere el complejo de ecoturismo, en su mayor porcentaje de la capacidad instalada.
- Se deberá socializar las oportunidades de desarrollo sostenible con las comunidades del sector y del área de acción del proyecto.
- Generar una vinculación con potenciales clientes de turistas extranjeros y nacionales, a través de diferentes medios de promoción.

b) Marketing mix

- **Producto.** Considerando las líneas de productos y sus variedades en el turismo alternativo, se deberá ofertar productos turísticos de alto simbolismo espacial, paisajista, cultural y gastronómico.

Los productos deberán estar enfocados de acuerdo a las regulaciones, que para esta categoría tiene el Ministerio de Turismo, entre ellos el

turismo cultural, gastronómico, de ecoturismo y naturaleza, de agroturismo, turismo de convenciones y congresos.

- **Plaza – distribución.** La empresa ofertará sus productos y servicios turísticos, a través de alianzas estratégicas con: hostales, hosterías y agencias de viajes a nivel nacional e internacional.
- **Promoción.** Se efectuará a través de canales de distribución en línea de Investigación turística, vía pagina web.

Precio. Se aplicará los precios de los productos en relación al reglamento del Ministerio de Turismo y en forma diferenciada, cuando se trate de segmentos de mercado de estudiantes de cualquier nivel de escolaridad; el objetivo tener precios justos para el consumidor, que busca productos de calidad y que satisfaga las expectativas relacionadas con la oferta turística.

Figura # 1

MODELO A I D A



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: la Autora

3.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- El turismo es una actividad socioeconómica, compleja y multidisciplinaria, porque engloba una variedad de sectores económicos y diversas disciplinas. El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, sea este con fines de ocio, negocios y otros.

- En el país hasta el año 2012 ingresaron alrededor de 1'271.953 turistas, 106.368 corresponde al ingreso de turistas de mercados clave, comparando con el año 2011, representa un incremento del 7,46%, lo que significa que hay una variación positiva de los arribos del mercado clave, principalmente de Colombia, Alemania, España y Estados Unidos, los cuales representan un 67% del total de arribos registrados hasta el mes de agosto 2012.
- El turismo nacional generalmente está constituido por turismo de fines de semana 7'638.400, y feriados, que corresponde al 51% del total de la población del país, que hacen turismo en diferentes sitios o lugares.
- El turismo alternativo hasta el año 2012 tuvo una demanda de 1'054.430, de los cuales 569.392 corresponden a turistas extranjeros, representado por el 54%, y 485.038, representado por el 46%, de turistas nacionales.
- La Provincia del Carchi tiene un 2,58% de captación del total de la demanda nacional de turismo alternativo, que en datos numéricos está representado por 27.204, el 54% corresponde a turistas nacionales y el 46% a turistas extranjeros.
- La tipología de los turistas que tienen preferencia por el ecoturismo y turismo alternativo son: profesionales, estudiantes de diferentes niveles de escolaridad y personas de diferentes ocupaciones, que tienen como motivación principal la apreciación y la interacción con la naturaleza y la cultura autóctona del destino turístico.
- Con la tasa de crecimiento del 13% se obtendrá en la Provincia del Carchi una demanda futura de turismo extranjero y nacional que prefieren el turismo alternativo, es de 30.741 para el año 2013 y para el año 2017 se tendrá 50.122 turistas aproximadamente.

- De la prueba de conceptos, para determinar las posibilidades que tiene el complejo de ecoturismo de posicionarse en el mercado, se establece que existe buena expectativa de llegada de turistas por los productos y servicios que ofertará el proyecto, para lo cual se toma un porcentaje de al menos un 91,5% de la demanda potencial, que fortalece al estudio desde este punto de vista, para implementar la unidad de servicio.
- Será importante que se aplique un plan estratégico de marketing con operadores de mercado turístico (empresas y organismos) con la finalidad de facilitar la interrelación entre la demanda y la oferta del complejo de ecoturismo.
- Una estrategia para captar a los turistas fundamentalmente nacional será, realizar convenios con las Instituciones Educativas, para que hagan uso del servicio con fines académicos, promoviendo y potenciando de esta manera el turismo interno, que en los últimos años ha venido siendo uno de los principales ingresos económicos en el país.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se pretende seleccionar, formular y analizar alternativas y aspectos que corresponden a la macrolocalización, microlocalización y tamaño del Complejo de Ecoturismo.

4.1.1 Localización del proyecto

- **Macrolocalización del proyecto:**

Mapa # 1

Mapa del Ecuador



Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

Ecuador, ubicado en la mitad del mundo, es un estado intercultural, una población que supera los 14.154.980 millones de personas, más de seis millones viven en la Sierra, en la Costa la cifra sobrepasa los seis

millones y medio, en la Amazonía hay más de seis cientos mil habitantes y en Galápagos más de veinte mil, y coronado por las altas cumbres andinas, es un país privilegiado en recursos naturales, en un territorio de 256.370Km² de superficie, que despierta curiosidad e interés en quienes desean experimentar un contacto profundo con la naturaleza, admirar paisajes imponentes y acercarse a sus cálidos habitantes, en la belleza de sus cuatro regiones naturales, cuatro mundos muy diferentes.

Por la ubicación geográfica el Ecuador mantiene altas potencialidades para el desarrollo sostenible y sustentable del turismo alternativo y convencional.

Mapa # 2

Mapa de la provincia del Carchi



Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

La Provincia del Carchi.- está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos 1° 12' 43'' y 0° 21' 50'' de Latitud Norte y entre los meridianos 77° 31' 36'' y 78 33' 12'' de Longitud Occidental. El relieve del terreno es bastante irregular y montañoso; la Provincia se extiende entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche, hacia el sur y en parte del valle del Chota.

Limites.- Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al

Oeste con la Provincia de Esmeraldas.

Extensión.- La Provincia del Carchi tiene una extensión de 3.604,33 Km².

Población.- Su población alcanza un total de 156.747 habitantes que representan aproximadamente el 1.3 % de la población total del Ecuador

Cuadro # 52
División Político-Administrativo

CANTONES	NUMERO DE HABITANTES	PORCENTAJE
TULCÁN	79096	51%
BOLÍVAR	14244	9%
ESPEJO	13852	9%
MIRA	13240	8%
MONTUFAR	29288	19%
SAN PEDRO DE HUACA	7027	4%
TOTAL PROVINCIA	156747	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

División Político-Administrativo.- Políticamente la Provincia del Carchi se halla dividida en seis cantones: 9 parroquias urbanas y 26 parroquias rurales; la capital de la provincia es Tulcán con una altura de 2.957 m.s.n.m. A continuación detallamos la división política – administrativa de la Provincia:

Cuadro # 53

División Político-Administrativo

CANTÓN	PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
TULCÁN	<ul style="list-style-type: none"> • Tulcán: Cabecera Cantonal Capital Provincial • González Suárez 	<ul style="list-style-type: none"> • El Carmelo • Julio Andrade • Maldonado • Chical • Pioter • Santa Martha de Cuba • Tufiño • Urbina • Tobar Donoso
SAN PEDRO DE HUACA	Huaca: Cabecera Cantonal	<ul style="list-style-type: none"> • Mariscal Sucre
MONTUFAR	<ul style="list-style-type: none"> • San Gabriel: Cabecera Cantonal • San José • González Suárez 	<ul style="list-style-type: none"> • Cristóbal Colón • Fernández Salvador • Chitán de Navarrete • La Paz • Piartal
BOLÍVAR	<ul style="list-style-type: none"> • Bolívar: Cabecera Cantonal 	<ul style="list-style-type: none"> • García Moreno • Los Andes • Monteolivo • San Rafael • San Vicente de Pusir
ESPEJO	<ul style="list-style-type: none"> • El Ángel: Cabecera Cantonal • 27 de Septiembre 	<ul style="list-style-type: none"> • La Libertad • San Isidro • El Goaltal
MIRA	<ul style="list-style-type: none"> • Mira: Cabecera Cantonal 	<ul style="list-style-type: none"> • Jijón y Caamaño • Juan Montalvo • La Concepción

Fuente: Investigación directa

Elaborado: la Autora

CONTEXTO DEL TURISMO DE LA PROVINCIA

El turismo comprende las Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de recreación, ascio, salud, diversión, negocios, y otros. La actividad turística tiene como característica más resaltante su conexión con otros contextos que, en muchos casos, inciden de manera determinante en el desarrollo del turismo.

En la Provincia del Carchi, se identifican los principales sitios turísticos:

- Aguas Hediondas (Tufiño)
- Cementerio Tulcán (Tulcán)
- Estación Biológica Guanderas-Jatun Sacha (Huaca)
- Bosque los Arrayanes (Montúfar)
- Gruta de la Paz (Montúfar)
- Reserva Ecológica El Ángel
- Balneario La Calera (Espejo)
- Balneario Uyamá (Mira)

En el micro región de la cuenca Espejo-Mira, los principales atractivos son:

- Lagunas del Voladero.
- Hondón El Colorado
- Rasococha
- Baños en la parroquia La Libertad
- Lagunas de Crespo y Cerro del Pelado
- Chiltazón
- Cerro Iguán
- Río Santiaguillo
- Bosque protector Uguayrapungo
- Cuenca del río Morán
- Bosque protector Golondrinas
- Río Blanco y río Chutín

Estos recursos físicos de destino turísticos altamente potencial que aún no se aprovechado en forma efectiva para lograr un sostenibilidad y aprovecharlo en forma económica y agroambiental.

Se puede describir otro tipo de macrolocalización considerando las subcuencas y otros contextos físicos de la provincia.

- La subcuenca de El Ángel permite apreciar en pocas horas una gran diversidad ecológica, desde el valle del Chota sobre los 1,500 msnm hasta los páramos de El Ángel, más arriba de los 3,500 msnm, con una gama de ambientes y climas;
- la presencia de antiguas haciendas;
- actividades productivas diversificadas, desde una agricultura tradicional hasta una tecnificada como es el cultivo de flores;
- la presencia de minorías afro-andinas, cultores de música, danza y artesanías; y e) presencia de poblados andinos típicos.

CANTÓN MONTÚFAR

La población del Cantón MONTÚFAR, según el Censo del 2001, representa el 18,7 % del total de la Provincia del Carchi; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del - 0,3 % promedio anual. El 56,0 % de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43,9 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Parroquias: San Gabriel, Cristóbal Colón, Chitán De Navarrete, Fernández Salvador, La Paz, Piartal

Mapa # 3

Mapa del cantón Montúfar



Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

Orografía.- El relieve es en general quebrado y se estima como zona plana solamente el 8% de la superficie.

Clima.- Presenta niveles altitudinales desde los 1.200 metros en la zona del valle, hasta los 3600 metros sobre el nivel del mar en la zona del Páramo del El Ángel, lo cual determina la diversidad de la vegetación y del apareamiento de una escala de zonas de producción agrícola. La temperatura promedio oscila entre 4° C en los páramos y los 22,9° C en el sector de los bajos de Mira.

Hidrografía.- Se encuentra rodeada por ríos que nacen o se juntan por su punto limítrofe.

Recursos Forestales.- Es especialmente rica en bosques, sobre todo cedro, eucalipto y pino. Existen aserraderos para la explotación maderera.

Recursos físicos.- Los recursos físicos de un destino turístico, están conformados por todos aquellos recursos tangibles, como ejemplo unas ruinas, una cueva, una reserva natural, etc. Estos productos son susceptibles de ser transformados en producto y es muy importante lograr una sostenibilidad de los recursos físicos. La Sostenibilidad hace referencia al hecho de que se debe hacer usos de los recursos sin agotar para que las generaciones futuras puedan hacer de ellos el mismo uso que en la actualidad. Es fundamental para ello investigar y estudiar las capacidades de carga de estos recursos físico. La capacidad de carga es el nivel se uso tolerado por un espacio, dentro del cual no se produce alteraciones irreversibles en su sistema.

Recursos culturales.- Por estar en un mundo globalizado en donde el mundo es cada vez más pequeño y los intercambios culturales son cada vez más frecuentes. Se pone valor a las culturas autóctonas de cada zona haciendo referencia a como interacciona lo global con lo local.

En el turismo globalizado es muy importante, así como los recursos culturales, conjuntamente con los recursos físicos y naturales, los

recursos culturales son las bases del cual se desarrolla el producto turístico.

Los Recursos culturales como fiestas locales, costumbres, religión, comidas estilo de vida.

Es muy importante que las culturas autóctonas se mantengan y se respeten ya que esta es la única forma de que no se parezcan graves problemas sociales hacia el visitante como la apatía o el rechazo hacia los mismos. Como en el caso de los recursos físicos hay que estudiar y respetar la capacidad de carga de estos recursos culturales

CONTEXTO DEL TURISMO DEL CANTÓN MONTÚFAR

El Cantón Montufar dispone de espacios físicos naturales con alta potencialidad para el turismo, como por ejemplo:

- **El bosque sagrado de los Arrayanes.-** que tiene la particularidad de abundante riqueza ornitológica y ecológica, que se interactúan para ofrecer un verdadero esencia de alta potencialidad turísticas
- **La Cascada de la Paluz.-** es un atractivo natural lleno de naturaleza con especies nativas arbustivas de gran importancia.
- **La Gruta de la Paz.-** es una impresionante impresión rocosa natural junto al río Aparqui tiene una formación de un túnel y se configura una hermosa bóveda viva de 150m, sus paredes forman una cantidad de estalactitas y estalactitas. En su interior se ha establecido un santuario natural donde se levanta una capilla a la virgen María y un Balneario de aguas medicinales.
- **La Laguna del Salado.-** se localiza al nororiente de la ciudad de San Gabriel a pocos kilómetros de la parroquia de Piartal. Es un sitio de gran atractivo paisajístico natural y posee un gran valor para el desarrollo del Ecoturismo

Estos recursos se convierten en fundamentales para el desarrollo turístico alternativo y convencional de la zona, y por tanto para el desarrollo económico, social y cultural.

El turismo comprende elementos tangibles e intangibles que agregan valor de desarrollo en términos de utilizar en forma sustentable y sostenible.

Definición del DTL (Dinamizador Turístico Local) y el GTL (Gestor Turístico local).

Estos destinos turísticos potenciales que tiene el Cantón no se han aprovechado en forma significativa, de tal forma potencien o incentiven esta actividad, para así poder mejorar su calidad de vida de las Comunidades de sus áreas de acción.

Los proyectos de ecoturismo serian el DTL (Dinamizador Turístico Local) y el GTL (Gestor Turístico local). Estos dos agentes, serian los encargados de incentivar y ayudar con el desarrollo turístico del cantón.

El DTL es un nuevo rol dentro de la actividad turística, su herramienta principal son los proyectos que apunten al papel de liderazgo en la comunidad, que sea capaz de impulsar y gestionar el desarrollo turístico sostenible de la zona, cumpliendo de esta forma el papel del sector público dentro de la comunidad.

La comunidad en el turismo.- La parroquia de Piartal se localiza en el nororiente de la ciudad de San Gabriel su actividad turística no ha sido aprovechada considerando que juega un papel fundamental en el desarrollo turístico alternativo, por la localización de la laguna del Salado, hermosos paisajes naturales típicos de la sierra.

La parroquia de Piartal puede tomar cuatro posiciones con respecto al turismo en cuanto a comportamiento y actitud, las cuales influirán en el destino de la actividad turística. En cuanto a la actitud, esta

puede ser positiva o negativa hacia el turismo. Y en cuanto al comportamiento esto puede ser activo o pasivo.

Las ventajas competitivas son aquellas condiciones que son creadas por el destino y lo diferencia de otros. Para que una condición pueda ser catalogada como destino y lo diferencia en otros. Para que una condición pueda ser catalogada como ventaja competitiva debe ser difícil de imitar, debe tener la capacidad de ser manida en el tiempo y debe crear valor al cliente. En su mayoría estas ventajas son intangibles ya que una estructura puede ser imitada fácilmente, en cambio la capacidad de gestión, o la profesionalización de los recursos humanos, o las condiciones creadas por políticas gubernamentales, son indiscutiblemente ventajas competitivas.

Marco legal.- En el turismo existen dos tipos de legislación. Por un lado, tenemos lo que llamaremos legislación directa que es aquella específica de turismo. Por ejemplo la que regula la clasificación hotelera. Y la legislación indirecta, que es aquella que si bien no es exclusiva de turismo, influye en la misma actividad. Como es la ley laboral, la ley medioambiental, la de ordenamiento del territorio, etc.

- **Microlocalización**

La Microlocalización del proyecto es la parroquia de Piartal para lo cual se considero los factores de localización.

- Socialización con la comunidad.
- Vías de acceso.
- Atractivo natural.
- Paisaje natural.
- Condiciones de la fauna y vegetación.
- Atractivo cultural.

a) Socialización con la comunidad.

Para las comunidades aborígenes o autóctonas, el ecoturismo supone una oportunidad de desarrollo que puede aportar beneficios económicos, ambientales, culturales, sociales y políticos. La clave para que las comunidades autóctonas obtengan estos beneficios es la participación activa y el control auténtico de las iniciativas eco turístico en su territorio tradicional. Para lograr esta participación y control, las comunidades indígenas deben ser mucho más que simples actores simbólicos que reciben empleo o beneficios adicionales de las ventas.

La participación activa y el control de los productos y servicios eco turísticos por parte de las comunidades autóctonas no solo redundaran en beneficio de las mismas. Sino también que un sector eco turístico autóctono de éxito en las comunidades, fortalecerá considerablemente el ecoturismo como industria mundial. La riqueza y diversidad de las culturas indígenas y sus conocimientos tradicionales son un recurso frágil por conservar y proteger para la industria eco turístico.

b) Atractivo natural.

Son las manifestaciones, lugares o elementos naturales sobre los cuales es esta lleva a cabo una revisión somera para determinar el grado de interés turístico que aquellos pueden despertar (calidad del atractivo), tratando de concebir las posibilidades de integrarlos en “paquetes” de manera que se complemente y se puedan ser explotados en su conjunto. En este punto se realiza la evolución de atractivos.

c) Paisaje natural.

Las potencialidades estéticas del ambiente natural debe también considerarse en función del impacto psíquico que causen al visitante.

d) Condiciones de la fauna y vegetación.

La riqueza y pobreza de la población animal con que cada sitio o área y en especial la variedad y tipo de sus especies llega a determinar por un lado las necesidades de alterar el ecosistema y otro las de reforzarlo de desarrollo. Por otra parte la vegetación natural tiene implicaciones directas sobre el paisaje original o creado que puedan aprovecharse; y, en gran parte, sobre las potencialidades generales del sitio.

e) Atractivo cultural.

Se destacan aquellas manifestaciones, elementos o espacios creados o transformados por el ser humano que pudieran funcionar como atractivos para los visitantes del área. Sea seleccionan y ordena.

Los sitios que posiblemente te son los más óptimos para su microlocalización son:

- Microcuencas del Rio Minas
- Comunidad de San Pedro.
- Comunidad El Rosal.

Para evaluar en forma técnica el sitio más opimo para la implantación del Complejo de Ecoturismo se Método de evaluación cuantitativa. Estos sectores reúnen las características más apropiadas para el funcionamiento debido a que su entorno todavía conserva ambientes naturales paisajistas y de tranquilidad, que son factores importantes, técnicos para la implantación de este tipo de empresas.

La metodología para aplicar esta matriz fue la siguiente se ponderó los factores ocasionales jerarquizados determinando un peso que sumados se obtenga el valor de uno (1). El peso del factor se lo realizo de forma subjetiva según su relevancia o importancia. A continuación se procedió a valorar en una escala de medida de 1 a 10 puntos a cada factor

obteniéndose la calificación correspondiente. La calificación ponderada se obtuvo al multiplicar el peso por la calificación.

Cuadro # 54

MATRIZ CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR RELEVANTE	PESO	A		B		Calf.	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
Socialización con la comunidad.	0,15	8	1,2	7	1,05	7	1,05
Vías de acceso.	0,13	7	0,91	5	0,65	4	0,52
Atractivo natural.	0,17	9	1,53	6	1,02	7	1,19
Paisaje natural.	0,21	9	1,89	6	1,26	6	1,26
Condiciones de la fauna y vegetación.	0,18	8	1,44	7	1,26	8	1,44
Atractivo cultural.	0,16	8	1,28	8	1,28	6	0,96
TOTAL	1,00		8,25		6,52		6,42

Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

Mediante esta Matriz de valoración cualitativa (Método cualitativo por puntos) determina que la mejor opción para implementar el proyecto corresponde al sector A, porque tiene un puntaje de 8.25, ya que reúne las características locacionales más apropiadas desde el punto de vista técnico y de posible satisfacción de los clientes.

4.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto consiste en definir: la capacidad a instalarse o de diseño y la capacidad operativa, que tendrá el Complejo de Ecoturismo. El tamaño del proyecto se estableció considerando los siguientes factores: demanda o mercado, tecnología, requerimiento de insumos, tipo de organización y financiamiento.

- **Tamaño del proyecto en relación a la demanda:**

Del análisis del estudio de mercado se determina que existe un mercado potencial de 27.204 turistas de los cuales 14.690 son nacionales (cuadro #24) y 12.514 extranjeros (cuadro # 27) datos determinados en el estudio de mercado. De la prueba de conceptos se establece que el número de clientes de este mercado meta que puede captar el complejo de ecoturismo es de 6.393 turistas al año en el escenario moderado y 9.521 en el escenario optimista (cuadro #46).

- **Tamaño del proyecto en relación a la tecnología:**

El Complejo de Ecoturismo se ajustará al reglamento general de actividades turísticas que rige en el país de acuerdo a su categoría en el que se enmarca en el grupo uno de alojamientos hoteleros, subgrupo 2,1 de complejos vacacionales, campamentos y complejos de ecoturismo.

La tecnología que aplicará en sus procesos de alimentación, hospedaje, tours, culturales y folklóricas, se fundamentará en los principios técnicos específicos para cada uno de estos procesos sujetándose a las normativas y criterios de calidad que requieren los huéspedes.

- **Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos**

En cuanto tiene que ver a los insumos se requieren en esta actividad económica son insumos para la preparación de alimentos y bar cafetería en general. Estos insumos podrán ser adquiridos en la ciudad de San Gabriel en los diferentes micromercados.

- **Tamaño del proyecto y la organización**

La organización del Complejo de Ecoturismo se fundamenta en la siguiente propuesta la estructura administrativa formará las unidades que componen la empresa, sus niveles, relación jerárquica y conexión que guardan entre sí. Para lo cual estará representado mediante organigrama

de tipo estructural en la que se defina cada una de las direcciones, departamentos, secciones o unidades existentes en la empresa para un funcionamiento productivo y competitivo. La Gestión administrativa tendrá como fundamento equipos de trabajo con el propósito de alcanzar el mercado meta y la rentabilidad que sustente el proyecto.

- **Tamaño del proyecto y la financiación**

La forma estratégica de financiamiento propuesto para la implementación del proyecto es a través de un crédito en la Corporación Financiera Nacional que actualmente apoya a este tipo de emprendimiento. Esta entidad financia hasta el 80% en proyectos nuevos y el 20% restante deberá ser asumido por los propietarios. La tasa referencial de la CFN para este tipo de proyectos es del 10%.

4.3. Capacidad instalada

La capacidad instalada que tendrá el Complejo se fundamenta en un terreno de un área de 10.000m². El complejo estará compuesto de lo siguiente:

- Hospedaje : 15 cabañas (38 plazas)
- Tipo I, número de cabañas 8, de 2 dormitorios con tres plazas (número de camas)
- Tipo II, numero de cabañas 7, de 2 dormitorios con dos plazas
- Bar restaurant con capacidad de 50 personas.
- Tour; con una capacidad de 2 recorridos diarios.
- Cultura; 1 a 2 eventos semanales.

La capacidad instalada se fundamenta en la información primaria de la encuesta aplicada, de los niveles de preferencia que manifestaron el mercado meta sujeta a investigación de mercado.

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La empresa tiene como finalidad ofertar a los turistas los siguientes productos:

a) Productos

- Alimentación.
- Hospedaje.
- TOURS: Turismo científico y recreativo, visitas a ferias, en la ciudad de San Gabriel, Visita a museos, Laguna del Salado, Reserva Ecológica del Ángel, La gruta de la Paz.
- Espacios Culturales (Danza, Música, Folklor, Artesanía)

b) Características de los productos

- **Alimentación.-** Comidas servidas dentro de horarios señalados, Cafetería – Comedor. En el área de Restaurante – Cafetería Tendrá los servicios; Platos a la carta, Desayunos, Almuerzos, Meriendas
- **Hospedaje.-** El servicio de hospedaje tendrá las siguientes características:
 - Cabañas familiares e individuales
 - Hospedaje permanente
 - Servicios de: lavandería y planchado.
- **Tours.-** Estará compuesto por rutas establecidas en diferentes paquetes, entre los principales recorridos: Laguna del Salado, La Gruta de la Paz, Reserva Ecológica El Ángel, Ferias en la ciudad de San Gabriel.

- **Cultura.-** Espacios de Danza, Artesanía, Folklor, y otras manifestaciones artísticas culturales de la zona.
- **Servicios complementarios.-** servicios de recepción, mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos, servicio de lavandería y planchada, teléfono.

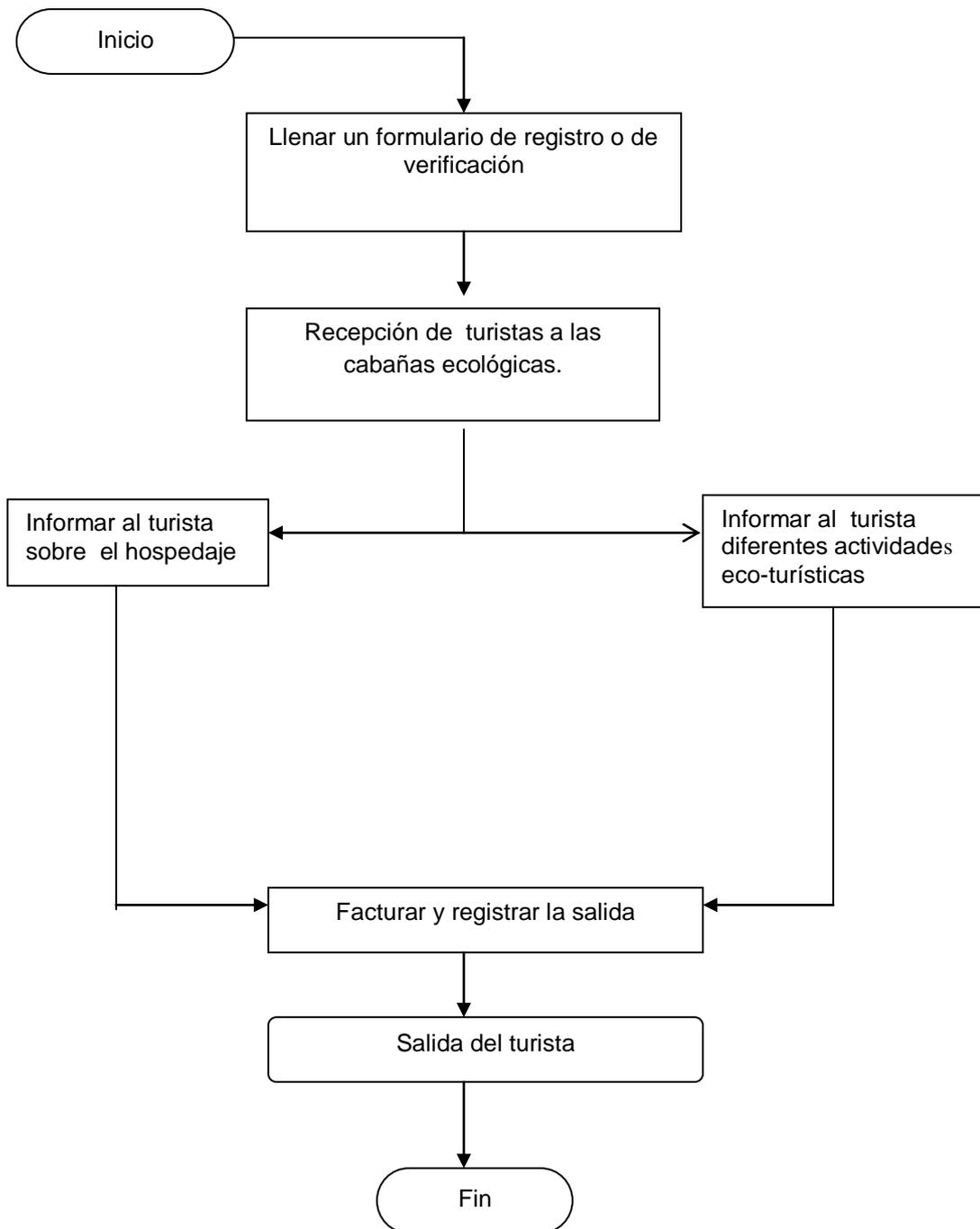
4.4.1. Proceso Tecnológico

Para ofertar los productos y servicios el Complejo de Ecoturismo se utilizará una página mediante internet, que permita al cliente elegir con mayor seguridad y confianza visitar el Complejo Ecoturístico de la Parroquia Piartal. Además se regirá a las especificaciones técnicas que emite el Ministerio de Turismo en cuanto tiene que ver al plan funcional, fundamentado en la interrelación del uso adecuado de los procesos y normativas de turismo que rige en esta categoría.

Para una interpretación sistemática de los procesos que aplicará la empresa se utilizó el Diagrama de Bloques.

Figura # 2

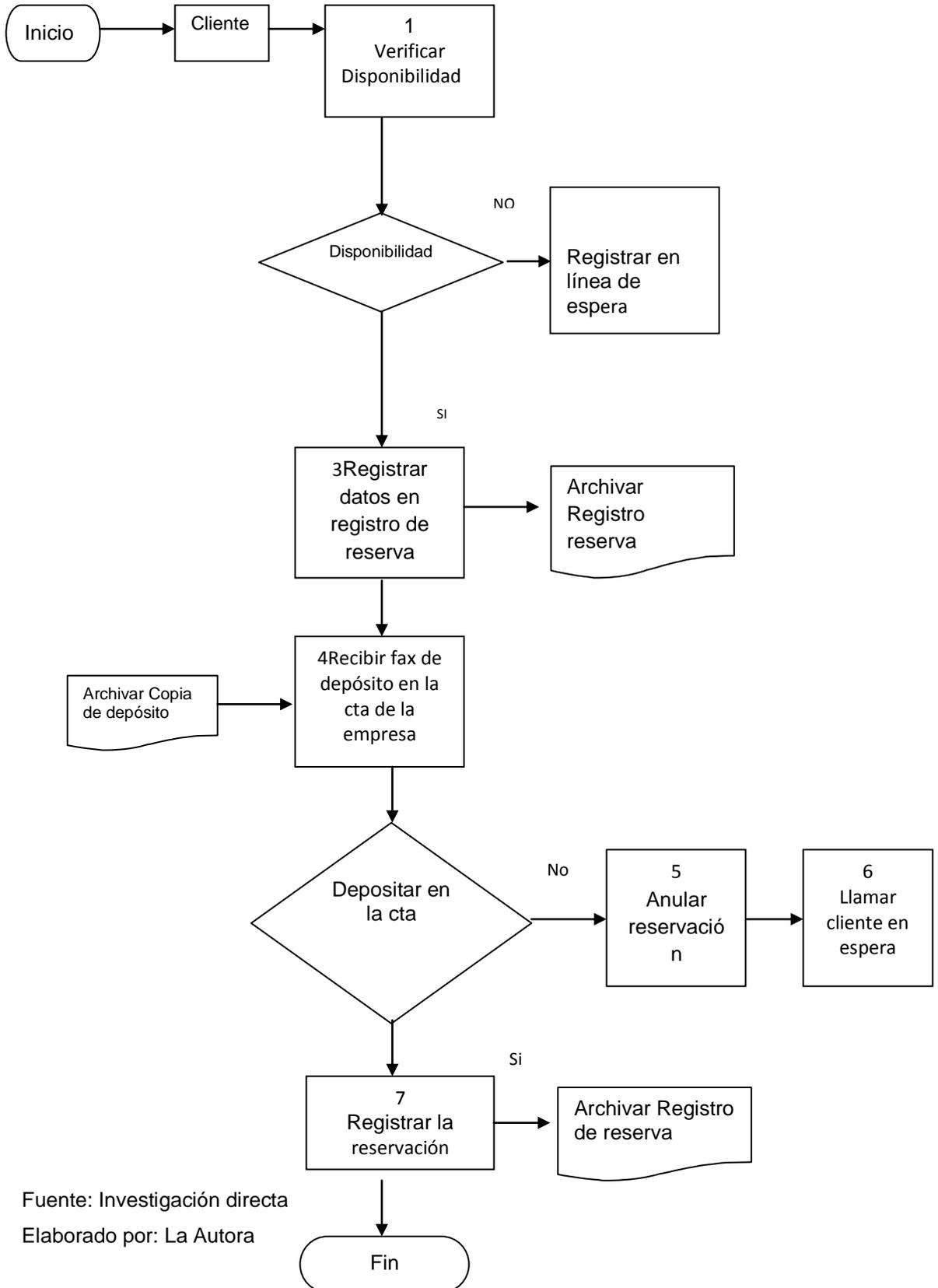
Diagrama de procesos de Hospedaje (Entrada y Salida del huésped)



Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

Figura # 3

Diagrama de procesos de Reservación de cabaña por persona particular



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.4.2. Diseño de instalaciones

El diseño de las instalaciones de Complejo de Ecoturismo se fundamentó en el Reglamento General de actividades Turísticas del Ministerio de Turismo emitido en el Registro Oficial de Diciembre del 2002; en el que se considera los siguientes ambientes físicos;

- **Área de habitaciones o cabañas.-** Constará de 15 cabañas, de las cuales: 8 son Tipo I y 7 son Tipo II.
- Las cabañas tipo constan de 38 plazas, disponen de 2 dormitorios respectivamente. Todas las cabañas dispondrán de batería satinaría y ducha de agua caliente.
- **Área de Restaurante – Cafetería.-** Estará compuesto de una área para bar – Restaurant.
- **Área Administrativa.-** El área administrativa estará conformada por una área de recepción, una área de contabilidad y una área para los procesos de gerencia de la empresa.
- **Área de Recreación.-** Estará compuesto de áreas verdes y un área donde se ubicará dos canchas de vóley y juegos infantiles.
- **Área de parqueadero.-** El área de parqueadero para turistas estará diseñado de acuerdo a la normativa de este tipo de Complejos.

Cuadro # 55

Distribución de áreas del Complejo de Ecoturismo

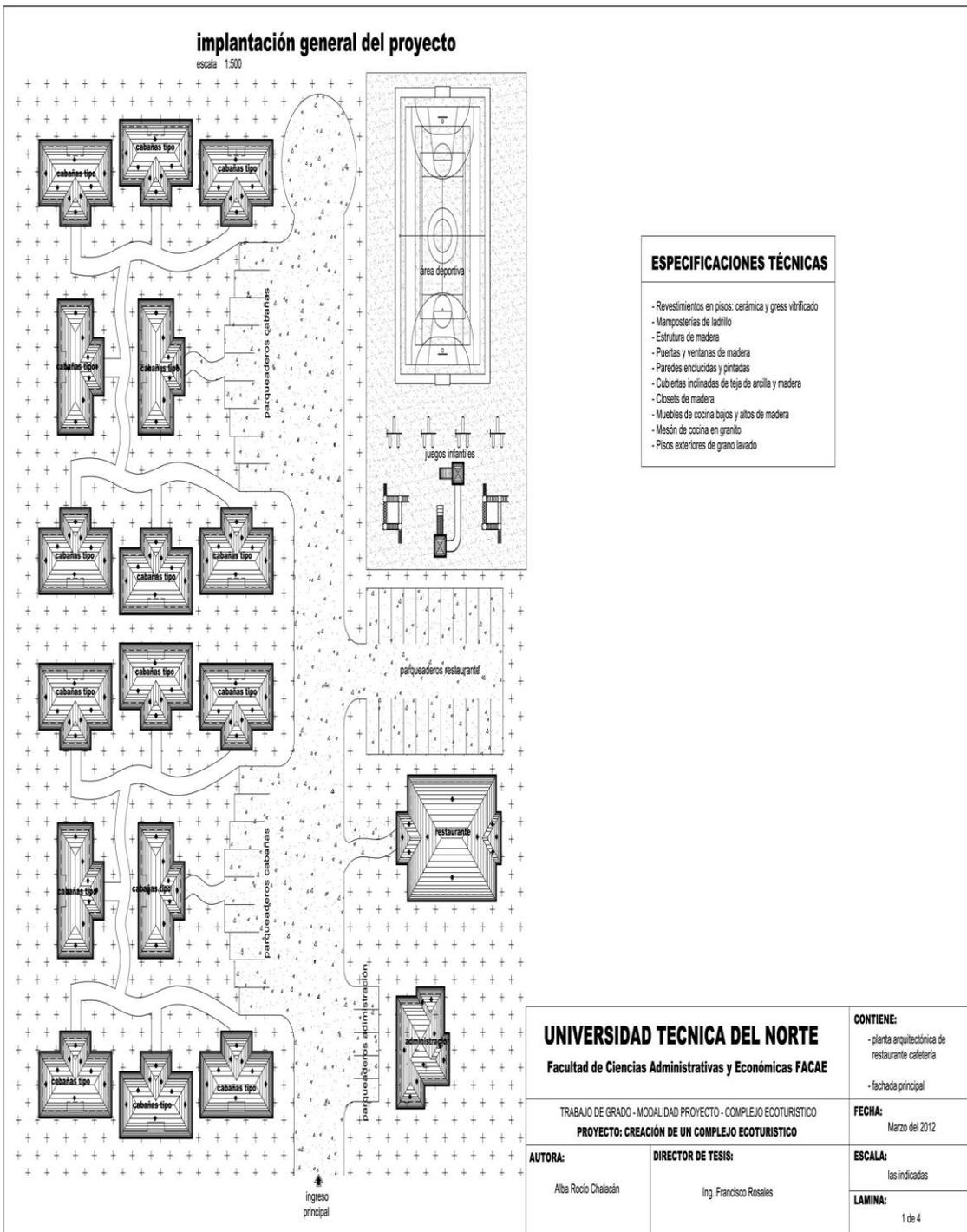
ÁREA	M ²
1. Cabañas	600
2. Restaurante – Cafetería	100
3. Administrativa	40
4. Recreación	300
5. Parqueadero	130
6. Espacios verdes y accesos	8830
Área Total	10.000 m²

Fuente: Investigación Directa.

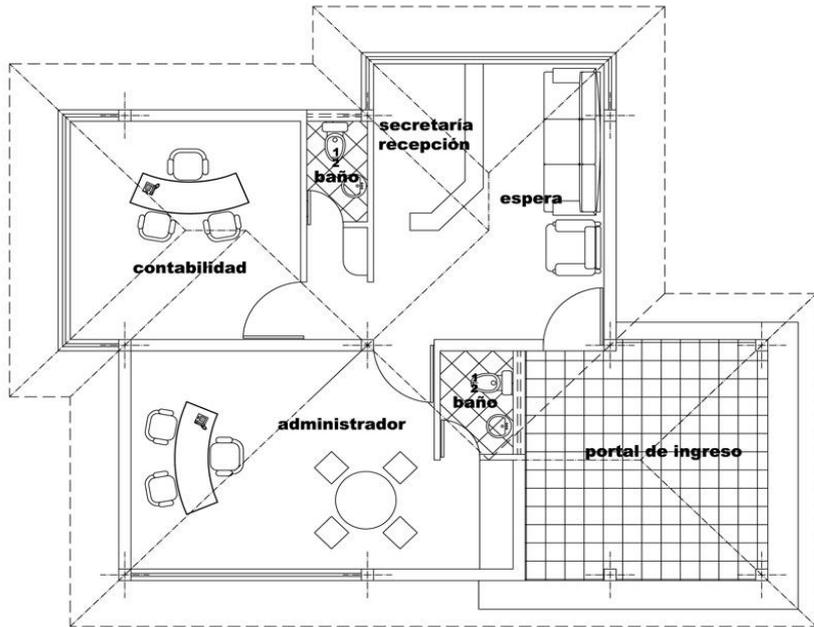
Elaborado por: La Autora.

Plano #1

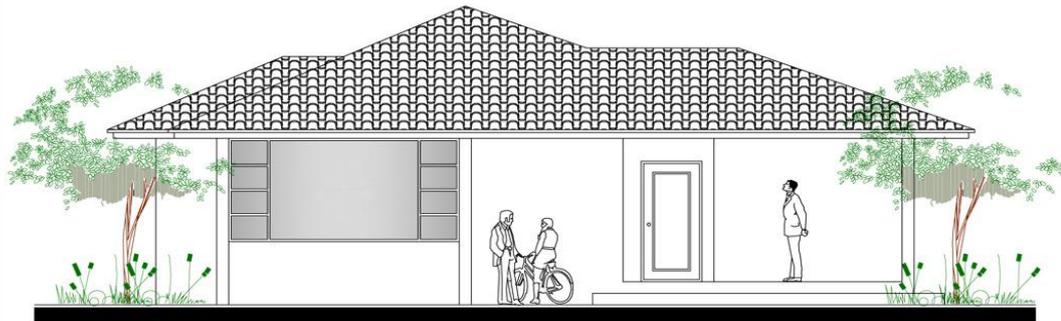
DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS DEL COMPLEJO DE ECOTURISMO



Plano #2
PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL ÀREA ADMINISTRATIVA



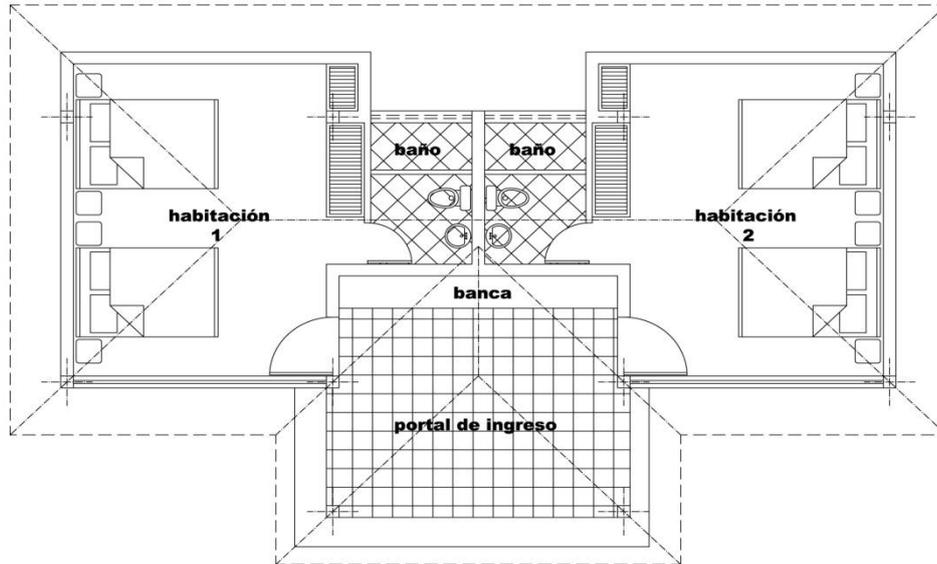
planta arquitectónica - área administrativa
escala 1:100 86.00m²



fachada principal
escala 1:100

<p align="center">UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas FACAE</p>		<p>CONTIENE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - planta arquitectónica de área administrativa - fachada principal
		<p>FECHA: Marzo del 2012</p>
<p align="center">TRABAJO DE GRADO - MODALIDAD PROYECTO - COMPLEJO ECOTURISTICO PROYECTO: CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO</p>		<p>ESCALA: las indicadas</p>
<p>AUTORA: Alba Rocío Chalacán</p>	<p>DIRECTOR DE TESIS: Ing. Francisco Rosales</p>	<p>LAMINA: 3 de 4</p>

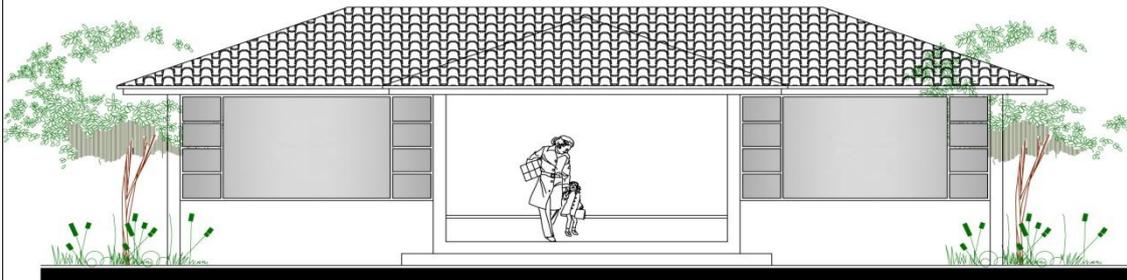
Plano #3
PLANTA ARQUITECTÓNICA DE CABAÑA TIPO



planta arquitectónica de cabañas tipo

escala 1:100

82.00 m²

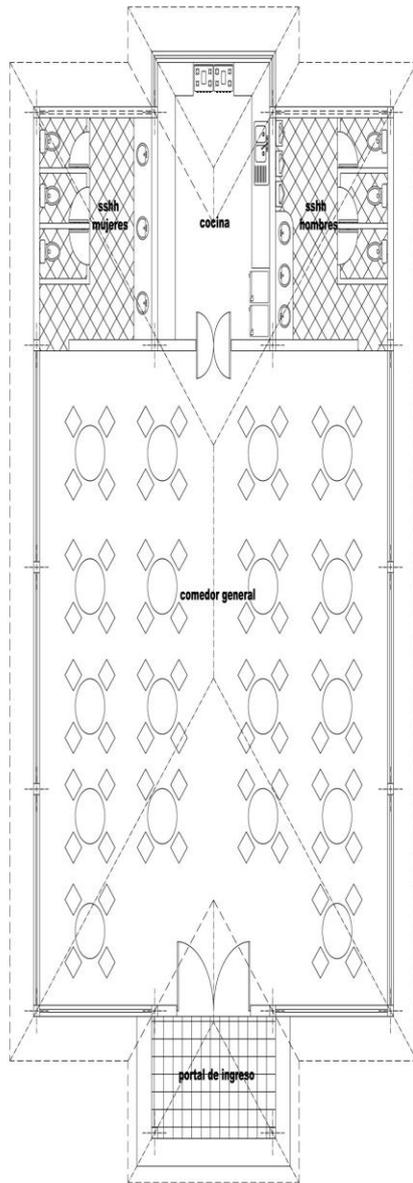


fachada principal

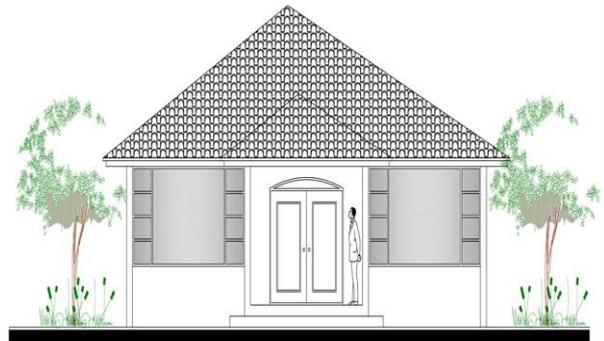
escala 1:100

<p align="center">UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas FACAE</p>		<p>CONTIENE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - planta arquitectónica de cabañas tipo - fachada principal
		<p>FECHA: Marzo del 2012</p>
<p align="center">TRABAJO DE GRADO - MODALIDAD PROYECTO - COMPLEJO ECOTURISTICO PROYECTO: CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO</p>		<p>ESCALA: las indicadas</p>
<p>AUTORA: Alba Rocío Chalacán</p>	<p>DIRECTOR DE TESIS: Ing. Francisco Rosales</p>	<p>LAMINA: 4 de 4</p>

Plano #4
PLANTA ARQUITECTÓNICA DE RESTAURANTE-CAFETERÍA



planta arquitectónica - restaurante cafetería
 escala 1:100 214.00m²



fachada principal
 escala 1:100

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas FACAE		CONTIENE: - planta arquitectónica de restaurante cafetería - fachada principal
TRABAJO DE GRADO - MODALIDAD PROYECTO - COMPLEJO ECOTURISTICO PROYECTO: CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO		FECHA: Marzo del 2012
AUTORA: Alba Rocío Chalacán	DIRECTOR DE TESIS: Ing. Francisco Rosales	ESCALA: las indicadas
		LAMINA: 2 de 4

4.4.3. Requerimiento de Equipos

Los equipos que son necesarios para la operatividad del Complejo Ecoturismo son los siguientes:

a) Bar y restaurant.

Cuadro # 56

EQUIPOS Y MOBILIARIO.

Concepto	Unidad	cantidad
Cocina industrial	U	2
Congeladores,	U	1
Microondas	U	1
Licuadaora	U	1
Refrigeradores,	U	2
Horno,	U	1
Extractores.	U	1
Utensilios menores de cocina.	Juego	10
Menaje de cristalería.	Juego	6
Lencería de Bar y restaurant	Juego	50
Mesas para 5 personas.	U	10
Sillas individuales.	U	50
Aparadores.	U	2
Honter de Bar.	U	2

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La Autora.

b) Hospedaje

Cuadro # 57

EQUIPOS Y MOBILIARIO.

Concepto	Unidad	Cantidad
Juego de dormitorio	Juego	38
Lencería de dormitorio	Juego	38
Closet	U	15
Sillas	U	30
Lámpara	U	15
Utensilios de aseo	Set	38

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La Autora.

c) Recreativo

Cuadro # 58

EQUIPOS Y MOBILIARIO.

Concepto	Unidad	cantidad
Juego recreativo	Juego	4
Redes de vóley	u	3
Arcos de futbol	u	4

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La Autora.

d) Equipo de Computación

Cuadro # 59
Equipo de Computación

Concepto	Unidad	Cantidad
Computadora	U	2
Impresora	U	1

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora.

e) Mobiliario y Equipo de Administración

Cuadro # 60
Mobiliario y Equipo de Administración

Concepto	Unidad	Cantidad
Escritorio	U	2
Archivador	U	1
Silla	U	2
Basurero	U	2
Extintor de incendio	U	2

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora.

f) Materias Primas

Se realizó su cálculo operativo, basado en los diagramas de flujo de cada producto o servicio que ofertará la empresa por unidad de tiempo a operar y así lograr la producción planeada o programada anualmente.

Cuadro # 61

MATERIAS PRIMAS PRINCIPALES.

CONCEPTO		UNIDAD	CANTIDAD
A. CARNES	PESCADO	Libra	480
	CAMARÓN	Libra	600
	POLLO	Libra	1070
	CERDO	Libra	1440
	PAVO	Libra	800
	EMBUTIDOS	Libra	1600
B. LECHE Y DERIVADOS	LECHE	litro	3600
	QUESO	u	1200
	MANTEQUILLA	libra	48
	YOGUR	litro	1920
C. SUSTANCIAS AMILACIAS	PAN	u	14400
	HARINAS	libras	240
	CEREALES	caja	1440
D. LEGUMINOSAS	VERDURAS EN GENERAL	varias	360
	FRUTAS EN GENERAL	kg	720
E. GRASAS	ACEITES	litros	1080
	MANTECAS	libras	120
F. CONDIMENTOS	VINAGRE	litros	360
	OTROS CONDIMENTOS	varios	360
G. BEBIDAS	RONES	botellas	200
	WISQUIS	botellas	300
	SODAS EN GENERAL	java	720
H. CEREALES Y OTROS	ARROZ	qq	72
	AZÚCAR	qq	86
	SAL	libras	90

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora.

4.4.5. RECURSO HUMANO TÉCNICO (Mano de Obra Directa e Indirecta)

El cálculo de las necesidades de mano de obra directa e indirecta, basado en las normas y reglamentos de funcionamiento de este tipo de hostería es el siguiente:

Cuadro # 62

RECURSO HUMANO

CONCEPTO	CANTIDAD
1. Mano de obra directa	
Camarera	1
Cocinero	1
Mesero	1
Guía Nativo	1
2. Personal administrativa	
Gerente	1
Contador	1
Recepcionista – cajera	1

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora.

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

5.1. Tipo De Empresa

El Complejo de Turismo será “Sociedad Anónima” que tendrá capacidad jurídica propia, según las normas legales. Los socios aportarán capital para la implementación de la empresa, para así adquirir el derecho a participar de los beneficios como obligaciones de sufragar en caso de pérdidas de la sociedad. El aporte de los socios será el capital neto patrimonial de la sociedad. Cuando ésta entre en periodo de liquidación, el derecho de los socios sobre dicho patrimonio neto estará en proporción a sus respectivas participaciones en el capital social.

El tipo de empresa al que corresponden las cabañas del proyecto corresponde al giro de servicios, subdividido dentro del sector del turismo

5.2. Estructuras Del Capital Social

El capital con el que se implementará la empresa es de \$ 129.061,90 de los cuales 77.437,14 corresponde al aporte personal y 51.624,76 con un crédito a través de la Corporación Financiera Nacional. En la práctica el financiamiento provendrá de cualquier otra entidad financiera que considera al proyecto sujeto de crédito.

5.3. Categoría De La Empresa.

Según el Ministerio de turismo y sus reglamentos le corresponderá a la empresa turística del proyecto pertenecer a la clasificación de **complejos turísticos de tres estrellas**, que son los establecimientos

turísticos situados fuera de los núcleo urbanos y que esté compuesto de zonas de recreación, deportes y que preste servicios de alojamiento, alimentación al público en general con una capacidad no menor de seis habitaciones

5.4. Niveles De Planificación

Los niveles de planificación que deberá aplicar la empresa son: estratégica, pragmática y operativa. A nivel estratégico definirá sus grandes orientaciones y objetivos a largo plazo traducido a misión, visión, objetivos estratégicos, políticas, planes estratégicos – metas y estrategias de acción.

A nivel táctico o pragmático se designará las diferentes áreas de trabajo, los recursos asignados para lo cual se tendrá que elaborar los Planes Operativos Anuales de acuerdo a las metas. A nivel Operativo la gerencia valorará por las actividades cotidianas propias.

Este plan define las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, pero antes se hará el enfoque estratégico del Complejo de Turismo

5.5. Licencia De Funcionamiento

Para obtener la licencia de funcionamiento del complejo de ecoturismo por parte del Ministerio de Turismo, se deberá acatar las normativas y reglamentos general de actividades turísticas y las disposiciones que tiene esta dependencia, para la clasificación de complejos de ecoturismo, en lo que se refiere a número de habitaciones, servicios principales y complementarios. Cumpliendo con todas estas normativas el Ministerio de Turismo, extiende la patente para su operatividad. Se obtendrá la patente Municipal y el RUC respectivo para su funcionamiento.

5.6. Base Filosófica De La Empresa.

5.6.1 Misión.

“Brindar servicios turísticos, orientados hacia el cliente nacional e internacional, en alojamiento y realización de actividades ecoturísticas, dando como primera prioridad el satisfacer y atender las necesidades y expectativas de sus clientes, a través de un personal calificado y responsable”.

5.6.2 Visión.

“Posicionar al Complejo en la ciudad de San Gabriel para el 2017, como un Complejo de Ecoturismo alternativo reconocido, competitivo e innovador, destacándose por brindar los mejores productos turísticos para turistas nacionales y extranjeros, contando con un personal honesto y responsable en el desempeño de sus tareas diarias.

5.6.3 Principios y Valores.

El Complejo de Turismo trabajara empleando los principios mostrados a continuación:

- Disciplina: Los empleados de las cabañas tienen que respetar las reglas establecidas por la empresa. Para obtener esto tiene que existir un buen liderazgo el cual tiene que llegar a todos los niveles.
- Orden: Tanto el personal como los insumos y materiales deben estar en el momento y sitio adecuado.
- Espíritu de equipo: La unión hace la fuerza; debido a esto se incentivara que exista espíritu de equipo dentro de la organización ya que se pretende que los empleados de las cabañas tengan el mayor sentido de unidad.

- Competitivo.- Todos los empleados de la organización no deben tener miedo a la competencia sino al ser incompetentes.
- Innovador: Reconocimientos e incentivos que contribuyan a la iniciativa y creatividad de el talento humano, mediante una política de incentivos.
- Orientación hacia los resultados.: Para que tengan el éxito esperado las cabañas, tiene que existir equilibrio y pretender satisfacer las expectativas de todos los grupos: clientes, proveedores, empleados, y otros que tienen intereses económicos en la organización y la sociedad en general. .
- Gestión por procesos .Para adaptarse mejor a las necesidades de los clientes se impone la necesidad de la gestión por procesos para de esta manera mejorar la competitividad de las cabañas. Para llevar a cabo esta gestión por procesos se debe nombrar responsables y equipos de mejora, los cuales revisaran e instaurarán tanto acciones como objetivos para obtener la mejora de dichos procesos.
- Responsabilidad social. Tanto las cabañas como los empleados de la misma deben actuar tanto con ética como moral, además de participar y ayudar en las iniciativas sociales que ayuden al desarrollo de la comunidad donde se están prestando servicios.

Los valores en los cuales se enfocara la organización son los siguientes:

- Honestidad: en todas las actividades que realizadas por el personal de las cabañas.
- Orientación hacia el Cliente: Para mejorar los servicios ofrecidos y que los mismos satisfagan sus necesidades actuales y futuras.

- Orientación hacia el cliente interno: Para tener éxito como organización, solo se lo obtendrá con un personal altamente competente, fusionado, seguro, honrado y leal.
- Puntualidad: En el cumplimiento de las responsabilidades y tareas asignadas.
- Responsabilidad: Todo el personal tendrá que cumplir con sus tareas diarias, haciendo las mismas de la mejor manera.
- Sacrificio.- Los empleados y trabajadores que trabajen en esta institución tendrán el compromiso de sentir y adentrarse en la entidad de tal forma que se sientan parte integral y puedan dar lo mejor de ellos para que las cosas salgan bien en cualquier circunstancia que se presente. Se evidenciará en el desarrollo y crecimiento de la empresa.

5.7. La Organización.

Es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma.

5.7.1. DIAGRAMA ESTRUCTURAL.

El Organigrama estructurar para administrar la empresa está proyectada por los sistemas de organización. El Complejo de Turismo Alternativo en su estructura organizacional constará de cuatro niveles, los cuales se expondrán en orden jerárquico:

- Nivel Directivo
- Nivel Gerencial
- Nivel Operativos
- Nivel de Apoyo

Figura # 4

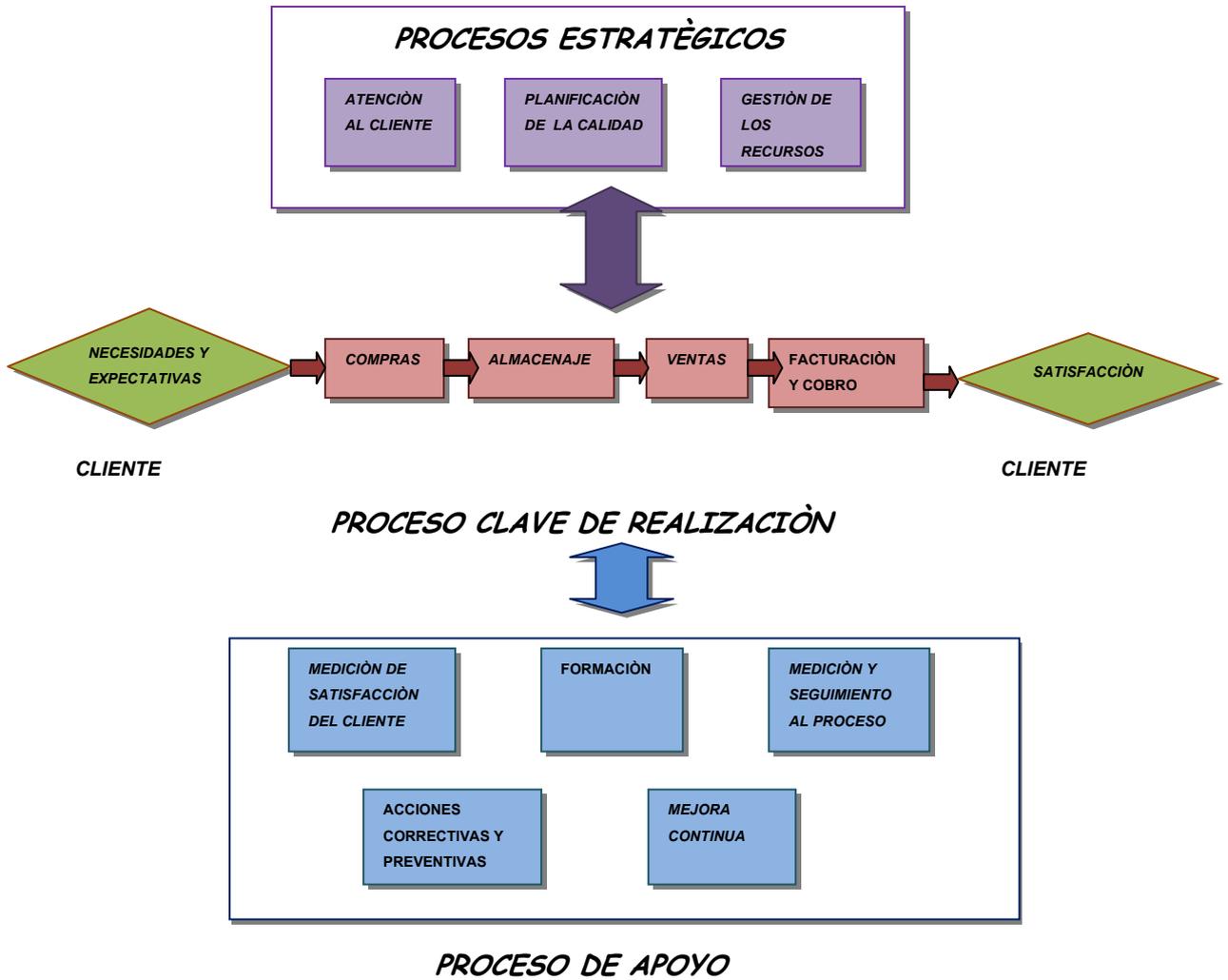
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO DE TURISMO



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La Autora.

Figura # 5

ESTRUCTURA DE GESTIÓN POR PROCESOS (MAPA DE PROCESOS) DEL COMPLEJO DE TURISMO



Fuente: Investigación directa
Elaborado: la Autora

Cuadro # 63

TALENTO HUMANO (PERSONAL ADMINISTRATIVO)

Nombre del cargo	Procesos	Perfil de competencias	No.	Requisitos
Junta General de Accionistas	Participar con Capital dividido en acciones Reunirse por lo menos una vez al año Hacer cambios estructurales	Administrar y fiscalizar la Empresa Elaborar estatutos Tomar decisiones, rechazar o aprobar Buscar estrategias financieras para la empresa		Contar con capital para invertir
Gerente General	Aprobar programas y presupuestos Interpretar estados financieros Estudiar contratos Revisar y analizar estadísticas Ejecutar los procesos de gestión de la Empresa	Manejo integral de gestión administrativa Manejo de paquetes informáticos Manejo de herramientas de alta gerencia	1	Título universitario en Ingeniería Comercial Tres años de experiencia en cargos similares.
Contador	Solicitar información y transmitir ordenes Elaborar presupuestos importantes Mantener contacto con clientes Todo lo relacionado a tributación de la empresa. Llevar la contabilidad	Dominio de estrategias de atención al cliente Gestión financiera en general Gestión contable	1	Título universitario en contabilidad Manejo de paquetes contables Experiencia dos años
Recepcionista	Registrar entradas y salidas de los huéspedes. Realizar reservaciones. Atender inquietudes y reclamos. Realizar caja. Conocer todos los servicios ofertados por la empresa. Controlar llaves de la empresa. Realizar reportes de ocupación.	Manejo de paquetes de escritorio Atención al cliente. Dominio de la información del Complejo ecoturístico. Elaborar reportes de las cabañas para administrador y encargados de limpieza.	1	Experiencia en cargos similares de dos años. Estudios en hotelería. Conocimientos de inglés y otros idiomas.
Total			3	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración La Autora

Cuadro # 64
TALENTO HUMANO (OPERATIVO)

Nombre del cargo	Procesos	Perfil de competencias	No.	Requisitos
Supervisor Operativo	El director de operaciones se dedica a supervisar que todo se haga en tiempo y orden, que cada operación de la empresa. Asegura el mantenimiento de los parámetros de calidad definidos por la empresa en relación al servicio que prestan. Ser líderes de equipos de trabajo con amplia experiencia en turismo de la seguridad, poseen conocimientos técnicos y están orientados a la calidad total. Recibe las instrucciones de la empresa .Supervisar la unidad de transporte a utilizar. Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones. Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad. Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos. Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.	Diseño y Implementación de las rutas, Motivación del personal a cargo. Relación con los clientes y usuarios, una visión comercial, Habilidades: Proactivo, dinámico, organizado y altamente responsable. Control de inventarios. Manejo de personal, Comunicación constante y efectiva con cada uno de los departamentos de la empresa. Poseer una amplia cultura general. Haber recibido un entrenamiento adecuado en una Escuela Básica de Turismo. Conocer la región como la palma de su mano. Conocer cabalidad la oferta turística y de servicios públicos. Dominio del idioma en que va a guiar. Tolerancia y cordialidad en el trato. Buena presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado. Haber participado en un curso de primeros auxilios.	1	Tener título de Licenciatura en Gestión Turística. Experiencia 2 años
Mesero	Presentar el menú o carta y tomar ordenes del comensal. Pasar las órdenes a cocina. Servir las bebidas. Retirar los platos y cristalería servidos en la cocina. Pasar las órdenes y retirar facturas de recepción. Entregar facturas al cliente. Realizar limpieza profunda del comedor.	Atención a los clientes Servir los alimentos de acuerdo a la política de la institución Arreglo de lencería del comedor	1	Ser bachiller Mínimo 1 año de experiencia.
Cocinero	Cocinar alimentos. Hacer órdenes de pedido de suministros para la cocina. Implementar recetas de cocina. Mantener en orden y bien conservados los víveres o productos.	Saber preparar platos típicos. Supervisar las tareas del ayudante. Manejar inventarios. Procesos de compras.	1	Título en gastronomía Experiencia mínima de 3 años.
Camarera	Recibir el reporte de las cabañas. Inspección de blancos y objetos inmediatamente después de las salidas de los huéspedes de las cabañas. Verificar que las cabañas no tengan ningún daño. Equipar y dejar en perfectas condiciones las cabañas para ser ocupadas. Realizar el reporte de las cabañas para recepción. Llevar a recepción objetos perdidos y encontrados.	Aseo y cuidado en general de habitaciones. Reportes a la gerencia del estado de las habitaciones y los elementos que la conforman.	1	Bachiller Experiencia mínimo de 1 año.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración La Autora

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO

6.1. INVERSIONES DEL PROYECTO

El proyecto contará con una inversión inicial fija, el cual está integrado por: Activos fijos, Capital de trabajo, inversiones diferidas. Para determinar la rentabilidad del proyecto se analiza los recursos económicos necesarios, costos de operación e indicadores financieros, a continuación se presenta el tipo de inversión programada.

6.1.1 Activos Fijos.

El conjunto de elementos patrimoniales que tendrá el complejo de ecoturismo NUEVO AMANECER, para entrar en funcionamiento corresponden a las siguientes partidas. Valor del terreno por un monto de 10.000 dólares. La partida de construcción civil en obra terminada con todos los acabados propuestos en el diseño constructivo es de 100.000,00 dólares. Los equipos, muebles, lencería en general tienen un valor de 14.872,00 dólares.

.CUADRO # 65

ACTIVOS FIJOS

1. Inversiones fijas	
Terreno	10.000,00
Construcción civil	100.000,00
Mobiliario de restaurant - bar	7.242,00
Mobiliario de hospedaje y recepción	4.689,00
Mobiliario y equipo recreativo	835,00
Equipos de informática administrativo	1.550,00
Mobiliario de Administración	556,00
Total inversiones fijas	124.872,00

Fuente: Propietarios de predios, Almacenes ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

Partidas de activo fijo.

6.4.1 Terreno:

El costo del terreno es de \$10.000, por concepto de 10.000 m2 de los cuales el área construida es de 1.080 m2 y la diferencia corresponde a espacios verdes naturales,

Cuadro # 66

Terreno

DESCRIPCIÓN	EXTENSIÓN	P.UNIT m2	P.TOTAL
Terreno	10.000	1,00	10.000

Fuente: Propietarios de predios de la Parroquia Piartal
Elaborado por: La Autora

6.4.2 Construcción civil:

Comprende 650m2 de construcción civil de los ambientes que tiene el complejo de ecoturismo, el precio referencial del m2 de construcción civil según la misma fuente es de \$150,00, 430m2 para juegos recreativos y canchas deportivas, lo que equivale a un costo total de \$100.000,00.

Cuadro # 67

Construcción Civil

DESCRIPCIÓN/ÀREA	EXTENSIÓN m2	P.Unit m2	P.TOTAL
Cabañas	500	150,00	75.000,00
Bar-restaurante	100	150,00	15.000,00
Administrativa	50	150,00	7.500,00
Instalación juegos recreativos	200	3,00	600,00
Construcción de canchas deportivas	100	5,00	500,00
Parqueadero	130	0,70	91,00
Espacios verdes y accesos	8920	0,15	1.309,00
	Suman		100.000,00

Fuente: Mano de obra local

Elaborado por: La Autora

6.4.3 Equipos y mobiliario en general:

Los valores de estos activos se consideraron en base a proformas referenciales obtenidas en los almacenes de la ciudad de San Gabriel que comercializan estos artículos.

a. Bar-Restaurante

Cuadro # 68

Equipo y mobiliario de Bar-Restaurante

Concepto	Unidad	Cantidad	P.UNITARIO	P.TOTAL
Cocina industrial	U	2	186,00	372,00
Congeladores,	U	1	820,00	820,00
Microondas	U	1	165,00	165,00
Licuadaora	U	1	100,00	100,00
Refrigeradores,	U	2	500,00	1.000,00
Horno,	U	1	550,00	550,00
Extractores.	U	1	115,00	115,00
Utensilios menores de cocina.	Juego	10	65,00	650,00
Menaje de cristalería.	Juego	6	15,00	90,00
Lencería de Bar y restaurant	Juego	50	12,00	600,00
Mesas para 5 personas.	U	10	120,00	1.200,00
Sillas individuales.	U	50	12,00	600,00
Aparadores.	U	2	270,00	540,00
Honter de Bar.	U	2	220,00	440,00
		TOTAL		7.242,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaborado por: La Autora

b. Hospedaje

Cuadro # 69

Mobiliario y Equipo de Hospedaje

Concepto	Unidad	Cantidad	P.UNITARIO	P.TOTAL
Juego de dormitorio	Juego	38	85,00	3.230,00
Lencería de dormitorio	Juego	38	19,00	722,00
Closet	U	15	20,00	300,00
Sillas	U	30	7,00	210,00
Lámpara	U	15	5,00	75,00
Utensilios de aseo	Set	38	4,00	152,00
SUMAN				4.689,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

c. Recreativo

Cuadro # 70

Mobiliario y Equipo recreativo

Concepto	Unidad	Cantidad	P.UNITARIO	P. TOTAL
Juego recreativo	Juego	4	150,00	600,00
Redes de vóley	U	3	25,00	75,00
Arcos de futbol	U	4	40,00	160,00
SUMAN				835,00

Fuente: Almacenes ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

c. Equipos de Computación

Cuadro # 71

Equipo de Computación

Concepto	Unidad	Cantidad	P.UNITARIO	P. TOTAL
Computadora	u	2	650,00	1.300,00
Impresora	u	1	250,00	250,00
SUMAN				1.550,00

Fuente: Almacenes ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

d. Mobiliario y equipo de Administración

Cuadro # 72

Mobiliario y equipo de Administración

Concepto	Unidad	cantidad	P. UNITARIO	P. TOTAL
Escritorio	u	2	70,00	140,00
Archivador	u	1	100,00	100,00
Silla	u	2	25,00	50,00
Basurero	u	2	8,00	16,00
extintor de incendio	u	2	125,00	250,00
SUMAN				556,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

6.1.2 Inversión Diferida

Los activos diferidos son por concepto de gastos de registro de la empresa, gastos de estudio de impacto ambiental, servicios jurídicos y licencia ambiental; estas partidas tienen un valor total de 1.080 dólares.

Cuadro # 73

Inversión Diferida

CONCEPTO	MONTO
Gastos de registro	260
Licencia ambiental	500
Servicios jurídicos	120
Costo de Estudio impacto ambiental	200
TOTAL	1080,00

Fuente: Ministerio de Turismo y Medio Ambiente
Elaborado por: La Autora

6.1.3 Capital de Trabajo

El capital de Trabajo está representado por rubros que mantendrá el proyecto para su operación durante un mes, datos actualizados al 2013.

Cuadro # 74

Capital de Trabajo mensual

DESCRIPCIÓN	Nº	UNIDAD	TOTAL
			MENSUAL
SUELDO PERSONAL			
Administrativo			
Gerente	1	Sueldo	650,00
Contador	1	sueldo	450,00
cajera-recepcionista	1	sueldo	318,00
Operativo			
Supervisor Operativo	1	sueldo	550,00
Cocinero	1	sueldo	318,00
Mesero	1	sueldo	318,00
Camarera	1	sueldo	318,00
SUMAN			2.922,00
SERVICIOS			
Agua potable		m3	40,00
energía eléctrica		kw	50,00
teléfono			25,00
SUMAN			115,00
SUMINISTROS DE OFICINA			
Materiales y suministros		mensual	22,90
OTROS			
Materiales de aseo		mensual	50,00
SUMAN			72,90
TOTAL			3.109,90

Fuente: Ministerio de lo Laboral, Complejos Ecoturísticos de la Provincia del Carchi
Elaborado por: La Autora

Cuadro # 75

INVERSIONES TOTALES

ACTIVOS	MONTO	%
INVERSIONES FIJAS	124.872,00	97%
INVERSIONES DIFERIDAS	1.080,00	1%
CAPITAL DE TRABAJO (1 mes)	3.109,90	2%
TOTAL	129.061,90	100%

Fuente: Observación directa
Elaborado por: La Autora

6.2. Fuentes de financiamiento

El financiamiento previsto para la implementación del Complejo de Ecoturismo es el siguiente: recursos propios por el monto de 77.437,14

que representa el 60% de la inversión, y 51.624,76 que es el 40% de la inversión, la cual será financiada a través de la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro # 76

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		PROPIO	FINANCIAMIENTO
ACTIVOS FIJOS	124.872,00	77.437,14	51.624,76
CAPITAL DE TRABAJO	3.109,90		
ACTIVOS PREOPERATIVOS	1.080,00		
TOTAL ACTIVOS	129.061,90		
%	100%	60%	40%

Fuente: Corporación Financiera Nacional
Elaborado por: La Autora

6.2.1 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

El 40% de la inversión total estará financiada por la Corporación Financiera Nacional, a una tasa activa del 10% anual, a 10 años, con un año de gracia, se realizará pagos mensuales de capital e interés.

Cuadro # 77

Tabla de Amortización

CAPITAL	51.624,76	TOTAL AMORT:	51.624,76			
INTERES	10,00%	TOTAL INTER:	30.974,86			
PLAZO AÑOS	10	TOTAL CUOTA:	82.599,62			
GRACIA	1	Fecha de inicio deuda	marzo 1, 2014			
		Días interpagos	360			
PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACION	INTERESES	CUOTA	CAPTAL REDUCIDO	Fechas de pago
1	51.624,76	0,00	5.162,48	5.162,48	51.624,76	febrero 24, 2015
2	51.624,76	5.736,08	5.162,48	10.898,56	45.888,68	febrero 19, 2016
3	45.888,68	5.736,08	4.588,87	10.324,95	40.152,59	febrero 13, 2017
4	40.152,59	5.736,08	4.015,26	9.751,34	34.416,51	febrero 8, 2018
5	34.416,51	5.736,08	3.441,65	9.177,74	28.680,42	febrero 3, 2019
6	28.680,42	5.736,08	2.868,04	8.604,13	22.944,34	enero 29, 2020
7	22.944,34	5.736,08	2.294,43	8.030,52	17.208,25	enero 23, 2021
8	17.208,25	5.736,08	1.720,83	7.456,91	11.472,17	enero 18, 2022
9	11.472,17	5.736,08	1.147,22	6.883,30	5.736,08	enero 13, 2023
10	5.736,08	5.736,08	573,61	6.309,69	0,00	enero 8, 2024

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

6.3. Depreciación de inversiones fijas – amortización de diferidos.

El cálculo de la depreciación se determinó en función de la vida útil de los bienes, su costo de adquisición y su valor estimado de lo que podrá valer el bien al término de su vida útil. Para su cálculo se utilizó los coeficientes de depreciación según Ley del Impuesto a la Renta y su Reglamento. Para la depreciación de edificios el 5%, para equipos de computación el 33%, para muebles y enseres el 10%. La amortización de activos diferidos tiene un valor de 216 dólares para cada año.

Cuadro # 78

DEPRECIACIÓN DE INVERSIONES FIJAS

CONCEPTO	COSTO	%	DEPRECIACION ANUAL					V.S
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Construcción Civil	100.000,00	0,05	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	75.000,00
Mobiliario de restaurante-bar	7.242,00	0,10	724,20	724,20	724,20	724,20	724,20	3.621,00
Mobiliario de hospedaje y recepción	4.689,00	0,10	468,90	468,90	468,90	468,90	468,90	2.344,50
Mobiliario y equipo recreativo	835,00	0,10	83,50	83,50	83,50	83,50	83,50	417,50
Equipos de informática administrativo	1.550,00	0,33	511,50	511,50	511,50	15,50	0,00	0,00
Mobiliario de Administración	556,00	0,10	55,60	55,60	55,60	55,60	55,60	278,00
TOTAL DEPRECIACION ANUAL	14.872,00		1.843,70	1.843,70	1.843,70	1.347,70	1.332,20	81.661,00
AMORTIZACION DE ACTIVOS PREOPERATIVOS								
CONCEPTO	COSTO	AMORTIZACION						
		1	2	3	4	5		
Gastos de constitución	1.080,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00		
TOTAL AMORTIZACION		216,00	216,00	216,00	216,00	216,00		

Fuente: Observación directa
Elaborado por: La Autora

6.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Para determinar los costos y hacer su proyección a los años del estudio (5 años) se utilizó la **tasa de inflación del 4,10%** anual, de esta manera sus costos tienen este incremento. Los costos por concepto de materiales operativos corresponde a productos principales como: carnes, leche y derivados, frutas y verduras, grasas comestibles, especias y condimentos, así como también los costos de los principales servicios a ofertarse. Además el **número de turistas** tanto nacionales y extranjeros está dado por el **crecimiento** de la demanda, de **un 13%**, dato expuesto en el Estudio de Mercado, **Cuadro # 30**.

6.4.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Mediante el estudio de mercado realizado en la Provincia del Carchi, se logró establecer la oportunidad de captar al menos un 23,5% (**cuadro # 46**), de la demanda de turismo alternativo, para determinar el ingreso que tendrá nuestro proyecto, tomamos la cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros y multiplicamos por el valor del servicio, el cual está determinado por los costos

incurrido en el proyecto, precios referenciales de la competencia y precios dispuestos en la Ley de Turismo.

Cuadro # 79

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE SE ESPERA CAPTAR

TIPO DE TURISTAS	DEMANDA TOTAL	% QUE SE ESPERA CAPTAR EN EL COMPLEJO			
		ESCENARIO MODERADO		ESCENARIO OPTIMISTA	
		%	Nº TURISTAS	%	NºTURISTAS
NACIONALES	14.690	0,235	3452	0,350	5.142
EXTRANJEROS	12.514	0,235	2941	0,350	4.380
TOTAL	27.204		6393		9.521

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 80

Proyección de Turistas que visitarán el Complejo

FRECUENCIA	PROYECCIÓN					
	0	1	2	3	4	5
NACIONALES	3452	3901	4408	4981	5629	6360
EXTRANJEROS	2941	3323	3755	4243	4795	5418
TOTAL	6393	7224	8163	9224	10424	11779

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 81

Precio del servicio, turistas nacionales

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
HOSPEDAJE	30	31,23	32,51	33,84	35,23	36,68
BAR Y RESTAURANTE	10	10,41	10,84	11,28	11,74	12,23
RECORRIDO	5	5,21	5,42	5,64	5,87	6,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 82**Precio del servicio, turistas extranjeros**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
HOSPEDAJE	40	41,64	43,35	45,12	46,97	48,90
BAR Y RESTAURANTE	12	12,49	13,00	13,54	14,09	14,67
RECORRIDO	8	8,33	8,67	9,02	9,39	9,78

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Los precios de los servicios para el turista nacional tienen una diferencia del 25% con respecto a los precios establecido para el turista extranjero, ya que una vez realizado el análisis de los precios por servicios en el mercado turístico, los extranjeros tienen mayor poder adquisitivo debido a sus ingresos.

- **VENTAS PROYECTADAS**

Para determinar las ventas se ha considerado un porcentaje de venta para cada servicio, considerando la capacidad instalada, es así que del total de turistas nacionales y extranjero que visitarán el Complejo, un 30% hará uso del hospedaje, 30% de bar-restaurante y un 40% en recorrido, con una estimación del 100% de uso del servicio de recorrido.

Cuadro # 83**Ventas proyectadas turistas nacionales**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
TURISTAS NACIONALES	3.452	3.901	4.408	4.981	5.629	6.360
Hospedaje	31.069,35	36.547,81	42.992,28	50.573,11	59.490,67	69.980,66
Bar-Restaurante	10.356,45	12.182,60	14.330,76	16.857,70	19.830,22	23.326,89
Recorrido	6.904,30	8.121,74	9.553,84	11.238,47	13.220,15	15.551,26
INGRESOS TOTALES	48.330,10	56.852,15	66.876,89	78.669,29	92.541,04	108.858,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 84

Venta proyectada turistas extranjeros

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
TURISTAS EXTRNAJEROS	2.941	3.323	3.755	4.243	4.795	5.418
Hospedaje	35.289,48	41.512,07	48.831,90	57.442,43	67.571,25	79.486,09
Bar-Restaurante	10.586,84	12.453,62	14.649,57	17.232,73	20.271,37	23.845,83
Recorridos	9.410,53	11.069,89	13.021,84	15.317,98	18.019,00	21.196,29
TOTAL INGRESOS	55.286,85	65.035,58	76.503,31	89.993,14	105.861,62	124.528,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 85

Ventas Totales

CONCEPTO	PROYECCIÓN					
	0	1	2	3	4	5
NACIONALES	48.330,10	56.852,15	66.876,89	78.669,29	92.541,04	108.858,80
EXTRANJEROS	55.286,85	65.035,58	76.503,31	89.993,14	105.861,62	124.528,20
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	103.616,95	121.887,73	143.380,19	168.662,42	198.402,67	233.387,01

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

6.4.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

6.4.4 ANÁLISIS DE COSTOS DE ALIMENTACIÓN

Cuadro # 86

DESAYUNO

PRODUCTO: DESAYUNO					
DETALLE: Leche UHT, huevos revueltos, pan integral, mermelada de frutilla, mantequilla light.					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
A. MATERIALES					
Leche	Litros	0,16	0,50	0,08	
Huevos	u	2,00	0,10	0,20	
Pan	u	2,00	0,25	0,50	
Mermelada	u	0,08	1,90	0,15	
Mantequilla	u				
SUBTOTAL A.				0,93	
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO	CANTIDAD	HORAS/ HOMBRE	COSTO / HORA	PRECIO TOTAL	
Cocinero	1	0,10	2,06	0,21	
Chef	1	0,10	3,65	0,37	
SUBTOTAL B				0,57	
C. EQUIPOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO/ MÁQUINA	COSTO / HORA	TOTAL
Cocina Industrial	u	1	0,10	0,02	0,02
Licuada	u	1	0,05	0,00	0,00
Herramienta menor	juego	1	0,10	0,01	0,01
SUBTOTAL B				0,03	
			TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)		1,53
			COSTO INDIRECTO (UTILIDAD)		1,97
GERENTE			COSTO TOTAL CON IVA		3,50

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 87

ALMUERZO

PRODUCTO: ALMUERZO				
RUBRO 1: Entrada				
DETALLE:				
EQUIPOS:				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Camarón	Libra	0,25	4,00	1,00
Legumbres	Varios	0,03	1,00	0,03
Pan	u	3,00	0,03	0,09
TOTAL				1,12
RUBRO 2: SOPA				
DETALLE:				
EQUIPOS:				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Leche	Litros	0,04	0,50	0,02
Papas	Libras	0,09	0,40	0,04
Pollo	Libras	0,26	1,30	0,34
TOTAL				0,39
RUBRO 3: SEGUNDO				
DETALLE:				
EQUIPOS:				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Arroz	Libra	0,20	0,40	0,08
Pollo	Libras	0,33	1,30	0,43
Legumbres	Libras	0,16	1,00	0,16
Chimichurris	Sachet	0,02	0,50	0,01
Aguacate	u	0,25	0,10	0,03
TOTAL				0,70
RUBRO 4: JUGO				
DETALLE:				
EQUIPOS:				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Naranja	u	2,00	0,05	0,10
Azúcar	Libras	0,06	0,45	0,03
TOTAL				0,13

RUBRO 1: POSTRE					
DETALLE:					
EQUIPOS:					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Pastel	u	0,08	0,50	0,04	
Helado	Kg	0,04	3,00	0,12	
TOTAL				0,16	
TOTAL MATERIALES A				1,55	
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO	CANTIDAD	HORAS/ HOMBRE	COSTO / HORA	PRECIO TOTAL	
Cocinero (categoría II)	1	0,06	2,27	0,14	
Chef (Categoría I)	1	0,06	3,40	0,20	
SUBTOTAL B				0,34	
C. EQUIPOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO/ MÁQUINA	COSTO / HORA	TOTAL
Cocina Industrial	u	1	0,06	0,02	0,00
Herramienta menor	JUEGO	1	0,06	0,01	0,00
SUBTOTAL C					0,00
			TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)		1,89
			COSTO INDIRECTO (UTILIDAD)		1,61
GERENTE			COSTO TOTAL		3,50

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 88

PLATO TÍPICO

PRODUCTO: PLATO TÍPICO					
DETALLE:					
CONCEPTO		UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
A. MATERIALES					
Carne de Cerdo		Libra	0,50	2,00	1,00
Papas		Libra	0,20	0,40	0,08
Aguacate		u	0,25	0,10	0,03
Plátano Maduro		u	0,50	0,03	0,02
Empanada		u	1,00	0,25	0,25
Maíz		Libra	0,05	0,90	0,05
Mote		Libra	0,25	0,50	0,13
SUBTOTAL A.					1,54
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO		CANTIDAD	HORAS/HOMBRE	COSTO / HORA	PRECIO TOTAL
Cocinero		1	0,20	2,06	0,41
Chef		1	0,20	3,65	0,73
SUBTOTAL B					1,14
B. EQUIPOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO/ MÁQUINA	COSTO / HORA	TOTAL
Cocina Industrial	u	1	0,20	0,02	0,00
Herramienta menor	juego	1	0,20	0,01	0,00
SUBTOTAL B					0,01
				TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)	2,69
				COSTO INDIRECTO (UTILIDAD)	2,81
GERENTE				COSTO TOTAL	5,50

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 89

COSTOS CONSOLIDADOS

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PRODUCTO: COSTO CONSOLIDADO				
DETALLE:				
PRODUCTO	MD	MOD	MAQUI/ EQUIPOS	TOTAL
1. DESAYUNO AMERICANO (TIPO)	0,93	0,57	0,03	1,53
2. ALMUERZO (TIPO)	3,81	0,60	0,002	4,43
3. MERIENDA (TIPO)	3,81	0,60	0,002	4,43
4. PLATOS TÍPICOS (TIPO)	1,54	1,14	0,01	2,69
ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PRODUCTO: TIPOS DE CARTA				
DETALLE:				
PRODUCTO	MD	MOD	MAQUI /EQUIPOS	TOTAL
A. TIPO DE MENÚS				
MENÚ CLÁSICO	1,42	0,63	0,04	2,09
MENÚ ESPECIALIZADO	1,61	0,71	0,06	2,38
MENÚ ESTACIONAL	1,58	0,72	0,06	2,36
MENÚ INTERNACIONAL	1,8	0,76	0,06	2,62
B. APERITIVOS				
VERMUT	0,88	0,3	0,002	1,182
CAMPARI	0,91	0,32	0,002	1,232
DUBONNET	1,1	0,32	0,002	1,422
BRANDY	0,85	0,32	0,002	1,172
C. BEBIDAS PREPARADAS (COCTEL)				
COINTREOU	0,86	0,28	0,002	1,142
GRAND. MARNIER	0,88	0,28	0,002	1,162
CHARTREUSE	0,91	0,28	0,002	1,192
D. (DESAYUNOS - CAFÉS)				
AMERICANO	0,97	0,57	0,03	1,57
CAPUCHINO	0,42	0,01	0,02	0,45
VIENES	0,65	0,1	0,02	0,77

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

6.4.5 ANÁLISIS DE COSTOS GENERALES DE MATERIALES

Cuadro # 90

Análisis de costos de materiales

CONCEPTO		UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
A. CARNES	PESCADO	Libra	480	1,00
	CAMARÓN	Libra	600	4,00
	POLLO	Libra	1070	1,30
	CERDO	Libra	1440	2,00
	PAVO	Libra	800	2,50
B. LECHE Y DERIVADOS	EMBUTIDOS	Libra	1600	4,00
	LECHE	litro	3600	0,50
	QUESO	u	1200	1,40
	MANTEQUILLA	libra	48	1,40
	YOGUR	litro	1920	1,30
C. SUSTANCIAS AMILACIAS	PAN	u	14400	0,20
	HARINAS	libras	240	0,35
	CEREALES	caja	1440	3,00
D. LEGUMINOSAS	VERDURAS EN GENERAL	varias	360	5,75
	FRUTAS EN GENERAL	kg	720	4,00
E. GRASAS	ACEITES	litros	1080	1,10
	MANTECAS	libras	120	0,60
F. CONDIMENTOS	VINAGRE	litros	360	0,50
	OTROS CONDIMENTOS	varios	360	3,00
G. BEBIDAS	RONES	botellas	200	15,00
	WISQUIS	botellas	300	30,00
	SODAS EN GENERAL	java	720	11,00
H. CEREALES Y OTROS	ARROZ	qq	72	40,00
	AZÚCAR	qq	86	45,00
	SAL	libras	90	0,20

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

6.4.3 ANÁLISIS DE COSTOS POR SERVICIOS

Cuadro # 91

Análisis de Costos por Servicio

CONCEPTO	COSTO/DIRECTO (MD +MOD	NUME/ AÑO	TOTAL/ AÑO
HOSPEDAJE	3,10	1500	4.650,00
RECORRIDO	3,00	2300	6.900,00
DESAYUNO AMERICANO (TIPO)	1,53	1500	2.295,00
ALMUERZO (TIPO)	4,43	1500	6.642,00
MERIENDA (TIPO)	4,43	1500	6.642,00
PLATOS TÍPICOS (TIPO)	2,69	1500	4.035,00
BEBIDAS PREPARADAS (COCTELL)			-
COINTREOU	1,14	100	114,00
GRAND. MARNIER	1,16	100	116,00
CHARTREUSE	1,19	100	119,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MAS MATERIALES DIRECTOS			31.513,00

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

. Cuadro # 92

Costos de Servicios Turísticos proyectados

	0	1	2	3	4	5
COSTOS DE MATERIALES	31.513,00	32.805,03	34.150,04	35.550,19	37.007,75	38.525,07
TOTAL COSTOS ALIMENTACIÓN		32.805,03	34.150,04	35.550,19	37.007,75	38.525,07

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

Para determinar los costos que tendrá cada servicio, se realizó un análisis de costos unitarios de los materiales e insumos que serán necesarios para operar en la nueva unidad de servicio, para el primer año, se estima un costo de 31.513,00, y para determinar el incremento del costo para los siguientes años se toma la tasa de inflación anual de 4,10%.

6.5. Gastos administrativos, operacionales y ventas

Representan un rubro importante en el funcionamiento de la empresa. Constituyen egresos de variada índole que se incurrirán en cada ejercicio económico para atender gastos relacionados con el personal de administración como; sueldos, beneficios sociales, obligaciones patronales y otros relacionados con la operación misma de la empresa (luz, agua, y otros). Los gastos administrativos en los que incurrirá el proyecto son: por pago a personal, por servicios básicos, insumos de oficina, y publicidad y promoción, que representan gastos desembolsables que corresponden al primer año de operación de la empresa. Los gastos que no representan desembolsos corresponden a depreciación de construcción, equipos, muebles, amortización. En el cuadro siguiente se muestran el cálculo de la tasa de incremento de los sueldos en últimos cinco años y posteriormente se realiza la proyección en los siguientes cinco años.

Cuadro # 93

Proyección del sueldo y salario

Años	Sueldo básico mensual	Tasa de crecimiento
2008	202	
2009	218	7,34%
2010	240	9,17%
2011	264	9,09%
2012	292,94	9,88%
2013	318	7,88%
	Suma	43,36%
	Promedio	8,67%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro # 94

Sueldo Básico proyectado

Personal	0	1	2	3	4	5
Sueldo	318	345,57	375,54	408,11	443,49	481,95

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 95

Sueldo personal Administrativo

Sueldo real mensual	0	1	2	3	4	5
Gerente	650,00	701,87	757,87	818,34	883,64	954,15
Contador	450,00	485,91	524,68	566,55	611,75	660,57
Recepcionista	318,00	345,57	375,54	408,11	443,49	481,95
Total		1.533,35	1.658,09	1.793,00	1.938,89	2.096,67

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 96

Remuneración Anual personal Administrativo

Años	1	2	3	4	5
Salario básico unificado	18.400,18	19.897,10	21.515,95	23.266,69	25.160,06
Aporte patronal	2.051,62	2.218,53	2.399,03	2.594,24	2.805,35
Décimo tercer sueldo	1.533,35	1.658,09	1.793,00	1.938,89	2.096,67
Décimo cuarto sueldo	1.036,72	1.126,62	1.224,32	1.330,48	1.445,85
Vacaciones	766,67	829,05	896,50	969,45	1.048,34
Fondos de reserva		1.533,35	1.658,09	1.793,00	1.938,89
Total sueldos administrativos	23.788,55	27.262,74	29.486,89	31.892,74	34.495,15

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 97**Cálculo de remuneraciones con beneficios de ley**

Concepto	Referencia	Detalle
Aporte Patronal	11,15%	Del total de la remuneración
Décimo tercer sueldo	12 ava	Parte de la sumatoria de ingresos percibidos en el año dividido para 12
Décimo Cuarto Sueldo	1	Remuneración Básica unificada
Vacaciones	24 ava	Parte del total de remuneraciones percibidas en el año
Fondos de reserva	12 ava	Parte del total de remuneraciones percibidas durante todo el año y se paga a partir del segundo año

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Cuadro # 98**Sueldos personal operativo**

Sueldo real mensual	0	1	2	3	4	5
Supervisor Operativo	550,00	593,89	641,28	692,45	747,70	807,36
Cocinero	318,00	345,57	375,54	408,11	443,49	481,95
Mesero	318,00	345,57	375,54	408,11	443,49	481,95
Camarera	318,00	345,57	375,54	408,11	443,49	481,95
Suman	1.630,61	1.767,90	1.916,76	2.078,18	2.253,21	

Fuente: Ministerio de lo Laboral
Elaborado por: La autora

Cuadro # 99

Remuneraciones Totales de personal operativo

Años	1	2	3	4	5
Salario básico unificado	19.567,34	21.214,77	23.001,13	24.938,15	27.038,53
Aporte patronal	2.181,76	2.365,45	2.564,63	2.780,60	3.014,80
Décimo tercer sueldo	1.630,61	1.767,90	1.916,76	2.078,18	2.253,21
Décimo cuarto sueldo	1.382,30	1.502,16	1.632,42	1.773,97	1.927,80
vacaciones	815,31	883,95	958,38	1.039,09	1.126,61
Fondos de Reserva		1.630,61	1.767,90	1.916,76	2.078,18
Total sueldos operativos	25.577,31	29.364,84	31.841,22	34.526,75	37.439,13

Fuente: Ministerio de lo Laboral

Elaborando por: La Autora

Cuadro # 100

Suministros de Oficinas

Descripción	Cantidad	costo unitario	costo	v. total mes	V. T.año
Materiales de oficina					
Carpetas archivadora	U	2	2,70	5,40	64,80
Resma papel bond	U	2	5,00	10,00	120,00
facturas	U	1	4,50	4,50	54,00
esferos	U	5	0,60	3,00	36,00
Suman				22,90	274,80

Materiales y Suministros Proyectados

Materiales	1	2	3	4	5
Total suministros	286,07	297,80	310,01	322,72	335,95

Fuente: Almacenes de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 101

Servicios básicos

Descripción	Mensual	Anual
Agua potable	40,00	480,00
Luz eléctrica	50,00	600,00
servicio telefónico	25,00	300,00
Total	115,00	1.380,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 102

Servicios básicos proyectados

Servicios Básicos proyectados	1	2	3	4	5
Agua potable	499,68	520,17	541,49	563,69	586,81
Luz eléctrica	624,60	650,21	676,87	704,62	733,51
Servicio telefónico	312,30	325,10	338,43	352,31	366,75
Total	1.436,58	1.495,48	1.556,79	1.620,62	1.687,07

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 103

Suministros de Limpieza

Materiales de aseo	Mensual	50	600,00
--------------------	---------	----	--------

Suministros de limpieza proyectados

Suministros de limpieza proyectados	1	2	3	4	5
Suministros de limpieza	624,60	650,21	676,87	704,62	733,51

Fuente: Almacenes de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La autora

Cuadro # 104**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Subtotal Gastos Administrativos y operativos	53.772,81	61.130,76	65.931,47	70.631,14	76.239,00
Pago de personal administrativo	23.788,55	27.262,74	29.486,89	31.892,74	34.495,15
Pago de personal operativo	25.577,31	29.364,84	31.841,22	34.526,75	37.439,13
Servicios Básicos	1.436,58	1.495,48	1.556,79	1.620,62	1.687,07
Suministros de oficina	286,07	297,80	310,01	322,72	335,95
Insumos de limpieza	624,60	650,21	676,87	704,62	733,51
Gasto Depreciación	1.843,70	1.843,70	1.843,70	1.347,70	1.332,20
Gastos amortización	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
(+)Imprevistos 5%	2.688,64	3.056,54	3.296,57	3.531,56	3.811,95
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	56.461,45	64.187,30	69.228,05	74.162,70	80.050,95

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 105**Gastos de Venta**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD	95	1140
Total		1140

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 106**Gasto de Venta proyectado**

	1	2	3	4	5
Publicidad anual	1.186,74	1.235,40	1.286,05	1.338,78	1.393,67
Total Publicidad	1.186,74	1.235,40	1.286,05	1.338,78	1.393,67

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro # 107**Gastos de Venta Total**

	1	2	3	4	5
Publicidad anual	1.186,74	1.235,40	1.286,05	1.338,78	1.393,67
Total Publicidad	1.186,74	1.235,40	1.286,05	1.338,78	1.393,67
(+) Imprevistos	59,34	61,77	64,30	66,94	69,68
TOTAL GASTOS DE VENTA	1.246,08	1.297,17	1.350,35	1.405,71	1.463,35

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.6. Gastos financieros

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito a adquirir por un monto de 51.624,76 dólares a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 10 años. Por intereses (Gastos financieros) a partir del segundo año se tendrá 5.162,48, y para quinto año 3.441,65 dólares. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro # 108**GASTOS FINANCIEROS**

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
		0	1	2	3	4
AÑO						
Costos de financiación (intereses)		0,00	5.162,48	4.588,87	4.015,26	3.441,65
PAGO DE CAPITAL		0,00	5.736,08	5.736,08	5.736,08	5.736,08

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio o Producción Mínima económica que tendrá el Complejo en su etapa operativa considerando los costos operativos, no

operativos y los ingresos, a continuación se muestra la siguiente fórmula y la información requerida para establecer el Punto de Equilibrio para el Turismo Nacional y Turismo Extranjero.

Fórmula:

$$\text{PE. Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{PVu}-\text{CVu}}$$

$$\text{PE\$} = \text{PE Unidades} * \text{PVu}$$

Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CFt= Costos Fijos Totales

PVu= Precio de venta unitario

CVu= Costo variable unitario

- **Información general del primer año para establecer el Punto de Equilibrio**

Cuadro # 109

Costos fijos y variables

Costos Fijos	
Depreciación	1.843,70
Amortización	216,00
Sueldos Administrativos y operativos	49.365,86
Publicidad	1.246,08
Total Costos fijos	52.671,64
Costos Variables	
Gastos servicios básicos	1.436,58
suministros de oficina	286,07
Suministros de limpieza	624,60
Gasto interés	5.162,48
total Costo variable	7.509,72
Costo Total	60.181,36

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro # 110

Ventas totales por los servicios

Ventas totales	121.887,73	100%
Turista nacional	56.852,15	46,64%
Turista extranjero	65.035,58	53,36%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro # 111

Prorrateo Costos fijos y variables

		Servicio t. Nacional 46,64%	Servicio T. extranjero 53,36%
Costo fijo	52.671,64	24.567,65	28.103,98
Costo variable	7.509,72	3.502,76	4.006,96
Costo Total	60.181,36	28.070,42	32.110,94

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- **Determinación del Costo Variable unitario**

Cuadro # 112

Cálculo del costo variable unitario

# Turistas Nacionales	3901	C.variable unitario	0,90	(3.502,76/3901)
# Turistas extranjeros	3323	C.variable unitario	1,21	(4.006,96/3323)

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro # 113

Punto de Equilibrio Turismo Nacional

Aplicación:	Turista Nacional			Punto de Equilibrio	
	% visitas	# visitas	P. servicio	PE unidades	PE \$
Servicios	100%	3901	45,00	557	25.067,86
		Suman		557	25.067,86

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Significa que se deberá tener el ingreso de de al menos 557 turistas nacionales, utilizando todos los servicios, con un ingreso de 25.009,16 dólares, para comenzar a recuperar la inversión fija y variable.

Cuadro # 114

Punto de Equilibrio Turismo Extranjero

Aplicación :	Turista Extranjero			Punto de Equilibrio	
	% visitas	# visitas	P. servicio	PE unidades	PE \$
Servicios	100%	3323	60	478	28.680,36
		Suman		478	28.680,36

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Significa que se deberá tener el ingreso de de al menos 478 turistas nacionales, utilizando todos los servicios, con un ingreso de 28.680,36 dólares, para comenzar a recuperar la inversión fija y variable.

6.8. Estados Financieros Inicial y Proyectados

6.8.1 Estado de Situación Inicial

En el siguiente cuadro se muestra las inversiones que tendrá la Empresa al inicio de su operación, para lo cual tenemos como activos un valor de 129.061,90, Pasivos que corresponde a las obligaciones financieras por un valor de 51.624,76 y el capital por 77.437,14, valor que es el aporte de los socios.

Cuadro # 115

**COMPLEJO ECOTURÍSTICO NUEVO AMANECER
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos circulantes:	3.109,90	Deuda por pagar	51.624,76
Capital de Trabajo	3.109,90		
Activos fijos:	124.872,00	Total pasivos	51.624,76
Terreno	10.000,00	PATRIMONIO:	
Construcción civil	100.000,00		
Mobiliario de restaurant - bar	7.242,00	Capital Propio:	77.437,14
Mobiliario de hospedaje y recepción	4.689,00		
Mobiliario y equipo recreativo	835,00		
Equipos de informática administrativo	1.550,00		
Mobiliario de Administración	556,00		
Activos diferidos	1080,00		
Inversión diferida	1080,00		
TOTAL ACTIVO	129.061,90	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	129.061,90

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

6.8.2 Estado de Resultado Proyectado

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se basó en los ingresos totales y los costos – gastos totales de los periodos o ejercicios económicos proyectados. El estado de pérdidas y ganancias representa los resultados proyectados de los ejercicios económicos en términos de ingresos por ventas y los egresos operativos y no operativos que tendrá la empresa a fin de mostrar la utilidad o pérdida. .

Cuadro # 116

Estado de Resultados

CONCEPTO	PROYECCIÓN				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	121.887,73	143.380,19	168.662,42	198.402,67	233.387,01
(-) Costos de materiales de alimentación	32.805,03	34.150,04	35.550,19	37.007,75	38.525,07
Utilidad Bruta	89.082,70	109.230,15	133.112,23	161.394,92	194.861,94
(-) Gastos de Administración	56.461,45	64.187,30	69.228,05	74.162,70	80.050,95
(-) Gastos de Ventas	1.246,08	1.297,17	1.350,35	1.405,71	1.463,35
(=) Utilidad Operacional	31.375,17	43.745,68	62.533,83	85.826,50	113.347,64
Costos Financieros	0,00	5.153,20	4.580,62	4.008,04	3.435,46
Utilidad Antes de Participación	31.375,17	38.592,49	57.953,22	81.818,46	109.912,18
15% Participación de Utilidades	4.706,28	5.788,87	8.692,98	12.272,77	16.486,83
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	26.668,90	32.803,62	49.260,23	69.545,69	93.425,35
Impuesto a la Renta	5.867,16	7.216,80	10.837,25	15.300,05	20.553,58
Utilidad Neta	20.801,74	25.586,82	38.422,98	54.245,64	72.871,77

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La utilidad que tendrá el proyecto es:

% utilidad neta = $20.801,74/121.887,73$

% utilidad= 17%, significa que el 100% de ingresos por las ventas, el proyecto alcanzará el 17% de utilidad.

6.8.3 Flujo de Caja

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en su fase de inversión y operacional son: Inversión total que corresponde a 129.061,90 dólares; para los próximos cinco años se considera como entrada de efectivo las depreciaciones de activos fijos, se suma además la amortización del activo diferido, más la utilidad neta y la recuperación de venta de activos, en este último valor se considera la revalorización del terreno, a todo esto se resta a partir del segundo año de operación los pagos del préstamo, y en el cuarto año se hace la adquisición de nuevo equipo de computación.

Cuadro # 117

Flujo de Efectivo

CONCEPTO	INVERSIÓN	PROYECCIÓN				
	0	1	2	3	4	5
Entradas de Efectivo						
Inversión						
Aporte Personal	77.437,14					
Crédito	51.624,76					
(+)Depreciación Activo Fijo		1.843,70	1.843,70	1.843,70	1.347,70	1.332,20
(+)Amortización Activo Diferido		216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
(+)Utilidad Neta		20.801,74	25.586,82	38.422,98	54.245,64	72.871,77
(+)Recuperación de venta de Activos						96.661,00
(-)Reinversión Equipo de Computo					1.550,00	
(-)Gastos financieros (interés)		0,00	5.162,48	4.588,87	4.015,26	3.441,65
(-)Pago de préstamo		0,00	5.736,08	5.736,08	5.736,08	5.736,08
FLUJO NETO	-129.061,90	22.861,44	16.747,96	30.157,73	44.508,00	161.903,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

6.9. Evaluación Económica y Financiera

Es una técnica que permite llegar a conclusiones sobre la situación financiera de los resultados operacionales en un ejercicio económico o periodos como objetivo fundamental. Los indicadores o índices analizados permiten el conocimiento de la posición financiera del proyecto en el primer año de funcionamiento y constituirá un importante elemento para la toma de decisiones gerenciales y fijación de políticas.

6.9.1 Indicadores de endeudamiento

Los índices de endeudamiento brindaran parámetros de referencia para el estudio económico-financiero del proyecto

$$\begin{aligned} \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \\ &= \frac{51.624,76}{129.061,90} \end{aligned}$$

$$= 0,40$$

Significa que el 40% del activo total está representado por todos los pasivos con terceros a la fecha del balance.

$$\text{Índice de Patrimonio} = \frac{\text{Capital o Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$$

$$= \frac{77.437,14}{129.061,90}$$

$$= 0,60$$

Significa que el 60% del activo total corresponde a los socios del Complejo Ecoturístico.

6.9.2 Indicadores de rendimiento.

Estos indicadores permiten visualizar la rentabilidad, la efectividad que tendrá el Complejo de Ecoturismo en los años proyectados. Los indicadores calculados son:

- **Margen bruto de utilidad.**

El margen bruto de utilidad en este año será del 73% lo que significa una utilidad de 73 centavos por cada dólar vendido.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

$$= \frac{89.082,70}{121.887,73} \times 100$$

$$= 73\%$$

- **Margen operacional de utilidad.**

La utilidad operacional es de 26 % en este periodo, lo que significa que por cada dólar proveniente de ventas generan 26 centavos de utilidad operacional.

$$\begin{aligned}\text{Margen operacional de utilidad} &= \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}} \times 100 \\ &= \frac{31.375,17}{121.887,73} \times 100 \\ &= 26\%\end{aligned}$$

- **Margen neto de utilidad.**

El margen neto de utilidad de la empresa en el año uno será de 17%, relacionado los gastos y los costos operacionales incurridos en este año en relación a los ingresos que tendrá el proyecto.

$$\begin{aligned}\text{Margen neto de utilidad} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100 \\ &= \frac{20.801,74}{121.887,73} \times 100 \\ &= 17\%\end{aligned}$$

6.9.2 Análisis financiero

- **Cálculo del costo de oportunidad de la inversión (CK)**

El costo de capital del proyecto, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa pasiva de enero del año 2013 que es de 4,53% y la tasa activa del sector financiero que es del 10%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro # 118

COSTO DE OPORTUNIDAD

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	77.437,14	60	4,53%	2,72%
Capital Financiado – CFN	51.624,76	40	10,00%	4,00%
Total	129.061,90	100	14,53%	6,72%

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

El costo de oportunidad (CK) o la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del proyecto son de 6,88%. Para calcular la tasa de actualización se aplicó la siguiente ecuación:

Tasa de Redescuento (T.M.A.R)

$$T.M.A.R = (1+CK) \cdot (1+Inflación) - 1$$

$$T.M.A.R = (1+0,0672) \cdot (1+0,0410) - 1$$

$$T.M.A.R = 11,10\%$$

El 11,10% constituye la tasa de redescuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

- **Valor actual neto (VAN)**

El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa.

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(t)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (11,10%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(11,33\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(11,10\%)} = -129.061,90 + \frac{22.861,44}{(1+0,1110)^1} + \frac{16.747,96}{(1+0,1110)^2} + \frac{30.157,73}{(1+0,1110)^3} + \frac{44.508,00}{(1+0,1110)^4} + \frac{161.903,24}{(1+0,1110)^5}$$

$$VAN = -\$129.061,90 + \$181.029,52$$

$$VAN = \$51.967,62$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 11,10%, rinde el 11,10% anual en términos constantes y en adición generara una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$51.967,62, por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedieron a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+i)^5}$$

$$TIR = -129.061,90 + \frac{22.861,44}{(1+0,1110)^1} + \frac{16.747,96}{(1+0,1110)^2} + \frac{30.157,73}{(1+0,1110)^3} + \frac{44.508,00}{(1+0,1110)^4} + \frac{161.903,24}{(1+0,1110)^5}$$

$$129.061,90 = 129.061,90$$

$$TIR = 21,37\%$$

Interpretando el resultado se tiene, que la inversión de \$129.061,90 del proyecto generará una rentabilidad anual del 21,37% que supera al costo de oportunidad (CK= 11,10%) en 10,27%, lo que significa que el proyecto es viable.

- **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de descuento del 11,10% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto, teniendo como resultado que, la inversión del proyecto se recuperará en 4 años y 5 meses.

$$PRI = \sum FCN_{(11,10\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro # 119
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FEN ACTUALIZADOS	FEN ACUMULADO	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
0	129.061,90			4 Años y 5 meses
1		20.578,18	20.578,18	
2		13.569,66	34.147,84	
3		21.994,24	56.142,08	
4		29.218,09	85.360,17	
5		95.669,35	181.029,52	

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

Tiempo en meses:

$$PRI = 129.061,90 - 85.360,17$$

$$PRI = 43.701,73$$

$$PRI = 95.669,35 / 12$$

$$PRI = 7.972,45$$

$$PRI = 43.701,73 - 7.972,45 / 360$$

$$PRI = 43.679,58$$

Reemplazar en regla de tres simple:

$$\frac{95.669,35}{43.679,58} = \frac{12}{X}$$

$$\frac{43.679,58}{95.669,35} = \frac{X}{12}$$

$$X = 5 \text{ meses}$$

- **Relación beneficio / costo**

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 11,10%, es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(11,10\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{181.029,52}{129.061,90} = 1.40$$

Cuadro # 120
BENEFICIO COSTO

AÑOS	INVERSIÓN	FEN ACTUALIZADOS
0	129.061,90	
1		20.578,18
2		13.569,66
3		21.994,24
4		29.218,09
5		95.669,35
	Suman	181.029,52

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.40, lo que significa que el proyecto es aceptable desde este punto de vista, con un retorno de 0,40 por cada dólar invertido.

6.10. Resumen de evaluación de la Inversión

Cuadro # 121

Evaluación de la Inversión

Evaluación Financiera	Criterios de Evaluación	Valor	Resultado
TRM		11,10%	
VAN	VAN>0	51.967,62	Aceptable
TIR %	TIR>TRM	21,37%	Aceptable
PRI		4,5	Años, aceptable
B/C	B/C>1	1,40	Aceptable

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Una vez analizado el estudio económico y financiero se puede concluir que el proyecto es factible.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO.

Por evaluación de impactos se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales, sociales, económicas o de otra índole que pueden ser positivas o negativas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto. El objetivo principal de la evaluación de impactos es determinar en forma cualitativa y cuantitativa los indicadores que el proyecto modifica o modificará sean estos positivos o negativos.

7.1. HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS

Se utilizó como herramienta de validación de impactos la siguiente escala de valoración:

Cuadro # 122

Herramientas de validación de Impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Observación directa
Elaborado por: La Autora

Estos valores al ser medidos los impactos pueden ser positivos o negativos según la magnitud y la medición subjetiva aplicada. Para

sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos sean estos negativos o positivos.

7.2. IMPACTOS NEGATIVOS

Para la implementación de cualquier proyecto en el área de turismo en general, se debe hacer referencia obligatoriamente en el sistema de gestión medio ambiental (SGMA) que está enmarcado bajo la norma ISO 14001 plantea que todos los proyectos turísticos tienen efectos positivos y negativos lo que es pertinente los que realizan estos estudios identifiquen estos impactos.

Los impactos negativos que posiblemente podrá causar en la etapa de construcción del área física del complejo de ecoturismo y en la operatividad. Para identificar los principales impactos se determinó los procesos principales que tendrá la empresa; basado en la siguiente información:

- Diagrama de los procesos
- Infraestructura que tendrá la empresa (edificios)
- Equipos que se utilizara para la producción
- Personal que utilizara en la empresa

Los posibles impactos negativos que tendrá la empresa son los siguientes:

7.2.1 Descripción de los impactos

El impacto sobre el agua no afecta al entorno local y a la ecología hidrográfica del sector, ya que no se contamina los recursos hidrológicos potables por lo que las aguas servidas se desalojan en una piscina de oxidación, para el tratamiento de este tipo de aguas, como medida de mitigación.

a) Sobre el Suelo

Los impactos que se puede ocasionar sobre el suelo es mínimo no significativo ya que se construirá el complejo en suelos de potencialidad agrícola o ganadera, por lo tanto se tendrá que pedir autorización en el Municipio del cantón Montúfar, para el cambio de uso de suelo.

De acuerdo a la normatividad de evaluación ambiental internacional y en relación a la ordenanza para la protección de la calidad ambiental de derechos generados por esta actividad económica no son significativas y no alteran el medio ambiente y el entorno espacial donde se localizará el complejo de ecoturismo.

- **Calificación del Impacto con respecto al suelo**

La calificación de este impacto es la siguiente

Cuadro # 123

Calificación del impacto con respecto al suelo

Componente	construcción	Operatividad	Transporte de turistas	Visita de turistas	Complejo de ecoturismo
Suelo	-1	-1	-2	0	0

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.33) en las acciones que se ejecutará que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

- **Descripción del impacto sobre el suelo**

El impacto sobre el suelo no es significativo por tener una calificación de muy bajo y no se afecta a ninguna alteración del ecosistema, no se destruye ningún suelo en etapa de degradación tampoco se deteriora suelos de uso agrícola con alto significado de producción.

a) El aire

El proceso operativo del complejo de ecoturismo no tiene riesgos referentes a la contaminación del aire debido a que en esta actividad económica no se emana ningún tipo de gas tóxico al aire circundante donde se localice el complejo de ecoturismo.

- **Calificación del Impacto con respecto al aire**

La calificación de este impacto es la siguiente:

Cuadro # 124
Calificación del impacto con respecto al aire

Componente	construcción	Operatividad	Transporte de turistas	Visita de turistas	Complejo de ecoturismo
Aire	-2	-1	-2	-1	-1

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.4) en las acciones que se ejecutara que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

- **Descripción del impacto sobre el aire**

El impacto sobre el aire que genera este tipo de actividad económica no tiene riesgos para la población que se localiza en su entorno y no requiere medidas de seguridad.

b) Vegetación y Fauna.- Este impacto negativo no existe por cuanto no se ocasionará daños a la vegetación y fauna de alta significancia del sector. En el sitio donde se implementara el proyecto no existe una vegetación en vías de extinción, no existen especies forestales ni frutales que estén en procesos de desaparecer.

Cuadro # 125

Calificación del Impacto sobre la vegetación y fauna

Compo nente	constru cción	Operatividad	Transporte de turistas	Visita de turistas	Comple jo de ecoturi smo
Vegeta ción y fauna	-2	-1	-1	0	0

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.33) en las acciones que se ejecutara que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

- **Descripción del impacto sobre la flora y fauna.-** Los riesgos de alterar la flora y la fauna no existen por lo tanto sus valores son muy bajos, ya que no existe derrames filtraciones o vertidos de soluciones liquidas u otros materiales que podrán ser vertidos en el área de acción del proyecto y que cause un efecto negativo a la fauna o flora del sector. No se tiene efectos tóxicos de tipo irreversible que afecte a este recurso natural.

7.2.1 Etapa de construcción del complejo ecoturístico

En la etapa de construcción del complejo los efectos negativos, son el cambio del entorno espacial, paisajista, natural con la edificación, por tanto como medida de mitigación se construirá, cabañas tipo, utilizando ladrillo visto y cubiertas de madera con teja vidriada, para que guarde relación con el entorno.

7.3. IMPACTOS POSITIVOS.

Los impactos positivos que generara el proyecto en forma hipotética pero tangible de medir cuando ponga en acción las capitulaciones realizadas en los componentes del mismo y son principalmente de carácter interno al complejo de ecoturismo; son los siguientes:

Cuadro # 126

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Indicadores	1	2	3	4	5
Mejoramiento económico de algunas familias del área de acción del proyecto			x		
Beneficio / Costo de operación				X	
Mantener la operación de servicios de ecoturismo.			x		
Márgenes de rentabilidad para los empresarios.				X	
Generación de venta de artesanías de la localidad				X	
Remuneración a personal operativo y administrativo			x	X	
Total	0	0	9	16	0

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.63 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es beneficioso y el más significativo para la empresa porque la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad esperados. Se aspira una rentabilidad operativa que maximiza las utilidades planeadas en las diferentes áreas organizacionales

(administración, operativo, finanzas). Los flujos de fondos por conceptos de ventas de los servicios superan en forma significativa los costos y gastos que requiere la empresa por lo tanto le da una alta valoración económica a la organización. Su efecto externo puede ser cuantificable mediante la aportación el mejoramiento económico de las familias que se encuentran en el área de acción del proyecto, ya que podrán vender sus artesanías a los turistas.

7.3.1 Impacto Social

Los impactos sociales que genera el proyecto son internos y externos. Los internos están representados por el mejoramiento económico y de calidad de vida del personal o talento humano que laborará en el complejo. Otro indicador importante social es la interrelación de los aspectos socio culturales del sector con los turistas.

Cuadro # 127

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Indicadores	1	2	3	4	5
Mejoramiento del nivel de vida	x				
Salarios y beneficios sociales		x			
Mejoramiento de trabajo en equipo		x			
Desarrollo social de las poblaciones del área de acción del proyecto			x		
La satisfacción de los turistas que optan por el ecoturismo				x	
Cultura empresarial al servicio de ecoturismo				X	
Total	1	4	3	8	0

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3.5 que significa impacto positivo “medio”.

7.3.2 Educativo – Cultural

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración

Cuadro # 128

MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL

Indicadores	1	2	3	4	5
Cultura de trabajo en equipo			x		
Aprendizaje de culturas por parte de los turistas					x
Acceso a manifestaciones culturales del sitio.				x	
Mejoramiento continuo de procesos					x
Cultura organizacional					x
Enfoque sistemático de gestión empresarial				x	
Interrelación de habilidades y aprendizajes en la operación y administración del complejo de ecoturismo.				X	
Total	0	0	3	12	15

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.28 que significa impacto positivo “alto”. Que significa un aporte a la educación y cultura del personal que trabaje en la organización; los indicadores de la matriz son los más significativos al analizar este impacto.

En el ámbito externo el impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura holística del proyecto que puede servir como una guía de todos los indicadores de la matriz.

Cuadro # 129

MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO

Indicadores	1	2	3	4	5
Demanda de sus servicios			x		
Mercado meta fijo				X	
Precios acorde a la oferta y demanda			x		
Canales de marketing apropiados				x	
Fijación de mercado			x		
Mejorar los procesos de oferta de servicio de ecoturismo				x	
Aumentar la oferta de servicios de turismo alternativo		x			
Mejoramiento de los servicios de ecoturismo				x	
Validación de los servicios				X	
Total	0	2	9	20	0

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: la autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.44 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es altamente positivo y de validación para la implementación del complejo de ecoturismo ya que ofertara productos y servicios turísticos y complementarios de calidad, de atención al cliente diferenciada, precios razonables lo que causa un impacto positivo en el desarrollo de la parroquia de Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi.

7.4. MATRIZ CONSOLIDADA DE IMPACTOS POSITIVOS

Cuadro # 130

MATRIZ CONSOLIDADA DE IMPACTOS POSITIVOS

NIVEL DE IMPACTO	1	2	3	4	5
Económico				X	
Social				X	
Educativo – cultural				x	
Comercial o mercadeo				X	
Empresarial			x		
Total	0	0	3	16	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

7.4.1 Nivel de impacto del proyecto

$19 / 5 = 3.8$ impacto positivo alto.

Al medir los impactos positivos que genera el proyecto con la matriz general se establece que tendrá un impacto positivo alto, lo que sustenta el proyecto desde este punto de vista.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar el ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO UBICADO EN LA PARROQUIA PIARTAL, CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARCHI, se llegó a determinar la viabilidad que tendrá la implementación de este servicio en este sector, para lo cual se detalla el cumplimiento de cada uno de los objetivos expuestos al iniciar este estudio.

- El Diagnostico situacional permitió determinar la realidad económica social de Piartal y sus comunidades, en donde su principal ingreso proviene del cultivo de la papa y de la comercialización de la leche, con un bajo porcentaje a otras actividades como es la crianza de animales menores, los tejidos y el cultivo de huertos familiares orgánicos, actividades que generarían un gran potencial turístico.
- Para facilitar la comprensión de temas muy relevantes tratados en el proyecto, se ha recurrido a información bibliográfica, permitiendo sustentar en forma segura y veraz la construcción del proyecto, además que contribuye de una manera positiva a la investigación y al buen hábito de la lectura.
- El Estudio de Mercado, considerado la parte más sensible del proyecto ya que mediante una investigación del comportamiento del mercado, ha permitido determinar cuál es la demanda, la oferta y la oportunidad de mercado que tendrá nuestro proyecto en el sector turístico, además se pudo evidenciar que no existen Convenios de Cooperación Interinstitucional en donde los Gobiernos locales puedan contribuir al mejor servicio del turistas, ya que en los tres lugares visitados no gozan de buena carretera y señalización, en donde se pudiera brindar una imagen mejor al turista.
- En el Estudio Técnico se ha determinado la localización estratégica del servicio a ofertar al turista, la capacidad de instalada, el

financiamiento, el proyecto en relación a la tecnología, los productos a ofertarse, la característica de cada uno de los productos y servicios, en definitiva la manera como operara la unidad de servicio para atraer al turista nacional y extranjero.

- En la Organización de la Empresa se pudo identificar el tipo de empresa, la estructura del capital, el nivel de planificación, la licencia de funcionamiento para poder operar, la misión, visión, los principios y valores, la organización de su personal para dar un mejor servicio al cliente.
- Con el Estudio Financiero se llega a la conclusión que es un proyecto viable, que genera una rentabilidad muy alta, que además los costos de producción son muy bajos y los precios finales que se establecen están con relación a la competencia, dejando un margen de utilidad satisfactorio, en los que tiene que ver a las inversiones en la construcción de la unidad de servicio no es costosa ya que la utilización de material de la zona ayuda a bajar costos.
- Los Impactos analizados nos ha permitido saber en forma técnica el grado de afectación que tendrá el proyecto para el medio ambiente, el entorno social y en la economía local, dando como resultado una calificación muy alta, lo que significa que el proyecto llegara a contribuir al manejo adecuado y responsable del medio ambiente, rescatar la cultura local y mejorar las condiciones de vida de la población.

RECOMENDACIONES

- El Turismo debe considerarse en la provincia del Carchi como uno de los principales servicios que generan riqueza, para lo cual se hace un llamado a los Gobiernos Locales, Gobiernos no Gubernamentales y Asociaciones de carácter productivo a unirse e invertir en nuevos emprendimientos, que permitan fortalecer la economía local y provincial, brindando un servicio de calidad al turista nacional y extranjero.
- Propiciar reuniones con los representantes de los GAD`S Parroquial, Cantonal, Provincial, La Dirección de Turismo, Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Patrimonio, MAGAP, y demás organizaciones de carácter social para apoyar este tipo de proyectos que permitan generar riqueza local.
- La implementación del Complejo Eco turístico demanda de procesos muy importantes, tales como la responsabilidad de preservar el medio ambiente mediante programas de protección ambiental, tanto al turista como a quienes son parte de la empresa, realizar capacitaciones en mejorar la calidad y calidez del servicio, estar preparados en caso de accidentes de trabajo y salvaguardar la seguridad e integridad del turista.
- La demanda del turista se basa fundamentalmente a la calidad y variedad de servicios que se puedan ofrecer, por lo que el proyecto debe estar enfocado a satisfacer esos requerimientos, que hagan que el visitante tenga deseos de volver a experimentar la armonía y paz encontradas en medio de la naturaleza.
- Las instalaciones del Complejo Ecoturístico deben ser adecuadas, construidas con material de la zona, ecológicos, con los servicios básicos, de manera que el turista tenga pueda disfrutar de un buen descanso durante su estadía.

- Uno de los aspectos fundamentales de toda empresa grande o pequeña que esta sea, debe estar bien estructurada y organizada, ya que debe proyectar una buena imagen y fortaleza institucional, aspectos primordiales que se deben ver reflejados en el buen desempeño de sus trabajadores.
- Una vez conocidos los resultados del estudio económico-financiero, se debe buscar alianzas estratégicas que permitan llevar a cabo la ejecución del Proyecto, con la intención de contar con el apoyo para el financiamiento y permita poner en marcha la unidad de servicio en el tiempo establecido, y cumpliendo con los objetivos propuestos.
- Es importante considerar que para el desarrollo de todo proyecto se haga un análisis de los posibles riesgos que puede afectar la implementación de una nueva unidad de producción o servicio, en el aspecto social, económico, cultural, ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- De la TORRE, P. 1999. El Turismo y su evolución, edición 1era
- JÁCOME, W. 2001. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y evaluación de de proyectos productivos y de inversión. Ibarra. Editorial Universitaria.
- CHILQUINGA, M. 2001. Costos por órdenes de producción. Ibarra. Primera edición
- MUÑOZ, M. 1994. El Ecoturismo en el Ecuador
- ARBOLEDA, G. 2005. Ingeniería Financiera. Colombia. Editorial AC, séptima edición.
- BURBANO, J. 2001, Presupuestos, Enfoque moderno de planeación y Control de recursos. Bogotá-Colombia. Editorial Nomos S:A.
- FIERRO, A. 1998. Diagnóstico Empresarial. Bogotá-Colombia. Primera Edición.
- ARELLANO, R. 2001. Comportamiento del Consumidor Enfoque Latino.
- JÁCOME, W. 2005. Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Ibarra-Ecuador. Editorial Universitaria.
- LEIVA, F. 1998. Nociones de Metodología de Investigación Científica. Quito-Ecuador, Primera Edición.

- MIRANDA, J. 2004. Identificación y Formulación de Proyectos
- BACA, U.2001. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill, cuarta edición.
- CORONADO, M. 2009. Programa de Manejo de Áreas Naturales
- Dávalos, N. Diccionario Contable y más. Editorial Ábaco, Quito-Ecuador, 2007.
- AMEZ, F. Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Grupo Editorial, 2006
- CORDERO, J. Marketing Estratégico en Turismo, 2008, Editorial Trillas.
- NASSIR, S. 2001, Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa. Buenos Aires Argentina, Primera Edición.
- Reglamento General de Áreas turísticas. 2008
- ZAPATA, P. 2004. Contabilidad General
- Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas. 2003
- POSSO, M. 2004. Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos). Ibarra-Ecuador. Primera Edición.
- PULIDO, S. 2008. Análisis Turístico. Editorial AECIT
- GRAVENS. 2006. Crítica a la Gran Empresa

- RODRÍGUEZ, S. Administración: Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad, 2008, Editorial McGraw-Hill.

LINKCOGRAFÍA

www.turismo.gob.ec

www.inec.gob.ec

www.migracion.com

www.ecuadorencifras.com

www.ambiente.gob.ec

<http://definicion.de/turismo/>.

www.quiport.gob.ec

ANEXO 1

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

Encuesta dirigida a la población de la parroquia de Piartal

Objetivo: Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia Piartal.

1. ¿Qué número de personas conforman su hogar?

- 1
- 2-4
- 5-7
- +7

2. ¿De su hogar que número de personas están generando ingresos o trabajan?

- 1-2
- 3-4
- 4-5
- +5
- Ninguna

3. Sus ingresos mensuales son:

- De 50 a 100 dólares
- De 101 a 150 dólares
- De 151 a 200 dólares
- De 201 a 300 dólares
- Más de 301 dólares

4. Su vivienda es:

Propia

Arrendada

Prestada

Empeñada

Otro.....

5. Las vías de acceso a su comunidad son:

Primer orden

Segundo Orden

Tercer Orden

6. ¿Tiene usted algún familiar que haya migrado?

Si No

7. ¿Tiene terreno Propio?

Si No

8. ¿A qué actividad productiva se dedica usted?

Agricultura

Ganadería

Comercio

Transporte

Otros.....

9. ¿Cuenta con Servicios básicos?

Si no

Cuáles.....

.....

10. ¿Delos siguientes productos cuales cultiva?

- Frejol
- Arveja
- Papas
- Mellocos
- Habas
- Tomates de Árbol
- Otros.....

11. ¿El destino de su producción es?

- Local
- Ibarra
- Quito
- Otros.....

12. ¿Actualmente forma parte de alguna organización?

Si no

13. ¿A Qué tipo de organización forma parte usted?

- Social
- Con fines económicos
- Deportiva
- Religiosa
- Cultural
- Otras
-

14. ¿En la organización que usted pertenece recibe algún tipo de capacitación?

Si No

15. ¿Considera usted que la Parroquia Piartal posee un importante atractivo Natural, que podría ser destino turístico?

Si No

16. ¿Estaría de acuerdo que se cree un proyecto que brinde servicios eco turístico y se aproveche de la mejor manera el paisaje natural del sector?

Si No

ANEXO 2

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

ENTREVISTA DIRIGIDA AL SEÑOR LUIS CERÓN PRESIDENTE DEL GOBIERNO PARROQUIAL DE PIARTAL

- 1.- ¿Actualmente se ha implementado algún proyecto en donde estén involucradas la mayoría de las familias de la Parroquia?
2. ¿Qué objetivo tiene este proyecto?
3. ¿Cuál será el monto que recibirá cada familia?
4. ¿Para estos proyectos recibe ayuda técnica de alguna organización?
5. ¿Piensa usted que se podría implementar un Proyecto Eco -turístico en este sector? , Y ¿de qué manera el Gobierno Parroquial aportaría a este proyecto?
6. En el sector existen algunas organizaciones de mujeres y hombres, ¿De qué manera piensa usted que contribuyen al desarrollo local?

ANEXO 3

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

ENTREVISTA DIRIGIDA AL Arq. LUIS FELIPE ORQUERA, TÉCNICO DE LA REGIONAL DE TURISMO

1. ¿Cuál es el objetivo de la Dirección Regional de Turismo en el sector rural?
2. ¿Cuál es la dinámica de trabajo que tiene la Dirección de Turismo?
3. Si la comunidad tiene el interés de implementar servicios eco turísticos, ¿Cuál sería su aporte y como ayudaría a que otras instituciones también se sumen a estos importantes proyectos?

ANEXO 4

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

Encuesta dirigida a: Turistas nacionales y extranjeros

Objetivo: Determinar el grado de aceptación que tendrá nuestro proyecto, en la Parroquia Piartal.

1. **¿Qué nivel de preferencia tiene el turismo no convencional (ecoturismo) para usted?**

Alta.....

Media.....

Baja.....

2. **¿Le gustaría visitar el complejo de ecoturismo ubicado en la parroquia Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi?**

Si.....

No.....

3. **¿Qué le motivaría para realizar la visita a este complejo?**

Educación.....

Esparcimiento.....

Deporte.....

Cultura.....

4. **¿Cómo le gustaría que el complejo de ecoturismo informe a sus clientes de sus servicios?**

Tur.....

Internet.....

Trípticos.....

Guías de turismo.....
Agencias de Viaje.....

5. ¿Qué servicios gustaría que tenga el complejo de ecoturismo?

Alimentación.....
Hospedaje.....
Áreas Recreativas.....
Espacios Culturales.....
Tours de Recorrido.....

6. ¿Qué es lo que más le gustaría conocer en los tours del complejo de ecoturismo?

Gente.....
Cultura.....
Historia.....
Naturaleza.....
Clima.....

7. Considera que la atención que ha recibido en otros complejos turísticos o turismo convencional es:

Excelente.....
Muy Buena.....
Buena.....
Regular.....

8. ¿Piensa que hace falta más difusión de los atractivos turísticos del cantón Montúfar y la provincia del Carchi?

SI..... NO.....

ANEXO 5

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

Entrevista dirigido a Propietarios y Administradores de los complejos Ecoturísticos en la Provincia del Carchi.

1. El complejo Ecoturístico cuenta con los servicios de:

Hospedaje.....
Bar-Restaurante.....
Turs.....
Guianza.....
Cabalgata.....
Áreas de juego.....
Otros.....

2. La afluencia de turistas nacionales que visita su Complejo es de:

100-300.....
300-500.....
501-700.....
701-mas.....

3. La afluencia de turistas extranjeros que visita su Complejo es de:

100-300.....
300-500.....
501-700.....
701-mas.....

4. Considera Usted que las vías de acceso son adecuadas para llegar al lugar turístico?

.....
.....

5.Cuál es la Capacidad instalada que posee su Complejo eco turístico para brindar un buen servicio?

.....

6. Piensa Usted que el clima es favorable para realizar las actividades turísticas:

.....

7. El porcentaje de turistas visitan su complejo eco turístico:

Locales.....

Nacionales.....

Extranjeros.....

8.Cuál es el costo por cada servicio que brinda su Complejo Ecoturístico?

.....

9. Que medios utiliza para hacer publicidad de su Complejo Ecoturístico?

.....

10. Cual considera usted que es el servicio más utilizado por el turista?

.....

ANEXO 6
ENCUESTAS DIRIGIDAS A TURISTAS



ANEXO 7
TURISMO EXTRANJERO



ANEXO 8

INFORMACIÓN TURÍSTICA CEMENTERIO DE LA CIUDAD DE TULCÁN



ANEXO 9

ENTREVISTA REALIZADA EN EL MUNICIPIO DE ESPEJO



ANEXO 10

ENTREVISTA REALIZADA EN EL MINISTERIO DE TURISMO CARCHI



ANEXO 11
INSTALACIONES DE LA OFERTA



