UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

"CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTEGRAL DE TURISMO NEPTUNO EN LA RIVERA DEL LAGO SAN PABLO, EN EL SECTOR DE LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTOR: JESÚS EDUARDO RAMOS ESPINOSA

DIRECTOR: Econ. LUIS CERVANTES

Ibarra, Noviembre 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de Grado de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Escuela de Contabilidad y Auditoría, es la recopilación de información y datos acerca del proyecto “Creación de una Empresa Integral de Turismo **NEPTUNO**, en la rivera del Lago San Pablo en el sector de la Comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura”. El mismo que se observó e investigó en la Comunidad Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo analizando los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura Administrativa de la Microempresa y los Impactos. Entre los hallazgos más importantes del estudio se tiene: el diagnóstico situacional del área de intervención donde se implantará la empresa, se determina que existe gran expectativa en la población por que se llegue a ser una realidad este proyecto y no se quede tan solo en documentos como muchos de otros que se han realizado. El estudio de mercado identificó la demanda potencial, ya que existen ofertas en otros sectores aledaños pero no con las características que se presenta en esta propuesta, lo cual es favorable para la creación de la empresa. El estudio técnico determinó la ubicación estratégica del proyecto, en la rivera del Lago San Pablo en el sector de la Comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, que cumple con las condiciones técnicas para la implantación y ejecución del proyecto y su cobertura ya sea a nivel local, nacional e internacional. El análisis financiero de toda la información recopilada ayudo a determinar la factibilidad económica del proyecto con lo cual fue necesario calcular los indicadores financieros como el VAN y el TIR esto significa que las condiciones estudiadas de la propuesta son factibles. Además se analizó la estructura administrativa estableciendo, misión, visión y valores, así como los aspectos funcionales de la administración, esto es los puestos de trabajo con sus respectivas funciones basadas en la eficiencia y

desarrollo del proyecto. Finalmente se realizó la evaluación de los impactos tales como: Socio-Económico, Empresarial, Educativo y Ético, que se genera con la creación de la empresa, de lo cual concibe beneficios entorno a la misma, generando de esta manera el desarrollo del sector, instauración de nuevas fuentes de empleo y el crecimiento económico.

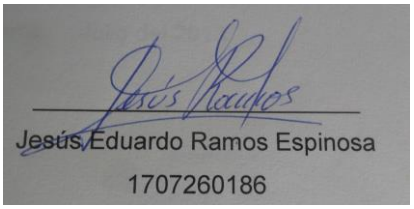
EXECUTIVE SUMMARIZE

This final report grade work the Faculty of Management and Economics, School of Accounting and Auditing, is a compilation of information and data about the project " Creating a Comprehensive Tourism Company NEPTUNE, on the banks of Lake St. Paul in the Community sector Pivarinci, parish Eugenio Espejo, Otavalo, Imbabura Province ". The same was observed and investigated in the Community Pivarinci, parish Eugenio Espejo, Otavalo analyzing the following chapters: Situational Diagnosis, Theoretical Framework, Market Research, Technical, Financial Study, Microenterprise Administrative Structure and Impacts. Among the most important findings of the study have: situational diagnosis intervention area where the company will be implemented, it is determined that there is great expectation in the population that will become a reality this project and not remain only in documents like many others that have been made. The market study identified the potential demand, as there are deals in other surrounding areas but not with the characteristics presented in this proposal, which is favorable for the creation of the company. The technical study determined the project's strategic location, on the banks of Lake San Pablo in the sector Pivarinci Community, parish Eugenio Espejo, Otavalo, Imbabura Province, which complies with the technical conditions for the implementation and execution of the project and coverage either locally, nationally and internationally. The financial analysis of all information collected helped determine the economic feasibility of the project it was necessary to calculate the financial indicators such as NPV and IRR this means that the studied conditions of the proposal is feasible. Also analyzed by establishing administrative structure, mission, vision and values as well as the functional aspects of the administration, this is the job with their respective roles based on efficiency and project development. Finally, we conducted an evaluation of impacts such as: Socio- Economic, Business, Education and Ethics, which is generated by the creation of the company, which sees benefits to the

same environment, thus generating sector development, creation of new jobs and economic growth.

AUTORÍA

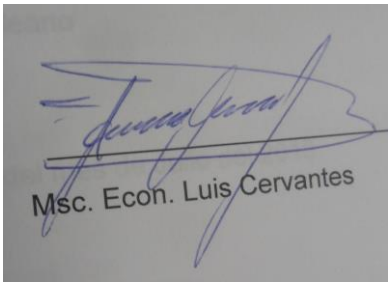
Yo, Jesús Eduardo Ramos Espinosa portador de la cédula de identidad Nº 1707260186, declaro bajo juramento que el presente trabajo es mi autoría, y los resultados de la investigación realizada son de total responsabilidad mía, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información que se incluye en este documento.



CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director de trabajo de grado, presentado por el egresado Jesús Eduardo Ramos Espinosa, para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA cuyo tema es:" **CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTEGRAL DE TURISMO NEPTUNO EN LA RIVERA DEL LAGO SAN PABLO, EN EL SECTOR DE LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**". Considero que, el presente trabajo de grado reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

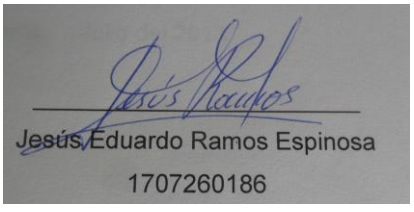
En la ciudad de Ibarra, Julio del 2013



DIRECTOR DE TESIS

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

Yo, Jesús Eduardo Ramos Espinosa portador de la cédula de identidad Nº 1707260186, manifestó 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 "**CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTEGRAL DE TURISMO NEPTUNO EN LA RIVERA DEL LAGO SAN PABLO, EN EL SECTOR DE LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**", que ha sido desarrollado para optar por el Título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente . En mi condición de autor me reserva los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



En la Ciudad de Ibarra, ……noviembre del 2013

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

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 DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1707260186		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ramos Espinosa Jesús Eduardo		
DIRECCIÓN	Parroquia Eugenio Espejo, Comuna Pivarinci, Calle 26 de junio y Eugenio Espejo.		
EMAIL:	Jesusramos2363@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO	2635106	TELÉFONO MOVIL	0998809650
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Creación de una Empresa Integral de Turismo **NEPTUNO**, en la rivera del Lago San Pablo en el sector de la Comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura”.		
AUTOR:	Jesús Eduardo Ramos Espinosa		
FECHA: AAAA MM DD	2013/07/03		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	GRADO	POSGRADO	
TÌTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR / DIRECTOR	Econ. Luis Cervantes		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

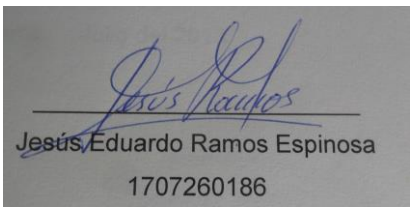
Yo, Jesús Eduardo Ramos Espinosa portador de la cédula de identidad Nº 1707260186, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de educación superior Artículo 144.

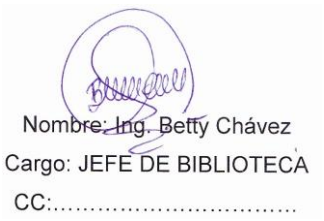
1. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta(n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume(n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá(n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, Julio del 2013

EL AUTOR: ACEPTACIÓN:





DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis queridos Hijos que fueron mi inspiración para continuar con los estudios y que me apoyaron en forma incondicional.

A mi Esposa que supo darme fuerzas en cada instante de mi vida con su amor y comprensión.

Jesús Eduardo Ramos Espinosa

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme bendecido en cada paso de mi vida.

A la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de continuar con mis estudios y formarme como profesional.

De manera especial, a mi director de trabajo de grado el Eco. Luis Cervantes por guiarme y orientarme acertadamente en la elaboración de este documento.

Finalmente agradezco a quienes que de una u otra forma contribuyeron para poder culminar con otra meta más de las trazadas en mi vida.

Jesús Eduardo Ramos Espinosa

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO ii

EXECUTIVE SUMMARIZE iv

AUTORÍA vi

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO vii

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

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

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD x

1. CONSTANCIAS x

DEDICATORIA xi

AGRADECIMIENTO xii

ÍNDICE GENERAL xiii

ÍNDICE DE CUADROS xix

ÍNDICE DE GRÁFICOS xxii

ÍNDICE DE FIGURAS xxiv

PRESENTACIÓN xxv

INTRODUCCIÓN xxvii

OBJETIVOS xxviii

GENERAL: xxviii

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: xxviii

JUSTIFICACIÓN xxix

METODOLOGÍA xxxiii

CAPÍTULO I 34

ANTECEDENTES.....34
OBJETIVOS.....36
GENERAL.....36
ESPECÍFICOS.....36
VARIABLES DIAGNÓSTICOS.....36
INDICADORES.....37
MATRIZ DE RELACIÓN DE DIAGNÓSTICO 38
UBICACIÓN SOCIO – GEOGRÁFICA.....39
UBICACIÓN.....39
POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO 43
SERVICIOS BÁSICOS 47
POBREZA SEGÚN NBI.....60
SISTEMA ECONÓMICO.....65
PRINCIPALES ACTIVIDADES. 67
ÁREA PATRIMONIAL.....74
VALORES CULTURALES 78
IDENTIDAD CULTURAL.....79
ECOSISTEMA 81
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOR Y CRUCE ESTRATÉGICO. 87
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.....88
CAPÍTULO II.....89
MARCO TEÓRICO 89
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 89
TURISMO 89
IMPORTANCIA DEL TURISMO.....91
ECOTURISMO 94

TURISMO COMUNITARIO 95
LA EMPRESA 97
ORGANIZACIONES COMUNITARIAS 104
ORGANIZACIONES INTERNAS 108
ORGANIZACIONES EXTERNAS 109
GOBIERNOS SECCIONALES AUTÓNOMOS 109
GOBIERNOS PROVINCIALES 111
CAPÍTULO III 113
ESTUDIO DE MERCADO 113
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 113
OBJETIVOS DEL CAPÍTULO 113
OBJETIVO GENERAL 113
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 114
IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS 114
CARACTERÍSTICAS 114
SERVICIOS TURÍSTICOS SUSTITUTOS 115
CONSUMIDOR DEL SERVICIO TURÍSTICO 115
ESTRUCTURA DEL MERCADO 120
LIBRE COMPETENCIA. 120
INVESTIGACIÓN 121
SEGMENTACIÓN 121
MARCO MUESTRAL O UNIVERSO 122
TAMAÑO DE LA MUESTRA 122
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO 123
TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN 124
ANÁLISIS DE LA DEMANDA 135

FACTORES QUE LA AFECTAN 136
DEMANDA ACTUAL 136
PROYECCIÓN DE DEMANDA 137
ANÁLISIS DE LA OFERTA 138
FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA 138
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA 140
OFERTA ACTUAL 140
PROYECCIÓN DE LA OFERTA 142
PROYECCIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA 143
ANÁLISIS DE PRECIO 143
ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS 144
ESTRATEGIA DEL SERVICIO 144
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN 145
CONCLUSIONES 145
CAPÍTULO IV 146
INGENIERÍA DEL PROYECTO 146
TAMAÑO DEL PROYECTO 146
MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 146
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 147
TAMAÑO DEL PROYECTO 147
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 151
DISEÑO DEL CENTRO TURÍSTICO NEPTUNO 152
INFRAESTRUCTURA FÍSICA 152
LOCALIZACIÓN DE AMBIENTES Y DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO FÍSICO 154
TECNOLOGÍA 158

INVERSIÓN, MAQUINARIA, EQUIPO Y CAPITAL DE TRABAJO 158
TALENTO HUMANO 159
CAPÍTULO V 161
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA..... 161
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL..... 161
MISIÓN..... 161
VISIÓN 161
OBJETIVOS..... 162
PRINCIPIOS Y VALORES..... 162
POLÍTICAS DE LA EMPRESA 164
ASPECTO ORGANIZACIONAL..... 164
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL 165
NIVELES ADMINISTRATIVOS..... 166
FUNCIONES DEL PERSONAL DEL CENTRO TURÍSTICO. 166
DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS..... 172
ASPECTO LEGAL 174
BASE LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA 174
REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO..... 177
CAPÍTULO VI 181
ESTUDIO FINANCIERO..... 181
ESTUDIO ECONÓMICO 181
PROPUESTA DE INVERSIÓN 181
PLAN DE INVERSIONES..... 181
INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA..... 181
CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE..... 182
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD 183

COSTO DE OPORTUNIDAD 183
PROYECCIONES 184
INGRESOS 184
GASTOS PROYECTADOS 185
CAPÍTULO VII 197
IMPACTOS 197
ANÁLISIS DE IMPACTOS 197
IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO 198
IMPACTO EMPRESARIAL 199
IMPACTO EDUCATIVO 200
IMPACTO ÉTICO 201
IMPACTO GENERAL 202
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 203
CONCLUSIONES 203
RECOMENDACIONES 204
FUENTES DE INFORMACIÓN 205
TRABAJOS CITADOS 206
LINCOGRAFÍA 207
ANEXOS 209

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Variables e indicadores 37
Cuadro 2 Matriz de Relación Diagnóstica 38
Cuadro 3 Comunidades y barrios 40
Cuadro 4 Longitud y Clasificación de Vías 50
Cuadro 5 Rutas y frecuencias 51
Cuadro 6 Disponibilidad de Luz eléctrica 56
Cuadro 7 Disponibilidad de servicio telefónico 58
Cuadro 8 Servicios básicos 59
Cuadro 9 Caudales de agua 83
Cuadro 10 Flora y Fauna 86
Cuadro 11 Matriz AOOR 87
Cuadro 12 Hosterías en el cantón Otavalo 115
Cuadro 13 Preferencia de actividad de turistas nacionales 116
Cuadro 14 Número de visitantes a Ecuador 118
Cuadro 15 SITIOS VISITADOS EN EL ECUADOR 119
Cuadro 16 Principales sitios visitados en el Ecuador 119
Cuadro 17 Número estimado de turistas que visitaron Otavalo durante el año 2012 120
Cuadro 18 Segmentación del mercado del proyecto 121
Cuadro 19 ¿Cuál es su nacionalidad? 124
Cuadro 20 ¿Cuál es el motivo de su visita? 125
Cuadro 21 Actividades a realizar. 126
Cuadro 22 Tipo de comida que Ud. Prefiere 127
Cuadro 23 Dónde prefiere alojarse en sus viajes 128

Cuadro 24 Tiempo de permanencia en un lugar 129
Cuadro 25 Preferencia por un hotel tipo barco 130
Cuadro 26 Medios preferidos para elegir lugares a visitar 131
Cuadro 27 Cantidad a gastar en un viaje 132
Cuadro 28 Cantones preferidos por los turistas 133
Cuadro 29 Con quien realiza el viaje 134
Cuadro 30 Visitantes residentes y no residentes 135
Cuadro 31 Porcentaje de turistas 136
Cuadro 32 Proyección de la demanda 138
Cuadro 33 Costos y capacidad en hosterías 141
Cuadro 34 Proyección oferta local 142
Cuadro 35 Demanda insatisfecha 143
Cuadro 36 Análisis de precios 144
Cuadro 37 Distribución de áreas 152
Cuadro 38 Fachada longitudinal arquitectónica 152
Cuadro 39 Inversiones 158
Cuadro 40 Inversión 159
Cuadro 41 Talento humano 159
Cuadro 42 Rol de pagos 160
Cuadro 43 Socios que conformaran el centro turístico “Neptuno.” 175
Cuadro 44 Inversión 182
Cuadro 45 Capital de trabajo 182
Cuadro 46 Costo de oportunidad 183
Cuadro 47 Demanda Efectiva 184
Cuadro 48 Ingresos proyectados 185

Cuadro 49 Rol de Pago 185
Cuadro 50 Materia prima 186
Cuadro 51 Costos indirectos de fabricación 187
Cuadro 52 Costo de operación proyectado 187
Cuadro 53 Remuneraciones 187
Cuadro 54 Depreciación de activos fijos 188
Cuadro 55 Activos 188
Cuadro 56 Cálculo de pago anuales 189
Cuadro 57 Estado de resultados 190
Cuadro 58 Punto de equilibrio 191
Cuadro 59 Flujo de caja 192
Cuadro 60 Tasa Mínima Aceptable de Retorno y Valor Actual Neto 192
Cuadro 61 Tasa Interna de Retorno 193
Cuadro 62 Recuperación 194
Cuadro 63 Ingresos y Egresos 196
Cuadro 64 Actualizados 196
Cuadro 65 Indicadores 197
Cuadro 66 Impacto socio-económico 198
Cuadro 67 Impacto empresarial 199
Cuadro 68 Impacto educativo 200
Cuadro 69 Ético 201
Cuadro 70 Indicadores 202

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa Base de la Parroquia de Eugenio Espejo 41
Gráfico 2 Número de habitantes 43
Gráfico 3 Número de familias por comunidad 44
Gráfico 4 Porcentaje de la población 45
Gráfico 5 Estructura de la población por género y edad 46
Gráfico 6 Estructura poblacional 46
Gráfico 7 Agua para el consumo humano 53
Gráfico 8 Tipo de servicio higiénico o escusado 54
Gráfico 9 Tipos de acceso a la luz eléctrica 55
Gráfico 10 Telefonía convencional y móvil 57
Gráfico 11 Tipo de disposición final de los desechos 60
Gráfico 12 Pobreza según NBI 61
Gráfico 13 Población activa. 65
Gráfico 14 Distribución de la población activa. 66
Gráfico 15 Principales cultivos. 68
Gráfico 16 Establecimientos Económicos por sector 70
Gráfico 17 ¿Cuál es su nacionalidad? 124
Gráfico 18 ¿Cuál es el motivo de su visita? 125
Gráfico 19 Actividades a realizar 126
Gráfico 20 ¿Tipo de comida que Ud. Prefiere? 127
Gráfico 21 Dónde prefiere alojarse en sus viajes 128
Gráfico 22 Tiempo de permanencia en un lugar 129
Gráfico 23 Preferencia por un hotel tipo barco 130

Gráfico 24 Medios preferidos para elegir lugares a visitar 131
Gráfico 25 Cantidad a gastar en un viaje 132
Gráfico 26 Cantones preferidos por los turistas 133
Gráfico 27 Con quien realiza el viaje 134
Gráfico 28 Planta baja arquitectónica 154
Gráfico 29 Segunda Planta arquitectónica 155
Gráfico 30 Tercera Planta arquitectónica 156
Gráfico 31 Cuarta Planta arquitectónica 157
Gráfico 32 Organigrama estructural del centro turístico “Neptuno” 165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Camino de tierra 47
Figura N° 2 Camino empedrado 48
Figura N° 3 Camino asfaltado 48
Figura N° 4 Calle adoquinada 49
Figura N° 5 Cooperativa Imbaburapak y 8 de Septiembre 51
Figura N° 6 Actividades florícolas. 69
Figura N° 7 Productos que se comercializan. 71
Figura N° 8 Artesanías producidas en la parroquia 72
Figura N° 9 Celebración Fiestas de San Juan 73
Figura N° 10 El Lechero centro ceremonial 73
Figura N° 11 Sitios turísticos. 74
Figura N° 12 Páramos y totorales 85
Figura N° 13 Equilibrio: Las 4 perspectivas 103
Figura N° 14 Programa en CIBV comunal 106
Figura N° 15 Mapa de la Parroquia Eugenio Espejo 146
Figura N° 16 Micro localización del proyecto 147
Figura N° 17 Salones de uso múltiple 148
Figura N° 18 Habitaciones 149
Figura N° 19 Restaurante y Cybernet 150
Figura N° 20 Piscina, sauna y turco 150
Figura N° 21 Puente de mando y café bar 151

PRESENTACIÓN

La presente investigación comprende la **"CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTEGRAL DE TURISMO NEPTUNO EN LA RIVERA DEL LAGO SAN PABLO, EN EL SECTOR DE LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"** cuyo propósito es ofrecer al mercado productos turísticos y servicios de calidad y calidez puestos a disposición del usuario/consumidor para su disfrute y consumo para lo cual se efectuó la búsqueda de información de:

Diagnostico situacional: En este capítulo se procedió a determinar la situación actual, del área de intervención, la ubicación socio – geográfica de la parroquia, analizar el sistema económico del sector y determinar el entorno turístico de la parroquia.

Marco Teórico: En esta parte se dará a conocer los conceptos y definiciones utilizadas mediante la revisión de las fuentes de información lincográficas.

Estudio de Mercado: Tiene como finalidad el análisis de la oferta y la demanda del producto a través de encuestas realizadas en el sector, se analizará a la competencia, y se determinará las necesidades.

Estudio Técnico: Aquí se abarca toda la información referente a la localización del proyecto partiendo de la macro y micro localización, se establece el tamaño del proyecto, el diseño de instalaciones, y finalmente su presupuesto.

Estudio financiero: El estudio financiero se refiere a la inversión total requerida para la implementación del proyecto con su respectiva operatividad de ingresos y egresos, establecer los balances proformas y

finalmente realizar la evaluación financiera, que determinará si es o no factible el proyecto.

Organización de la microempresa: Este capítulo tiene como finalidad determinar constitución legal de la empresa, la administración y delegación de funciones en los aspectos estratégicos organizacionales legales.

Impactos: Se analizará los posibles impactos que se genere de la implementación del proyecto en los ámbitos: Socio-Económico, Empresarial, Educativo y Ético.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El aumento de la sensibilización sobre el uso y manejo de los recursos naturales frente a las acciones de “desarrollo” y “progreso” de las sociedades humanas, está constituyéndose como una misión – visión tanto del Estado como los organismos de distinta naturaleza. Es por ello que la conservación del entorno natural y los problemas de los Recursos Naturales, se han incorporado a toda acción cuyo objetivo sea el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

El Ecuador no ha estado aislado de este interés mundial, pues en su Constitución del Ecuador, en el Capítulo Segundo De los Derechos del Buen Vivir, sección segunda, del Ambiente sano, Art. 14 manifiesta que sobre el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay, declarándose de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Claramente podemos darnos cuenta que existe una buena base legal de gestión en caminada a mejorar las condiciones de vida de una población; sin embargo, el primer problema que surge es la falta de decisión política de los gobernantes para hacer cumplir lo expuesto en la Constitución Nacional.

Es suficiente salir a cualquier comunidad del país para darnos cuenta que el tema de degradación ambiental vs. “bienestar económico” están íntimamente ligados, sin poder precisar cuál es el efecto y cuál es la causa. Esta situación ha generado una reacción demasiado tardía y hasta cierto punto pasiva de las poblaciones, ya que los problemas están

presentes y son parte del diario vivir de los habitantes de nuestras comunidades.

OBJETIVOS

GENERAL:

Establecer la creación de una Empresa Integral de Turismo “NEPTUNO”, en la rivera del Lago San Pablo en el sector de la Comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, denominado “NEPTUNO”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico técnico situacional geográfico del proyecto.
- Armar las bases teóricas científicas mediante las fuentes de investigación y lincográficas.
- Diseñar el estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha.
- Realizar el estudio técnico del proyecto, con el propósito de comprobar el tamaño del proyecto, sus factores determinantes, su optimización, capacidad de prestación de servicios, su macro y micro localización, ingeniería del proyecto, distribución de la infraestructura y sistemas de controles.
- Diseñar el estudio económico financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto.
- Elaborar la propuesta estratégica del proyecto con el fin de establecer sobre la Empresa, su base filosófica, la organización y estrategias empresariales.
- Determinar los principales impactos sociales, culturales, educativos, económicos, éticos y ambientales que generará la aplicación del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La actual situación socio económica del país ha obligado a los habitantes de la comunidad de PIVARINCI a buscar actividades alternas de producción, el encontrarse ubicada en un lugar estratégico de la cuenca del lago San Pablo, le sirve de fortaleza por su gran atractivo turístico y que por el desconocimiento, la migración de la población en búsqueda de mejores condiciones de vida, así como la falta de atención por parte de las autoridades de turno, se ha desaprovechado las diferentes oportunidades de exploración y explotación turística de la comunidad. Estas situaciones denotan una importancia social, económica y cultural sobre el área de intervención, más aún si se trata de mejorar las realidades de vida de los participantes a través de la elaboración e implementación de un proyecto tendiente a brindar una oportunidad de participación equitativa entre hombres y mujeres de la comunidad conjuntamente con organismos de apoyo interesados en el desarrollo social y cultural.

Las bases del turismo eco-cultural no comulgan con la idea de una actividad económica cuyo principal objetivo es la generación de ganancias, que trajo aparejado una expropiación y explotación de los recursos de las comunidades para beneficio de los grandes capitales. Por el contrario, el turismo eco-cultural no es un viaje orientado a la naturaleza y sus manifestaciones culturales, sino que se constituye en una nueva concepción de la actividad, tanto práctica como socio-económica. Tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de las poblaciones receptoras, al mismo tiempo que preserva los recursos naturales y culturales, compatibilizando la capacidad de carga y la sensibilidad de un medio ambiente natural y cultural con la práctica turística.

Con base en lo expuesto puede afirmarse que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible. La creciente preocupación ambiental fue determinante para el surgimiento de la corriente turística que tiene como destino a la naturaleza, tanto en su ámbito natural como cultural, que es la de mayor crecimiento a nivel mundial.

Actualmente no sólo se habla de convertir al turismo en una actividad sustentable, sino que se hace referencia al turismo ecológico y turismo cultural, como concreción de esa sustentabilidad.

La sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario, trata de potenciar el proyecto utilizando de una manera inteligente los espacios disponibles, asegurando la soberanía alimentaria, considerando el crecimiento poblacional, protegiendo el ambiente y evaluando los riesgos por eventos naturales, dando un impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, como una actividad alterna que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza.

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.

Este concepto integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que depende de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y del sistema de valores en los que dichas personas viven, y en relación con sus expectativas, normas y demandas.

Se propone acciones públicas, con un enfoque inter sectorial y de derechos, que se concretan a través de sistemas de protección y prestación de servicios integrales e integrados. En estos sistemas, los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales se articulan con énfasis en los grupos de atención prioritaria, los pueblos y nacionalidades.

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos de la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación, y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad, relaciones personales y familiares.

Las condiciones de los entornos en los que se desarrollan el trabajo, la convivencia, el estudio y el descanso, y la calidad de los servicios e instituciones públicas, tienen incidencia directa en la calidad de vida, entendida como la justa y equitativa re distribución de la riqueza social.

En síntesis, las acciones del Estado deben dirigirse a consolidar un sistema económico social y solidario, en el cual la planificación nacional y las intervenciones estatales permitan la transformación progresiva de la matriz productiva, a través de las etapas planteadas en la Estrategia para el Buen Vivir.

De lo expuesto anteriormente nace esta propuesta de crear una empresa integral de Turismo denominada “NEPTUNO”, en la rivera del Lago San Pablo, ubicada en el sector de la Comunidad de Pivarinci, Parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

El proyecto es una oportunidad de integración entre todos los actores locales que convivimos en un mismo espacio territorial y que somos afectados por problemas comunes como es la desintegración de los hogares por la migración de los jefes de familia a otros países en busca de mejores porvenires, falta de fuentes de trabajo en el sector y la

desocupación hace que se inserten en un mundo de vicios como el alcoholismo y la drogadicción.

Por lo tanto el trabajo humano constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de familias. La Constitución reconoce el trabajo como derecho y deber social. En tanto el derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía.

El proyecto cumplirá con un deber ético – moral de todos quienes queremos contribuir al desarrollo de nuestras comunidades con transparencia y honestidad.

Entre uno de los componentes del proyecto es la revitalización cultural en donde se realizará capacitación y sobre todo se apoyará a la ejecución de eventos culturales.

El proyecto se convertirá en una herramienta de GESTIÓN Y OPERATIVIDAD que contribuya a frenar la “erosión de la calidad de vida de la población dada por una mala relación: ser humano – medio ambiente y que ha ocasionado problemas graves que limitan las oportunidades de desarrollo local.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio descriptivo, pues trata de investigar la puesta en marcha una empresa integral de turismo, como también determinar las características principales del mercado potencial, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes.

Esto se alcanzara a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa a posibles demandantes y competidores. Además se utilizará fuentes secundarias de información tales como libros actuales, tesis y otros tipos de estudios que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

El turismo ha tenido en la mayoría de los países del mundo un crecimiento superior al de otras actividades económicas, esto evidencia la importancia e interés de los gobiernos, empresas comerciales y de servicios en prestar particular atención a este fenómeno turístico.

Las cifras económicas internacionales reflejan la importancia que los países desarrollados le otorgan a este sector, considerado en la actualidad como una de las mayores industrias.

El turismo es una de las actividades económicas que representan el 10% del crecimiento económico anual del mundo. La Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) predice que para el año 2020 sobre una población estimada en 7800 millones de habitantes ascenderá a 1600 millones, con un gasto de 1500 mil millones de dólares.

Siendo el turismo una alternativa de desarrollo económico y social, debe enmarcarse dentro de la estrategia del desarrollo sostenible, donde interactúan criterios medioambientales, socioculturales y económicos.

El desarrollo turístico se fundamenta sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los actores involucrados, que sea viable económicamente, comercialmente rentable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que proporcione un alto grado de satisfacción al turista.

El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- Procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, debe integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avisaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia de turismo alternativo.

La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores involucrados en el sector, tanto públicos como privados. Esta concertación debe establecer los mecanismos eficaces de cooperación en todos los niveles: local, nacional, regional e internacional, organismos públicos, privados y ONG's.

El desarrollo del turismo sustentable puede abastecer necesidades económicas, sociales y estéticas, a la vez mantiene íntegra la cultura y los procesos ecológicos. Este tipo de turismo puede proveer beneficios a las generaciones presentes sin disminuir las posibilidades de obtención de beneficios de las generaciones futuras.

Para llevar a cabo un desarrollo turístico sustentable es necesario la toma de decisiones políticas, que requieren una visión a largo plazo. En el caso de la Comunidad de Pivarinci, tal decisión política quedó plasmada en las bases del Plan de Desarrollo Local. Uno de los objetivos es promover al desarrollo turístico de la Comunidad, quebrando la marcada estacionalidad actual y adaptar la oferta a las nuevas tendencias y modalidades.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. GENERAL

Realizar un diagnóstico técnico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la zona de intervención.

1.1.2. ESPECÍFICOS

a) Establecer la ubicación socio - geográfica de la parroquia Eugenio Espejo
b) Analizar el sistema económico del sector
c) Determinar el entorno turístico de la comunidad

1.1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICOS

Una vez expuestos los objetivos del diagnóstico se ha logrado identificar las siguientes variables:

- Ubicación Socio - geográfica
- Sistema Económico
- Entorno Turístico

1.2. INDICADORES

Los indicadores más importantes objeto de análisis de las variables antes mencionadas se establecen en el siguiente cuadro.

Cuadro 1 Variables e indicadores

VARIABLE	***INDICADOR***
Ubicación Socio-Geográfica	• Ubicación • Población • Servicios Básicos • Pobreza
Sistema Económico	• PEA • Actividades Económicas
Entorno Turístico	• Patrimonio • Valores Culturales • Identidad Cultural • Ecosistema

Elaborado por: El Autor

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DE DIAGNÓSTICO

Cuadro 2 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	***VARIABLES***	***INDICADORES***	***INFORMACIÓN***	***TÉCNICAS***	***PÚBLICO***
Establecer la ubicación socio – geográfica de la parroquia.	**Ubicación Socio – Geográfica**	Ubicación Población Servicios Básicos Pobreza	Secundaria	Documental	Organismos gubernamentales
Analizar el sistema económico del sector.	**Sistema Económico**	PEA Actividades Económicas	Secundaria	Documental.	Organismos gubernamentales.
Determinar el entorno turístico de la parroquia.	**Entorno Turístico**	Patrimonio Valores Culturales Identidad Cultural Ecosistema	Secundaria	Documental	Organismos gubernamentales, Ministerio de Turismo

Elaborado por: El Autor

1.4. UBICACIÓN SOCIO – GEOGRÁFICA

1.4.1. UBICACIÓN

La parroquia de Eugenio Espejo es una de las nueve parroquias rurales del cantón Otavalo. Está ubicada al sur de la provincia de Imbabura a 2 km al este de la ciudad de Otavalo y a 30 km al sur de la ciudad de Ibarra, capital de la provincia.

La cabecera parroquial está ubicada aproximadamente a una altitud de 2.700 msnm, entre las siguientes coordenadas: 0,203º N y 78,26º O.

El territorio parroquial está ubicado desde los 2.660 msnm (orillas del lago San Pablo) hasta los 4.000 msnm (páramos del volcán Mojanda).

Por su ubicación, es una de las cuatro cabeceras parroquiales que está dentro de la cuenca hidrográfica del lago San Pablo. Está rodeada de tres volcanes como son el Imbabura, Mojanda y Cusín, así como por montañas y lomas pequeñas como el Cubilche, Curi Tola y Reyloma que son los que encierran y limitan a la cuenca hidrográfica.

Su ubicación estratégica permite tener una visión general de toda la cuenca hidrográfica del lago San Pablo desde donde se puede apreciar un paisaje natural y cultural espectacular que bien puede ser aprovechado por varios emprendimientos turísticos en un futuro muy cercano dado que, entre otros aspectos, la vía panamericana que conecta la región norte del país con el centro, sur y resto del Ecuador pasa por su territorio.

La parroquia de Eugenio Espejo limita al norte con la parroquia urbana de El Jordán, al sur con el cantón Pedro Moncayo provincia de Pichincha, al este con la parroquia San Rafael de la Laguna y al oeste nuevamente con la parroquia urbana de El Jordán.

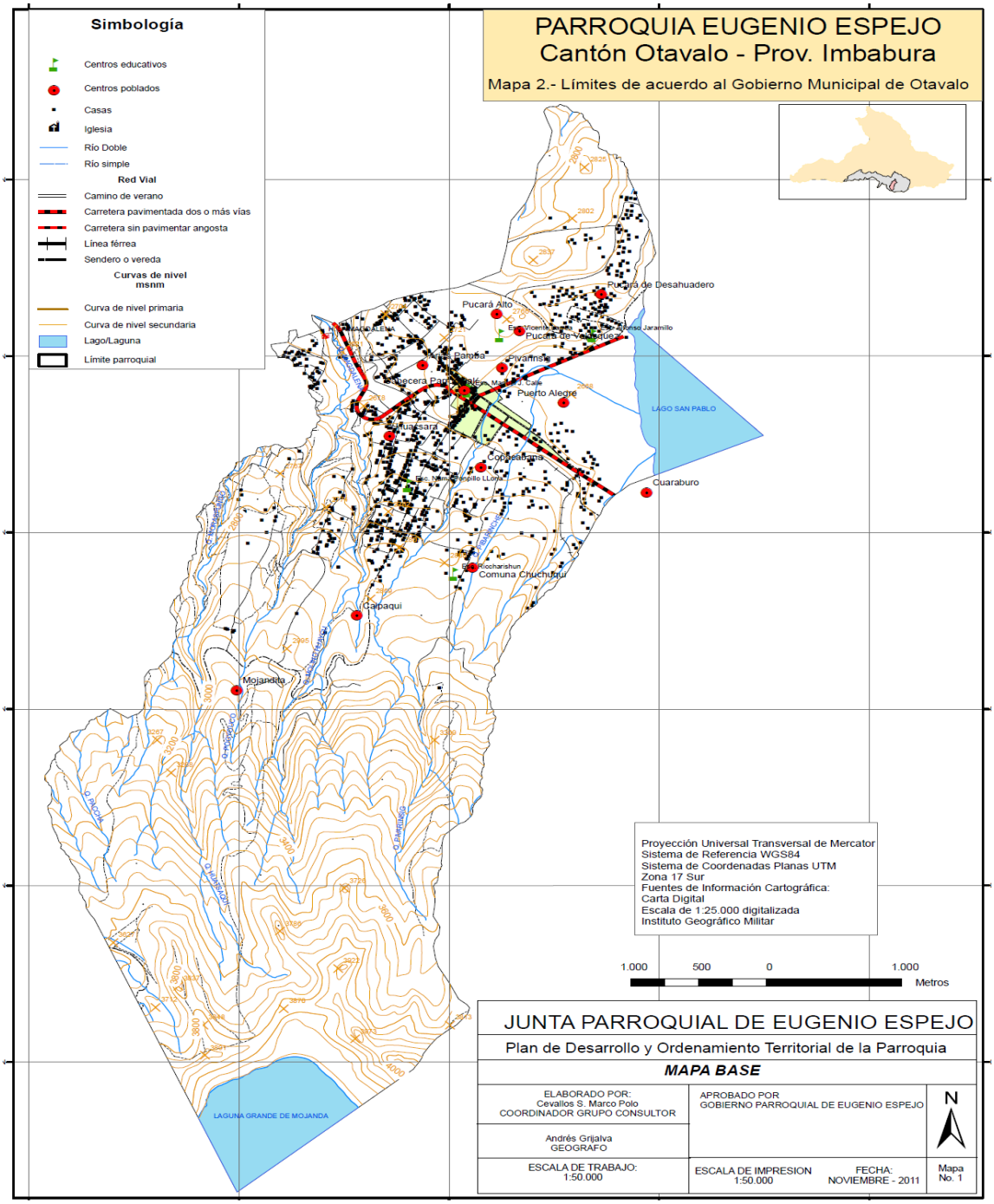
La superficie total del territorio parroquial asciende a 24,5 km² según límites del IGM y a 30 km² según catastro del Gobierno Municipal de Otavalo (Ver figura 1), dentro de la cual se hallan doce comunidades indígenas como son: Mojandita de Avelino, Huacsara, Calpaquí, Censo Copacabana, Cuaraburo, Chuchuquí, Puerto Alegre, Pivarinci, Arias Pamba, Pucará de Velásquez, Pucará Alto y Pucará Desaguadero; así como nueve barrios que conforman el centro urbano de la parroquia.

Cuadro 3 Comunidades y barrios

COMUNIDADES		BARRIOS DEL SECTOR URBANO	
1	ARIAS PAMBA	1	JOSE PUENTE
2	CALPAQUI	2	BRASILIA
3	CENSO COPACABANA	3	CENTRAL
4	CHUCHUQUI	4	26 DE ABRIL
5	CUARABURO	5	CRISTAL
6	HUACSARA	6	TUNGAVISIC
7	MOJANDITA DE AVELINO	7	RUMITOLA
8	PUCARA ALTO	8	CHUCHUQUI BAJO
9	PUCARA DESAGUADERO	9	LOS PINOS
10	PUCARA DE VELASQUEZ		
11	**PIVARINSI**		
12	PUERTO ALEGRE		

Fuente: Talleres Comunitarios 2011

Gráfico 1 Mapa Base de la Parroquia de Eugenio Espejo



Fuente: Gobierno Parroquial de Eugenio Espejo

Una situación que puede ayudar en la planificación territorial es el uso tradicional del suelo que fuera identificada por el Centro de Estudios Pluriculturales-CEPCU, quien a finales de los años 1990 cita la existencia de allpas o tierras de uso. De esta forma se han identificado seis pisos como son:

- Wambu allpa o tierra de pantanos y totorales, (Pucará Desaguadero, Pucará de Velásquez, Pivarinci, Puerto Alegre y Chuchuquí)

- Ura allpa o tierra de abajo donde se asienta la mayoría de la población de la parroquia;

- Jawa allpa o tierra de arriba donde la población local se dedica al cultivo de productos;

- Sacha allpa o zona de remanentes de bosques nativos;

- Ucsha allpa o tierra de pajonales y

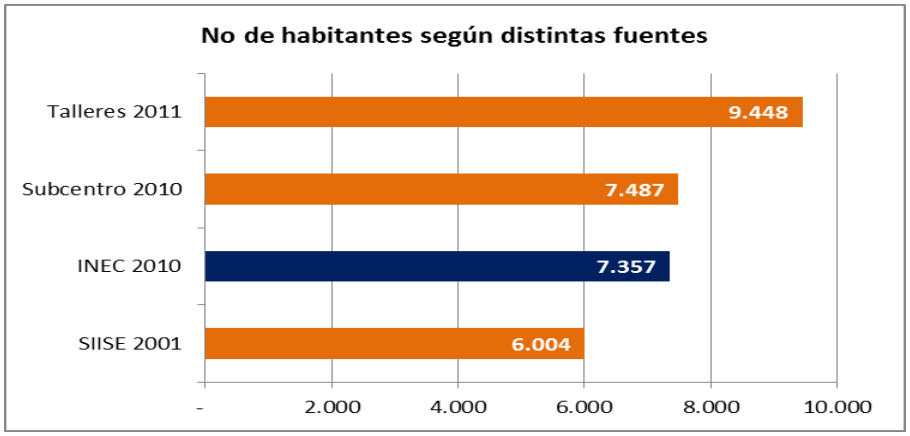
- Rumi allpa que hace referencia al cráter de los volcanes lo cual se evidencia en el Taita Imbabura y en el YanaUrku de Mojanda (este piso no se halla dentro de la parroquia de Eugenio Espejo).

Esta distribución por allpas es la que más se acerca a la dinámica cultural de las poblaciones locales respecto al uso y ocupación del suelo, situación que creemos es importante tomar en cuenta para la planificación y ordenamiento territorial. Si se lo hace así, la respuesta de la gente va a ser más favorable para los intereses de aprovechamiento del espacio, conservación y manejo ambiental y de espacios para la recreación que se acoplarían al objetivo 7 del Plan Nacional para el Buen Vivir-PNBV y la meta 7.3.1.

1.4.2. POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO

Según el SIISE del año 2001, la parroquia de Eugenio Espejo tenía una población de 6.004 habitantes. Según datos recogidos en junio de 2011 durante la realización de los talleres comunitarios para la elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial-PDOT, se estima que existe una población aproximada de 9.448 habitantes. Por su parte el sub-centro de salud maneja datos poblacionales con una estimación de 7.487 habitantes mientras que datos oficiales del censo de noviembre de 2010 indica que en ese año existían 7.357 habitantes.

Gráfico 2 Número de habitantes



Fuentes: Talleres Comunitarios 2011, INEC 2010, Sub-centro de Salud 2010

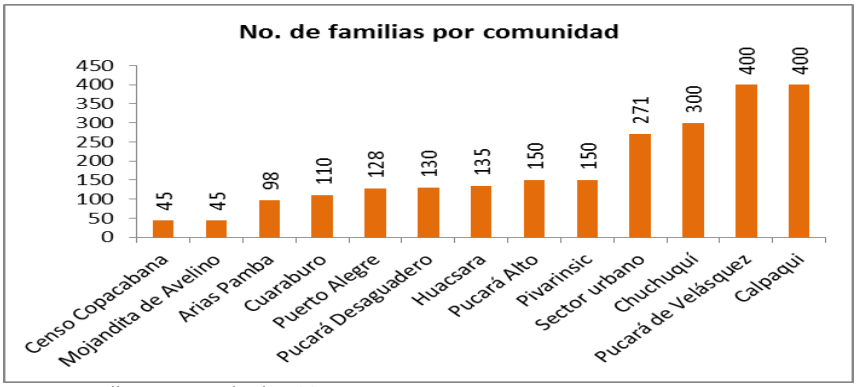
En comparación con el número de habitantes de la provincia de Imbabura según INEC 2010 (398.244 habitantes), tenemos que el 1,84% de la población imbabureña vivía en esta parroquia, mientras que en el cantón Otavalo existían 104.874 habitantes lo cual muestra en cambio que el 7,01% de los otavaleños vivían en esta parroquia. Según estimaciones oficiales, la tasa de crecimiento anual para esta parroquia es del 2,25%.

La población de la parroquia está ubicada en doce comunidades de las cuales tres son las más pobladas: Calpaquí (400 familias), Chuchuquí

(300 familias) y Pucará de Velásquez (400 familias). En estas comunidades existe una alta densidad poblacional en relación al resto de las comunidades las cuales en cambio, están distribuidas por toda la parroquia.

Sobre el número de habitantes de la parroquia existen varias fuentes de información y cada una de ellas presenta datos diferentes. Según el SIISE del 2001, en Eugenio Espejo vivían 6.004 habitantes aproximadamente, mientras que basándonos en los datos suministrados durante la realización de los talleres en el 2011 se estima que existen alrededor de 9.448 habitantes. Por su parte el sub-centro de salud posee otros datos y estima que aproximadamente 7.487 personas viven dentro de los límites de la parroquia, distribuidos todos dentro de las doce comunidades y nueve barrios del centro urbano de la parroquia. Pero los últimos datos del INEC 2010 muestran que en noviembre del 2010, durante el censo de población existían 7.537 habitantes. Con todo, el cuadro adjunto ayuda a entender la distribución y densidad de la población en esta parroquia.

Gráfico 3 Número de familias por comunidad



Fuente: Talleres comunitarios 2011

Los habitantes de la parroquia son en su mayoría indígenas del grupo étnico Otavalo quienes a su vez forman parte de la nacionalidad Kichwa y que representan el 90% del total de la población parroquial. El restante 10% lo conforma la población mestiza cuyo origen se debe a varios

procesos socio-culturales ocurridos en la región durante los últimos siglos, en especial en estos últimos años cuando muchas familias de la zona de Intag están estableciéndose en esta parroquia.

Todas las doce comunidades indígenas de la parroquia de Eugenio Espejo forman parte de las más de 160 comunidades que pertenecen al grupo étnico Otavalo.

Gráfico 4 Porcentaje de la población

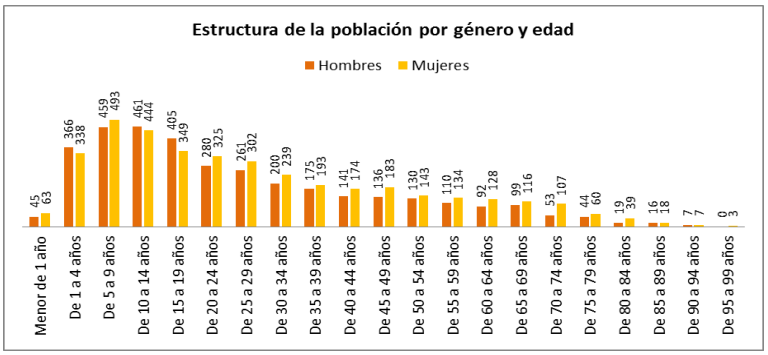
Fuente: Talleres Comunitarios 2011

Los últimos datos del censo de población del año 2010 nos revelan que en esta parroquia existe un buen número de población joven, en especial en las edades comprendidas entre los cinco a nueve, y de diez a catorce años cuyos totales oscilan entre los 952 y 905 habitantes respectivamente. De igual manera, la esperanza de vida es buena pues más del 25% de la población joven logrará cruzar la barrera de los cincuenta años.

En este sentido, la población femenina es la que mayores posibilidades de vida posee en relación al grupo masculino. Según estos datos, en la parroquia existen personas que han sobrepasado los 95 años de edad. Una investigación más puntual ayudaría a entender por qué existe esta posibilidad en esta área del cantón pero por lo pronto, una alimentación basada en los productos locales tales como: maíz, frejol, quinua entre otros, sumados a mejores condiciones de vida experimentadas en los

actuales tiempos, podrían en último caso, aportar en mejorar la esperanza de vida de la población.

Gráfico 5 Estructura de la población por género y edad



Fuente: INEC 2010

Gráfico 6 Estructura poblacional

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	45	63	108
De 1 a 4 años	366	338	704
De 5 a 9 años	459	493	952
De 10 a 14 años	461	444	905
De 15 a 19 años	405	349	754
De 20 a 24 años	280	325	605
De 25 a 29 años	261	302	563
De 30 a 34 años	200	239	439
De 35 a 39 años	175	193	368
De 40 a 44 años	141	174	315
De 45 a 49 años	136	183	319
De 50 a 54 años	130	143	273
De 55 a 59 años	110	134	244
De 60 a 64 años	92	128	220
De 65 a 69 años	99	116	215
De 70 a 74 años	53	107	160
De 75 a 79 años	44	60	104
De 80 a 84 años	19	39	58
De 85 a 89 años	16	18	34
De 90 a 94 años	7	7	14
De 95 a 99 años	0	3	3
TOTAL	**3499**	**3858**	**7357**

Fuente: INEC 2010

1.4.3. SERVICIOS BÁSICOS

Vías de acceso

De acuerdo a la información obtenida en las reuniones comunitarias realizados por el equipo consultor, se pudo determinar que dentro del sistema vial existente en la parroquia, la mayor parte de la es calzada lastrada o de tierra con aproximadamente 82,2 kilómetros, estas caminos de acceso conectan a las comunidades, las mismas que en épocas de lluvias sufren un deterioro considerable; según el CENSO 2010, 944 viviendas tienen enlace con este tipo de calles. Existe 15,2 km de carreteras empedradas que generalmente forman la parte central de las comunidades, aproximadamente 507 viviendas se benefician de este tipo de vías; en un tramo de 7 km la vía es asfaltada, la misma que cruza la parroquia y enlaza con las parroquias vecinas; en cuanto se refiere a las vías adoquinadas que corresponde a 1,7 km están ubicadas en la cabecera parroquial, de la cual 314 familias se favorecen con dos tipos de vías, como se puede observar en el cuadro N° 5; aquí es preciso mencionar que alrededor de 499 viviendas transitan por caminos de sendero y/o chaquiñán.

Figura N° 1 Camino de tierra

Fuente: Recorrido con el equipo consultor
Vía de acceso a las comunidades

Figura N° 2 Camino empedrado

Fuente: Recorrido con el equipo consultor
Vía de acceso a comunidades

El sistema vial de la parroquia necesita un mantenimiento para garantizar la movilidad de la población, el transporte de la producción y el desarrollo las actividades productivas que practican las familias.

Figura N° 3 Camino asfaltado

Fuente: Recorrido con el equipo consultor
Vía de conexión con parroquias vecinas

Figura N° 4 Calle adoquinada

Fuente: Recorrido con el equipo consultor
Cabecera parroquial de Eugenio Espejo

La panamericana cruza las comunidades de: Calpaquí, cabecera parroquial, Puerto Alegre y es la que conecta la parroquia con las ciudades de Otavalo, Quito, Ibarra, Tulcán. Esto facilita el comercio, pero necesita una señalización adecuada y obras complementarias para garantizar la seguridad de los habitantes de las comunidades.

Por la parroquia cruza la línea férrea (Otavalo-Ibarra), la misma que está abandonada, y que el gobierno nacional tiene como proyecto estratégico la rehabilitación de esta la línea férrea; esto a su vez ayudará a las familias de las comunidades a generar proyectos turísticos y culturales.

Cuadro 4 Longitud y Clasificación de Vías

Tipo de carretera	Km	Sectores
Asfaltado	7 km	Cabecera parroquial 100 m. Pivarinci 1 km. Pucara de Velásquez, 1,5km. Pucara de Desaguadero 400 m (Vía panamericana) 4 Km
Adoquinado	1,7 km	Cabecera parroquial (barrios Tungavisi, Cristal, Central, 26 de abril, Brasilla, Barrio José Puente (1,7 km)
Empedrado	15,2 km	Calpaquí 6 Km, Cuchuquí 2 km, Pucara de Velásquez 1km, Puerto Alegre 1km, Censo Copacabana 200 m, Arias Pamba 1km, Huacsara 2km, Pucara Alto 2km.
Lastrado	3 km	Calpaquí 3 km
Camino de tierra	83,2 km	Calpaquí 14 Km, Chuchuquí 6 km, Pucara de Velásquez 12km, Pucara de Desaguadero 6km, Puerto Alegre 5km, Censo Copacabana 800 m, Mojandita 5 Km, Cuaraburo 1,4 km, Arias Pamba 5km, Huacsara 8km, Pucara Alto 18km. Pivarinci 2km.
Total	**110,1 km**	

Fuente: Reuniones comunitarias 2011

Transporte

En base a la información obtenida en la parroquia, existe dos cooperativa de buses, y una de taxis, esto facilita la movilidad de las personas y el transporte de los productos locales; a continuación se detalla las unidades y la ruta de cada una de ellas:

a) La cooperativa de transporte Imbaburapak Churimi Kanchic tiene las siguientes rutas: Otavalo, Trojaloma, Pucara de Velásquez, Cabecera parroquial de Eugenio Espejo y Viceversa.

b) La cooperativa de transporte 8 de Septiembre: Quinchuqui – Agato - Peguche - Otavalo - Calpaquí y Viceversa y Otavalo - Arias Pamba- Cabecera parroquial de Eugenio Espejo Cuchuquí y Viceversa.

Estas cooperativas cuenta con unidades en buenas condiciones y el servicio que presta es aceptable.

Figura N° 5 Cooperativa Imbaburapak y 8 de Septiembre

Fuente: Recorrido con el equipo consultor

La cooperativa de taxis ECOESPEJO prestan el servicio a las comunidades y cabecera parroquial cuando la población lo solicita; cuentan con unidades en buenas condiciones y el servicio es bueno.

Las rutas y frecuencias del transporte público de las Cooperativas citadas se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 5 Rutas y frecuencias

Cooperativas	Ruta	Frecuencia	Día	Calidad del servicio	N° de unidades
Bus Imbaburapakchurimi kanchi	Trojaloma, pucara de Velásquez, cabecera parroquial, panamericana Otavalo y Viceversa.	Cada 30 minutos desde las 06h00am, hasta las 18h00 pm	Lunes a Domingo	Bueno, (existe un déficit del servicio a Pucara Alto)	51 unidades
COMPANÑIA DE TRANSPORTE 8 DE SEPTIEMBRE	Quinchuqui -Agato-Peguche - Otavalo - Calpaquí – y Viceversa	Cada 20 minutos desde las 05h15 hasta las 19h15	Lunes a domingo	Bueno	30 unidades
	Otavalo - Arias Pamba- Cabecera parroquial de Eugenio Espejo Chuchuquí y Viceversa	Cada 2 horas (promedio)	Lunes a Domingo		
Cooperativa de Taxis ECOESPEJO	A todas las comunidades	Cuando necesite la gente	Servicio permanente	Bueno	22 unidades

Fuente: Cooperativas de transporte

La parroquia tiene un déficit en la cobertura de transporte en la comunidad de Pucara Alto por lo que es indispensable implementar este servicio a este sector, esto permitirá dinamizar la economía comunitaria.

Educación

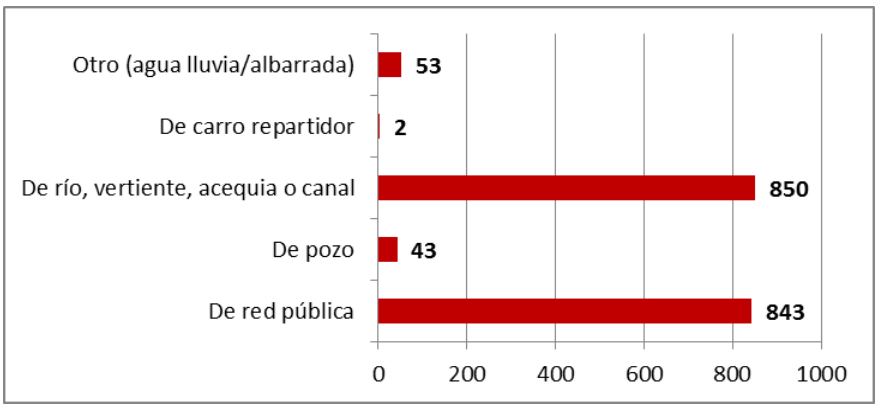
En cuanto a infraestructura educativa y de salud, la parroquia cuenta con lo básico, por lo que requieren ser atendidos con mejoras para poder brindar servicios de calidad.

Respecto al acceso de la población a varios servicios como agua, luz, teléfono y alcantarillado no es buena, por lo que requiere una atención urgente para mejorarlos, especialmente en lo que respecta a la calidad del agua pues no es potable sino que cuenta con un tratamiento simple de cloración.

Agua

El acceso al agua para consumo humano es un problema crítico dentro de la parroquia. En base a los datos obtenidos en los talleres comunitarios, aproximadamente el 80% de la población tiene acceso al agua, sin embargo en cuanto a su calidad existen requerimientos de potabilización urgentes pues el servicio actual ofrece agua clorada. Esta información está basada en el número de acometidas registradas por las Juntas Administradores de Agua de cinco comunidades, lo cual sirve de referencia para la parroquia. El agua proviene directamente de la laguna y vertientes del volcán Mojanda y llegan a los hogares por procesos de captación y entubamiento simples.

Gráfico 7 **Agua para el consumo humano**



Elaborado por equipo consultor según datos del INEC 2010

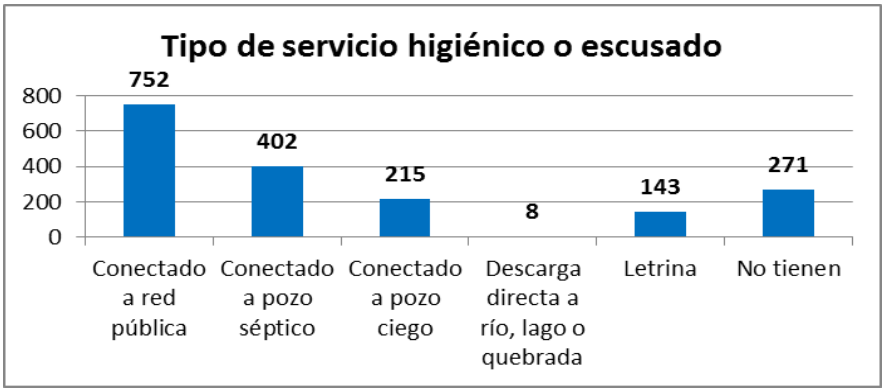
Pero basándonos en los datos oficiales del INEC 2010, solo el 47% de la población tiene acceso al agua por red pública, mientras que el resto de la población se abastece por otras formas según el gráfico adjunto. De esto se puede notar que un número similar de familias se abastece de agua a través de las vertientes, en especial aquellas que habitan en las comunidades de Pucará de Velásquez, Pucará Desaguadero, Cuaraburo y Calpaquí. Evidentemente esto puede ocasionar problemas de salud pues el consumir agua de vertiente no significa que sea pura, al contrario pueden tener alguna fuente de contaminación.

Alcantarillado

De las doce comunidades, pocas no tienen alcantarillado, lo cual ha ocasionado graves problemas de salud. Estimativamente, solo el 80% de la población tiene este servicio por lo que las aguas servidas (lavandería, duchas, cocina) son descargadas en los terrenos cercanos o en los caminos; mientras que las excretas son dispuestas en letrinas y pozos sépticos o directamente en el campo (chacras, quebradas, zanjas). Por el contrario, el casco parroquial si dispone del servicio de alcantarillado y sus aguas servidas es conectado a la red de alcantarillado de la ciudad de Otavalo.

De manera general, la mayoría de las tuberías ya han cumplido con su vida útil por lo cual es urgente el cambio de los mismos, con una mayor capacidad de carga pues en el futuro próximo se desea colocar recolectores de aguas lluvia.

Gráfico 8 Tipo de servicio higiénico o escusado



Fuente: INEC 2010

Salud

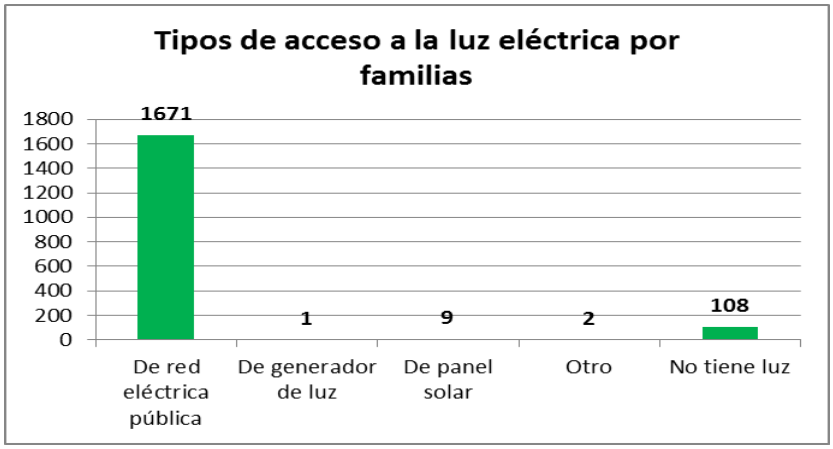
En cuanto a la salud, la parroquia dispone de un Centro de Salud subordinada al hospital de Otavalo, dispone de los servicios de medicina general, odontología y obstetricia, así mismo los medicamentos que mantiene en stock son los básicos, en el caso de que el paciente requiera de otro tipo de medicamento lo recetan y tiene que trasladarse a Otavalo a comprar, para la atención a los pacientes estar con anticipación a fin de recibir su turno en cualquiera de la especialidad que se va a ser ver o atender.

Luz Eléctrica

De acuerdo a los datos obtenidos en los talleres comunitarios, cerca del 95% de los hogares dispone del servicio de luz eléctrica, mientras que el 5% carece de este servicio debido a su ubicación distante de las zonas de aglomeración. El alumbrado público por el contrario se limita a las calles principales de algunas comunidades e ingreso del sector urbano de la

parroquia, lo cual ha generado el reclamo de la población para que se cubra el 100% de este servicio.

Gráfico 9 Tipos de acceso a la luz eléctrica



Fuente: INEC 2010

Según el CENSO 2010, el 93,61% de las familias de la parroquia disponen del servicio de luz eléctrica; y el 6,39% de familias no disponen de este servicio, Conforme se aprecia en el cuadro 8 debido a que las viviendas que se han construido en estos últimos tiempos se encuentran distantes a la red principal; según información obtenida en las reuniones comunitarias realizadas para la construcción del PDOT en la parroquia existe una déficit de alrededor del 40% de cobertura de alumbrado público en las calles de las comunidades y de la cabecera parroquial, es indispensable brindar servicio de buena calidad, esto permitirá movilización segura de los habitantes del lugar.

Uno de los problemas es también que varios postes de alumbrado público no tienen los focos u otros que se hallan quemados y no han sido reemplazados oportunamente, lo cual ha creado mayor inconformidad en la población quienes se sienten inseguras en horas de la noche y madrugadas. De hecho, el servicio de alumbrado público sólo sirve en un 40% mientras que falta más de la mitad (60%) para dotar al 100% con este importante servicio.

Cuadro 6 Disponibilidad de Luz eléctrica

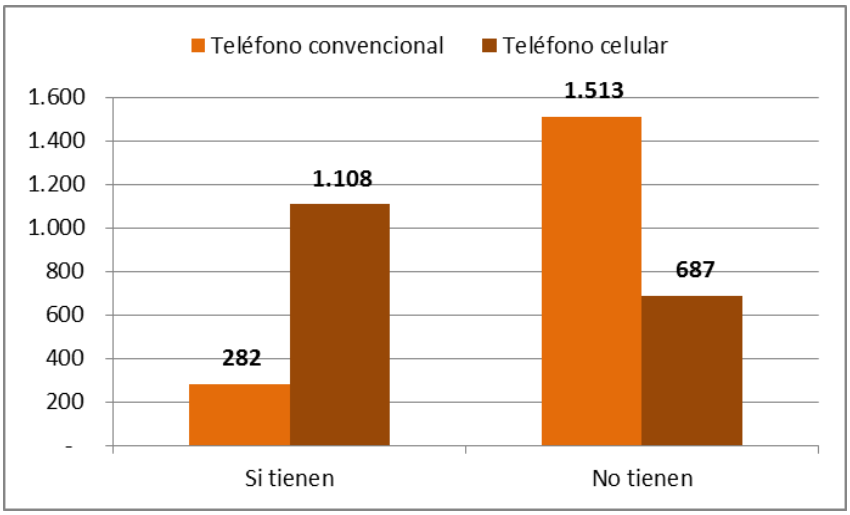
Comunidad	% de familias que disponen del servicio de luz eléctrica	% de familias que no disponen del servicio de luz eléctrica
Calpaquí	98 %	2 %
Chuchuquí	100 %	
Pucara de Velásquez	100 %	
Pucara de Desaguadero	100 %	
Puerto Alegre	90 %	10 %
Censo Copacabana	90 %	10 %
Mojandita A.D	90 %	10 %
Cuaraburo	80 %	20 %
Arias Pamba	95 %	5%
Huacsara	90 %	10 %
Pucara Alto	85 %	15 %
Pivarinci	100 %	
Cabecera parroquial	100 %	
TOTAL PROMEDIO	**93,6%**	**6,3 %**

Fuente: Reuniones comunitarias

Servicio Telefónico

En base a los datos obtenidos en los talleres comunitarios, se estima que el servicio de telefonía convencional cubre solo al 15% de la población de la parroquia, en su mayoría al casco urbano. Mucho se debe, según los mismos habitantes, a la falta de gestión para solicitar nuevas líneas a la empresa responsable. No obstante, de acuerdo a la información obtenida en las mismas reuniones comunitarias, más del 90% de la población dispone de telefonía móvil y es común que, dentro de una misma familia, exista más de dos equipos celulares (padres y madres de familia) llegando incluso a que los niños y jóvenes posean más de una unidad móvil.

Gráfico 10 Telefonía convencional y móvil



Fuente: INEC 2010

Según los datos del INEC 2010, la comunicación a través del servicio de telefonía fija de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – CNT, en la parroquia tiene una cobertura del 15,77%, de familias con este servicio, los servicios de telefonía móvil de las empresas CLARO y MOVISTAR tienen una cobertura del 61,78% de las familias; los servicios de internet tiene una cobertura del 2,17% de las familias, principalmente de la cabecera parroquial, así como se puede apreciar en la tabla 6, las familias de la parroquia que disponen de estos servicios lo califican como bueno.

Cuadro 7 Disponibilidad de servicio telefónico

Comunidad	% de familias que disponen del servicio telefónico	% de familias que no disponen del servicio telefónico
Calpaquí	20 %	80 %
Cuchuquí	10 %	90 %
Pucara de Velásquez	5 %	95 %
Pucara de Desaguadero	5 %	95 %
Puerto Alegre	20 %	80%
Censo Copacabana	8 %	92%
Mojandita A. Dávila		100 %
Cuaraburo	10 %	90 %
Arias Pamba		100 %
Huacsara		100 %
Pucara Alto	10 %	90 %
Pivarinci	10 %	90 %
Cabecera Parroquial	60 %	40 %
TOTAL PROMEDIO	**15,7 %**	**84,5 %**

Fuente Reuniones comunitarias

Cuadro 8 Servicios básicos

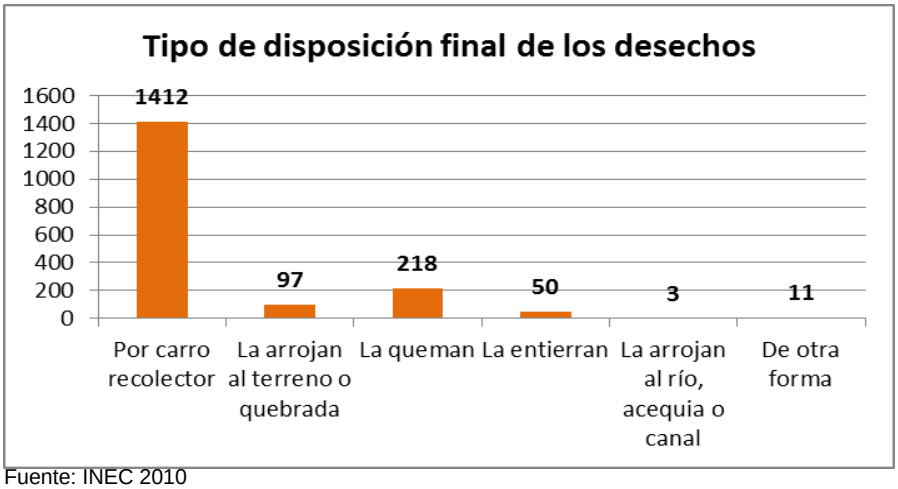
COMUNIDAD	FAMILIAS	AGUA	ALCANTARILLADO	LUZ ELÉCTRICA	TELÉFONO
Calpaquí	400	Entubada	Si tienen	380 familias tienen	Móvil y convencional
Chuchuquí	300	Entubada	200 letrinas 300 alcantarillado	Todos tienen luz	Móvil y convencional
Pucará de Velásquez	400	Entubada	75 letrinas 25 alcantarillado	Todas las familias tienen luz	Móvil y convencional
Pucará Desaguadero	130	Entubada	10 letrinas No tienen alcantarillado	Todas las familias tienen luz	Móvil y convencional
Puerto Alegre	128	Entubada	Si alcantarillado	Solo 95 familias tienen luz	Móvil y convencional
Censo Copacabana	45	Entubada	Si alcantarillado	Tres familias no tienen luz	Móvil y convencional
Mojandita de Avelino	45	Entubada	5 letrinas 95 alcantarillado	Tres familias no tienen luz	Móvil y convencional
Cuaraburo	110	Entubada	60 letrinas 50 ninguno	Solo 90 familias tienen luz	Móvil y convencional
Arias Pamba	98	Entubada	65 alcantarillado	85 familias tienen luz	Móvil y convencional
Huacsara	135	Entubada	135 alcantarillado	Solo 90 familias tienen luz	Móvil y convencional
Pucará Alto	150	Entubada	No alcantarillado	30 familias no tienen luz	Móvil y convencional
Pivarinci	150	Entubada	No alcantarillado	94 familias tienen luz	Móvil y convencional
Sector urbano	271	Entubada	Si alcantarillado	El 100% de la población tiene luz	Móvil y convencional

Fuente: Talleres Comunitarios 2011

El tema de los desechos sólidos es un problema en la mayoría de las comunidades y los centros urbanos de varias parroquias y Eugenio Espejo no es la excepción. El vehículo recolector trabaja dos días a la semana: martes y viernes con un recorrido rápido y limitado a una pequeña parte de las comunidades. La queja generalizada de la población

es que el recolector transita únicamente por las vías principales sin adentrase por otras calles. Por lo tanto, no existe el espacio ni tiempo suficiente para una organizada y eficiente recolección de los desechos. Así, muchos de los desechos se quedan en las mismas comunidades generando mayores problemas de contaminación.

Gráfico 11 Tipo de disposición final de los desechos



Fuente: INEC 2010

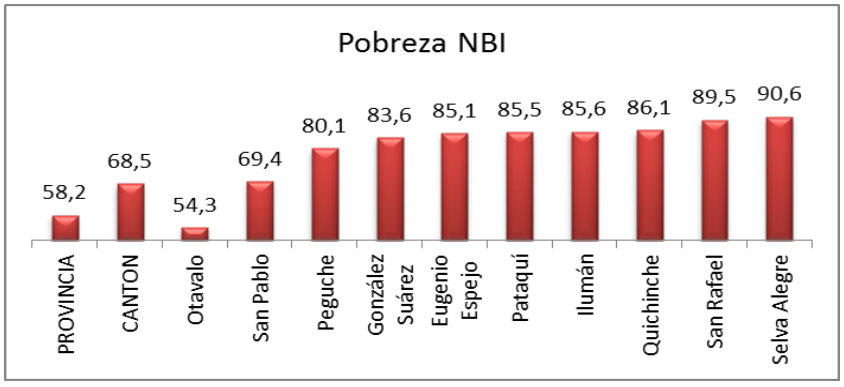
Según los datos del INEC 2010, en Eugenio Espejo hay un buen nivel de recolección de desechos por cuanto 1.412 familias reciben el servicio. Pero el resto de la población que no puede recibirlo, obviamente van a disponer de los desechos de una u otra manera para no tenerlo dentro de sus casas. Esta situación evidentemente genera problemas de insalubridad, pues debido a un deficiente servicio de recolección de los desechos, los moradores botan todo desperdicio en las chacras y quebradas provocando graves problemas de contaminación, sea de las fuentes de agua, terrenos y quebradas.

1.4.4. POBREZA SEGÚN NBI

El NBI está definido como el número de personas u hogares que viven en condiciones de pobreza expresados como el porcentaje del total de la

población en un determinado año. Se considera pobre a una persona si pertenece a un hogar que presenta carencias persistentes en la satisfacción de sus necesidades básicas incluyendo: vivienda, salud, educación y empleo (SIISE, 2001). De las 9 parroquias rurales del cantón Otavalo, la Parroquia Eugenio Espejo es la sexta más pobre (después de Selva Alegre, San Rafael, Quichinche, Ilumán y Pat aquí), con un 85,1% de la población ubicada en la definición de pobreza NBI. Sin embargo, la diferencia entre los índices de las demás parroquias rurales no son significativos, excepto por la parroquia San Pablo que se encuentra en una aparente mejor situación. En el caso de las parroquias que forman parte de la ciudad de Otavalo es diferente por cuanto reciben la mayor atención de las autoridades para solucionar sus necesidades de acceso a los servicios básicos seguido de otros factores (actividades productivas, educación, acceso a fuentes de trabajo, etc.) que la ubican como las menos pobres del cantón.

Gráfico 12 Pobreza según NBI



Fuente: SIISE 2001

El sub-centro de salud de Eugenio Espejo requiere el apoyo de las autoridades e instituciones responsables, para el mejoramiento de la infraestructura así como de obras complementarias en sus alrededores, esto con la finalidad de ofrecer un buen servicio.

- Adecuación de lavamanos en ciertas áreas de esta casa de salud.
- Proporcionar elementos de asepsia de las diferentes áreas del sub-centro.
- Arreglo del cerramiento y proporcionar equipos de seguridad a la unidad operativa.
- Implementar baños y lavamanos para el público.
- Rehabilitar la fachada tanto interna como externa de la unidad.
- Colaboración con el transporte para las actividades que se realizan en la comunidad.
- Pavimentación o adoquinado de la calle Malchingui previo la implementación del alcantarillado.
- Señalización para el sub-centro de salud para que la población la ubique sin contratiempos.
- Controlar la crianza de animales en las casas de los vecinos que se hallan cerca al sub-centro.
- Los centros educativos concuerdan en varios problemas que los aquejan en distintos frentes:

Infraestructura: La totalidad de los centros educativos requieren apoyo institucional para completar varias obras de infraestructura como la ampliación de aulas, cerramientos y mejoramiento de las edificaciones en general. El reclamo generalizado tiene que ver con la aplicabilidad de la nueva enseñanza. Por ejemplo, debido a que los centros educativos serán responsables de hasta el décimo año de educación básica, es necesaria la construcción de más aulas, así como el incremento del personal docente. En la actualidad, muchos centros educativos presentan déficit de personal. Un requerimiento común de varios centros educativos es el cerramiento de sus instalaciones ya que al estar ellas ubicadas en comunidades rurales, muchas personas invaden sus espacios con animales domésticos como cerdos y ganado. Los robos constantes y daños a los edificios hacen necesario un mejoramiento de la seguridad física.

Equipamiento y materiales didácticos: Se requieren equipos tecnológicos y materiales didácticos para mejorar el servicio de la educación. Los computadores con las que cuentan son obsoletos al igual que varios textos, mapas, videos, etc.

Servicios básicos: Varios centros educativos no cuentan con el servicio de agua, alcantarillado, luz eléctrica y teléfono. Inclusive, aquellos que disponen de estos servicios básicos requieren mejoras especialmente en alcantarillado, telefonía convencional y recolección de los desechos.

Accesibilidad: La mayoría de los centros educativos no cuenta con vías de comunicación adecuadas o se hallan muy cercanas a caminos muy concurridos por los vehículos como sucede con la UE Manuel J. Calle que se halla al lado sur de la panamericana. La mayoría de caminos son de tercer orden (tierra) que se vuelven intransitables en la época lluviosa. En estos casos, nadie quiere aventurarse a transitar por calles de tierra por temor a que los vehículos queden atrapados por el lodo o a sufrir algún accidente.

La mayoría de los hogares cuenta con vivienda propia, aunque sus características dependen de la capacidad económica familiar. Por ejemplo, debido a la falta de recursos para independizarse, es común que en la cultura local, las nuevas familias (recién casados) vivan en la casa de sus familiares, generando potenciales problemas de hacinamiento. El rápido crecimiento poblacional y la necesidad de vivienda han generado problemas de urbanización desordenada, construcciones informales y sin planificación. Por ejemplo, es evidente que varias edificaciones son susceptibles a desastres naturales como terremotos y deslaves (Pucará Alto, Pucará Desaguadero). No existe una política local o normativa para el control del crecimiento urbano.

Es importante mencionar que en los últimos años, la creciente actividad comercial y la migración han permitido que varias familias obtengan un mejor nivel económico y capacidad de construcción de sus propias viviendas. Sin embargo, el diseño de las nuevas construcciones responde a estilos foráneos que ocasionan un disturbio a la arquitectura tradicional local. Asimismo, existe un proceso de diferenciación social acelerado como consecuencia de una mejor capacidad adquisitiva de un segmento de la sociedad.

- **Sector Rural,** población y estructura edificada dispersa, con un nivel de formación (0-25%) y óptimo para mantener el uso de suelo netamente agrícola, ya que su vocación es para esta actividad, constituyen el área rural las comunidades de:

Censo Copacabana

Cuaraburo

Pivarinci

Pucará Alto

Huacsara

Calpaquí

Arias Pamba

Chuchuquí

Mojandita de Avelino Dávila

Puerto Alegre

Pucará desaguadero

Pucará de Velásquez

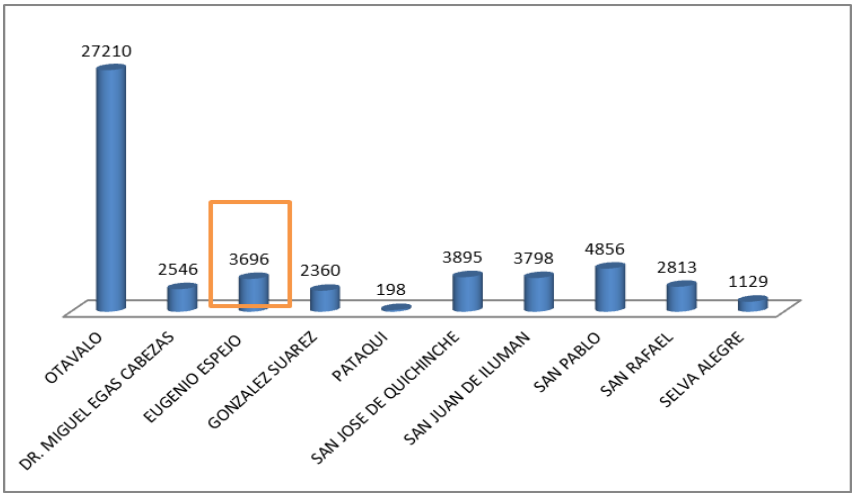
Es importante indicar que Eugenio Espejo es una parroquia que posee un alto nivel de concentración poblacional y edificada, de todo el cantón Otavalo, como es el caso de Pucará alto, Calpaquí y Pucará desaguadero, además de tener ya un tejido urbano definido en cuanto a vías, manzanero y atributos urbanos.

1.4.5. SISTEMA ECONÓMICO

Población Económicamente Activa.

La población a nivel parroquial es de 7.357 habitantes según los datos del censo de población y vivienda 2010, de los cuales 3.696 habitantes pertenecen a la población económicamente activa (PEA). Eugenio Espejo concentra el 7,04% de la población activa del cantón Otavalo (ver gráfico 16) actualmente en la parroquia se puede identificar 104 personas que poseen título profesional reconocido y 8 personas que están en proceso de legalización.

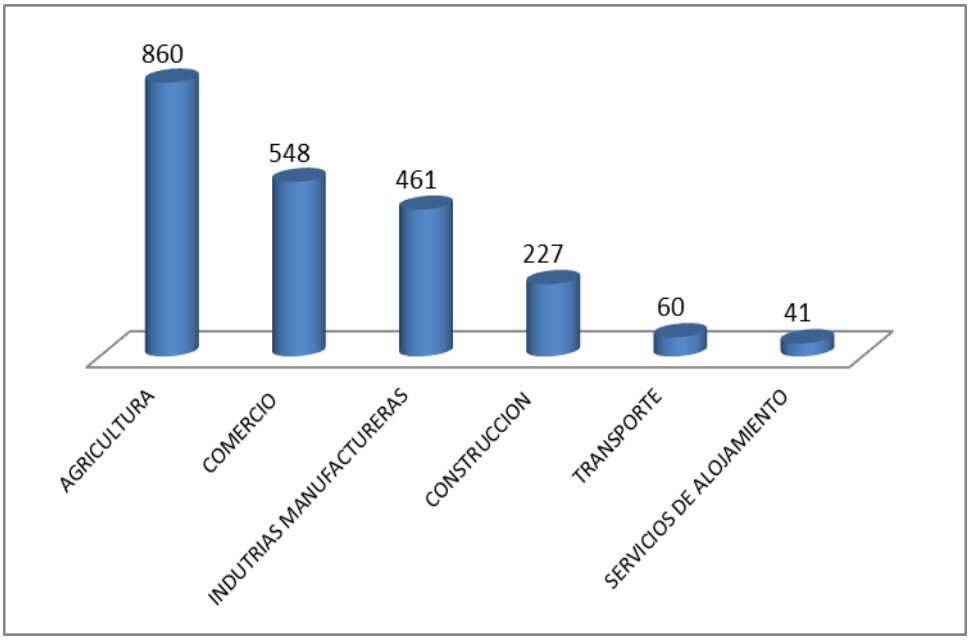
Gráfico 13 Población activa.



Fuente: SIISE. Censo de población y Vivienda INEC 2001.

El grafico 14, muestra la distribución de la población activa por rama de actividad exponiendo que la agricultura representa el 38,8% que contempla actividades relacionadas con la agricultura parcelaria practicada en las comunidades y la agricultura desarrollada en las empresas florícolas. El comercio representa el 24,72% practicado dentro y fuera de la parroquia con productos agrícolas, artesanales y textiles, manufactura 20,8%, construcción 10,24%, transporte 2,7% y servicios de alojamiento 1,85%.

Gráfico 14 Distribución de la población activa.



Fuente: Censo de Población y vivienda 2010

La falta de fuentes de trabajo en la localidad ha incidido para que el 45.8% de jóvenes de 15 a 25 años migren a trabajar en las plantaciones ubicadas en Cayambe, Tabacundo y San Pablo, esta problemática es común en las parroquias ubicadas en las riveras del Lago San Pablo. Se puede identificar también que el 27,8% de la población sale a las ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato entre otras, donde la actividad de la construcción es una fuente de trabajo interesante de crecimiento y el

33,4 % de las mujeres salen al servicio doméstico a la ciudad de Otavalo y Quito.

1.4.6. PRINCIPALES ACTIVIDADES.

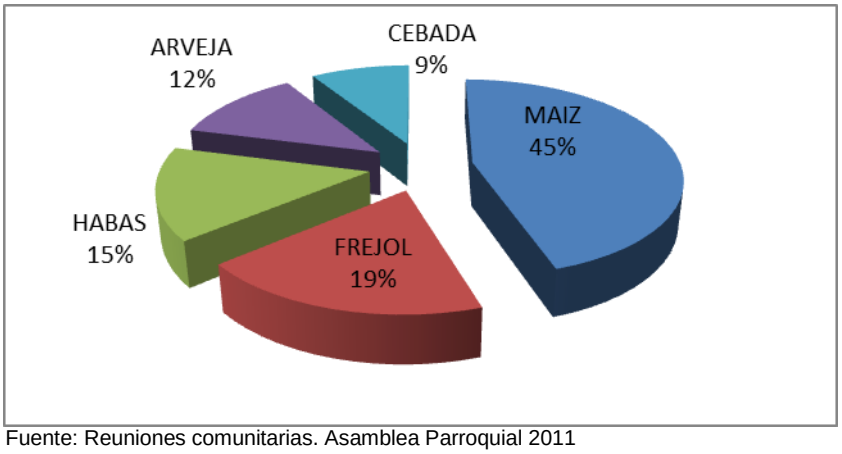
Las principales actividades que desarrolla la población de la parroquia Eugenio Espejo son la agricultura parcelaria y en empresas, comercio de ropa, venta de granos y harinas; y la artesanía a través de la producción de textiles, cestería, producción de fajas, alpargatería, panadería, dentro de las importantes.

Actividad agropecuaria.

La productividad agrícola interna es destinada para el autoconsumo, la población basa su alimentación en productos de sus parcelas como es el maíz, frejol, arvejas, habas, etc. El 73% de la superficie de cultivo de la parroquia está bajo la agricultura de secano, solo aquellas comunidades que se encuentran cerca del Lago gozan de pisos húmedos aptos para el cultivo de frutilla y tomate de árbol.

Tradicionalmente el cultivo de maíz ha sido el más importante; pero debido a la baja rentabilidad generada de este cultivo la población busca nuevas opciones productivas con cultivos no tradicionales. Los cultivos como la arveja, habas y mellocos se utilizan para la rotación de cultivos y evitar la erosión acelerada de sus tierras, la cebada, trigo y avena, son cultivos que han ido perdiendo representatividad debido al incremento de cultivos alternativos bajo invernadero tales como tomate riñón, pimiento, babaco, entre otros.

Gráfico 15 **Principales cultivos.**



Fuente: Reuniones comunitarias. Asamblea Parroquial 2011

La actividad agrícola también es practicada en las empresas florícolas; para lo cual los trabajadores viajan a diario a las cantones de Cayambe y Tabacundo. Las empresas florícolas en su mayoría brindan el servicio de transporte y alimentación para los trabajadores que confluyen a laborar a estas empresas.

La actividad florícola, es una de las más importantes dentro del grupo de las exportaciones no tradicionales. Actualmente brinda puestos de trabajo a aproximadamente 77 000 personas. Debido a las condiciones climáticas que presenta los cantones Cayambe y Tabacundo, se han convertido en los lugares de mayor cultivo de flores en el País. El desarrollo de este sector ha sido sostenido y se espera incrementos importantes en los siguientes años.

Generalmente este sector oferta plazas de trabajo para las cuales no se necesita una formación profesional especializada, debido a que las actividades que se desarrollan son las de cultivo, fumigación, pos cosecha y mantenimiento. Labores en las cuales los trabajadores poseen un conocimiento previo, por la experiencia generada en la producción de las parcelas.

Figura N° 6 Actividades florícolas.

Fuente: visita a Florícola Linda flor Cía. Ltda.

En cuanto a actividades pecuarias, generalmente los pobladores de las comunidades poseen animales menores como conejos, cuyes y gallinas, además en sus parcelas mantienen de 2 a 3 cabezas de ganado vacuno. Las encargadas de la crianza de estos animales son las mujeres y niños que permanecen en sus comunidades. Estos animales son considerados como un activo, y son comercializados en ocasiones especiales para sustentar sus necesidades económicas urgentes.

Se estima que la actividad pecuaria les genera ingresos de 460 dólares al año, provenientes de la venta de leche, compra y venta de ganado, complementan esta actividad con el engorde de porcinos que son destinados para la venta en ferias cercanas.

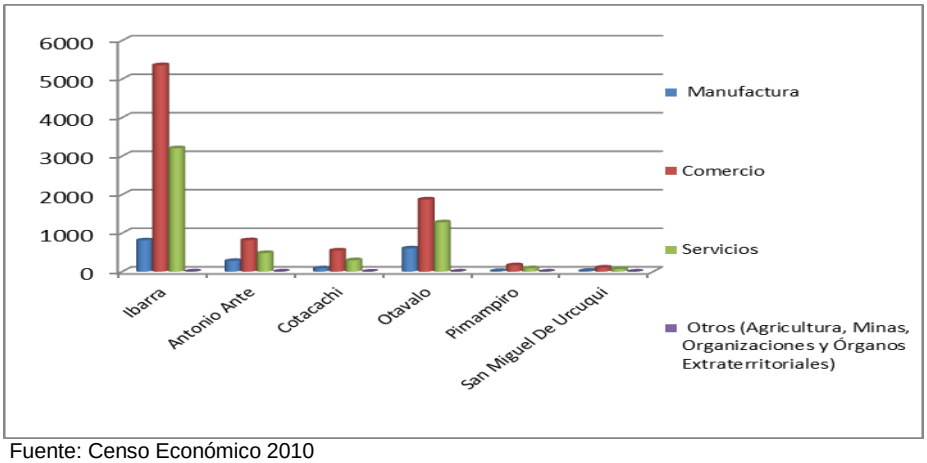
Comercio.

La característica preponderante del pueblo kichwa Otavalo es la práctica del comercio, se evidencia esta particularidad en todos los lugares del país y fuera de nuestras fronteras donde practican esta actividad, que comprende desde la venta de granos frescos o secos, hasta la comercialización de textiles producidos por ellos o importados de países donde se encontraban trabajando.

La actividad comercial generada al interior de la parroquia, gira en torno a la producción artesanal y agrícola, la mayor parte de los comerciantes se dirigen a Otavalo para vender los productos que logran obtener mediante la intermediación, esta actividad se concentra los días miércoles, viernes y en mayor medida los sábados en la Plaza de Ponchos.

En general la mayor parte de los comerciantes practican esta actividad de manera informal, pocos son los productores que se han asociado para formar organizaciones productivas y fomentar la práctica del comercio justo. Otavalo concentra la actividad comercial de todo el cantón, en el gráfico 16 se determina el nivel de concentración de la actividad comercial en los seis cantones de la provincia de Imbabura, siendo el cantón Otavalo el segundo más importante de la provincia. Esta concentración se debe a la economía de aglomeración que tiene la ciudad de Otavalo en los días especiales de feria, donde habitantes de todas las comunidades ofertan toda clase de productos en los mercados de la ciudad.

Gráfico 16 Establecimientos Económicos por sector



Fuente: Censo Económico 2010

Figura N° 7 Productos que se comercializan.

AGROPECUARIOS			
TEXTILES			
ARTESANIAS			

Fuente: Reuniones comunitarias. Asamblea Parroquial 2011

Actividad manufacturera

Al ser el Cantón Otavalo, un referente nacional en cuanto a la producción artesanal, esta se origina en las comunidades de las distintas parroquias que conforman el cantón. Eugenio Espejo se caracteriza por la producción de bolsos, con un promedio de 150 unidades mensualmente, se elaboran también alpargatas en un promedio estimado de 200 pares mensuales, al igual que confeccionan chompas de algodón con aproximadamente una producción de 300 prendas mensuales. Elaboran también artesanías menores como fajas, pulseras, collares, o instrumentos musicales como flautas, rondadores, tambores, huiros, raspas, cachos y churos. Los mismos tienen una gran aceptación en los turistas extranjeros

La producción manufacturera se dirige a las ferias en Otavalo, así como también a Tulcán, Ambato y Riobamba, donde se comercializa los

productos a precios competitivos teniendo una gran acogida en el mercado.

También los productos artesanales, tienden a ser exportados mediante las personas que migran de forma temporal a países europeos. Los precios que alcanzan estos productos en el mercado extranjero, superan ampliamente a los precios vigentes en los mercados locales, por ejemplo: las gorras con orejeras que normalmente se encuentra en el mercado local a $3,00 dólares, en España el precio oscila entre los 5 y 6 Euros que equivale a 5 x €1,45 = 7,25 y 6 x € 1,45 = 8,70 (la cotización del euro en el 2010 fue de 1,45 dólares).

Otra de las actividades artesanales que se practican en la parroquia es la elaboración de castillos, voladores, truenos, globos, etc., que tienen una gran demanda a nivel de la provincia especialmente en épocas de fiesta.

Figura N° 8 Artesanías producidas en la parroquia

Fuente: Visita de turistas a artesanos de la parroquia en la plaza de ponchos.

Actividad turística.

La actividad turística en el cantón Otavalo, es de gran importancia ya que es considerado como uno de los referentes turísticos a nivel nacional. Su potencialidad radica en la cultura, artesanías, música, costumbres, tradiciones y sitios turísticos que le identifican como única en el país.

Figura N° 9 Celebración Fiestas de San Juan

Fuente: Fiestas de San Juan en la Parroquia Eugenio Espejo.

Eugenio Espejo posee uno de los símbolos culturales del Cantón como es el Lechero de Pucara, considerado como sitio sagrado por el pueblo Otavalo por haber sido altar ceremonial de acontecimientos históricos, además su ubicación permite tener una visión panorámica del lago San Pablo y su entorno dominada por la presencia del Taita Imbabura.

Figura N° 10 El Lechero centro ceremonial

Fuente: Visita sitios turísticos

El turismo está tomando fuerza en el cantón por las distintas actividades que se desarrollan para promover la visita de turistas y potencializar a esta actividad como una estrategia para atraer inversión y generar nuevas oportunidades de trabajo para los habitantes del cantón.

Se estima que entorno al turismo se han desarrollado actividades complementarias especialmente de servicios, tal es así que el 1,85% de la población de Eugenio Espejo se encuentran desarrollando actividades

relacionadas con el alojamiento, alimentación y servicios varios que demandan los turistas a la hora de visitar los principales iconos turísticos del Cantón.

Otro de los factores que mueve la actividad turística dentro de la parroquia es la presencia del parque Cóndor dedicada a la protección, rescate, rehabilitación y posible reintroducción a la naturaleza de aves rapaces como: buitres, cóndor andino y búhos, este patio se encuentra situado en un lugar estratégico con una preciosa vista panorámica, donde se puede admirar el lago San Pablo, Volcán Imbabura, Volcán Cotacachi e incluso el Cráter de Cuicocha.

Figura N° 11 Sitios turísticos.

Fuente: Visita sitios turísticos

1.4.7. ÁREA PATRIMONIAL.

Las áreas históricas o conjuntos urbanos, han sido identificados e inventariados por el Ministerio Coordinador de Patrimonio a través del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, y se hallan publicados en la página web del INPC, para su socialización, como son: Parque Central, Iglesia Antigua y nueva, Casa parroquial, los pucarás del sector denominado Rey Loma y Curitola (Pucará Alto), Mizatola (Arias Pamba), las comunidades de Calpaquí, Huacsara, Chuchuquí y Cuaraburo; donde se encontraron vasijas de barro y otros artefactos considerados de alto valor arqueológico, sitios ceremoniales, vestimenta e instrumentos

musicales, los mismos que no han tenido la promoción del patrimonio en especial a nivel de las áreas rurales parroquiales.

En la parroquia se han identificado varias estructuras arquitectónicas de carácter vernáculo, de arquitectura civil y religiosa que deben ser conservadas con las distintas técnicas y principios de la Rehabilitación, entendiendo que el Estado solo puede invertir recursos económicos en la intervención de estructuras que son consideradas propiedad del estado mismo.

En este sentido, la promoción para la Conservación del Patrimonio existente en la parroquia estaría a cargo de las autoridades de turno, las mismas que están llamadas a efectuar este tipo de actividades en coordinación con el Ministerio Coordinador de Patrimonio.

Entre los bienes estatales inventariados tenemos:

- Parque Central
- Iglesia Antigua y nueva
- Casa parroquial
- Las tolas (Pucará Alto y Arias Pamba)
- Terrazas de cultivo (Pucará Alto)
- Sitios ceremoniales Rey Loma y Curitola
- Vestimenta tradicional (ponchos, wallkas, manillas, mama chumpis y wawa chumpis, sombrero)
- Música (flautas, pingullos, tambores)
- Elementos de las fiestas tradicionales (castillos),
- Agricultura (palas, arados, yugos),
- Cocina (piedras de moler, ollas de barro, tiestos)

Los bienes del patrimonio cultural son todos aquellos elementos tangibles o intangibles que son poseedores de los conocimientos de los pobladores de la parroquia y que sirven para sustentar la identidad cultural de un

pueblo. Estos bienes del patrimonio generalmente tienen algún tiempo por lo cual varios datos han quedado registrados en los mismos o que pueden servir para identificar estos bienes para luego catalogarlos, preservarlos y cuidarlos.

Patrimonio Cultural Tangible

El patrimonio cultural tangible es aquel que está formado por un conjunto de bienes y elementos físicos elaborados por el hombre para distintos fines (agricultura, tejidos, música, festividades) y que por su uso, simbolismo y conocimientos mantenidos en torno a ellos a través del tiempo (Espejo, 2009), han llegado a ser considerados de un alto valor histórico y cultural. En este aspecto cabe mencionar que en la parroquia existe un desconocimiento generalizado de la importancia, valor y significado de los bienes del patrimonio cultural tangible. Este desconocimiento ha hecho que la población no sepa cómo cuidar, conservar y aprovechar los distintos bienes patrimoniales para su propio beneficio a través de distintos usos como por ejemplo el turismo.

Para su identificación los bienes patrimoniales tangibles se clasifican en dos grupos. Los bienes patrimoniales de las comunidades y los bienes patrimoniales del casco urbano.

Bienes del patrimonio cultural comunitario:

Estos los constituyen todos aquellos bienes que fueron elaborados y/o construidos desde tiempos inmemoriales como es el caso de los pucarás del sector denominado Rey Loma y Curitola (Pucará Alto), Mizatola (Arias Pamba), vasijas de barro y otros artefactos considerados de alto valor arqueológico hallados en comunidades como Calpaquí, Huacsara, Chuchuquí y Cuaraburo. Estos últimos, por ejemplo, no son valorados en ninguna forma por la población debido a creencias o supersticiones pues muchos consideran que estos artefactos son la morada de espíritus

negativos. La creencia es tan fuerte que hasta existen testimonios de personas que sueñan o tienen alucinaciones cuando están cerca o los tienen en sus casas. Sea cual fuere su simbolismo, estos bienes arqueológicos no son valorados y mucho menos aprovechados para generar ingresos para las familias.

Con todo, en las comunidades de la parroquia existen vestigios arqueológicos como las tolas (Pucará Alto y Arias Pamba) y terrazas de cultivo (Pucará Alto); sitios ceremoniales como Rey Loma y Curitola; bienes de uso diario como la vestimenta tradicional (ponchos, wallkas, manillas, mama chumpis y wawa chumpis, sombrero), música(flautas, pingullos, tambores), elementos de las fiestas tradicionales (castillos), agricultura (palas, arados, yugos), cocina (piedras de moler, ollas de barro, tiestos) entre otros.

Patrimonio Cultural Intangible

El patrimonio cultural intangible está muy relacionado a la tradición oral de los pueblos. En el caso de la parroquia Eugenio Espejo su patrimonio se evidencia en cada instante de la vida de la gente. La tradición oral no está únicamente relacionada a los mitos y leyendas, sino también al conocimiento y saberes ancestrales que la gente local mantiene para entender su entorno natural. Por ejemplo, el conocimiento tradicional local sobre la agro-ecología, el conocimiento del ciclo agrícola, el aprovechamiento de los diferentes recursos naturales entre otros, son el patrimonio intangible preservado de manera trans generacional.

Entre los mitos y leyendas más conocidos por las comunidades están aquellas relacionadas a los espíritus de las montañas como el chuzalungu. Del lago San Pablo se cree que éste ruge cada vez que anuncia una muerte en las comunidades que se hallan asentadas a su alrededor. De las vertientes se mencionan que éstas poseen

personalidades masculinas o femeninas y que poseen energías de sanación o enfermedad. De las lagunas de Mojanda se creen que éstas poseen la habilidad de “comer” a incautos pastores y transeúntes. Sin embargo, esta rica diversidad cultural, reflejada en la tradición oral, está amenazada por el olvido colectivo especialmente debido a que las nuevas generaciones mantienen poco interés en su preservación. Asimismo, los ancianos de las comunidades mueren paulatinamente y con ellos su memoria y tradición oral. Adicionalmente, la progresiva desaparición del idioma Kichwa contribuye a la pérdida de la tradición oral. Lamentablemente, son los mismos padres quienes desvalorizan el idioma nativo por considerarlo ‘poco práctico o rentable’ para el mundo moderno y globalizado. Por el contrario, existe un creciente interés en aprender el idioma inglés por su valor práctico para las migraciones internacionales. Por lo mencionado, es de vital importancia que las autoridades de las comunidades y de la Junta Parroquial coordinen acciones tendientes a enfrentar esta problemática puesto que el idioma es un pilar fundamental para el sustento y supervivencia de un pueblo y de su cultura.

1.4.8. VALORES CULTURALES

Los valores culturales son todos aquellos elementos que fortalecen la identidad de su pueblo (Espejo, 2009). En el caso de Eugenio Espejo, estos valores son eminentemente indígenas y por lo tanto su cosmovisión, filosofía y forma de vida rige la vida cotidiana de sus habitantes. Los grupos mestizos representan apenas el 10% de la población, por lo que se evidencia que su modo de vida está ajustado a los estándares y valores del pueblo indígena de Eugenio Espejo.

La cultura indígena está sustentada por su territorialidad ancestral. Por lo tanto, los pobladores de esta parroquia se identifican con su respectiva comunidad más que con su parroquia. En cada una de estas comunidades existe una protección importante de sus respectivas

costumbres y tradición de ‘ser indígena’. Por ejemplo, la gran mayoría de la población, niños, jóvenes y adultos, usan el Kichwa como idioma principal. Las mujeres y hombres mantienen aún su vestimenta tradicional. El manejo de los recursos naturales se lo practica a través de la agro-ecología así como por un manejo basado en los conocimientos tradicionales ecológicos (Traditional Ecological Knowledge-TEK (De Wikipedia, 2012)). Únicamente, a nivel religioso existe un dominio de la Iglesia Católica y Evangélica, aunque de manera general supone la introducción de valores que benefician el desarrollo social de las comunidades. Sin embargo, las tradiciones, costumbres e identidad han permanecido a pesar de varios siglos de colonización y conflictos con los regímenes de opresión (haciendas) al pueblo indígena. Por lo tanto, es posible corroborar la existencia de un anhelo inquebrantable de mantener viva la cultura indígena y sus valores a través de los años. Esta afirmación puede ser corroborada con el hecho de que hasta hace pocos años atrás, el poder político ha sido alcanzado por líderes indígenas. Esta situación es trascendental para las comunidades puesto que por primera vez, la democracia y representatividad indígena tiene legitimidad para sus representados.

Aunque los prejuicios y la falta de aceptación de los grupos de poder no indígenas tradicionales están aún presentes, los valores de la cultura local son tan fuertes como para sostener la identidad y conducir el desarrollo de la comunidad acorde con sus propias expectativas y tradición.

1.4.9. IDENTIDAD CULTURAL

La identidad cultural se refiere al grado de pertenencia y de identificación que los pobladores de la parroquia tienen o sienten hacia su propia cultura. De hecho la identidad cultural tiene varios parámetros como el territorio étnico, idioma, cosmovisión, conocimiento tradicional (agricultura, recursos naturales, biodiversidad), tradición oral (mitos y leyendas),

costumbres y tradiciones (vestimenta, fiestas, alimentos, música) entre los más representativos. Pero de todos ellos, el parámetro más visible ha sido desde siempre la vestimenta la misma que puede ser utilizada como un indicador para analizar el grado de pertenencia a una cultura u otra. Pero no hay que dejar de notar que en este proceso hay situaciones externas a una comunidad y/o parroquia que no está bajo su control como son los procesos de globalización.

En este sentido, las comunidades son las más afectadas y sus habitantes son el centro de atención de la sociedad en general. Al haber desconocimiento tanto de la sociedad como de los comuneros, el tema de la identidad cultural se ha vuelto en un asunto de interés de la parroquia por cuanto es el elemento primordial para garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad de los procesos de desarrollo con identidad. En este aspecto, la identidad cultural si está siendo afectada en todas las comunidades a través de los distintos parámetros. Durante los talleres comunitarios, la población participante identificó que ello se debe a la migración y a los bajos niveles de educación. La gente que migra a otros países, al no tener un criterio formado respecto a su identidad y sus fundamentos, rápidamente trata de adaptarse a las nuevas realidades y las adopta como parte de su vida pues de hecho, debe hacerlo si desea sobrevivir en estos nuevos ambientes. Al regresar a casa, que generalmente es por poco tiempo, trata de replicar lo que ha visto en estos lugares lo cual se evidencia rápidamente en temas relacionados con las construcciones de sus viviendas, uso de vestimenta con modelos foráneos e incluso adaptaciones en sus fiestas con elementos extraños a su cultura. En este aspecto, la fiesta del Inti Raymi por ejemplo es un espacio donde se puede mirar estos cambios, especialmente en un nuevo estilo de música, instrumentos musicales tradicionales (flautas traversas) cambiadas por otras modernas (melódica), disfraces que representan a personajes extranjeros (nativos norteamericanos, samuráis, monstruos de

películas, etc.) e incluso la comida típica que es suplantada por otras menos tradicionales (refrescos en lugar de la chicha).

Por ello, la identidad cultural merecerá especial atención por parte de la Junta Parroquial a la cabeza, quién debe liderar nuevos procesos de revitalización y fortalecimiento cultural.

1.4.10. ECOSISTEMA

Clima

Eugenio Espejo se encuentra entre los 2400 y 4600 msnm de altitud, cuenta con cuatro pisos climáticos que son: paramo, bosque nativo, bosque plantado, y humedales (totorales) que determinan condiciones climáticas propias de cada ecosistema. La precipitación oscila entre 900 a 1100 mm al año, los meses de mayor precipitación van de diciembre a junio que es la época de invierno, y la época seca que va de Julio a Noviembre; la temperatura varía entre los 10°C y 14°C.

La parroquia se ve afectada por los cambios climáticos suscitados en los dos últimos años, es así que se ha intensificado la época de invierno que ocasiona desastres naturales principalmente en los terrenos aledaños a los causes de las quebradas.

Recursos Hídricos

La parroquia de Eugenio Espejo forma parte de la micro cuenca del Imbakucha, dispone de afluentes abastecedores del Lago San Pablo (Imbakucha), que nacen de los sectores altos o pajonales de Mojanda y son las quebradas de: Pivarinci, San Juan, Guajindro y San Javier.

Las principales fuentes abastecedoras de agua para consumo humano según información obtenida en las reuniones comunitarias con presencia

de las Juntas de Agua de las comunidades y de la cabecera parroquial en Julio del 2011; son:

Vertiente Turucu en la comunidad de Mojandita con un caudal de 6,5 l/s, estas fuente benefician a las comunidades de Chuchuquí, Cuaraburo y Puerto Alegre; la vertiente Palafo en la comunidad de Mojandita con un caudal de 1,5 l/s que beneficia a las comunidades de Huacsara y Arias Pamba; las vertientes San Marcos y San Pedro en la comunidad de Calpaquí con un caudal de 4 l/s que beneficia a la comunidad de Calpaquí; la vertiente Racafaccha en la comunidad de Calpaquí con un caudal de 1 l/s que beneficia a la comunidad de Copacabana; la vertiente San Pedro en la comunidad de Mojandita con un caudal de 1,5 l/s que beneficia a la comunidad de Mojandita; los barrios y cabecera parroquial de Eugenio Espejo, como también Pivarinci captan un caudal de agua de 4,76 l/s de la Laguna de Mojanda; las comunidades de Pucara de Velásquez, Pucara Alto, Pucara de Desaguadero captan un caudal de agua de 4,62 l/s de la Laguna de Mojanda; cada comunidad tienen su propia Junta Administradora de Agua de consumo.

El caudal disponible de agua para consumo humano en la parroquia Eugenio Espejo es de 24,13 l/s, de acuerdo a las concesiones establecidas, y que abastece a 10705 usuarios de la parroquia. Según el CENSO 2010, 43 familias se abastecen de agua de un pozo, 850 familias de quebrada, vertiente, acequia o canal, 2 familias de carro recolector, y 53 familias de agua lluvia.

Según el cuadro 8 y el grafico 7, se puede apreciar que en la parroquia existe poca oferta de agua(aproximadamente un 33,20 %) por lo que se debe realizar un manejo de la microcuenca, con esto garantizar la cantidad, calidad, y que en el futuro no exista conflictos sociales por el agua; este análisis se realizó según los datos del Banco Mundial que

menciona que, en zonas rurales del Ecuador el consumo diario de agua promedio es de 130 litros por persona.

Cuadro 9 Caudales de agua

Comunidad	Nombre de la Captación	Usuarios	Caudal disponible l/día	Consumo l/día	Oferta de agua l/día
Chuchuquí, Cuaraburo, Puerto Alegre	Turucu	2690	583200	349700	233500
Eugenio Espejo, Pivarinci	Laguna de Mojanda	1180	411264	153400	257864
Pucara de Velásquez (300 usuarios) Pucara Alto (180 usuarios), Pucara de Desaguadero (100 usuarios)	Laguna de Mojanda	3380	399168	439400	-40232
Calpaquí	San Marcos, San Pedro	2000	345600	260000	85600
Copacabana	Racafaccha	200	86400	26000	60400
Mojandita	San Pedro	225	129600	29250	100350
Huacsara (150 usuarios), Arias pamba (98 usuarios),	Palafo	1030	129600	133900	-4300
TOTAL		**10705**	**2084832**	**1391650**	**693182**

Fuente: Reuniones comunitarias, Juntas de agua 2011

Desechos sólidos

Según los datos del CENSO en el año 2010, el 78,84% de las familias disponen del servicio de recolección de basura, esto concuerda con la información obtenida en las reuniones comunitarias realizadas en Junio del 2011 por el equipo consultor, por otro lado es de destacar que el manejo de los desechos orgánicos e inorgánicos realizado por las familias en cuanto a la clasificación es loable, ya que esto lo efectúan organizadamente depositando lo orgánico en sus parcelas y lo inorgánico que en el vehículo recolector, sin embargo la comunidad de Pucara Alto no realizan esta categorización por cuanto el 5,42% de las familias arrojan a terrenos baldíos o quebradas, el 12.17% de las familias lo queman, y el 2,79% de las familias lo entierran pues esto lo han

venido realizando desde muchos años atrás, debida a la falta de concientización de parte los dirigentes a los moradores y de las autoridades de salud e higiene; en la parroquia no existen sitios de disposición final de los desechos, estos son llevados al relleno sanitario de la ciudad de Otavalo.

Recurso suelo

Según el CEPCU 2002, en su estudio "Propuesta de aprendizaje para estudiar una cuenca alto andina desde una perspectiva etno ambiental" y el GPI 2010 en su estudio "Intervención Integral Lago San Pablo, y áreas colindantes, planes de actuación", los suelos de la parroquia de Eugenio Espejo son formados de proyecciones volcánicas; con presencia de carbonatos, calcio, materia orgánica, posee alta retención de humedad, son de textura limosos hasta un metro de profundidad con un porcentaje mayor al 30% de arcilla, poco ácidos; y arenosos con presencia de cangahua a menos de 1 m. de profundidad; estos tipos de suelos son buenos para desarrollar actividades agrícolas y pecuarias; pero existen procesos de erosión por consecuencia de la desaparición del bosque nativo, por la realización de prácticas agrícolas y ganaderas inadecuadas, quemas de páramos, esto no ha permitido aprovechar al máximo las capacidades y potencialidades existentes del suelo.

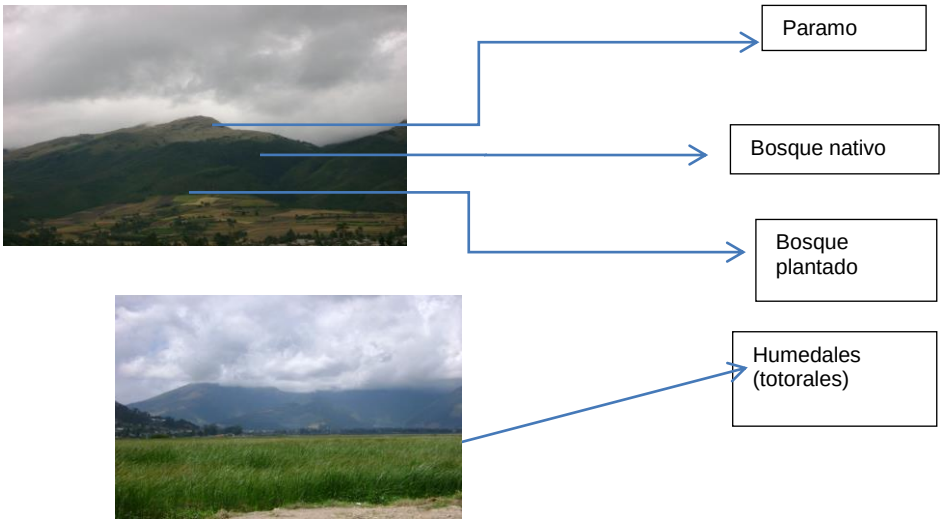
Según SIGAGRO 2003, 4811 ha., de la superficie del suelo de la parroquia está bien manejado, se encuentra en una pendiente moderadamente ondulada, lo cual permite realizar labores agrícolas y pecuarias; el 34,5 ha. De suelo es subutilizado, es decir que no existe un aprovechamiento apropiado para su capacidad productiva, debido principalmente a la falta de agua de riego, infraestructura productiva y recursos económicos; mientras que 57

ha. De superficie de la parroquia está sobre utilizado, es decir esta explotado y sin ningún manejo y conservación de los suelos.

Biodiversidad

Eugenio Espejo cuenta con cuatro formaciones ecológicas, identificadas, basándose en la clasificación de Holdridge, que son: **Paramo** con 347,28 has; **Bosque nativo** con 294,9 has; **Bosque plantado** 267,72 has (de eucalipto y pino), **Humedales (Totorales)** con 49,33 has existiendo tres zonas de vida que son: *Muy Húmedo Sub- Temperado, Húmedo Temperado, y Páramo lluvioso*. Estos ecosistemas se ven afectados por actividades agropecuarias, turísticas, etc., sin un manejo adecuado, por lo que ponen en riesgo a las familias de la parroquia, afecta en los cambios climáticos, disminuciones de caudales de agua, desastres naturales, etc.

Figura N° 12 Páramos y totorales



Fuente: Reuniones comunitarias

Flora y Fauna

Según el GPI 2010, en su estudio "Intervención Integral Lago San Pablo, y áreas colindantes, planes de actuación", el Plan MICI 2001, e información obtenida en la asamblea parroquial, las

especies nativas más importantes de la parroquia de Eugenio Espejo tanto de flora como de fauna, se detallan en el Cuadro 10.

Las autoridades de turno, deberán poner especial atención a estos productos naturales con el fin de aprovechar sustentablemente para generar ingresos económicos de las familias, logrando la transformación e industrialización y buscando sitios de comercialización.

Cuadro 10 Flora y Fauna

FLORA	***FAUNA***
Mortiño *Vacciniumfloribundum L*	Lagartija *(Pholidobolusmontium)*
Colca *Miconiapapillosa (Desr.) Naudin.*	Rana *Gastrothecasp.*
Uña de gato, *Mimosa quitensis L.*	Lagartija *(Pholidobolusmontium)*
Matico *Piperangustifolium*	Rana *Gastrothecasp.*
Guanto. *Brugmansiasp.*	Preñadillas, A stroblepus longifilis
Totoras Typha domingensis	Patos *Anasflavirostris,*
Valeriana *Valeriana sp*	Quilicos *Falco sparverius*
Cola de caballo *Equisetum arvense*	Buteo *magnirostris*
Cedrón *Aloysiatrphylla*	Búhos, *Cyanicollissp.,*
Borraga *Borragoofficinalis*	Tórtolas, *Pirocephalusrubinus*
Trebol *TrifoliumRepens*	Pájaro brujo, *Phecticussp*
Menta *Menthapiperita*	Huiracchuro, *Zonotrichiacapensis*
Orégano *Origanumvulgare*	Gorriones, *Nothiochelidonsp*
Matico *Muelembekiasp*	Golondrinas Hirundo rustica
Hierba luisa *Cymbopogon citratos*	Venado Hippocamelus antisiensis
	Lobo andino Canis lupus signatus
	Aves migratorias *Ibis Bubulcus*
	Colibrís Archilochus colibrís

Elaboración: Equipo consultor

En Eugenio Espejo se encuentra el “Parque Cóndor” que es un Centro de Protección de aves rapaces que es administrado por la *Fundación Cóndor*; cuyo objetivo principal es el rescate de estas aves, fomentar la educación Ambiental y el desarrollo rural. Las aves que se encuentran en este parque han sido rescatadas de sitio inadecuadas, donadas de otros

centros que viene a través del Ministerio de Ambiente; las Instituciones que han colaborado a este parque son: Embajada de los países bajos, Centro Alemán de aves rapaces Adlerwarte Berlebeck y Fundación Holandesa "Doen"; y por parte del Ecuador la Empresa Privada y los Gobiernos Locales.

1.5. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOR Y CRUCE ESTRATÉGICO.

Cuadro 11 Matriz AOOR

Aspectos Internos / Aspectos Externo	**ALIADOS** • La ubicación de la parroquia y de la comunidad es estratégica para el desarrollo turístico. • La vía de acceso principal es de primer orden. • El flujo de turistas al cantón Otavalo • Los valores e identidad cultural. • El ecosistema existente.	**OPONENTES** • Los servicios básicos del sector son de baja calidad. • La migración de mano de obra joven. • La falta de recurso humano capacitado. • Las vías de acceso a la comunidad son de segundo y tercer orden. • Infraestructura educativa y de salud es básica.
OPORTUNIDADES. • El alto nivel de pobreza del sector. • Generación de nuevas plazas de trabajo. • Mejoran los niveles de ingresos de las familias del sector. • Establecimiento de programas de capacitación turística. • Aprovechamiento del patrimonio cultural.	**AO** • La ubicación, clima y las vías de acceso favorece la visita de turistas nacionales y extranjeros. • Aprovechar la PEA para emprender programas de capacitación. • Potencializar la industria turística a través de la aprovechar el patrimonio cultural existente. • Apoyo a las familias locales a través de generar nuevas plazas de trabajo, en base a los valores e identidad del sector.	**OO** • Contrarrestar la migración a través de crear nuevas plazas de trabajo. • Mejorar los servicios básicos del sector por el mejor nivel de ingresos de las familias ya que pueden financiar el servicio. • Capacitar al recurso humano en materia turística. • Tramitar el mejoramiento en la atención de la salud y educación en base al aprovechamiento de la economía comunitaria.
RIESGOS • Poca atención de los gobiernos autónomos descentralizados al sector. • El bajo nivel de formación puede poner en riesgo la utilización de nuevas tecnologías en el área turística. • Altas tasas de morbilidad de las familias del sector.	**AR** • Aprovechar y desarrollar la actividad turística para llamar la atención de los gobiernos autónomos descentralizados y lograr las obras que necesita la comunidad. • Orientar a la mayoría de la población para que mejore su nivel de instrucción para la implementación de nuevas tecnologías.	**OR** • Los servicios básicos, la migración, las vías de acceso, la educación y la salud pueden ser atendidas por el GAD, si se potencializa la actividad turística y si se mejorar el nivel de instrucción de la población local.

Elaboración: Equipo consultor
Fuente: Reuniones comunitarias.

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.

El crecimiento y desarrollo turístico en el Cantón Otavalo provincia de Imbabura, se ha constituido en el eje fundamental del desarrollo económico y social, pero a pesar de ello se puede visualizar algunos aspectos que han impedido la potencialización de la actividad turística en las comunidades rurales del cantón, casos como bajo nivel de capacitación, servicios básicos regulares, falta de tecnología y capacitación técnica y poco aprovechamiento de la biodiversidad, así como de una baja valoración de los aspectos culturales, identifica la problemática de la falta de una empresa que contribuya a su mejoramiento y aprovechamiento de dichos recursos, dinamizando así la economía comunitaria, apoyando al aprovechamiento de la población económicamente inactiva, así como dinamizando otros negocios indirectos, buscando mejorar la calidad de vida de las familias del sector.

Por lo tanto se ha visto la factibilidad de la “Creación de una empresa integral de turismo NEPTUNO, en la rivera del Lago San Pablo en la comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, ya que mejorara sustentablemente la situación económica tanto de la comunidad, parroquia y el cantón en general.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. TURISMO

> *Según la revista "Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo", (OTAVALO, 2007). Se define: "El término turismo proviene "vuelta, volver al lugar de origen*".

Aunque también con el mismo significado se lo atribuye al idioma inglés.

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

El turismo ha evolucionado con la humanidad, y por tanto sus definiciones, pero en ella se recalca que el turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita por diversas razones como descanso, recreación, cultura, salud o conocimientos científicos. Esta actividad genera efectos sociales, económicos y culturales bien positivos o negativos.

Muchas naciones prácticamente viven del turismo. Esto se debe, a diversas razones; y no sólo económicas, sino además por las

características de los lugares, la atención, la situación hotelera y la hermosura del lugar.

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

Con respecto al turismo en sí, existen diversas formas de realizarlo. Las cuales pueden ser consideradas, como formas alternativas de realizar turismo. Ya que la convencional, es la de viajar por avión o auto a otra ciudad o país, en el cual se pretenderá conocer y descansar principalmente. Pero con el turismo alternativo, la situación es completamente diferente.

El turismo constituye una actividad económica y un fenómeno social que empieza a tomar forma en el Ecuador en la década de los años 60, cuando por iniciativas del sector privado se desarrolla oferta de productos turísticos en el Ecuador continental y las islas Galápagos. Ha sido especialmente la empresa privada la que ha hecho importantes esfuerzos en la promoción internacional desde que se empezó a desarrollar esta actividad, teniendo un creciente apoyo del Gobierno Nacional. Así, Ecuador ha estado presente en las ferias internacionales de turismo más importantes, tanto en países Europeos como norteamericanos y Latinoamericanos, asumiendo los costos para esto en forma compartida entre los sectores públicos y privados.

Estos esfuerzos se han traducido en un creciente ingreso de divisas para Ecuador hasta llegar a ser la cuarta fuente de ingresos económicos después de las exportaciones petroleras, servicio de rentas internas y de banano.

El gasto económico del turista ha crecido en los últimos años y actualmente se encuentra en alrededor de los $5.000 millones. Esto ha permitido que el turismo se vaya posesionando dentro del aporte al

Producto Interno Bruto (PIB), convirtiéndose en el cuarto rubro aportante de economía.

El turismo ha crecido en 13,52% este año en relación al 9% de 2011. Esto se da porque el país se convirtió en un receptor de turistas extranjeros y ha desarrollado un plan para incrementar los desplazamientos internos de los ciudadanos locales, a través de la inversión en las carreteras de acceso a los sitios llamativos, como la Amazonía.

En el 2012, se desplazaron por las cuatro regiones del Ecuador 10,4 millones de personas, que recorrieron indistintamente los Andes, la Costa, la Amazonía y las Islas Galápagos.

2.1.2. IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo es muy importante porque es una actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo. Impulsa el desarrollo, activa la economía local y regional, revitaliza valores culturales y valora los recursos naturales existentes.

Hoy en día, el turismo es considerado como una de las principales fuentes de ingresos con un gran potencial de crecimiento.

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

- El turismo es el primer sector de exportación en el mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.
- El turismo es un importante generador de empleo que da trabajo a millones de personas en el mundo.
- Cita a demás algunas oportunidades del turismo para el sector rural: Los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a

equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país, e incentivar a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de migrar a ciudades súper pobladas.

- Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales y al mismo tiempo la de los turistas.
- La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de impuestos.

La riqueza no es solo económica, además: El medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos, y crean parques naturales para atraer visitantes. Al tiempo que aumenta el turismo, así también la necesidad de los destinos y mejoramiento de su infraestructura. Entonces nacen nuevos aeropuertos, carreteras, campos deportivos, plantas de tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de aguas entre otros adelantos que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales.

El turismo engrandece a través de la cultura, sensibiliza el medio ambiente, promueve la apertura, la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempos juntos ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones, contribuye al desarrollo equilibrado con el medio ambiente, estimula gran parte de los sectores económicos, y servicios de proximidad.

El turismo a más de ser un sector de rápido crecimiento en término de generación de divisas, se ha convertido en una de las más principales fuentes de empleo que estima enormes inversiones en infraestructura, la mayor parte de las cuales contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población autóctona. El gobierno obtienen ingresos sustanciales a través de los impuestos. La mayor parte de los empleos relacionados con el turismo se crean en países en desarrollo, lo que ayuda a equiparar las

oportunidades económicas y evita que la población de las zonas rurales emigre hacia las grandes urbes.

> *"En el contexto internacional, el Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica, debido a que concentra en una superficie muy reducida una gran diversidad cultural, dispone de ecosistemas únicos muy diversos, la presencia de una variedad de paisajes vivos en las diferentes regiones naturales". Gobierno Municipal de Otavalo. Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo (OTAVALO, 2007).*

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

> *Según las estadísticas de CETUR[1] el año 2003 el 63% de extranjeros ingresaron por los aeropuertos de Quito y Guayaquil, de este porcentaje el 30% son europeos, de los cuales el 85% visitan el mercado indígena de Otavalo.*

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas

---

[1] CETUR Corporación Ecuatoriana de Turismo (agencia de turismo Ecuador

alternativas del turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible: Turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avisaje de aves, turismo científico y turismo cultural estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencias del turismo alternativo.

2.1.3. ECOTURISMO

> *Brouse Dianne (Dianne, 2008), define al Ecoturismo como "El viaje responsable a áreas naturales, que conservan el ambiente y mantienen el bienestar de los nativos".*

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

> *Según Smith Randy, en su texto denominado "Manual de Ecoturismo para la Amazonía Ecuatoriana", (Randy, 2005). Indica que el World Wide Found For Nature, define el ecoturismo como "Turismo para proteger las áreas naturales, es una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del medio ambiente".*

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

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

El ecoturismo en el Ecuador según: Smith Randy, (Randy, 2005), los proyectos de ecoturismo comenzaron oficialmente en el ecuador en 1969, en las Islas Galápagos, cuando Metropolitan Touring inició excursiones en las islas con énfasis en su protección y conservación, en estos viajes de

carácter científico, los turistas experimentaron no solamente la belleza natural de las islas, sino que aprendió la necesidad de preservarlas.

2.1.4. TURISMO COMUNITARIO

> *Se lo define como:"…la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados" (wikipedia.org, 2013).*

El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades.

La cadena productiva del turismo comunitario en Imbabura está conformada por los siguientes eslabones: servicios de alojamiento comunitario, alojamiento familiar, alimentación, transporte (terrestre) en vehículos guiados a espacios naturales y comunidades rurales, actividades de turismo de aventura, paseos en bicicleta y paseos a caballo, turismo místico(medicina ancestral), actividades culturales de música y danza para los turistas, producción y venta de artesanías y, actividades agrícolas para consumo del turista.

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

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

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

El turismo se ha ido desarrollando en la provincia de Imbabura de manera sostenida y sustentable aprovechando los hermosos recursos naturales en Otavalo, Cotacachi e Ibarra catalogados como destinos turísticos, tanto para visitantes nacionales como internacionales.

Los sitios de turismo comunitario que se conocen en Imbabura de acuerdo al INFORME DE GESTIÓN (Imbabura, 2010) son: Turismo Comunitario de Imbabura y la Red Ecoturística Intag. Las dos cuentan con personería jurídica; la primera cuenta con 12 organizaciones asociadas y la segunda con 14. El proyecto apoyó permanentemente a su fortalecimiento mediante talleres de trabajo.

2.1.5. LA EMPRESA

Definición de Empresa

> *La empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"(Shaw, 2005).*

Empresa es una organización económica con vida propia que asocia personas y capital por medio del trabajo, jerarquizada con relaciones jurídicas y cuya dimensión depende de factores exógenos como las economías de escala, que en conjunto buscan la satisfacción de una o varias necesidades de la sociedad, obteniendo una rentabilidad razonable o al menos lo necesario para compensarse por todos los costos agregados y gastos relacionados a la búsqueda de las metas propuestas y el éxito organizacional.

Elementos de la Empresa

Se considera elementos de la empresa a aquellos factores que contribuyen de manera directa o indirecta en su continuo funcionamiento.

Los elementos principales de la empresa son los siguientes:

- ✓ Empresario, es la persona o conjunto de personas encargados de gestionar y dirigir el buen funcionamiento de la empresa y cuya responsabilidad será la toma de decisiones más oportunas en situaciones de mayor riesgo en las que se encuentre el ente económico.
- ✓ Trabajadores, es el conjunto de personas que prestan sus servicios a la empresa con el fin de percibir un salario.

- ✓ Tecnología, se encuentra constituida por el conjunto de procesos productivos y las técnicas para la fabricación del producto, entre ellas podemos mencionar a los sistemas informáticos, la maquinaría de punta, el equipo de computación, y a las personas para poder manejar este conjunto de tecnología.
- ✓ Proveedores, son la personas o las empresas que nos prestan sus servicios o nos proporcionan la materia prima necesaria en la fabricación del producto y cuya existencia es primordial para que la empresa pueda llevar a cabo sus actividades.
- ✓ Clientes, constituye el factor primordial de la empresa ya que son los que demandan los bienes o servicios producidos dentro del ente económico.
- ✓ La Competencia, son aquella empresas que producen el mismo bien o prestan el mismo servicio y con las cuales se compite por atraer a los clientes.

Funciones básicas de la empresa

Todos los hoteles, independientemente de sus características, desempeñan de una manera u otra las mismas funciones básicas entre ellas tenemos las Funciones Administrativas, Planeación estratégica, Control de ingresos egresos, Contratación de recursos humanos, Funciones Operativas, Servicio al Cliente, Limpieza y Mantenimiento, Alimentos y Bebidas

Las funciones Administrativas se realizan por los siguientes departamentos: Gerencia General, Recursos Humanos, Contabilidad, Mercadeo y Ventas.

Para administrar y operar este sistema residencial complejo, se requiere un personal numeroso organizado en muchos departamentos. Tiene los

mismos ocho departamentos básicos que un hotel de mediana categoría, pero el número de unidades y el número de su personal son mayores.

La administración de las empresas.

Se refiere a la relación entre propietario y administrador. Muchos establecimientos de hospedaje, especialmente los hoteles pequeños, los administran sus propios dueños; pero también es común que un hotel tenga por dueño a una persona o personas y lo administren otras, por lo que la relación propietario - administrador puede ser principalmente de tres tipos:

• Administrado por el mismo dueño.

• Contrato de Administración.

Administrado por el mismo dueño

Es la posesión directa de una o más propiedades por una persona o compañía. Los hospedajes y pequeños hoteles que pertenecen y son operados por un matrimonio o una familia, son ejemplos comunes de este tipo de propiedad. Las propiedades más grandes que pertenecen a una de las principales compañías hoteleras como Marriot o Hilton también se clasifican dentro de esta categoría, ya que son dueños de la propiedad.

Contrato de administración

Mediante un contrato de administración, el dueño de una propiedad contrata a una compañía administradora de hoteles para operar el establecimiento. La compañía administradora debe presentar reportes financieros periódicos a los dueños y cumplir con las políticas referentes a la operación, administración, mantenimiento, contratación de personal y apariencia del hotel.

Los contratos de administración liberan a la extensa cadena de las dificultades de administrar cientos de propiedades en diversas localidades. La empresa administradora local generalmente conoce mejor el mercado, las condiciones económicas, las mejores ubicaciones, los precios de los inmuebles y la escala de sueldos del área. Este complejo turístico estará administrado por un gerente general.

Departamento de relaciones humanas.

Es parte de una administración, responsable de reclutar y contratar empleados, de implantar programas de capacitación en servicio, y de poner en vigor las políticas y procedimientos del personal.

Departamento de contabilidad.

El departamento de contabilidad cuenta con el personal capaz de controlar todos los procesos, los recursos administrativos y de servicios hoteleros, vela además por la organización de los mismos y registra los resultados obtenidos.

Departamento de comercialización y ventas. (Marketing)

El departamento de comercialización y ventas de un hotel grande puede constar de cinco unidades. Además de los departamentos de publicidad, ventas, y ventas de banquetes, puede contratarse a un gerente de ventas de convenciones de tiempo completo y a un gerente de convenciones, para vender y coordinar respectivamente estos servicios. El gerente de ventas de convenciones es responsable de planear las reuniones y determinar las tarifas. El gerente de convenciones coordina los servicios de las diversas divisiones o departamentos, como servicio de alimentos y bebidas, servicio de personal uniformado y mantenimiento, en tanto se lleva a cabo la convención.

Funciones de Operativas

Las funciones de Operativas se realizan en los departamentos de: División de Alimentos y Bebidas que incluye Cocina, Restaurante, Room Servicie, Bar, Eventos y Banquetes.

Además de todo lo que posee un hotel como el que se propone, opera un restaurante de especialidades, una cafetería informal y un bar, para ofrecer a los huéspedes servicios optativos de alimentos y bebidas.

En la División cuartos que incluye: Recepción, Reservaciones, Telefonía, Ama de Llaves, Seguridad, Mantenimiento.

Tiene un personal numeroso en recepción, ama de llaves y personal uniformado. La recepción se subdivide en departamentos más pequeños, separados, como son reservaciones, control de habitaciones, y comunicación con los huéspedes. El departamento de ama de llaves se divide a su vez en dos sub-departamentos, el de aseo de habitaciones y el de lavandería.

El departamento de personal uniformado es dirigido por un supervisor o un jefe de seguridad quien supervisa a un grupo de vigilantes de tiempo completo, a los detectives de casa y a los especialistas en sistemas de seguridad.

El amplio departamento de mantenimiento de una propiedad grande es supervisado por el director de mantenimiento quien contrata a un grupo de mecánicos, plomeros, carpinteros, y especialistas en alfombras y tapicerías.

Perspectiva del empleo.

Los ejemplos anteriores, revela la gran diversidad de personal que se requiere para mantener en funcionamiento a la industria de la hospitalidad. Muchos puestos son altamente especializados

particularmente los de alimentos y bebidas, contabilidad y mantenimiento pero muchos otros como el de recepción, ventas, y puestos de supervisión requieren habilidades más generales con énfasis en la comunicación y en el contacto con el público.

Las oportunidades de progresar existen en todos los departamentos. Quizás en ningún otro campo existan oportunidades tan amplias para cada empleado, en cada nivel, no solo dentro del hotel sino en toda la industria de la hospitalidad.

Empresa Integral

> ***Ralf Pochadt*** *(Pochadt, 2012), manifiesta que el término "integral" significa incluir, reunir, relacionar. El modelo integral es un ramo general para procesos de desarrollo, cambio y transformación. Hay multíples intentos en todo el mundo de aplicarlo al campo de los negocios, la aplicación del modelo integral es de gran ayuda para la vinculación entre utopías y proyectos concretos, entre las fuerzas universales de la vida, la visión organizacional y la práctica en empresas.*

Con el tiempo cambia el concepto de que sea una empresa pero algo fundamental es el grupo de personas que la conforman. Cada persona con sus ideas, nesecidades, capacidades y potenciales, que forman la base humana de la empresa.

El modelo integral, aplicado a las empresas tiene algunos aspectos fundamentales, los más importantes son el „Balance" en el sentido de Equilibrio y el Desarrollo.

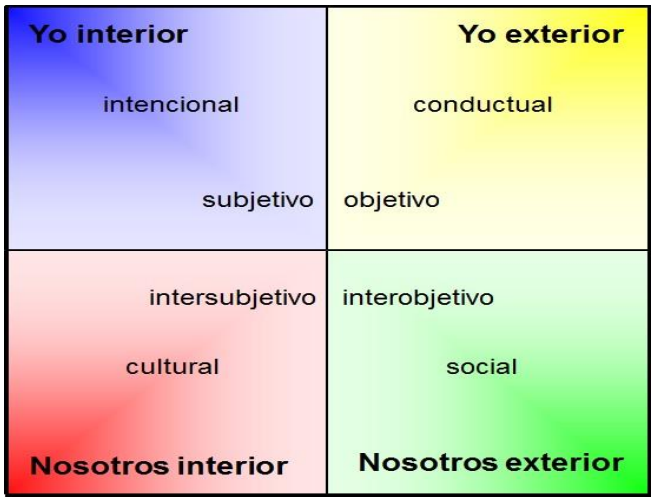
El tema de „Balance", trata del Equilibrio de las 4 perspectivas fundamentales en las empresas.

Equilibrio

> *Según folios, el equilibrio entre las 4 perspectivas existe, si se toma en cuenta cada perspectiva de la empresa en forma balanceada. En este „balance“ los miembros de la empresa pueden sentir la sensación de que se trabaja con satisfacción y se alcance los objetivos con exito y harmonía por algún tiempo.*

Este balance generalmente no es permanente. El desequilibrio entre los diferentes ámbitos es parte de la dinámica que empuja la empresa para desarrollarse.

Figura N° 13 Equilibrio: Las 4 perspectivas



Fuente: Proyectos y Utopías para UN MUNDO MEJOR por **Ralf Pochadt.**

Desarrollo

El desarrollo en empresas se extiende también por varios niveles de crecimiento. Nuevos modos de pensar y de ver el mundo se pueden formar en una serie específica. Ver y conocer estos niveles y trabajar con ellos es parte del liderazgo integral y del asesoramiento integral en empresas.

Las empresas tienen muchas areas de desarrollo (p.ej. Contabilidad, marketing o el sistema de liderazgo...), las que se pueden desarrollar en forma distinta por los niveles.

La primera característica de la empresa integral es la consciencia para el equilibrio entre yo interior y yo exterior y nosotros interior y nosotros exterior, como lo vimos anteriormente.

Esto nos dará soluciones que aumenten las capacidades de las empresa de crecer en balance. Soluciones que toman en cuenta las futuras generaciones. Soluciones que abren la vista hacia mas alla de las fronteras nacionales. Y además la empresa tiene una visión común que se convierte en una fuente de inspiración y productividad.

2.2.6. ORGANIZACIONES COMUNITARIAS

ASOCIACIONES

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

> *Según Montaño (S. Francisco, 2005). "Se entiende que hay asociación cuando varias personas aparecen jurídicamente unidas para un fin común, entre otras las mercantiles".*

Cabe destacar que la Comuna Pivarinci es una organización de representación, administración y gestión como lo describimos a continuación.

CABILDOS

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

El cabildo realiza múltiples y diversas funciones las mismas que están detalladas en sus respectivos Reglamentos o Estatutos, entre otros tenemos:

- Procurar el bienestar general mediante la gestión de obras y proyectos.

- Velar por el aseo, ornato de las calles, mediante la realización de mingas.

- Servicios públicos de calidad como de agua potable, alcantarillado etc.

- Justicia y mediación.

- Control de precios de los alimentos, y de otros artículos y servicios esenciales para la comunidad.

COMUNIDAD DE PIVARINCI

Figura N° 14 Programa en CIBV[2] comunal

Fuente: Centro Infantil “Abejitas de Pivarinci”

CONTEXTO HISTÓRICO

La Comunidad de Pivarinci, se conformó hace más de 50 años, con 22 familias residentes en el sector de acuerdo a información emitida por los moradores en las diferentes reuniones de trabajo. En ese tiempo los límites eran extensos los mismos que se han ido perdiendo por la invasión de las comunidades cercanas como son Puerto Alegre, Pucará de Velásquez y Arias Pamba que limitan al sur, norte y oeste respectivamente.

El nombre de la comunidad no tiene una versión clara de ser, pero según moradores indican que se debe a la entrega de una herencia en secreto de su padre a su hijo, entendiéndose que Pivarinci significa secreto.

[2] CIBV Centro infantil del Buen Vivir

A partir del 26 de junio de 1997, dirigentes de ese entonces procede a la legalización de la comuna en el MAGAP, quien entrega el acuerdo ministerial nro. 126, y a partir de esa fecha todo trámite realizado por los dirigentes tiene validez ante las instituciones públicas y privadas, que a lo largo de estos últimos diez años se han logrado obras en beneficio de todos los moradores.

Las fiestas principales son: San Juan, el Carnaval, Semana Santa, Día de los Difuntos, Navidad, Año Viejo y la fecha de obtención de la legalización de la comuna ante el Estado.

La comuna Pivarinci, cuenta con todos los servicios básicos como son luz, agua, alcantarillado, servicio telefónico e internet, la mayoría de servicios gracias a la gestión de los dirigentes de turno y al apoyo de todos los habitantes mediante el aporte de cuotas y mingas. La recolección de basura se realiza dos días a la semana (lunes y jueves), servicio prestado por el Municipio de Otavalo.

La comuna posee por derecho ancestral a orillas del lago San Pablo alrededor de doce hectáreas de terreno que se esperan ser utilizadas en proyectos turísticos y de producción, éstos terrenos no poseen escrituras por impedimento de la nueva Ley COOTAD que señala la necesidad de mantener sitios de reserva a orillas de los lagos, ríos y otros.

La principal actividad económica de la comuna son los bordados de camisas de mujeres, confecciones de calentadores, chalecos, pequeños negocios de venta de mercadería.

La agricultura se trabaja más para autoconsumo al igual que la cría de animales.

También se puede observar que existe migración, causa que afecta principalmente para la desintegración familiar. El negocio de venta de

ropa a Colombia solía ser rentable, pero con la dolarización ya no deja mucho como antes, ahora están saliendo, hombres y mujeres, a trabajar en empresas florícolas.

Las mujeres de la comunidad han ido incursionando a la actividad política, mencionan que el hecho de ser mujer no es ningún obstáculo, que las capacidades de los hombres y las mujeres se definen más por la experiencia que puedan tener en su área y por la entrega que pongan en su rol, básicamente es ahí donde los seres humanos nos podemos diferenciar más no en el género; es así que participan varias mujeres en la directiva de la comunidad.

2.2.7. ORGANIZACIONES INTERNAS

a) Cabildo

b) Representantes de la Junta de Agua

c) Club deportivos

d) Centro Infantil "Abejitas de Pivarinci"

DIRECTIVA DE LA COMUNIDAD DE PIVARINCI

Sr. Marcelo Santillán	PRESIDENTE
Sr. Francisco Burga	VICEPRESIDENTE
Sr. Miguel Oyagata	SINDICO
Srta. Antonia Cachimuel	TESORERA
Sra. Miriam Velásquez	SECRETARIA

2.2.8. ORGANIZACIONES EXTERNAS

Entre las principales organizaciones externas que trabajan y han trabajado en la Comunidad de Pivarinci se cuentan:

a) Gobierno Parroquial

b) Gobierno Municipal de Otavalo

c) Gobierno Provincial de Imbabura

d) Junta Administradora del Agua Potable y Alcantarillado Eugenio Espejo

e) CEPCU Centro de Estudios Pluriculturales

f) Fundaciones privadas como Guaguacuna de España, entre otras.

2.3. GOBIERNOS SECCIONALES AUTÓNOMOS

> *Según la ley del COOTAD*[3] *en su Art. 28 manifiesta que: "Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias".*

Constituyen Gobiernos Autónomos Descentralizados los siguientes:

[3] COOTAD Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización

Las regiones

Las provincias

Los cantones o distritos metropolitanos, y

Las parroquias rurales.

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

La Carta Magna de la República; el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD; el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas; y, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana son las normativas jurídicas que, en esencia, posibilitan la autonomía responsable, en el marco de un Estado unitario y descentralizado.

Los gobiernos seccionales autónomos serán ejercidos por los consejos provinciales, consejos municipales y las juntas parroquiales rurales y los organismos que determine la ley para la administración de las circunscripciones territoriales.

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

Según el Art.239 de la Constitución Política de la República: "El régimen de gobiernos descentralizados se regirá por la ley correspondiente, que establecerá un sistema nacional de competencias de carácter obligatorio y progresivo y definirá las políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo".

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

2.4. GOBIERNOS PROVINCIALES

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

2. Según el Art. 252 de la Constitución Política de la República manifiesta: "El prefecto será la máxima autoridad administrativa que presidirá el Consejo con voto dirimente, y su ausencia temporal o definitiva será remplazada por la persona que ejerza la vice prefectura, elegido por votación popular en binomio con la prefecta o prefecto y desempeñará sus funciones por cuatro años".

3. Los gobiernos provinciales dentro de sus competencias establecidas en la Ley, promoverá y ejecutará obras de alcance provincial en vialidad, medio ambiente, riego se encargará de planificar el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.

4. Además es una competencia del Gobierno Provincial, según la Ley del COOTAD en el Art.47, literal h el "aprobar la creación de empresas públicas o las de participación en empresas de economía mixta, para

la gestión de servicios de su competencia u obras públicas provinciales, según las disposiciones de la Constitución y de la ley".

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

6. Para que exista el compromiso el Gobierno Provincial se ampara en el Art. 47 Ley del COOTAD literal i) "Conocer el plan operativo y presupuesto de las empresas públicas y mixtas de gobiernos autónomos descentralizados provincial aprobado por el directorio de la respectiva empresa y consolidado en el presupuesto".

7. Con la vigencia del COOTAD se garantiza la autonomía política, administrativa y financiera de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales. En armonía con la Constitución, es un instrumento jurídico que sirve para promover la consolidación de un proceso de descentralización, acorde con las potencialidades del territorio y la capacidad operativa de las entidades de desarrollo.

8. Con respecto al Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, los GADs tienen una nueva regulación. El código contiene disposiciones que norman el ejercicio de las competencias de planificación y de la política pública en todos los niveles de gobierno, el Plan Nacional del Buen Vivir, los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados, la programación presupuestaria cuatrienal del sector público, el Presupuesto General del Estado y los demás presupuestos de las entidades públicas.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existe un consenso generalizado sobre la importancia estratégica del turismo, por su envergadura económica y social, en el desarrollo y diversificación de la economía. El crecimiento de las pernoctaciones realizadas en establecimientos hoteleros, la difusión de la riqueza gastronómica, la revalorización de nuestro patrimonio natural y cultural y la ampliación de las plazas turísticas, entre otros indicadores, ponen de manifiesto una atribuida pronunciación en la dinámica del sector, creando unas fundadas expectativas sobre el positivo papel que en el futuro el turismo puede jugar como elemento estratégico de crecimiento de la producción y empleo.

El crecimiento del turismo rural sostenible es del 15% anual, su potencialización contribuirá a mejorar la calidad de vida de los pobladores involucrados en éste tipo de oferta turística, el turismo comunitario o de aventura se constituye en una opción de desarrollo sostenible con la finalidad de complementar las fuentes de ingreso, preservar los recursos naturales y emprender procesos de afirmación de identidad y revitalización de los valores culturales en las zonas rurales.

3.2. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la oferta y demanda turística, con el fin de definir sobre la creación de una empresa integral de turismo “NEPTUNO”, en la rivera del

Lago San Pablo, en el sector de la comunidad Pivarinci, parroquia de Eugenio Espejo, del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los servicios turísticos que ofertará el proyecto, así como los servicios complementarios y sustitutos.
- Establecer la oferta y demanda del proyecto en relación a los servicios turísticos que se brindarán en la Empresa Turística.
- Determinar la demanda insatisfecha para ingresar al mercado local y potencial.
- Establecer estrategias de marketing para dar conocer el servicio en el mercado.

3.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios turísticos que el proyecto brindará son:

- Alojamiento familiar o individual
- Sauna, turco e hidromasaje
- Gastronomía nacional e internacional
- Fiestas y bailes típicos
- Servicios de salones

El mayor atractivo que la comunidad puede ofrecer a sus visitantes, es que todos estos servicios se los brindará en una estructura tipo barco a orillas del Lago San Pablo, explotando así su cultura, tradiciones y biodiversidad con las cuales se conviven.

3.3.1. CARACTERÍSTICAS

De acuerdo a la investigación de campo, los motivos que impulsan mayormente a los turistas a visitar este tipo de proyectos es el “modelo tipo barco” en el que se ofertará todos estos servicios en contacto con la

naturaleza, buscando nuevos espacios de convivencia familiar, por tanto, los servicios que se ofrecen son diferentes en cuanto al sitio y espacio en donde se pretende prestarlos, ya que las personas que buscan este tipo de turismo desean descansar y relajarse de sus actividades habituales.

3.3.2. SERVICIOS TURÍSTICOS SUSTITUTOS

El proyecto ofrecerá servicios de alojamiento familiar o individual, sauna, turco e hidromasaje, gastronomía nacional e internacional, fiestas y bailes típicos, servicios de salones de uso múltiple, en base a lo cual se puede mencionar a otros organismos que ofertan productos similares pero no iguales, que se podría considerar como sustitutos, así como se indica en la lista de hosterías de la localidad del cuadro N° 12.

Cuadro 12 Hosterías en el cantón Otavalo

Nro.	Hosterías	UBICACIÓN	Categoría	CAPACIDAD	PRECIO DÓLARES)
1	Pinsaquí	Otavalo	Primera	19 hab. - 40 plazas	106
2	Cusín	San Pablo	Lujo	40 hab. - 82 plazas	105
4	Casa Mojanda	Otavalo	Primera	9 hab. - 25 plazas	110
5	La casa de Hacienda	Otavalo	Primera	8 hab. -16 plazas	100
6	Luna de Mojanda	Otavalo	Segunda	9 hab. - 30 plazas	40
7	Las Palmeras de Quichinche	Otavalo	Segunda	11 hab. - 25 plazas	35
8	Troje Cotama	Otavalo	Segunda	10 hab. - 20 plazas	45
9	Aya Huma	Otavalo	Tercera	24 hab. - 54 plazas	30
10	Puerto Lago	San Pablo	Primera	27 hab. - 50 plazas	117
11	Cabañas del Lago	San Pablo	Primera	25 hab. - 59 plazas	130
12	Jatuncocha	San Pablo	Primera	11 hab. - 21 plazas	120

Elaborado por: El Autor

3.3.3. CONSUMIDOR DEL SERVICIO TURÍSTICO

Al analizar el comportamiento del consumidor en la elección de un destino turístico, surge el conjunto de todos los destinos turísticos que están a

disposición del potencial viajero, de los cuales el consumidor individual sólo conoce algunos (conjunto de destinos conocidos), es decir destinos que satisfacen los criterios iniciales del individuo y que forman el conjunto de consideración, cuyos elementos son los destinos turísticos con los cuales está familiarizado, que recuerda y fueron evaluados positivamente para visitar en próximas vacaciones. El consumidor toma la decisión final entre los destinos incluidos en este conjunto.

Cuadro 13 Preferencia de actividad de turistas nacionales

	OBJETIVOS POR TIPOLOGÍAS DE PRODUCTO	NIVEL NOTORIEDAD	NIVEL DE LLEGADAS DE VISITANTES DE TURISMO INTERNO EN ECUADOR
1	Recreación de playa y rios	ALTA	ALTO
2	Recreación de montañas	ALTA	ALTO
3	Circuitos locales por el país	ALTA	ALTO
4	Ecoturismo y turismo de Naturaleza	ALTA	ALTO
5	Turismo recreativo de shoping, gastronómico y ciudades	ALTA	ALTO
6	Circuitos provinciales por el país	MEDIA-ALTA	MEDIO-ALTO
7	Deportes y aventura	MEDIA-ALTA	MEDIO-ALTO
8	Circuitos por mundos por el país	MEDIA	MEDIO
9	Nichos de mercado	BAJA	BAJO

Fuente: MINTUR-FPTE (Junio 2009).
Elaborado por: Ministerio de Turismo del Ecuador. Niveles de notoriedad para mercados internos de Ecuador (en trade, medios y visitante final)

Mediante información obtenida del Ministerio de Turismo (TURISMO, 2013), durante el mes de agosto 2013 se registra un total de 68.818 arribos por parte de los países que conforman el mercado clave, que comparado con los arribos del mes de agosto de 2012, presenta un decrecimiento del -3,57%, que en términos absolutos significa una reducción de 2.551. Situación que se presume principalmente, por los eventos ocurridos en Colombia durante el mes de agosto que represento una reducción de llegadas turísticas por el puerto fronterizo de Rumichaca, lo cual se manifiesta en la reducción de llegadas de colombianos al Ecuador en 3.305 llegadas con relación al mes de agosto del año anterior.

Los arribos desde los mercados clave representan un 61% del total de arribos registrados en el mes de agosto de 2013.

Dentro de los mercados de consolidación, se registra un aumento en el mercado de Reino Unido, el cual representa el 11% de incremento, es decir, 1.659 arribos adicionales en el período enero - agosto de este año comparado con el mismo período del año anterior.

Igualmente, los mercados de Chile, Canadá, Francia, Brasil y Holanda, en el mes de agosto 2013 registran un incremento del 1%, 4%, 7%, 4% y 10% en su orden.

Los arribos desde los Mercados de Consolidación representan el 15% del total de arribos del mes de agosto de 2013.

Los mercados de oportunidad, se registra un mayor incremento acumulado en el mercado de Venezuela, con un crecimiento relativo respecto al período enero - agosto de 2012, representados en el 129%, es decir un incremento de 31.400 en términos absolutos.

Los arribos relacionados con los Mercados de Oportunidad representan el 12% del total de arribos del mes de agosto de 2013

El siguiente cuadro nos ilustra el número de visitas al Ecuador entre el año 2009 al año 2013:

Cuadro 14 Número de visitantes a Ecuador

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
MAR	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SUB-TOTAL	654.380	714.009	766.718	864.302	908.518	5,12
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990		
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145		
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674		
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790		
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901		

Elaborado por: El Autor
Fuente: http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html

> *Según la OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador), alrededor del 97% de movimientos (entradas-salidas) se efectúan a través de cuatro Jefaturas de Migración ubicadas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas, sin embargo es preciso señalar que en la entrada de extranjeros al Ecuador, el 70,96% lo hace vía aérea y el 25,86% vía terrestre, en tanto que en las salidas de ecuatorianos al exterior el 84,77% corresponde a vía aérea y un 12,47% a vía terrestre, según el registro de las jefaturas de migración arriba señaladas.*

Los sitios más visitados del país por turistas extranjeros de acuerdo al Ministerio de Turismo (Ecuador), 2013) son:

Cuadro 15 SITIOS VISITADOS EN EL ECUADOR

SITIOS	% nov-06	% dic-06	% ene-07
Quito	58,02	53,62	47,95
Guayaquil	27,78	49,28	51,23
Cuenca	21,60	19,81	12,30
Baños	16,05	11,11	9,02
Otavalo	11,11	7,25	11,48
Ibarra	8,02	7,73	9,43
Machala	6,79	8,21	9,84
Galápagos	6,17	5,31	3,28
Tulcán	5,56	7,73	3,69
Riobamba	4,32	3,38	1,64
Amazonía	11,12	6,77	4,10
Loja	3,70	3,86	3,69
Ambato	3,70	0,48	1,23
Manta	3,09	1,93	5,74
Santo Domingo	3,09	4,35	2,87
Salinas	3,09	6,28	9,43
Esmeraldas	2,47	2,90	4,10
Atacames	0,62	1,93	2,87
Bahía de Caráquez	1,85	0,48	4,10
Latacunga	1,85	1,93	1,64
Vilcabamba	1,85	0,48	0,82
Cotopaxi	1,23	1,45	0,82
Jambelí	1,23	1,45	0,18
Huaquillas	1,23	0,97	1,23
Cotacachi	1,23	1,45	0,41
Montañita	1,23	4,35	7,79
Puerto López	0,62	0,48	0,41
Otros	17,62	20,21	13,53

Fuente : Encuestas de turismo receptor, segmento terrestre Ministerio de Turismo

Elaborado por: El autor

Gráficamente, esto se puede expresar de la siguiente manera:

Cuadro 16 Principales sitios visitados en el Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador Elaborado
Elaborado por: El Autor

La ciudad de Otavalo recibe una importante cantidad de visitas nacionales y extranjeros, llegando a ocupar el quinto lugar de las preferencias a nivel país, si se calcula un promedio del porcentaje de visitas desde el año

2009 al 2012, se obtiene que casi el 10% de los turistas extranjeros visitan la ciudad, de esta información y considerando que durante el año 2012 llegaron al país 1.271.953 turistas se puede concluir que la ciudad recibió durante el año 2012, la visita de 127.195 turistas extranjeros, además, según el Ministerio de Turismo de Ecuador, la ciudad recibe la visita de unos 100.000 turistas nacionales, dando un total de 227.195 visitantes anuales.

Cuadro 17 Número estimado de turistas que visitaron Otavalo durante el año 2012

Promedio visitas de extranjeros a Otavalo años 2008-2012	10%
Ingreso turistas al país durante el año 2012	1.271.953
Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo año 2012	127.195
Número turistas nacionales que visitaron Otavalo año 2012	100.000
TOTAL VISITAS	**227.195**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

3.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO

El mercado considerado como el lugar donde confrontan las dos grandes fuerzas, como son la oferta y la demanda, cuya interacción normal busca conseguir un equilibrio en el que se logre la máxima eficiencia y satisfacción tanto para oferentes como para demandantes, se establece actualmente la siguiente estructura de mercado:

3.4.1. LIBRE COMPETENCIA.

La aprobación en el país de la ley de Regulación y Control del Poder de Mercado (Antimonopolio) (Septiembre 2011), que tiene por objetivo evitar la concentración de la producción, por el lado de la tenencia de los medios de producción, así como de las ventas, impidiendo de esta manera la desigualdad y el abuso de poder de mercado, de esta manera

en el Ecuador ha empezado a operar el concepto de libre mercado**,** que se basa fundamentalmente en la libertad de elección para el consumidor, como para el productor.

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

- Número muy limitado de empresas turísticas
- No hay sustitutos cercanos
- Precios- medio – altos decisores.
- Las decisiones de cada uno de los productores, afectan al rendimiento de los restantes.

3.5. INVESTIGACIÓN

3.5.1. SEGMENTACIÓN

Cuadro 18 Segmentación del mercado del proyecto

Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo año 2012	127.195
Número turistas nacional que visitaron Otavalo año 2011	100.000
TOTAL VISITAS	**227.195**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

La segmentación de mercado para este servicio turístico se lo realiza en función de los niveles de ingreso, quedando determinado los estratos altos y medios.

Se ha determinado que el proyecto tendrá como principal objetivo dirigirse al mercado internacional y nacional, por cuanto se comercializarán los servicios a precios relativamente medios y altos.

3.5.2. MARCO MUESTRAL O UNIVERSO

El universo a evaluar está conformado por aquellos turistas que visitan la ciudad de Otavalo provenientes de fuera de la provincia de Imbabura, pueden ser turistas nacionales o extranjeros; en términos generales esta población está conformada por unas 227.195 personas.

3.5.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = Población

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

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

Z = Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

Nivel de confianza 95%

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)(227195)}{(0.05)^2 (227.195 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84)(56.799,25)}{(0.0025)(226194) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{218.107,2}{542,87}$$

n= 401,76

n= 402

El tamaño de la muestra de turistas es de 402 personas a los cuales se les aplicó una encuesta de opinión.

3.5.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La encuesta permite conocer las demandas de los turistas en relación al proyecto, la misma que tuvo los siguientes resultados:

3.5.5. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

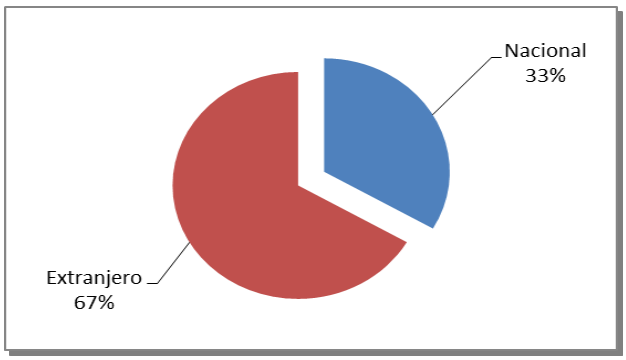
Pregunta 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Cuadro 19 ¿Cuál es su nacionalidad?

ALTERNATIVAS	Nº	%
Nacional	134	33,33
Extranjero	268	66,67
TOTAL	**402**	**100,00**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 17 ¿Cuál es su nacionalidad?



Elaborado por: El Autor

Análisis:

El mercado turístico de Otavalo, se encuentra constituido en su mayoría por turistas extranjeros que corresponde al 66,67%, no así los turistas nacionales que es de un 33,33%, esto favorece a la presente propuesta en vista de que son los visitantes foráneos los que tienen mayores ingresos, permitiendo de esta manera la sustentabilidad del proyecto.

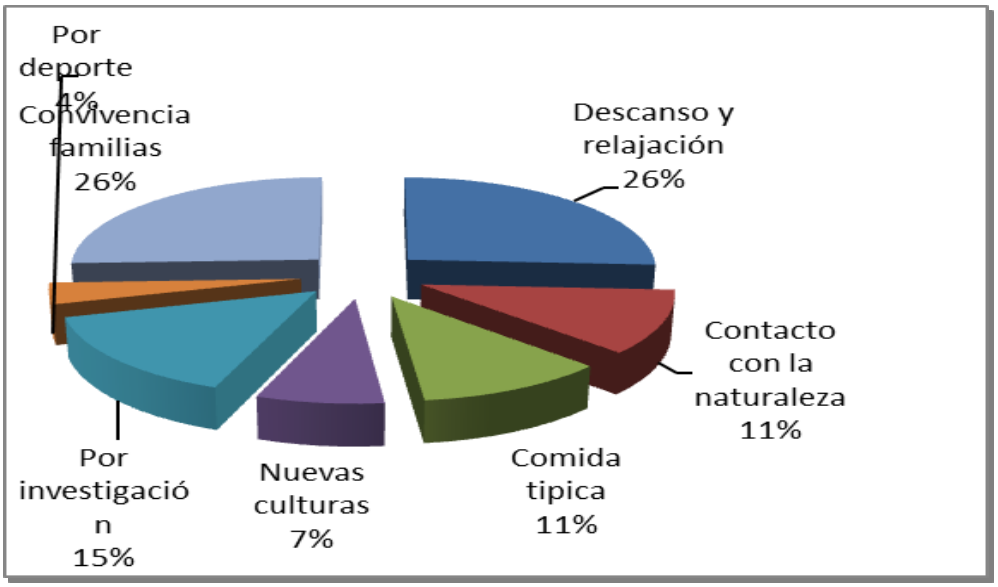
Pregunta 2. ¿Cuál es el motivo de su visita?

Cuadro 20 ¿Cuál es el motivo de su visita?

ALTERNATIVAS	Nº	%
Descanso y relajación	104	26%
Contacto con la naturaleza	45	11%
Comida típica	45	11%
Nuevas culturas	30	7%
Por investigación	60	15%
Por deporte	15	4%
Convivencia familias	103	26%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 18 ¿Cuál es el motivo de su visita?



Elaborado por: El Autor

Análisis:

Los actividades que más atraen para el turismo son: la convivencia familiar en un 26%, en igual porcentaje se encuentra el descanso y la relajación, seguidamente se encuentra la investigación con un 15%, en cambio el contacto con la naturaleza y la comida típica están por el 11%; porcentaje de preferencias que nos permite visualizar los requerimientos

que tienen los clientes, esto nos ayuda armar los paquetes turísticos para garantizar la inversión a realizar.

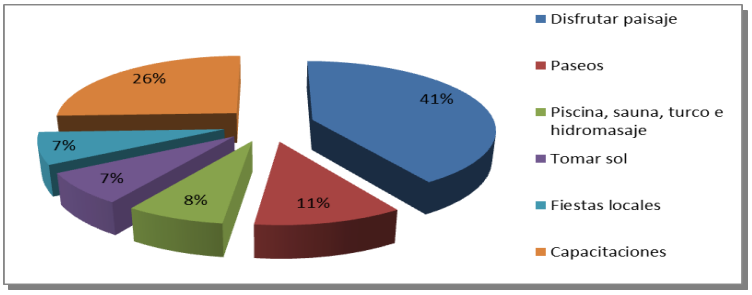
Pregunta 3. ¿Qué actividades realiza en un lugar que visita?

Cuadro 21 Actividades a realizar.

ALTERNATIVAS	Nº	%
Disfrutar paisaje	164	41%
Paseos	45	11%
Piscina, sauna, turco e hidromasaje	30	7%
Tomar sol	30	7%
Fiestas locales	30	7%
Capacitaciones	103	26%
TOTAL	**402**	100%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 19 Actividades a realizar



Elaborado por: El Autor

Análisis:

Disfrutar del paisaje es una de las razones más preferidas por los turistas que llegan a Otavalo con un 41%, seguido por capacitaciones, paseos y otras actividades de menor importancia. Aspectos favorables que permiten consolidar la presente propuesta ya que se trata de un servicio turístico natural que debe ir ofertada con las actividades que desean realizar.

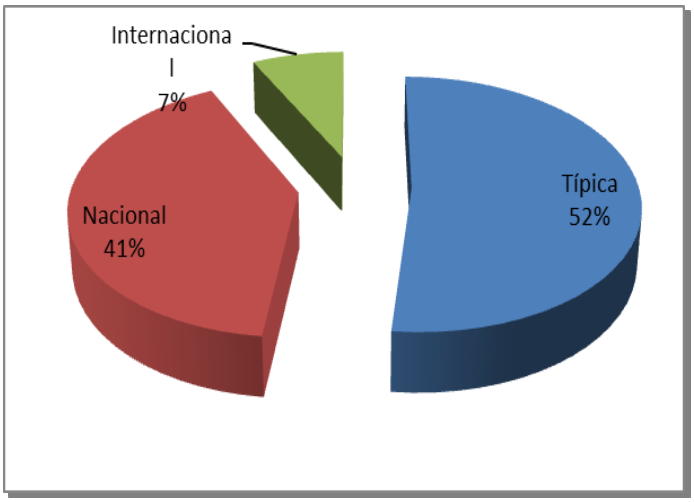
Pregunta 4. ¿Cuál es el tipo de comida que Ud. Prefiere?

Cuadro 22 Tipo de comida que Ud. Prefiere

ALTERNATIVAS	Nº	%
Típica	208	52%
Nacional	164	41%
Internacional	30	7%
TOTAL	**402**	100%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 20 ¿Tipo de comida que Ud. Prefiere?



Elaborado por: El Autor

Análisis:

Los turistas tienen preferencia por la comida típica y nacional llegando a un 52%, quedando en tercer plano la comida internacional, ya que la mayoría de son extranjeros, razón por la cual el proyecto potencializará la oferta de la gastronomía local.

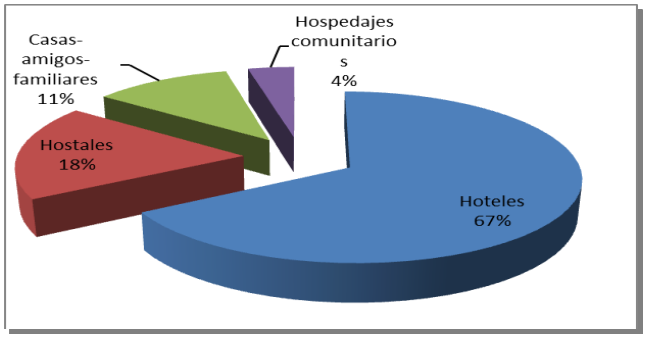
Pregunta 5. ¿Dónde prefiere alojarse en sus viajes?

Cuadro 23 Dónde prefiere alojarse en sus viajes

ALTERNATIVAS	Nº	%
Hoteles	268	67%
Hostales	74	18%
Casas-amigos-familiares	45	11%
Hospedajes comunitarios	15	4%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 21 Dónde prefiere alojarse en sus viajes



Elaborado por: El Autor

Análisis:

La mayoría se hospedan en hoteles y hostales en un 67% y 18% respectivamente, seguido en menor magnitud con otro tipo de hospedaje, concluyendo frente a esto, que las perspectivas es la de ofertar servicios de hospedaje hotelero, que es la preferencia de la mayoría.

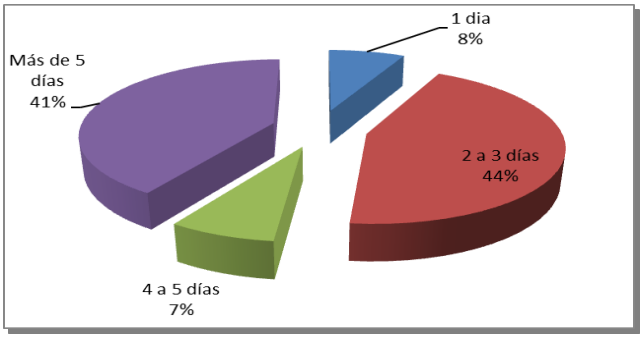
Pregunta 6. ¿Qué tiempo de permanencia considera adecuado en un lugar natural?

Cuadro 24 Tiempo de permanencia en un lugar

ALTERNATIVAS	Nº	%
1 día	30	7%
2 a 3 días	178	44%
4 a 5 días	30	7%
Más de 5 días	164	41%
TOTAL	**402**	100%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 22 Tiempo de permanencia en un lugar



Elaborado por: El Autor

Análisis:

Los datos indican que la mayoría de los turistas encuestados piensan permanecer de dos a tres días cuyo indicador es del 44%, seguido por la permanencia de más de cinco días que esta por el 41%, la explicación para esto es que la mínima permanencia es captada por los hostales y hoteles, quienes serán nuestra competencia, por lo que es fundamental proponer tarifas especiales en función del tiempo de permanencia.

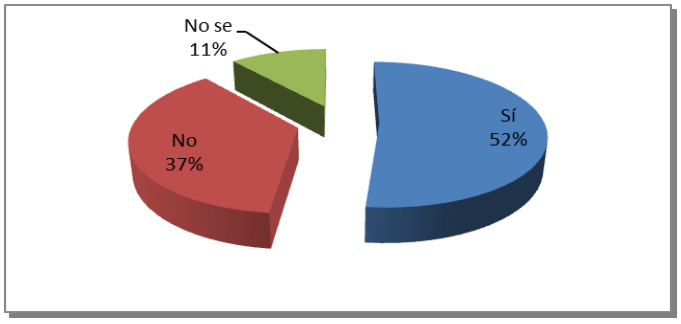
Pregunta 7. ¿Le gustaría que los servicios turísticos se le oferten en un hotel tipo barco a orillas del Lago San Pablo?

Cuadro 25 Preferencia por un hotel tipo barco

ALTERNATIVAS	Nº	%
Sí	208	52%
No	149	37%
No se	45	11%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 23 Preferencia por un hotel tipo barco



Elaborado por: El Autor

Análisis:

El 52 % de los encuestados manifiestan una aceptación por el tipo de servicio turístico que se proyecta ofertar, lo que hace prever un punto de favor de la presente propuesta para su implementación, sin embargo existe un 37% y un 11% que por alguna razón no aceptan o no saben que responder al respecto.

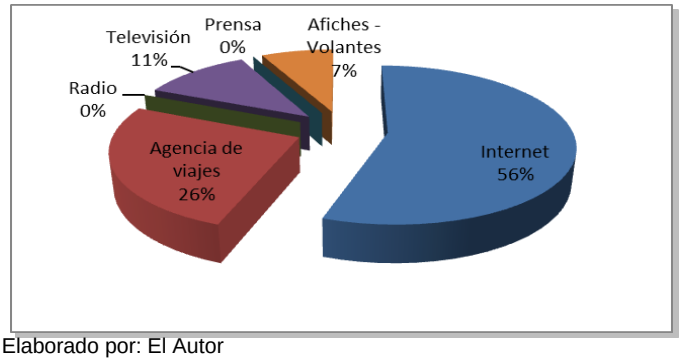
Pregunta 8. ¿A través de qué medio elige los lugares que visita?

Cuadro 26 Medios preferidos para elegir lugares a visitar

ALTERNATIVAS	Nº	%
Internet	223	55%
Agencia de viajes	104	26%
Radio	0	0%
Televisión	45	11%
Prensa	0	0%
Afiches - Volantes	30	7%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 24 Medios preferidos para elegir lugares a visitar



Elaborado por: El Autor

Análisis:

Los turistas que visitan Otavalo un 55% eligen los lugares a través del internet y 26% por información que ofrecen las agencias de viajes, aspectos por lo que se tiene que considerar estos aspectos a considerar con el fin de desarrollar un sitio Web como mecanismo de promoción y publicidad.

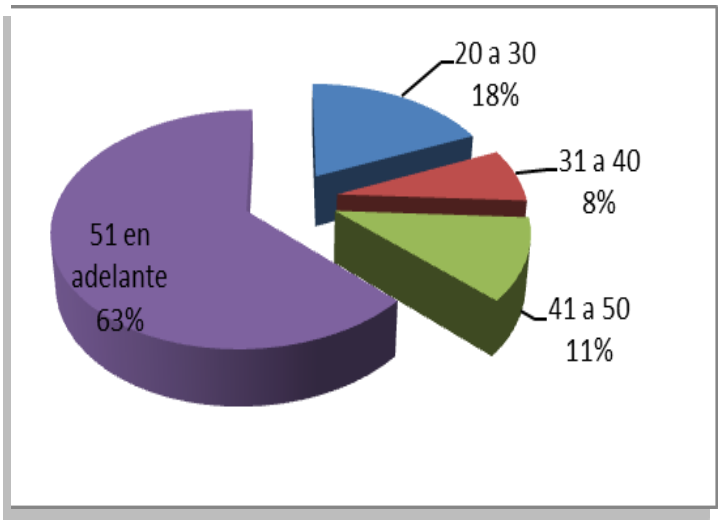
Pregunta 9. ¿Cuánto gasta individualmente en sus viajes?

Cuadro 27 Cantidad a gastar en un viaje

ALTERNATIVAS	Nº	%
20 a 30	74	18%
31 a 40	30	7%
41 a 50	45	11%
51 en adelante	253	63%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 25 Cantidad a gastar en un viaje



Elaborado por: El Autor

Análisis:

La mayoría de turistas es decir el 63%, manifiestan gastar durante su estadía más de 51 dólares en lo que se considera estadía y alimentación, en cuanto a los que gastan de 20 a 30 dólares están enmarcados en el 18% que corresponde a la alimentación, aspectos fundamentales para establecimiento de los precios de los servicios a ofertar.

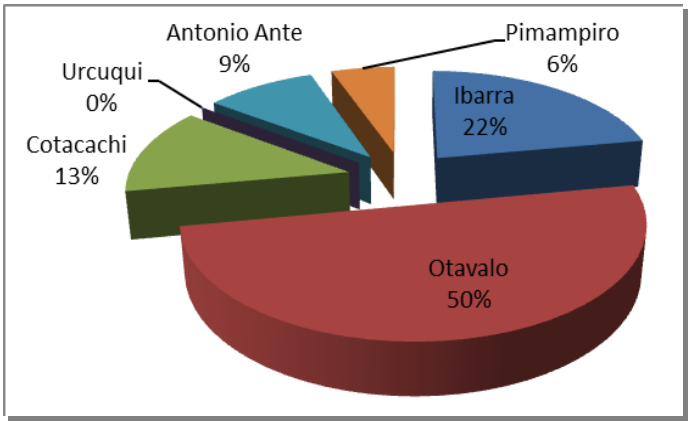
Pregunta 10. ¿Qué cantones de la provincia de Imbabura conoce?

Cuadro 28 Cantones preferidos por los turistas

ALTERNATIVAS	Nº	%
Ibarra	89	22%
Otavalo	201	50%
Cotacachi	52	13%
Urcuquí	0	0%
Antonio Ante	38	9%
Pimampiro	22	5%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 26 Cantones preferidos por los turistas



Elaborado por: El Autor

Análisis:

El cantón más conocido es Otavalo con un 50% de preferencia, seguido por Ibarra con el 22%, luego Cotacachi y Antonio Ante 13% y 9% respectivamente, lo que se confirma que Otavalo es uno de los cantones más visitado y por ende más popular de la provincia, situación que es favorable para el desarrollo de la propuesta.

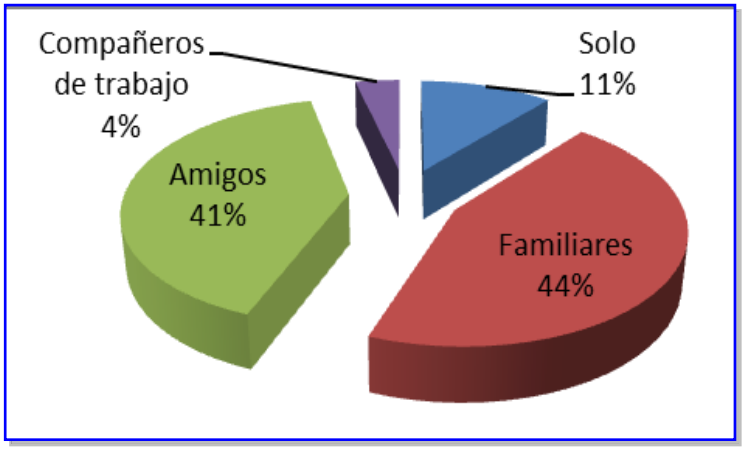
Pregunta 11. ¿Realiza el viaje?

Cuadro 29 Con quien realiza el viaje

ALTERNATIVAS	Nº	%
Solo	45	11%
Familiares	179	44%
Amigos	163	41%
Compañeros de trabajo	15	4%
TOTAL	**402**	**100%**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 27 Con quien realiza el viaje



Elaborado por: El Autor

Análisis:

El 44% de los visitantes llegan al cantón Otavalo en compañía de familiares y con amigos el 41%, lo que representa una buena afluencia de turistas en busca de servicios que satisfagan sus necesidades de ocio y descanso, demanda potencial que es considerada en el presente proyecto.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE RESIDENTE Y NO RESIDENTE.

Cuadro 30 Visitantes residentes y no residentes

DATOS GENERALES	
NACIONALIDAD	El grupo mayoritario son extranjeros (66,67%) y la minoría son nacionales (33,33%).
PREFERENCIA POR LA OFERTA	El 52% le gustaría se realice la presente propuesta, 37% dice lo contrario y un menor porcentaje no sabe.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	La mayoría busca a través del internet (55%) sitios a visitar y a través de las agencias de viaje (26%).
MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA	
ALOJAMIENTO	Prefieren los hoteles (67%), los hostales (18%) y el resto otro tipo de alternativas como casas y hospedajes comunitarios.
TIEMPO DE PERMANENCIA	Un 44% de 2 a 3 días y un 41% más de 5 días.
MOTIVO DE LA VISITA	El 26% viene por descanso y relajación y un porcentaje similar por convivencia familiar.
ACTIVIDADES REALIZA	La mayoría gusta de disfrutar del paisaje (41%), seguido por capacitaciones (26%) y paseos (11%).
TIPO DE COMIDA	En su gran mayoría prefieren la comida típica (52%), seguida por la comida nacional (41%) y la diferencia prefiere la comida internacional.
NIVEL DE GASTO	Gastan de 51 dólares la mayoría (63%), seguida por el valor de 20 a 30 dólares (18%) y de 41 a 50 (11%)
FORMA DE VIAJE	
CON QUIEN REALIZA EL VIAJE	El 44% de los encuestados viajan con sus familiares, el 41% con amigos, un 11% solo y un 4% con compañeros de trabajo.
CANTONES QUE CONOCE	El cantón que más conocen es Otavalo (50%), seguido por Ibarra (22%), Cotacachi (13%) y Antonio Ante (9%).

Elaborado por: El Autor
Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

3.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda para la presente propuesta, se encuentra compuesta por un mercado conformado en su mayoría de turistas extranjeros que vienen a la ciudad de Otavalo, sin descartar a los viajeros nacionales que llegan al cantón, definiendo cada demanda en función de sus propias características como: frecuencia de permanencia, capacidad de ingreso, tipo de alimentación, razón de la visita, lugares de origen y actividades que les gustaría realizar.

3.6.1. FACTORES QUE LA AFECTAN

Los factores que afectan la demanda del proyecto son:

La renta de los consumidores.

El proyecto se dirigirá a personas interesadas en realizar vacaciones programadas, con un presupuesto medio alto, sobre todo dirigido a turistas extranjeros, pero sin dejar de lado a los turistas nacionales.

Los gustos de los consumidores.

Nuestros potenciales clientes buscan lugares acogedores donde descansar y compartir con sus familias pero que puedan contar con las comodidades que en su vida diaria disfrutan, buscan tener nuevas experiencias, conocer, observar, compartir y sentirse satisfecho por el paquete o servicio turístico que adquirió.

3.6.2. DEMANDA ACTUAL

PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO

AÑO 2012 (ESTIMADO)

Cuadro 31 Porcentaje de turistas

Ingreso de turistas durante el año 2012	227.195
Número turistas extranjeros que visitaron Otavalo (67%)	152.221
Número turistas nacional que visitaron Otavalo año (33%)	74.974
TOTAL VISITAS	**227.195**

Elaborado por: El Autor
Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

3.6.3. PROYECCIÓN DE DEMANDA

Cálculo:

Turistas nacionales y extranjeros visitan Otavalo:	227.195
% Preferencia por la propuesta (52%)	118.141
Total Demanda Actual:	118.141

La demanda se proyectará tomando como referencia el método de crecimiento exponencial, en donde la tasa de crecimiento turística es del 11,47% información obtenida del Ministerio de Turismo de un diagnóstico del sector turístico nacional e internacional del año 2011 - 2012. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del mercado.

$Pp=Po\ (1+i)n$

Dónde:

P_p= Preferencia por la propuesta

P_o= Demanda actual

$_i$= porcentaje

n= número de años

Pp=Po (1+i)n
Pp= 118141* (1+0.1147)^1

Pp=	118.141,00	*(1+0,1147)	^1	118.141,00	*(1+0,0225)	^4
Pp=	131.691,77			182.403,28		
	118.141,00	*(1+0,1147)	^2	118.141,00	*(1+0,0225)	^5
	146.796,82			203.324,94		
	118.141,00	*(1+0,01147)	^3			
	163.634,41					

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTICA

Cuadro 32 Proyección de la demanda

AÑO	***TURISTAS NACIONALES***
2013	***131.692***
2014	***146.797***
2015	***163.634***
2016	***182.403***
2017	***203.325***

Elaborado por: El Autor

3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.7.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

La cantidad ofrecida de un servicio está en función de:

- Los gustos y preferencias
- La tecnología existente
- Los precios de los servicios

GUSTOS Y PREFERENCIAS

La curva de oferta se traza considerando los gustos y preferencias de los clientes, para lo cual, es importante los activos productivos o capital físico disponible, por lo que Neptuno, dispone de importantes activos fijos tales como la infraestructura física adecuada para recibir a los turistas, desde este punto de vista el proyecto está en condiciones de ofertar una gama de servicios turísticos diferenciados.

LA TECNOLOGÍA EXISTENTE

Definiendo la tecnología existente como: el conjunto de técnicas o métodos para producir un bien o servicio, la tecnología permite producir y vender a un precio más competitivo, lo que ocasionará que aumente la cantidad ofrecida, en base a esto la presente propuesta se acogerá a la tecnología esto es el diseño e implementación de un software interactivo en red con internet, a fin de que el usuario al ingresar separe y cancele todos los servicios a ser consumidos, sin estar sujeto a esperas o por intermediarios, así mismo mediante el sistemas de código de barras asignado al cliente tendrá acceso a los diferentes servicios los cuales al ser consumidos automáticamente se incrementará en su cuenta a cancelar, logrando así tener una mayor cobertura en el mercado a intervenir.

LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS

Los precios de los paquetes turísticos deben estar en función de los ingresos de los clientes, por lo que se debe lograr que se ofrezcan precios competitivos dentro del mercado, ya que como se manifestó anteriormente la tecnología será la base a través de lo cual se logre el objetivo de manejar precios que incentiven la prestación del servicio, pero que al mismo tiempo atraiga a los turistas del sector.

3.7.2. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA

El comportamiento histórico de la oferta se determina por la capacidad instalada que existe en el sector, constituida por hoteles, hosterías, hostales y todo tipo de empresas que brinden servicios turísticos semejantes a los que se ofertarán a través de la presente propuesta.

3.7.3. OFERTA ACTUAL

En la provincia de Imbabura existe una amplia oferta de hosterías y alojamientos en zonas urbanas y rurales, motivo por el cual es una alternativa real para que el turista se aloje ocupando servicios privados, excursiones en las comunidades y actividades en la naturaleza y ocasionalmente actividades de contacto con la cultura.

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

Por lo que para la presente propuesta se considera las hosterías del sector como posible oferta existente las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro 33 Costos y capacidad en hosterías

Nro.	HOSTERIAS	UBICACIÓN	CATEGORIA	CAPACIDAD	PRECIO (DÓLARES)	CAPACIDAD HOSPEDAJE
1	Pinsaquí	Otavalo	Primera	19 hab. - 40 plazas	106	40
2	Cusín	San Pablo	Lujo	40 hab. - 82 plazas	105	82
4	Casa Mojanda	Otavalo	Primera	9 hab. - 25 plazas	110	25
5	La casa de Hacienda	Otavalo	Primera	8 hab. -16 plazas	100	16
6	Luna de Mojanda	Otavalo	Segunda	9 hab. - 30 plazas	40	30
7	Las Palmeras de Quichinche	Otavalo	Segunda	11 hab. - 25 plazas	35	25
8	Troje Cotama	Otavalo	Segunda	10 hab. - 20 plazas	45	20
9	Aya Huma	Otavalo	Tercera	24 hab. - 54 plazas	20	54
10	Puerto Lago	San Pablo	Primera	27 hab. - 50 plazas	117	50
11	Cabañas del Lago	San Pablo	Primera	25 hab. - 59 plazas	130	59
12	Jatuncocha	San Pablo	Primera	11 hab. - 21 plazas	120	21
				TOTAL		*422*

Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de mercado

Para efectos del proyecto, solo se consideran como oferta, iniciativas que cuentan con la infraestructura necesaria para dar servicios de alojamiento al turista (obviamente que esto debe incluir alimentación y servicios básicos) y que se encuentran ubicadas en el Cantón Otavalo.

Es necesario diferenciar entre capacidad instalada anual real, y capacidad instalada anual operativa, la diferencia radica en el número de días, para la primera se considera un promedio de 360 días, y para la segunda se ha considerado una sumatoria de alrededor de 240 días operables, asumiendo el periodo de temporada alta, mas fines de semana y días festivos. Los resultados son los siguientes:

CAPACIDAD INSTALADA ANUAL REAL	**151.920**	Habitaciones y servicios
CAPACIDAD INSTALADA ANUAL OPERATIVA	***101.280***	Habitaciones y servicios

3.7.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta se la proyectará en función de la tasa de crecimiento del PIB del año 2012, que fue del 5,01% de acuerdo a las estadísticas publicadas por el Banco Central del Ecuador.

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

Pp=Po(1+i)n

Pp= 101.280*
(1+0.0501)^1

Pp=	101.280,00	*(1+0,0501)	^1	101.280,00	*(1+0,0501)	^4	
Pp=	***106.354,13***			***123.153,38***			
	101.280,00	*(1+0,0501)	^2	101.280,00	*(1+0,0501)	^5	
	111.682,47			***129.323,36***			
	101.280,00	*(1+0,0501)	^3				
	117.277,76						

PROYECCIÓN DE LA OFERTA LOCAL

Cuadro 34 Proyección oferta local

AÑO	***TURISTAS NACIONALES***
2013	***106.354***
2014	***111.682***
2015	***117.277***
2016	***123.153***
2017	***129.323***

Elaborado por: El Autor

3.8. PROYECCIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA

Luego de analizar la demanda y la oferta del sector turístico en Otavalo y sus alrededores, se puede determinar que existe un mercado potencial para los servicios directos e indirectos que brindará la empresa integral de turismo "NEPTUNO", como se indica a continuación:

Cuadro 35 Demanda insatisfecha

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
Proyección demanda	131.692	146.797	163.634	182.403	203.325
Proyección oferta	106.354	111.682	117.277	123.153	129.323
Demanda insatisfecha	25.338	35.115	46.357	59.250	74.002

Elaborado por: El Autor

La demanda a ser cubierta por la presente propuesta es del 10% de la demanda insatisfecha, ya que como es una propuesta inicial y en función de la capacidad instalada del proyecto.

3.9. ANÁLISIS DE PRECIO

Los precios están constituidos según el producto o servicio y el grupo meta al que va dirigido el servicio turístico. Para fijar los precios es importante tomar en cuenta: la competencia, los servicios ofertados de alojamiento y alimentación y la calidad de los servicios a ofrecerse.

Cuadro 36 Análisis de precios

GRUPOS META	PRECIOS	LOS PRECIOS INCLUYEN:
GRUPOS DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.	$ 70	• Alimentación (desayuno, almuerzo y cena) • Hospedaje • Noche cultural • Servicio de Sauna, Turco e Hidromasaje.
GRUPOS DE ESTUDIANTES NACIONALES.	$ 60	• Charlas • Hospedaje • Alimentación (desayuno, almuerzo y cena) • Piscina, Sauna Turco e Hidromasaje.
GRUPOS INTERESADOS EN DESARROLLO LOCAL Y COMUNITARIO.	$ 60	• Charlas • Hospedaje • Alimentación (desayuno, almuerzo y cena) • Piscina, Sauna Turco e Hidromasaje.
GRUPOS INSTITUCIONES.	$ 30 (sala) $15 (p/p comida)	• Alquiler diario de la sala • Almuerzo y refrigerio por persona.

Elaborado por: El Autor

Los precios asignados están en función del mercado al cual van dirigidos, para que sobre todo sean competitivos. Estos precios reflejan la calidad y disponibilidad de los servicios a ofertarse.

Se debe considerar llevar contabilidad de costos, para determinar el precio real del servicio turístico para la posterior construcción de paquetes turístico.

3.10. ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS

3.10.1. ESTRATEGIA DEL SERVICIO

La presente oferta de servicios deberá considerar los medios de comunicación a través de los cuales acceden para conocer los sitios turísticos de destino, para lo que se propone que en un inicio se oferte los servicios a través de la página WEB del GAD de Otavalo y de la página del Ministerio de Turismo, por ser el medio que más visitan los turistas

para tomar una decisión de un lugar determinado, así mismo lograr convenios estratégicos con las agencias de viaje para promocionar el lugar.

3.10.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La estrategia promocional para la presente propuesta, estará en base a la conformación de paquetes turísticos destinados a los diferentes tipos de clientes que tenga el centro turístico, así como también en la elaboración de propuestas dirigidas a épocas de baja concurrencia turística.

3.11. CONCLUSIONES

- Existe actualmente un mercado turístico en constante crecimiento, de acuerdo a las estadísticas establecidas por el Ministerio de Turismo, y que requiere de una gama de oferta turística que satisfaga su demanda, unida a las características naturales con las que cuenta la provincia de Imbabura.

- Los consumidores de este servicio, buscan y desean calidad en cuanto a su adquisición, por lo que es imprescindible para el éxito de estas iniciativas considerar los requerimientos planteados por los consumidores que aseguren su disfrute en todos los sentidos; por lo que es importante el contar con áreas adecuadas, personal capacitado y precios competitivos.

- Uno de los factores más importantes que se debe aprovechar es la demanda insatisfecha que nos permite ingresar en el mercado; y cuidar la demanda potencial, llegando así a crecer y mantenernos en la actividad propuesta, dándole sostenibilidad y desarrollo a la empresa.

CAPÍTULO IV

4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

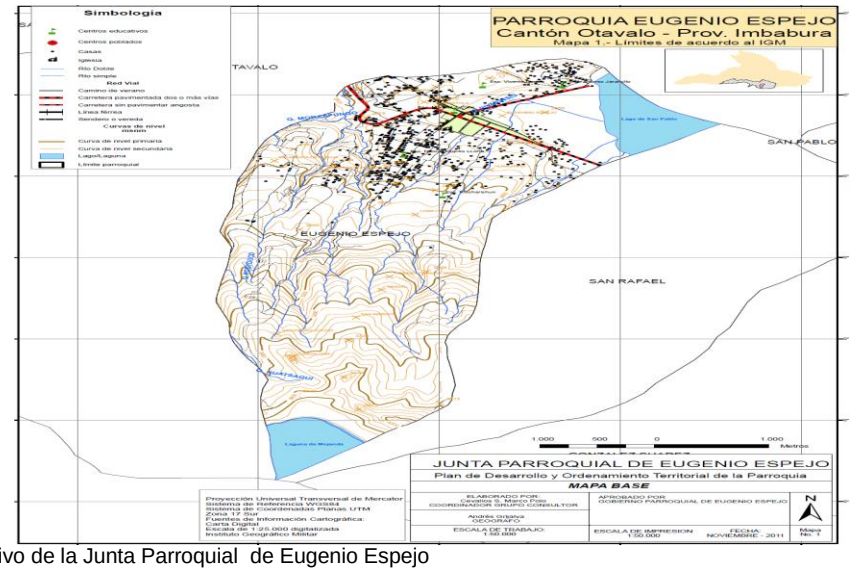
4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

En el tamaño del proyecto se toma en cuenta indicadores como: demanda efectiva, oferta, capacidad instalada, ubicación e inversión, los mismos que se obtienen del estudio de mercado para una determinación óptima del tamaño.

4.2. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La Empresa Integral de Turismo “Neptuno”, estará ubicada en la rivera del Lago San Pablo, en la Provincia Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia Eugenio Espejo, Comunidad Pivarinci, a la cual se puede acceder por la panamericana norte.

Figura N° 15 Mapa de la Parroquia Eugenio Espejo

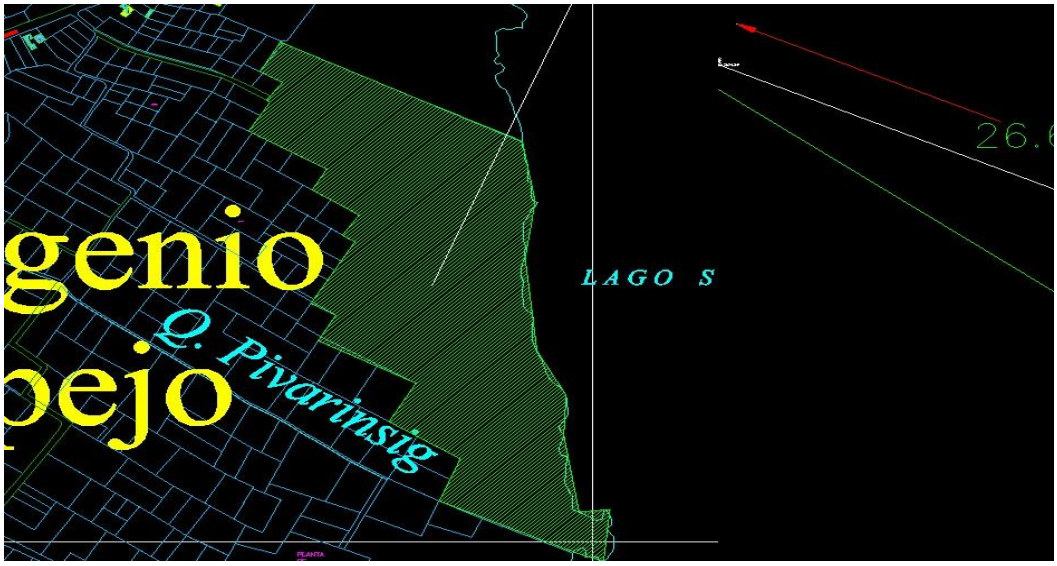


FUENTE: Archivo de la Junta Parroquial de Eugenio Espejo

4.3. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto estará localizado en la Parroquia de Eugenio Espejo, Comuna Pivarinci, en la rivera del Lago San Pablo, lugar estratégico donde arriban turistas nacionales y extranjeros.

Figura N° 16 Micro localización del proyecto



Fuente: Archivo del Gobierno Municipal de Otavalo, Dpto. de Avalúos y Catastros

Los factores que se tomó en cuenta para la localización del proyecto son:

- Vías de fácil acceso completamente asfaltadas
- Servicios básicos disponibles.
- Área del terreno adecuado
- Vista natural y panorámica de la zona

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

Es importante definir el tamaño del proyecto, ya que eso radica en establecer la capacidad instalada para cubrir la demanda del proyecto descrita en el estudio de mercado.

- **Salón de uso múltiple**

Esta área se encuentra en la planta baja del barco; dispone de dos salones de uso múltiple ya sea para conferencia, presentaciones de artistas, eventos especiales, entre otras actividades, a su vez estos dos salones se fusionan en uno solo de acuerdo a la necesidad conteniendo una tarima o escenario con pasarela desplegable para eventos de gran trascendencia, inclusión de audio y video, dos puertas de acceso, una de emergencia, cuadros y adornos. Este salón tendrá capacidad para 150 personas.

Figura N° 17 Salones de uso múltiple

Fuente:
https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&espv=210&es_sm=93&biw=1360&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=salas+de+audio+y+video&oq=salas+de+audio+y+video&gs_l=img.3...71804.76713.0.78141.22.15.0.0.0.0.0.0..0.0....0...1c.1.31.img..22.0.0.7_IcolJd8ms

- **Área de alojamiento**

Existirán 18 camarotes, los mismos que estarán constituidos por dos camas una doble y una simples, con servicios básicos, con una capacidad para 54 personas. Esta área estará ubicada en la segunda planta del barco.

Neptuno, ofrecerá a sus clientes amplias y cómodas habitaciones, las mismas que están de acuerdo a las necesidades y requerimientos de quienes solicitan nuestros servicios.

Estos camarotes o habitaciones, están de acuerdo a las posibilidades económicas y serán atendidas por personal con mucha experiencia en este tipo de servicio.

Figura N° 18 Habitaciones

Fuente:
https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&hl=es&biw=1360&bih=667&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=camarotes&oq=camarotes&gs_l=img.1.0.0l10.168997.170919.0.173481.9.9.0.0.0.0.388.942.6j2j0j1.9.0....0...1c.1.31.img..3.6.328.X-kY15a3gJQ

- **Área de restaurante**

La zona del restaurante y el cybernet, se ubica a un lado de los camarotes en la misma segunda planta del barco frente al área de cocina, bodega y de atención al público, con una capacidad para 70 personas.

Neptuno, para sus clientes dispondrá de una gran variedad de exquisitos platos a la carta, así como deliciosos menús para los visitantes.

El personal que laborará en esta área dispondrá amplios conocimientos en todo tipo de alimentación, su salón comedor tendrá un ambiente acogedor para hacerlo sentir como en casa.

Figura N° 19 Restaurante y Cybernet

Fuente:
https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&hl=es&biw=1360&bih=667&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=restorante&oq=restorante&gs_l=img.3..0j0i10l2j0i10i24l4j0i24j0i10i24l2.43512.53245.0.54249.10.10.0.0.0.0.554.2399.2j1j1j1j2j1.8.0....0...1c.1.31.img..5.5.1178._787oXBh6ME

- **Área de piscina sauna, turco e hidromasaje**

La piscina estará ubicada en la tercera planta, en la parte central del barco, la misma que está dividida en dos secciones en donde consta de una piscina; el sauna, turco, hidromasaje y gimnasio, se encuentran a la izquierda de la piscina y tendrá capacidad para 50 turistas.

Figura N° 20 Piscina, sauna y turco

Fuente:
https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&hl=es&biw=1360&bih=667&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=piscina+e+hidromasaje&oq=piscina+e+hidromasaje&gs_l=img.3...165391.170900.0.172873.21.21.0.0.0.0.380.3181.10j4j3j4.21.0....0...1c.1.31.img..15.6.512.O3xD6ED2tNQ

- **Puente de Mando**

En la cuarta planta se ubicará el puente de mando del barco, de donde se encuentra un café bar y las oficinas de administración y control adecuado de cada uno de las plantas, con cubiertas mirador para los turistas.

Figura N° 21 Puente de mando y café bar

Fuente:
https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&hl=es&biw=1360&bih=667&site=imghp&tbm=isch&sa=1&q=piscina+e+hidromasaje&oq=piscina+e+hidromasaje&gs_l=img.3...165391.170900.0.172873.21.21.0.0.0.0.380.3181.10j4j3j4.21.0....0...1c.1.31.img..15.6.512.O3xD6ED2tNQ

4.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de las plantas se establece de acuerdo a las necesidades de la empresa Neptuno, para lo que se considera las siguientes características:

Para la distribución adecuada de la empresa, se tomó en cuenta todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar tanto a los empleados como a los turistas que nos visiten. El Centro Turístico Neptuno será construido en un área de 2.749,41 m², los cuales se distribuirán entre los cuatro pisos que se construirán, los metros por piso se detallan a continuación:

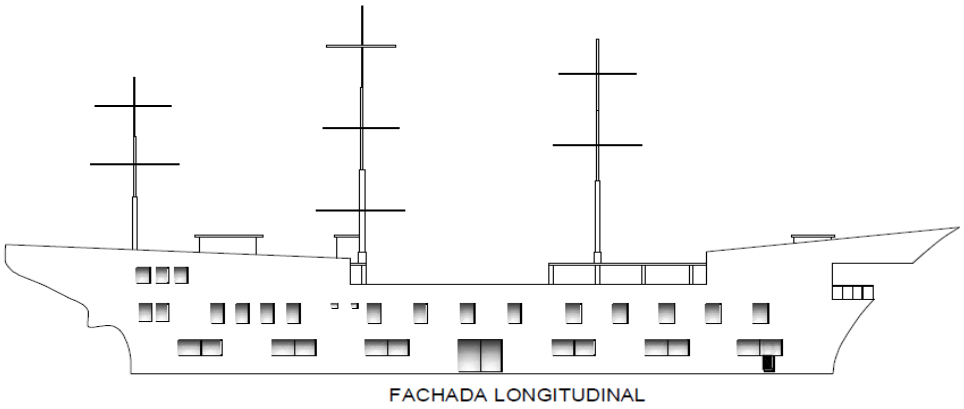
Cuadro 37 Distribución de áreas

ÁREAS	m2
Planta Baja	592,20
Segunda Planta	669,50
Tercera Planta	726,05
Cuarta Planta	762,16
TOTAL	***2.749,41***

Elaborado por: El Autor

4.5.1. DISEÑO DEL CENTRO TURÍSTICO NEPTUNO

Gráfico 28 Fachada longitudinal arquitectónica



Fuente: Planos arquitectónicos del Proyecto

4.6. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se plantea la construcción de una estructura turística tipo barco de cuatro plantas, la misma, que tendrá las características que se indican a continuación y que cuente con todas las áreas de servicios ofertados.

La infraestructura contará con instalaciones adecuadas para cumplir con los servicios indicados los mismos que son:

- Salón de uso múltiple
- Camarotes

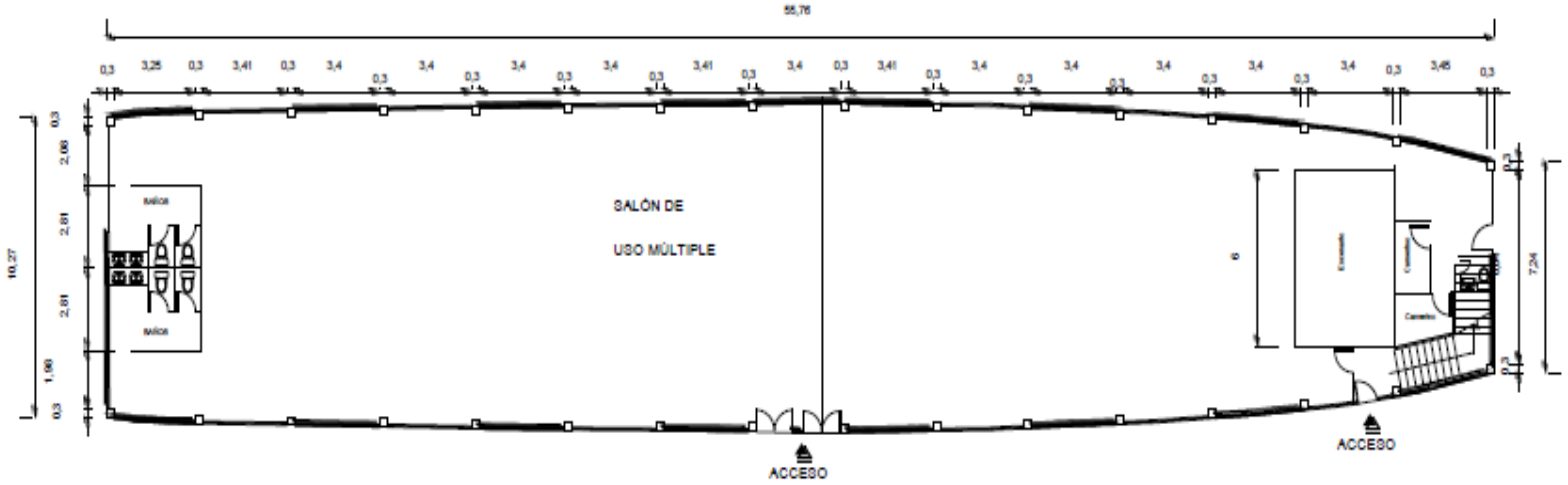
- Restaurante
- Cybernet
- Bar y vestidores
- Piscina, sauna, turco e hidromasaje
- Puente de mando

A cada uno de los espacios se le debe incluir áreas suficientes para prestar los servicios ofertados, es decir, aquellos que gustan y prefieren los turistas especificados en el mercado objetivo, estos son el contacto con la naturaleza y el descanso; por lo que el proyecto estará enclavado en la orilla del Lago San Pablo, junto a un paisaje natural apropiado y apto para el descanso y para el compartimiento familiar.

4.6.1. LOCALIZACIÓN DE AMBIENTES Y DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO FÍSICO

PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA

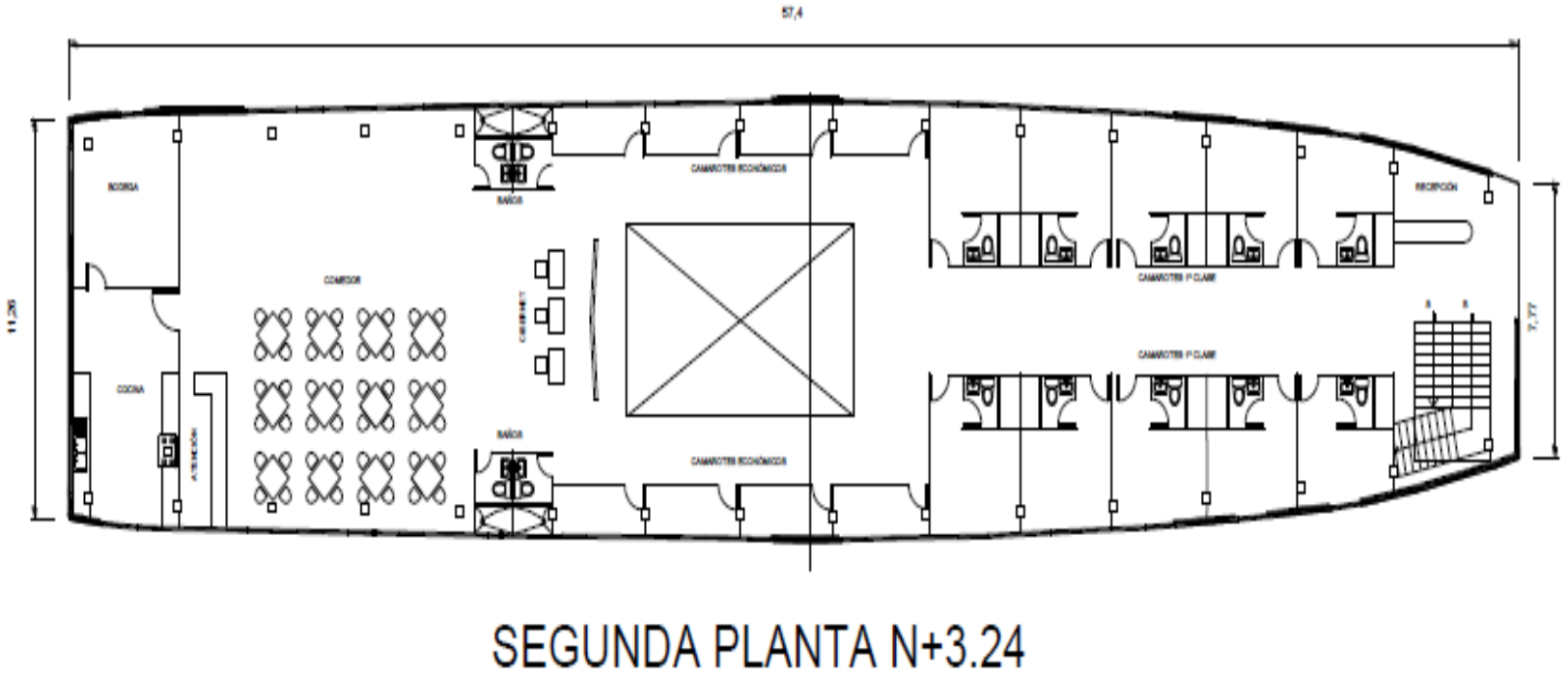
Gráfico 29 Planta baja arquitectónica



PLANTA BAJA N ±0.00

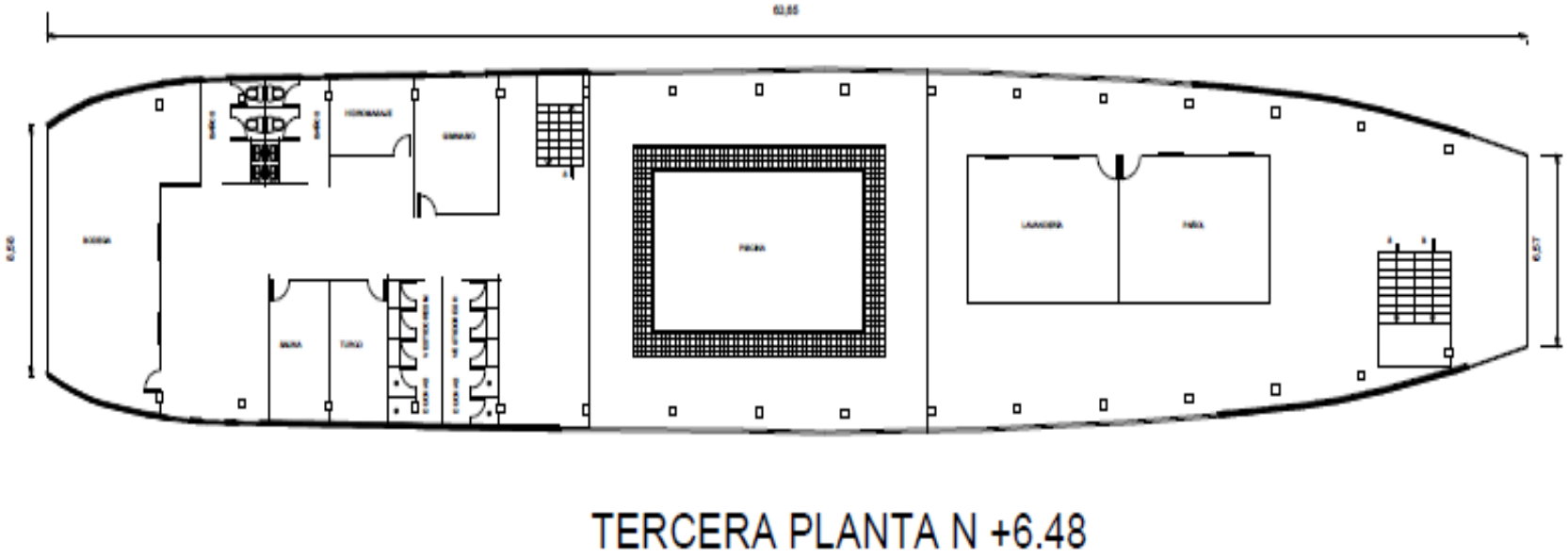
SEGUNDA PLANTA ARQUITECTÓNICA

Gráfico 30 Segunda Planta arquitectónica



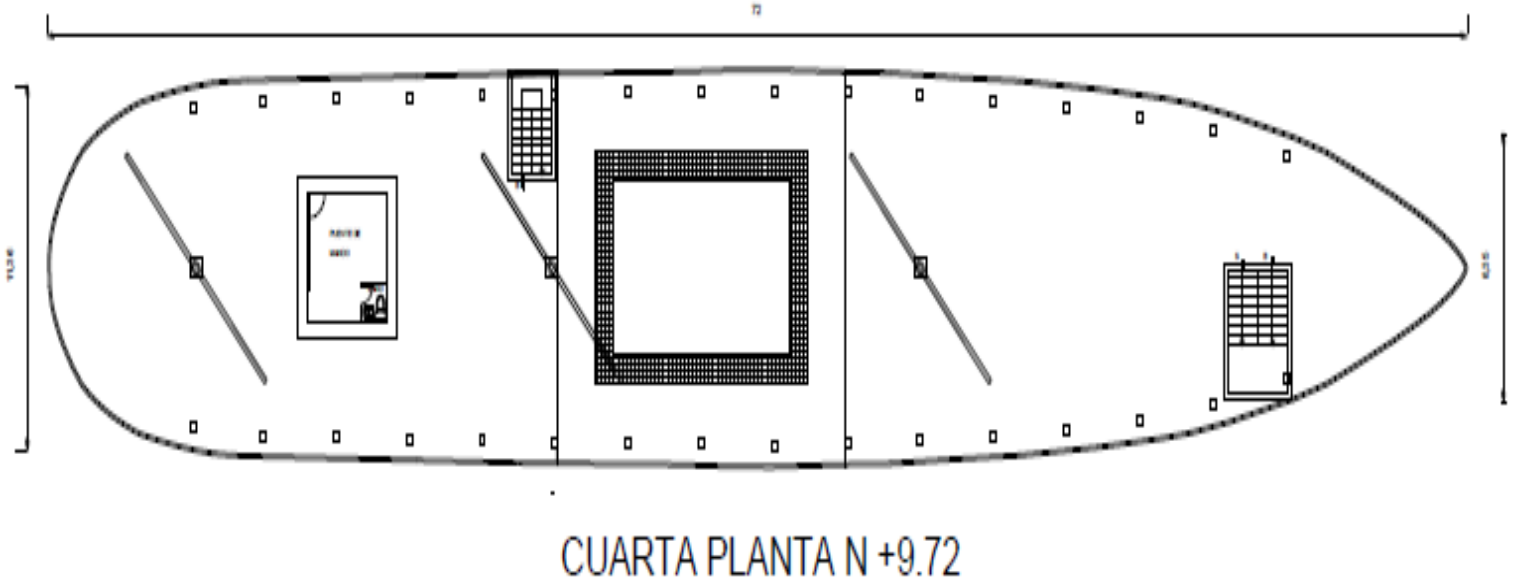
TERCERA PLANTA ARQUITECTÓNICA

Gráfico 31 Tercera Planta arquitectónica



CUARTA PLANTA ARQUITECTÓNICA

Gráfico 32 Cuarta Planta arquitectónica



4.7. TECNOLOGÍA

Es importante que la empresa Neptuno, utilice todo el potencial tecnológico que existe al momento para captar turistas tanto nacionales como extranjeros, uno de los más importantes medios que tenemos es el internet, y de mayor difusión en cuanto a publicidad por medio de la página web, medio a través del cual los turistas podrán conocer y apreciar las bondades del proyecto.

4.8. INVERSIÓN, MAQUINARIA, EQUIPO Y CAPITAL DE TRABAJO

Para comenzar como empresa Neptuno, se requerirá de la siguiente inversión en maquinaria, equipo y capital de trabajo para la prestación de los servicios turísticos, los que se detallan a continuación:

Cuadro 38 Inversiones

DETALLE	CANT.	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS				**-683.634,20**	
Instalaciones				**-604.980,20**	
Construcciones	1	-604.980,20	-604.980,20		
Equipos y Muebles de Oficina				**-78.654,00**	**-105.845,95**
Equipo informático	1	-10.160,00	-10.160,00		
Equipo de Audio y Video	1	-26.760,00	-26.760,00		
Muebles y Enseres					
Línea Blanca	1	-9.180,00	-9.180,00		
Implementos Dormitorios	1	-18.515,00	-18.515,00		
Muebles de Oficina	1	-4.755,00	-4.755,00		
Menaje	1	-5.784,00	-5.784,00		
Material Intangible					
Programa Integral de Control	1	-3.500,00	-3.500,00		
Inversiones Diferidas				**-1.000,00**	**-1.000,00**
Gastos de Constitución	1	-1.000,00	-1.000,00		
Capital de Trabajo				**-26.191,95**	**-26.191,95**
Sueldos	6 meses	-3.021,96	-18.131,73		
Materia Prima	6 meses	-613,37	-3.680,22		
Suministros de Oficina	6 meses	-80,00	-480,00		
Servicios Básicos	6 meses	-400,00	-2.400,00		
Gastos Publicidad	6 meses	-100,00	-600,00		
Gastos Generales	6 meses	-150,00	-900,00		
TOTAL INVERSION					**-710.826,15**

Elaborado por: El Autor

Por lo tanto, el proyecto en relación a su financiamiento determina que para brindar los servicios turísticos a 5.068 huéspedes durante el primer año, se financiará a través de:

Cuadro 39 Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%
INVERSIÓN FINANCIERA	- 533.119,62	75%
INVERSIÓN PROPIA	- 177.706,54	25%
INVERSIÓN TOTAL	**- 710.826,15**	**100%**

Elaborado por: El Autor

4.9. TALENTO HUMANO

La organización de la empresa estará compuesta por personal administrativo y personal operativo. La parte administrativa estará a cargo de un profesional especializado en turismo y hotelería.

Para alcanzar los objetivos del proyecto será preciso canalizar el talento humano necesario con un compromiso interno para con su empresa, sus programas, fines y políticas. El personal contratado en forma indefinida será el siguiente:

Cuadro 40 Talento humano

DENOMINACIÓN-CARGO	NÚMERO
Administrador	1
Contadora	1
Cajera	1
Personal Operativo	10
Guardia	4
TOTAL	**17**

Elaborado por: El Autor

El detalle de sueldos y salarios será el siguiente:

Cuadro 41 Rol de pagos

ROL DE PAGO ESTIMADO DEL TALENTO HUMANO								
DETALLE	**CANTIDAD**	**MENSUAL**	**ANUAL**	**IESS**	**13º**	**14º**	**FDO. RES.**	**TOTAL**
ADMINISTRADOR	1	500	6.000,00	669,00	500	318	500	7.987,00
CONTADORA	1	400	4.800,00	535,20	400	318	400	6.453,20
CAJERA	1	350	4.200,00	468,30	350	318	350	5.686,30
PERSONAL OPERATIVO	10	318	3.816,00	425,48	3180	3180	3180	13.781,48
SEGURIDAD	4	318	3.816,00	425,48	1272	1272	1272	8.057,48
TOTAL		**1886**	22.632,00	2.523,47	5702	5406	5702	**41.965,47**

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO V

5. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Este capítulo tiene que ver con la estructura organizacional y legal para el desarrollo de sus actividades, considerando el funcionamiento de otros hoteles en el sector, se ha definido como debe estar estructurado el Centro Turístico

5.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El presente proyecto llevará el nombre de Centro Turístico “Neptuno”.

5.1.1. MISIÓN

Brindar servicios turísticos diferenciados en cuanto alojamiento, restaurante y de esparcimiento, a todos los turistas locales, nacionales y extranjeros, proporcionando un servicio de calidez y calidad, en un confort relacionado con ambiente agradable en contacto con la naturaleza, y con una atención de excelencia.

5.1.2. VISIÓN

En los próximos 5 años el “Centro Turístico Neptuno”, será líder en la provincia de Imbabura, ofreciendo a los turistas locales, nacionales y extranjeros servicios diferenciados de alojamiento, restaurante y recreación, basados en el bienestar y satisfacción de sus clientes, promoviendo los atractivos turísticos del cantón Otavalo.

5.1.3. OBJETIVOS

Los objetivos que determinarán el avance del Centro Turístico son:

- Brindar servicios turísticos de calidad, a todos y cada uno de los turistas que visiten San Pablo del Lago.

- Ganar la confianza de todos los clientes, a través de satisfacer sus necesidades con la gama de servicios a ofertar

- Mejorar la imagen del Lago San Pablo, promocionando sus atractivos naturales, turísticos, culturales y étnicos.

- Posicionarse dentro del mercado de servicios turísticos diferenciados, liderando el turismo en Cantón Otavalo.

5.1.4. PRINCIPIOS Y VALORES

PRINCIPIOS

- **Integridad.-** Un principio fundamental para el éxito del Centro, es brindar un trato justo a todos los turistas que demanden nuestros servicios, ya que de ello depende el posicionamiento en el mercado y la imagen de la empresa.

- **Participación.-** Para el éxito de la actividad empresarial, es necesario la integración entre el inversionista, personal y el turista, permitiendo a cada uno alcanzar su objetivo en cuanto a lo que requieren.

- **Mejoramiento continuo.-** La innovación y diferenciación de nuevos y mejores servicios, permitirá que sea más atractiva en el tiempo.

- **Calidad**.- Ofrecer una atención de calidad acompañado de un servicio personalizado el cual permita que el cliente goce de tranquilidad y seguridad al momento de adquirir nuestros servicios.

VALORES

Los valores son acciones que guían el comportamiento el talento humano al interior de la organización, con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

- **Servicio.-** Dirigido especialmente a satisfacer las necesidades del cliente, donde el servicio de calidad sea el común denominador en todas las áreas del Centro.

- **Responsabilidad.-** Cumplir con cuidado y atención las actividades que se realicen, de manera que se cumpla con todos las ofertas realizadas a los clientes, proyectando una buena imagen de la empresa.

- **Liderazgo.-** Liderar cada uno de los espacios a los cuales pertenecen las personas que conforman la empresa, demostrando capacidad motivacional que influya en los demás para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

- **Comunicación.-** La comunicación debe ser la base sobre la que se integre y desarrolle un trabajo en equipo, para alcanzar los objetivos propuestos, de manera que se trabaje en función de una información oportuna y veraz.

- **Perseverancia.-** La perseverancia debe considerarse como una característica fundamental entre todos y cada uno de los empleados, sobre todo en los momentos considerados difíciles, especialmente cuando se desee ingresar y alcanzar el mercado meta.

5.1.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- Desarrollar un ambiente adecuado de trabajo, donde se instale la cultura laboral de apoyo de unos a otros, con la disposición de compartir los conocimientos y experiencias a los demás.

- Establecer procesos de mejoramiento continuo en cada una de las áreas que conforman la empresa, actualizando los conocimientos y habilidades de cada uno de sus integrantes.

- El respeto mutuo entre compañeros de trabajo y con los clientes, de manera que se logren buenas relaciones interpersonales tanto a nivel interno como externo.

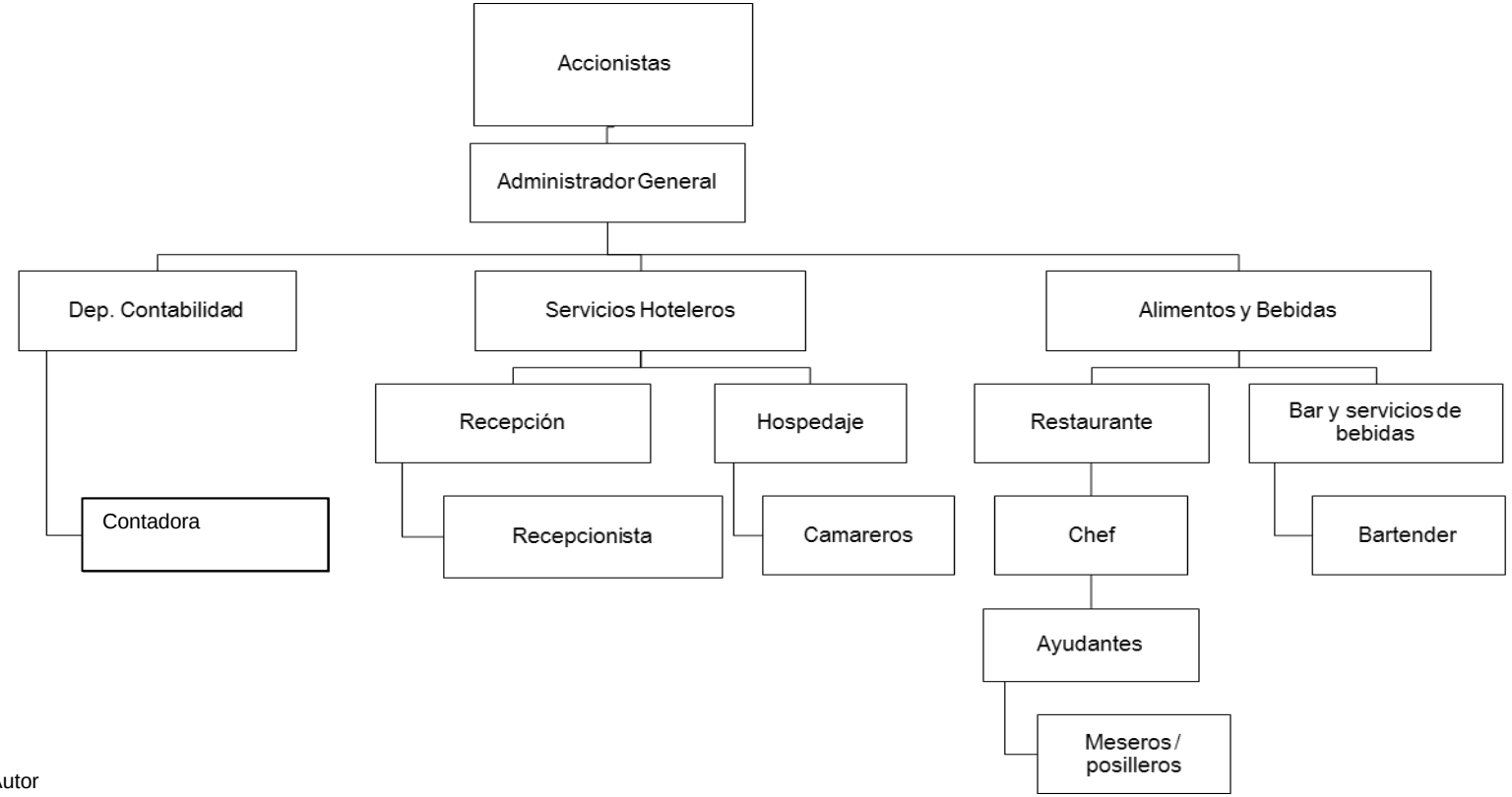
- Trabajo de eficacia para alcanzar los objetivos empresariales y con eficiencia para optimizar el talento humano y materiales, disminuyendo costos e incrementando las utilidades.

5.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

El Centro Turístico Neptuno estará organizado a través de un organigrama estructural establecido en función de sus requerimientos empresariales, en donde se describen los patrones de responsabilidad, autoridad, especialización, comunicación, flujo de trabajo y división de funciones.

5.2.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico 33 Organigrama estructural del centro turístico “Neptuno”



Elaborado por: El Autor

5.2.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

La Estructura Orgánica del Centro Turístico Neptuno, está conformada por los siguientes niveles administrativos:

Cuenta con tres departamentos bien definidos y liderados por el Administrador General, estos departamentos son:

- Contabilidad
- Servicios Hoteleros
- Alimentos y Bebidas

A su vez, cada departamento tiene personal subordinado que cumplen funciones específicas.

5.2.3. FUNCIONES DEL PERSONAL DEL CENTRO TURÍSTICO.

Las funciones de cada uno de los departamentos que conforman la estructura de la empresa, se detalla a continuación:

ADMINISTRADOR GENERAL

El Administrador General es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la empresa, será designado por la junta general de accionistas y ejercerá sus funciones por el periodo de dos años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la empresa, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas de motivación, de información, de decisiones y de control.

Dentro de sus funciones se pueden destacar las siguientes:

- Formulación y desarrollo de políticas, estrategias, planes y programas en materia de planificación, distribución, administración y desarrollo del talento humano, recursos tecnológicos, físicos, financieros, informáticos, servicios generales, y archivo.

- Reportar los resultados trimestrales, semestrales y anuales a la junta de accionistas.

- Controlar las actividades contables financieras, presupuestales y de pagaduría de conformidad con las políticas trazadas por el Centro Turístico y las disposiciones legales vigentes.

- Dirigir, planear, organizar, coordinar y ejecutar políticas y programas en la administración y manejo del personal de acuerdo con las normas legales vigentes.

El Egresado será un profesional con proyección nacional e internacional, con amplios conocimientos en el campo de la administración de las organizaciones en general, y en particular, las relacionadas con el sector turístico. Tiene también capacidad de liderazgo empresarial y compromiso ético.

Perfil ocupacional del profesional

El Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Facultad, estará en capacidad de:

- Participar en el diseño y ejecución de políticas, planes y programas de desarrollo del sector turístico

- Participar en procesos de formación y capacitación en el sector.

- Crear y gestionar empresas de todo orden y en particular organizaciones de servicios relacionadas con hotelería y turismo, ocio y tiempo libre, como:

    1. Establecimientos de Alojamiento como hoteles, campamentos, fincas de agroturismo, entre otros.
    2. Establecimientos de Alimentos y Bebidas como restaurantes, cadenas de comidas rápidas, casinos institucionales comerciales y de tipo social, casas de banquetes y organizaciones de suministros y/o producción de alimentos para empresas de transportes (aeronaves, barcos, etc.)
    3. Agencias de Viajes operadoras, mayoristas y viajes y turismo.
    4. Instituciones de animación sociocultural como empresas de recreación, parques recreativos, temáticos y naturales, clubes, casinos de juegos, entre otros.
    5. Empresas de Transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre.
    6. Empresas organizadoras de eventos.

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Sus funciones son:

- Llevar al día los libros oficiales y auxiliares con todos los registros contables, preparar los diversos estados financieros dentro de las fechas previstas y determinar los resultados de la operación.

- Preparar el programa mensual de pagos a proveedores, otras operaciones financieras y la nómina de los empleados, con el fin de determinar las necesidades de efectivo en cada momento.

- Estar al tanto de todas las leyes fiscales, municipales y laborales, para el oportuno pago de los impuestos, prestando especial atención a la correcta aplicación de las tasas de amortización y depreciación.

- Supervisar las operaciones propias y normales de la hostería, determinar las posibles fallas y sugerir las soluciones convenientes.

- Colaborar en la preparación de los diversos instructivos administrativos y de operación.

- Llevar un control adecuado de los diversos bienes propiedad de la hostería.

Perfil:

Es una persona visionaria capaz de crear estrategias anteponiéndose a los posibles sucesos de crisis dentro de una empresa u organización, donde la toma de decisiones es vital para llegar al éxito, por lo que el Contador Público es catalogado como un hombre de negocios a más de :

- Intervenir en el diseño y evaluación de las funciones de planeamiento, coordinación y control de entidades públicas y privadas;

- Intervenir en la definición de misiones, objetivos y políticas de las organizaciones, siguiendo una metodología adecuada para la toma de decisiones e incorporando valores éticos al cumplimiento de sus responsabilidades sociales hacia la comunidad;

- Intervenir en la implementación de estructuras, sistemas y procesos administrativos-contables;

- Intervenir en el diseño de sistemas de información y decisión para el logro de los objetivos de la organización;

- Intervenir en la preparación y administración de presupuestos, en la evaluación de proyectos y en los estudios de factibilidad financiera en empresas públicas y privadas;

- Diseñar e implementar sistemas de control de gestión y auditoría operativa;

- Integrar equipos interdisciplinarios con otras áreas del conocimiento;

- Actuar como perito, administrador, interventor o árbitro en ámbito judicial;

- Dictaminar sobre la razonabilidad de la información contable destinada a ser presentada a terceros, efectuar tareas de auditoría externa;

- Participar en el diseño de las políticas tributarias;

- Asesorar en relación con la aplicación e interpretación de la legislación tributaria;

- Intervenir en la constitución, fusión, escisión, transformación, liquidación y disolución de sociedades y asociaciones;

- Diagnosticar y evaluar los problemas relacionados con la medición y registro de las operaciones de la unidad económica en sus aspectos financieros, económicos y sociales, tanto en el sector público como en el privado;

- Diseñar, implantar y dirigir sistemas de registración e información contable;

- Ejecutar las tareas reservadas a su profesión de acuerdo con la legislación vigente.

Campo Profesional:

El campo profesional es vasto, diversificado, y de significativa relevancia en todo lo que se refiere al análisis, planeamiento, organización, implantación, y control de actividades de la gestión empresarial integral en el ámbito administrativo contable, judicial, impositivo, etc. lo que abarca implantar políticas, sistemas, métodos, procedimientos y otros medios modernos que faciliten el proceso de registración y de información para usuarios externos así como internos o gerencial.

5.2.4. Departamento de servicios hoteleros

RECEPCIONISTA

Es el primer departamento en atender al huésped cuando llega a la hostería y también es el último con el que el visitante tiene contacto antes de abandonar el establecimiento donde se hospedó.

Entre las principales funciones de él o la recepcionista tenemos:

- Realizar el check in y check out de los visitantes
- Coordinar la disponibilidad de espacios y fechas para los turistas
- Atender inquietudes de los huéspedes
- Custodiar las llaves de los camarotes
- Elaborar un reporte diario de los huéspedes
- Registrar los ingresos económicos y facturas para pasar a Contabilidad
- Realizar el arqueo de caja, obteniendo un valor de dinero que concuerde con lo registrado en el sistema.
- Es el responsable de la recaudación del dinero del restaurante.

CAMAREROS/AS

Entre sus funciones están las siguientes:

- Ser responsable de la limpieza de habitaciones en general.
- Ser responsables de llevar bien el uniforme. Del personal de camareros(as) se escogerá un líder que será el mejor de cada mes para que se haga cargo del cumplimiento de las funciones de sus compañeros.
- Resguardar los objetos de los huéspedes que se olviden en las habitaciones.
- Cambiar de sábanas, toallas e insumos en las habitaciones.

5.2.4. DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

CHEF

Se encarga de crear los sistemas, procedimientos y tiempos para lograr un objetivo y, posteriormente, supervisarlos. Es el responsable tanto del área de restaurante como la de bar y bebidas. Entre sus funciones principales funciones están las siguientes:

- Comparar lo real con lo planeado y llegar a lo que se determinó.
- Realizar los pedidos de materiales e insumos necesarios para el funcionamiento del restaurante y bar.
- Verificar que las requisiciones estén debidamente autorizadas.
- Establecer estándares de trabajo y calidad durante el proceso de elaboración de platillos y bebidas.
- Revisar porciones y preparación de platillos, así como los insumos utilizados para su elaboración.
- Verificar que toda salida de alimentos y bebidas se dé una vez que se hayan cumplido con los estándares establecidos.
- Revisar las cortesías.
- Realizar los inventarios físicos en los almacenes.
- Elaborar la conciliación de alimentos y bebidas.
- Controlar al personal de restaurante y bar

- Encargarse del buen funcionamiento del bar y restaurante así como del servicio al cliente lo visita.

COCINEROS/AYUDANTES

Realiza las siguientes funciones:

- Organizar, coordinar y supervisar el desarrollo del trabajo en las cocinas del establecimiento.
- Controlar el aprovechamiento de los ingredientes
- Verificar la elaboración de los platillos.
- Supervisar el trabajo de todas las cocinas del establecimiento.
- Informar al personal de todo lo referente a la elaboración de los platillos.
- Colaborar en la elaboración de platillos cuando sea necesario.

Los ayudantes de cocina también son los encargados de la preparación de los platillos bajo la supervisión del Chef. Dentro de sus funciones están todas aquellas que involucren la parte operativa de la elaboración de platos para los turistas.

BAR TENDER

Es el encargado de realizar las preparaciones de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Además es el responsable del cobro de las bebidas a los huéspedes y del reporte diario de caja.

MESEROS

Son los responsables del servicio a los clientes del restaurante, se encargan de tomar las órdenes y pasarlas a la cocina para que sean preparadas, además sirven los platillos a la mesa y están abiertos a cualquier pedido o sugerencia de los huéspedes. Los meseros además se

encargan de los cobros por el consumo de platillos y bebidas del restaurante, entre sus funciones están las siguientes:

- Cobrar a los clientes el valor generado por el consumo en el restaurante

- Entregar el dinero y la cuenta por concepto del consumo en bar o restaurantes al encargado de recepción para el respectivo cobro y cambio del cliente en caso de ser necesario.

5.3. ASPECTO LEGAL

5.3.1. BASE LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

FORMACIÓN DE LA EMPRESA

El Centro Turístico “NEPTUNO”, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada conformado por los aportes en dinero de cinco accionistas.

ASPECTO LEGAL PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ENTE JURÍDICO.- Se creará como compañía de responsabilidad limitada.

COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Intervienen en la celebración de este contrato, los cinco socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada Centro Turístico “NEPTUNO”, el mismo que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos:

Cuadro 42 Socios que conformaran el centro turístico “Neptuno.”

Nombres	Apellidos	Nacionalidad	Estado civil	Dirección del Domicilio

Elaborado por: el autor

- **Objeto.-** El Centro Turístico “NEPTUNO”; tiene por objeto y finalidad, brindar un servicio de calidad con un entorno natural, como es el Lago San Pablo; por ello, se dedicará a proporcionar servicios de alojamiento, restaurante y recreación; pudiendo ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aportar a la formación de otras compañías.

- **Obligación social.-** Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones.

- **Suscripción y pago de las aportaciones.-** Se suscribirán 4 participaciones por cada socio y el pago se lo efectuará en efectivo al momento de la conformación de la empresa.

- **El plazo.-** La duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La empresa podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

- **Domicilio.-**El domicilio principal de la empresa es el Cantón Otavalo en la provincia de Imbabura.

Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas.

Los socios intervienen con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto.

Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria.

Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, esta escritura será enviada a la Superintendencia de Compañías para su aprobación y se realizará una publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía.

La inscripción en el Registro Mercantil. Luego de la aprobación y autorización del superintendente. Y se procederá a inscribir legalmente a la compañía.

5.3.2. REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Para que funcione legalmente el Centro Turístico, está deberá cumplir con algunos requisitos primordiales como son: patente municipal, registro único de turismo, licencia única de funcionamiento, permiso del cuerpo de bomberos, permisos de salud e higiene, la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

OBTENCIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) PARA PERSONAS JURÍDICAS

A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.

- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.

- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.

- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.

- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS SOCIEDADES (PATENTE MUNICIPAL)

- Copia del RUC

- Copia del nombramiento del representante legal

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.

- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.

- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

REQUISITOS PARA EL PERMISO DE BOMBEROS

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos

- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal

- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

REQUISITOS PARA LOS PERMISOS DE SALUD PÚBLICA

- Ficha de inspección
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- Copia del RUC
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE TURISMO

- Certificación del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)
- Copia del RUC
- Copia dela escritura de Constitución.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante
- Lista de precios original y copia

- Escritura del lugar donde funcionara la empresa.

Con todos estos requisitos el Ministerio de Turismo realiza una inspección para poder categorizar el servicio y emite un informe, cumpliendo otros requisitos que solicita la Dirección de Turismo los mismos que son:

- Copia del RUC.

- Copia de la Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.

- Pago del 1 x 1000 del Ministerio de Turismo.

- Permiso de uso de suelo y patente municipal.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico del proyecto considera el monto de la inversión total requerida para poner en marcha lo planteado, ya que se establece la inversión fija, diferida, capital de trabajo y el sistema de financiamiento.

6.2. PROPUESTA DE INVERSIÓN

La propuesta de inversión permite establecer el origen y utilización de los fondos para poner en marcha el proyecto, ya que se cuenta con un mercado potencial. La evaluación financiera permite estimar y calcular todos recursos, tecnológicos y materiales requeridos para su puesta en marcha.

6.3. PLAN DE INVERSIONES

6.3.1. INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA

Se considera el activo fijo y diferido, aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado y explotado por la empresa la misma que está constituida por los bienes de la empresa y los costos para su implementación son de $ 684.634,20 dólares, conformados de la siguiente manera:

Cuadro 43 Inversión

DETALLE	VALOR
Obras civiles	*604.980,20*
Equipos informáticos	*10.160,00*
Equipo de audio y video	*26.760,00*
Programa integral de control	*3.500,00*
Muebles y Enseres	*38.234,00*
Gastos de Constitución	*1.000,00*
TOTAL	***684.634,20***

Elaborado por: El Autor

6.3.2. CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

El capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia muy importante en relación con el activo fijo, su naturaleza es líquida o efectiva, que para el siguiente caso se lo establecerá para los primeros seis meses de vida del proyecto.

Cuadro 44 Capital de trabajo

Detalle	Meses	Valor
Sueldos administrativos	*6*	*9.438,25*
Sueldos operativos	*6*	*8.693,48*
Materia prima	*6*	*3.680,22*
Suministros	*6*	*480,00*
Servicios Básicos	*6*	*2.400,00*
Gastos Publicidad	*6*	*600,00*
Gastos Generales	*6*	*900,00*
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO SEMESTRAL		***26.191,95***
CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL		***4.365,325***

Elaborado por: El Autor

6.4. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

6.4.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

Cuadro 45 Costo de oportunidad

NEPTUNO

DATOS ENTRADA

INVERSION INICIAL	-710.826,15	**% APORTE PROPIO**	25%
APORTE PROPIO	-177.706,54	**% PRESTAM0**	75%
PRESTAMO	-533.119,62		
TASA INTERES	12%		
TASA DE DESCUENTO	16%		
PREMIO AL RIESGO	10%		
PLAZO CREDITO	5 años		
PERIODO DE GRACIA	-		
PLAZO DE PAGO	5		

DESCRIPCIÓN	**VALOR NOMINAL**	**%**	**TAZA DE PONDERACIÓN**	**COSTO NETO**
INVERSIÓN FINANCIERA	- 533.119,62	75%	12,00%	9%
INVERSIÓN PROPIA	- 177.706,54	25%	10,00%	3%
INVERSIÓN TOTAL	**- 710.826,15**	**100%**	**COSTO CAPITAL**	**12%**
TASA DE REDESCUENTO	COSTO CAPITAL	MÁS	INFLACIÓN	
TASA DE REDESCUENTO	12%		4%	
TASA DE REDESCUENTO	16%			

Fuente: BCE, CFN
Elaborado por: El Autor

Con la inflación anual promedio del 4.016 % para el año 2012 establecida por el BCE, la tasa de descuento se calculó de la siguiente manera:

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (T.M.A.R.)

T.M.A.R. = (1+KP) (1+Inf.) -1

Donde:

KP= premio al riesgo

Inf.= tasa de inflación

T.M.A.R. = (1+0,12) (1+0,04016) -1

T.M.A.R. = 15.80 %

Interpretación: El 15.80 % constituirá la tasa de descuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

6.5. PROYECCIONES

6.5.1. INGRESOS

Los ingresos de la empresa se obtienen de la venta de los servicios hoteleros, donde se estimó el número de turistas en base a la demanda insatisfecha establecida en el estudio de mercado, tomando en cuenta su nivel de preferencia por este tipo de servicios, donde se considera la tasa del 10% para cubrir con la propuesta y tomando en cuenta la capacidad instalada, obteniendo la siguiente demanda efectiva:

Cuadro 46 Demanda Efectiva

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
Demanda Insatisfecha	25.338	35.115	46.357	59.250	74.002
Porcentaje Cubrir	20%	20%	20%	20%	20%
Demanda Efectiva	***5.068***	***7.023***	***9.271***	***11.850***	***14.800***

Elaborado por: El Autor

Los precios se proyectan en función de la tasa inflacionaria 4,016% del año 2012, establecida por el Banco Central del Ecuador en su anuario mensual de enero del 2013.

Cuadro 47 Ingresos proyectados

AÑOS		1	2	3	4	5
HUESPEDES	***PRECIOS***					
5.068	70,0	354.732,00				
7.023	72,8		511.353,06			
9.271	75,7			702.172,24		
11.850	78,8				933.505,40	
14.800	81,9					1.212.752,25
TOTAL INGRESOS		***354.732,00***	***511.353,06***	***702.172,24***	***933.505,40***	***1.212.752,25***

Elaborado por: El Autor

6.5.2. GASTOS PROYECTADOS

Los costos de operación del proyecto están constituidos por el total de la mano de obra, materia prima y costos indirectos, y se les proyecta con la tasa promedio anual del 10% del incremento salarial, ya que es la mano de obra y la materia prima los que tienen mayor incidencia en el costo total.

MANO DE OBRA OPERATIVA

Cuadro 48 Rol de Pago

ROL DE PAGO *TELENTO HUMANO*							
DETALLE	**CANTIDAD**	**MENSUAL**	**ANUAL**	**IESS**	**13º**	**14º**	**TOTAL**
GUARDIAS SEGURIDAD	4	318	3.816,00	425,48	1272	1272	6.785,48
PERSONAL OPERATIVO	10	318	3.816,00	425,48	3180	3180	10.601,48
TOTAL		**636**	7.632,00	850,97	4452	4452	**17.386,97**

Elaborado por: El Autor

Cuadro 49 Materia prima

MATERIAS PRIMAS COCINA

CANTIDAD	U. MEDIDA	DETALLE	COSTO U.	COSTO Total	TOTALES
CARNES					
6	Kg	CARNE DE RES	$ 4,84	29,04	
6	Kg	CARNE DE CERDO	$ 4,40	26,40	
8	Kg	POLLO	$ 3,30	26,40	
4	Kg	CHIVO	$ 4,91	19,64	
6	Kg	CAMARONES	$ 5,00	30,00	
6	Kg	PESCADO	$ 4,40	26,40	
5	Kg	EMBUTIDOS	$ 3,30	16,50	
4	Kg	PARRILLADA	$ 3,96	15,84	**190,22**
LÁCTEOS					
40	L	LECHE	$ 0,75	30,00	
7	Kg	QUESO	$ 3,50	24,50	
4	Kg	MANTEQUILLA	$ 2,50	10,00	
30	L	YOGURT	$ 1,50	45,00	**109,50**
VEGETALES					
2	Kg	LECHUGA	0,6	1,20	
4	Kg	ZANAHORIA	0,6	2,40	
3	Kg	HIERBAS	0,5	1,50	
7	Kg	CEBOLLA	0,5	3,50	
6	Kg	TOMATE	1,2	7,20	
6	Kg	COL	1	6,00	
4	Kg	ESPINACA	0,8	3,20	**25,00**
FRUTAS					
3	Kg	MELON	1	3,00	
4	Kg	PIÑA	1,25	5,00	
3	Kg	GUAYABA	1,3	3,90	
5	Kg	TOMATE	2	10,00	
4	Kg	FRESA	3	12,00	
5	Kg	MORA	2,5	12,50	
4	Kg	BABACO	1,8	7,20	
6	Kg	PAPAYA	2	12,00	
5	Kg	MANGO	2,8	14,00	
8	Kg	AGUACATE	3,5	28,00	**107,60**
CONSERVAS					
20	Kg	ARROZ	1,68	33,60	
5	Kg	FREJOL	1,2	6,00	
5	Kg	LENTEJA	1	5,00	
7	Kg	MAIZ	0,85	5,95	
5	Kg	CEBADA	0,7	3,50	
4	Kg	AVENA	1,15	4,60	
15	Kg	AZUCAR	1,1	16,50	
13	Kg	HARINA	1	13,00	
3	Kg	LEVADURA	2	6,00	
4	Kg	POLVO DE HORNEAR	1	4,00	
5	Kg	MERMELADA	4,5	22,50	
5	Kg	HUEVOS	3,5	17,50	
3	Kg	ALIÑOS	2	6,00	
2	Kg	SAL	0,45	0,90	
3	Kg	COCOA	1,5	4,50	
1	Kg	HIERBAS AROMÁTICAS	3,4	3,40	
2	Kg	CAFÉ	2,5	5,00	
11	L	ACEITE	2,1	23,10	
					181,05
		TOTAL MATERIA PRIMA AL MES			**613,37**
		TOTAL MATERIA PRIMA AL AÑO			**7.360,44**

Elaborado por: El Autor

Cuadro 50 Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
CONCEPTO	**MENSUAL**	**ANUAL**
Materiales indirectos	150,00	1.800,00
TOTAL		**1.800,00**

Elaborado por: El Autor

Cuadro 51 Costo de operación proyectado

COSTO OPERACIÓN PROYECTADO		
Año	***Mensual***	***Anual***
2012	*10.609,35*	*127.312,25*
2013	*11.670,29*	*140.043,47*
2014	*12.837,32*	*154.047,82*
2015	*14.121,05*	*169.452,60*
2016	*15.533,16*	*186.397,86*

Elaborado por: El Autor

En lo referente a sueldos se manejaran de acuerdo al código de trabajo, y lo que se refiere a las depreciaciones de acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI).

REMUNERACIONES DEL TALENTO HUMANO

Cuadro 52 Remuneraciones

NEPTUNO								
ROL DE PAGO ESTIMADO DEL TALENTO HUMANO								
DETALLE	**CANTIDAD**	**MENSUAL**	**ANUAL**	**IESS**	**13º**	**14º**	**FDO. RES.**	**TOTAL**
ADMINISTRADOR	1	500	6.000,00	669,00	500	318	500	7.987,00
CONTADORA	1	400	4.800,00	535,20	400	318	400	6.453,20
CAJERA	1	350	4.200,00	468,30	350	318	350	5.686,30
PERSONAL OPERATIVO	10	318	3.816,00	425,48	3180	3180	3180	13.781,48
SEGURIDAD	4	318	3.816,00	425,48	1272	1272	1272	8.057,48
TOTAL		**1886**	22.632,00	2.523,47	5702	5406	5702	**41.965,47**

Elaborado por: El Autor

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

Cuadro 53 Depreciación de activos fijos

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE
Inmuebles	5 %
Muebles y Enseres	10 %
Maquinaria y Equipo	10 %
Vehículos	20 %
Equipo de Computación	33,33 %

Elaborado por: El Autor
FUENTE: LORTI ARTÍCULO 21 NUMERAL 6

Cuadro 54 Activos

CONCEPTO	%	VALOR NOMINAL	2013	2014	2015	2016	2017	VALOR LIBROS
Terreno	0%	0,00						0,00
Construcciones	5%	604.980,20	30.249,01	30.249,01	30.249,01	30.249,01	30.249,01	453.735,15
Muebles y enseres	10%	68.494,00	6.849,40	6.849,40	6.849,40	6.849,40	6.849,40	34.247,00
Equipo de computación	33,33%	10.160,00	3.386,33	3.386,33	3.387,34	0,00	0,00	0,00
Reinversión en equipo de computación	33,33%	10.160,00	0,00	0,00	0,00	3.386,33	3.386,33	3.387,34
Gastos Constitución	20%	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	0,00
TOTAL		**694.794,20**	**40.684,74**	**40.684,74**	**40.685,75**	**40.684,74**	**40.684,74**	**491.369,49**

Elaborado por: El Autor

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro 55 Cálculo de pago anuales

MODELO PARA CALCULO DE TABLAS DE PAGO ANUALES
METODO: PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE

DATOS BASICOS DEL CREDITO:					
MONTO DEL CREDITO		*-533.119,62*	*USA$*		
TASA DE INTERES		*12%*	*ANUAL*		
PLAZO DEL CREDITO		*5*	*AÑOS*		
PERIODO DE GRACIA		*0*	*AÑOS*		
PLAZO PARA PAGAR		*5*	*AÑOS*		
PERIODO	*SALDO INICIAL*	*PAGO DE INTERESES*	*PAGO DE PRINCIPAL*	*PAGO TOTAL*	*SALDO FINAL*
0	*-533.119,62*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*-533.119,62*
1	*-533.119,62*	*63.974,35*	*83.918,22*	*147.892,57*	*-449.201,40*
2	*-449.201,40*	*53.904,17*	*93.988,40*	*147.892,57*	*-355.213,00*
3	*-355.213,00*	*42.625,56*	*105.267,01*	*147.892,57*	*-249.945,99*
4	*-249.945,99*	*29.993,52*	*117.899,05*	*147.892,57*	*-132.046,94*
5	*-132.046,94*	*15.845,63*	*132.046,94*	*147.892,57*	*0,00*
TOTAL		206.343,23	533.119,62	739.462,85	

Elaborado por: El Autor

PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro 56 Estado de resultados

NEPTUNO

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***	***2017***
Ingresos	354.732,00	511.353,06	702.172,24	933.505,40	1.212.752,25
Costo de Operación	127.312,25	140.043,47	154.047,82	169.452,60	186.397,86
Gastos operacionales	131.745,59	124.036,06	115.337,78	105.523,70	94.457,50
(-) Remuneraciones	20.126,50	22.139,15	24.353,07	26.788,37	29.467,21
(-) Suministros de oficina	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
(-) depreciaciones y amortizaciones	40.684,74	40.684,74	40.685,75	40.684,74	40.684,74
(-) Gasto Publicidad	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
(-) Gasto Financiero	63.974,35	53.904,17	42.625,56	29.993,52	15.845,63
(-) Gasto Servicios Básicos	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	**95.674,16**	**247.273,53**	**432.786,64**	**658.529,10**	**931.896,88**
(-)15% Trabajadores	**14.351,12**	**37.091,03**	**64.918,00**	**98.779,37**	**139.784,53**
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**81.323,04**	**210.182,50**	**367.868,64**	**559.749,74**	**792.112,35**
(-)22% Impuesto Renta	17.891,07	46.240,15	80.931,10	123.144,94	174.264,72
UTILIDAD NETA	***63.431,97***	***163.942,35***	***286.937,54***	***436.604,79***	***617.847,63***

Elaborado por: El Autor

El estado de pérdidas y ganancias proyectado, genera resultados favorables en el periodo de ejecución del proyecto, proyectándose los gastos a una tasa inflacionaria del 4,016%, y considerando el porcentaje de pago del impuesto a la renta, que es del 22% a partir del año 2013 y para los años siguientes como está establecido en la Ley de Régimen Tributario, además vemos que la utilidad neta se incrementa año tras año, esto es en el segundo año 2,58 %, tercer año el 1,75%, cuarto año con un 1,52%, mientras que al quinto año alcanza un 1,41% con relación al año anterior respectivamente.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 57 Punto de equilibrio

DETALLE	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.086,50	23.147,15	25.411,47	27.899,69	30.634,09
GASTOS DE VENTA	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
DEPRECIACIONES	40.684,74	40.684,74	40.685,75	40.684,74	40.684,74
TOTAL COSTOS FIJOS	**62.971,24**	**65.091,89**	**67.420,22**	**69.973,58**	**72.777,44**
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	88.325,28	97.157,81	106.873,59	117.560,95	129.317,04
MANO OBRA DIRECTA	17.386,97	19.125,66	21.038,23	23.142,05	25.456,26
MATERIALES INDIRECTOS	21.600,00	23.760,00	26.136,00	28.749,60	31.624,56
SERVICIOS BÁSICOS	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
TOTAL COSTOS VARIABLES	**132.112,25**	**145.083,47**	**159.339,82**	**175.009,20**	**192.232,29**
TOTAL COSTOS	**195.083,49**	**210.175,36**	**226.760,04**	**244.982,78**	**265.009,73**
VENTAS	354.732,00	511.353,06	702.172,24	933.505,40	1.212.752,25
PUNTO DE EQUILIBRIO %	0,28	0,18	0,12	0,09	0,07
VENTAS EN DÓLARES	**100.341,11**	**90.875,51**	**87.210,35**	**86.118,71**	**86.486,31**
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0,63	0,72	0,77	0,81	0,84

Elaborado por: El Autor

El punto de equilibrio está establecido en el 28% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están ya disminuidos del total de ventas.

Y la capacidad de equilibrio se ubica en 0,63, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,63 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades, y los 0,27 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

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

Cuadro 58 Flujo de caja

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	*-710.826,15*					
UTILIDAD EJERCICIO		*63.431,97*	*163.942,35*	*286.937,54*	*436.604,79*	*617.847,63*
(+) Depreciaciones		*40.684,74*	*40.684,74*	*40.685,75*	*40.684,74*	*40.684,74*
(+) Amortizaciones		-	-	-	-	-
(-) Reinversión		-	-	-	-	-
(-) Pago capital		*83.918,22*	*93.988,40*	*105.267,01*	*117.899,05*	*132.046,94*
(+) Recuperación Bienes (VL)						*491.369,49*
(+) Recuperación Capital Trabajo						*4.365,33*
FLUJO NETO	***-710.826,15***	***20.198,49***	***110.638,69***	***222.356,29***	***359.390,48***	***1.022.220,25***

Elaborado por: El Autor

EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN VAN Y TIR

VAN O VALOR ACTUAL NETO

Cuadro 59 Tasa Mínima Aceptable de Retorno y Valor Actual Neto

TMAR 15,80%

VAN $ 223.089,63

AÑO	FLUJO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS
0	***-710.826,15***		*(710.826,15)*
1	*20.198,49*	*0,86355786*	*17.442,56*
2	*110.638,69*	*0,74573217*	*82.506,83*
3	*222.356,29*	*0,64398288*	*143.193,64*
4	*359.390,48*	*0,55611648*	*199.862,97*
5	*1.022.220,25*	*0,48023875*	*490.909,78*
VAN			*223.089,63*

Elaborado por: El Autor

Aplicando la fórmula para el cálculo del VAN se determina los siguientes valores:

VAN = -710.826,15 + 20.198,49 + 110.638.69 + 222.356,29 + 359.390,48 + 1022.220,25

$(1,1580)^1$ $(1,1580)^2$ $(1,1580)^3$ $(1,1580)^4$ $(1,1536)^5$

VAN = 223.089,63 USD

La suma de los flujos de efectivo descontados de $933.915,78 superior a la inversión inicial de $710.826,15; la empresa turística cubrirá la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años de $223.089.63, manejada a un costo de capital del 15.80%, lo cual implica que el proyecto es factible.

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

Cuadro 60 Tasa Interna de Retorno

TIR 23,77%

AÑO	*FLUJO DE FONDOS*	*TASA DE DESCUENTO*	
		23,00%	*24,00%*
0	*(710.826,15)*	*(710.826,15)*	*(710.826,15)*
1	*20.198,49*	*16.421,54*	*16.289,10*
2	*110.638,69*	*73.130,20*	*71.955,44*
3	*222.356,29*	*119.490,69*	*116.623,04*
4	*359.390,48*	*157.016,80*	*152.012,69*
5	*1.022.220,25*	*363.093,88*	*348.687,24*
VAN		*18.326,96*	*(5.258,64)*
TIR			***23,78%***

Elaborado por: El Autor

Con estos datos y aplicando la fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$\textbf{TIR} = TM - \frac{(TM - Tm)\ VAN\ TM}{VAN\ TM - VAN\ Tm}$$

En donde:

TM **=**Tasa Mayor

Tm = Tasa menor

VAN = Valor actual neto

$$TIR = 24\% - \frac{(24\% - 23\%) * (-5268{,}54)}{(-5268{,}54) - 18326{,}96}$$

TIR = 23,78%

De acuerdo con esta tasa, que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto que es de 15,80%, demuestra que el proyecto es factible.

PERIODO DE RECUPERACIÓN

Cuadro 61 Recuperación

AÑO	FLUJO DE FONDOS	INVERSIÓN INICIAL
0		(710.826,15)
1	20.198,49	20.198,49
2	110.638,69	130.837,18
3	222.356,29	353.193,46
4	359.390,48	357.632,69
5	1.022.220,25	-

Elaborado por: El Autor

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de:

- *Flujos de fondos de los tres primeros años* *353.193,46*
- *Flujo de fondo cuarto año para cubrir inversión* *357.632,69*

Se divide el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del tercer año 357.632,69*/359.390,48* = 0.995; que es la fracción del año necesario en el tercer período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

***PR** = 3.995 años*

***PR** = 3 años, 11 mes y 10 días*

Beneficio Costo

La relación beneficio-costo consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{INGRESOS\ TOTALES\ ACTUALIZADOS}{EGRESOS\ TOTALES\ ACTUALIZADOS}$$

Para lo cual primeramente se determina los ingresos totales que provienen de las ventas, mientras que los egresos totales son provenientes de los costos y gastos determinados para el proyecto.

Cuadro 62 Ingresos y Egresos

AÑO	INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES
1	354.732,00	259.057,84
2	511.353,06	264.079,53
3	702.172,24	269.385,60
4	933.505,40	274.976,30
5	1.212.752,25	280.855,36

Elaborado por: El Autor

Cuadro 63 Actualizados

AÑO	INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES
1	306.331,61	223.711,43
2	381.332,43	196.932,60
3	452.186,90	173.479,71
4	519.137,74	152.918,85
5	582.410,63	134.877,63
TOTALES	2.241.399,30	881.920,23

Elaborado por: El Autor

Beneficio Costo 2,54

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}} \qquad \text{Beneficio/costo} = \frac{2'241.399,30}{881.920,23}$$

Beneficio/ costo = 2,54

Nos refleja el resultado de 2,54, lo que significa, que por cada dólar invertido se obtiene un superávit de 1,54 centavos de dólar.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El presente trabajo tomará en cuenta los impactos más relevantes, los mismos que se medirán a través de la Matriz de Impactos de entrada simple, para el análisis se utilizara la siguiente escala de valores.

Cuadro 64 Indicadores

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

Elaborado por: El Autor

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

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

7.1.1. IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

Cuadro 65 Impacto socio-económico

INDICADORES	**3**	**2**	**1**	**0**	**-1**	**-2**	**-3**	**TOTAL**
Generación de empleos	3							3
Aumento del turismo local		2						2
Mejora la inversión local		2						2
Contención de la migración	3							3
Total								10

Elaborado por: El Autor

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

$$\text{Impacto Socio- Económico} = \frac{10}{4} = 2{,}5$$

La creación del Centro Turístico Neptuno muestra un impacto socio económico medio positivo, ya que genera nuevas plazas de trabajo y reduce la migración, así como también mejora la inversión y aumenta el turismo en el sector de la Laguna de San Pablo. Dando origen a una mejor y mayor dinámica económica y social del área de intervención.

7.1.2. IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro 66 Impacto empresarial

INDICADORES	**3**	**2**	**1**	**0**	**-1**	**-2**	**-3**	**TOTAL**
Oferta de nuevos servicios turísticos	3							3
Estabilidad laboral	3							3
Desarrollo empresarial	3							3
Total								9

Elaborado por: El Autor

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

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

Con la creación del centro turístico múltiples y nuevos servicios turísticos se desarrollan y ofertan, creando estabilidad laboral a quienes formen parte del mismo, para lograr un desarrollo empresarial integral basado en el trabajo en equipo, por lo que su impacto es alto positivo.

7.1.3. IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro 67 Impacto educativo

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Niveles de Educación		2						2
Generación de Conocimientos		2						2
Mejoramiento de Conocimientos		2						2
Oportunidad de ampliar conocimientos del sector turístico	3							3
Total								9

Elaborado por: El Autor

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

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{9}{4} = 2.25$$

En cuanto al impacto educativo el proyecto tiene un impacto medio positivo, gracias a que mejoran los niveles de educación en vista de la nueva oportunidad existente, se mejora y se genera conocimientos a través de los procesos de capacitación para mejorar el servicio ofertado por la empresa.

Las capacitaciones se orientaran en el ámbito turístico, ampliando de sobre manera este tipo de conocimientos para beneficio de todos los involucrados.

7.1.4. IMPACTO ÉTICO

Cuadro 68 Ético

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

Elaborado por: El Autor

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

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

La persona o personas encargadas tendrán que velar por el bienestar de los trabajadores y clientes de manera responsable, manteniendo el respeto y la cordialidad entre todos los que intervengan en esta actividad.

Los valores éticos y morales serán el fundamento básico en el cumplimiento de sus obligaciones tanto para los colaboradores como para los accionistas.

En el ámbito ético el proyecto tendrá un impacto medio positivo, ya que se pondrá mucho énfasis en los valores y la responsabilidad de cada uno de ellos.

Si hablamos de brindar calidad, buen servicio y buen precio, estamos hablando de efectivizar la ética de la empresa. Al ver esto los demás empresarios dedicados a este ramo, desearán también brindar no solo

precios bajos sino calidad, lo que repercute en el desarrollo social y económico del sector.

7.1.5. IMPACTO GENERAL

Cuadro 69 Indicadores

INDICADORES	TOTAL
Impacto Social	2.5
Impacto Empresarial	3.0
Impacto Educativo	2.25
Impacto Ético	2.0
Total	**9.75**

Elaborado por: El Autor

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

$$\text{Impacto General} = \frac{9.75}{4} = 2.44$$

El presente proyecto generará un nivel de impacto medio positivo por cuanto se puede apreciar que con la implementación del centro turístico, se mejorará el nivel educativo del sector, genera empleos formales, dinamizara la economía local, formarán valores empresariales y sociales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El sector turístico y hotelero es una de las actividades de mayor generador de divisas del país, por lo que es fundamental la diversificación y oferta de servicios turísticos, ya que buscan nuevas formas de descanso y relajación, vinculando el contacto con la naturaleza y en sitios de gran belleza como los Lagos con que cuenta la provincia.
- La infraestructura y la organización adaptada a las necesidades y requerimientos del turista, es el objeto del presente trabajo, el mismo que cumple con la mayoría de las exigencias para conformar un centro turístico y establecer la prestación de sus servicios con calidad y calidez a pesar de los desafíos que se presenten.
- De acuerdo al estudio realizado en este trabajo, existe un mercado potencial suficientemente amplio que justifica la inversión a realizar, si bien es cierto existen actores en el mercado que ofertan servicios sustitutos y cuentan con más experiencia, el centro turístico cuenta con ventajas competitivas que le facilita el ingreso al negocio, como es la infraestructura a implementar.
- La Legislación Ecuatoriana, considera incentivos para aquellas iniciativas nuevas de turismo y que vayan en beneficio de todos los residentes de la zona, para lo cual se debe cumplir con algunos requisitos los mismos que resueltos permitirán contar con la ayuda estatal y del mercado financiero formal.
- La inversión requerida para el desarrollo del proyecto considera un escenario de retorno de capital de mediano plazo, puesto que si bien existe un mercado potencial, éste aún no es lo suficientemente amplio para considerar generar utilidades en plazos cortos.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los integrantes del proyecto mejorar sus esfuerzos para la conservación del medio ambiente, aprovechar las actuales inversiones que está realizando el gobierno central sobre el tratamiento de aguas servidas a fin de evitar que estas vayan a desembocar al lago San Pablo. Por otra parte, es importante dar inicio a la brevedad posible con las capacitaciones en materia de turismo y administración a todos los empleados, con el propósito de disponer con el talento humano apto para el desempeño de sus funciones.
2. Mantener una constante actualización sobre los servicios turísticos, para su diversificación y mejoramiento continuo, ofertando a los consumidores de tal forma que se establezca una diferencia sobre la competencia.
3. Se recomienda poner en práctica el proyecto basándose en el presente trabajo puesto que en este se consideran todo los beneficios que la ley otorga a la implementación de este tipo de iniciativas.
4. Se recomienda orientar y desarrollar las estrategias financieras a mediano plazo, limitando en lo posible los costos y gastos generados, sin descuidar la calidad de servicio y recuperar la inversión inicial en un plazo inferior a los cinco años.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Ángel, P.Y. (2006) Metodología para el trabajo de grado. Ibarra Ecuador. Nina Ediciones.
- Arellano, E. I. (2006). Investigación Científica .Quito: Imprenta Cosmos.
- Arellano, E.I. (2005). Investigación Científica. Loja: Imprenta Cosmos.
- CARVALLO, Roberto (2000), Innovación de la Empresa, Gestión, Barcelona España.
- DOWNES, J. & GOODMAN, J. E. (2003). Economía y Negocios. Nueva York: Corte Inglés.
- ENRIQUEZ, Benjamín: Organización de Empresas (2001)
- FERRE TRENZANO, J. M., & FERRE NADAL, J. (2006). Los Estudios de Mercado. Barcelona: Díaz de Santos.
- GUTIERREZ M. Abraham: Métodos de Investigación y elaboración de la monografía. Edit. Colegio Don Bosco.
- Harold Koontz, Heinz Weihrich, (2004). Administración una Perspectiva Global. México: D. F.
- HORN, J.C (2004). Fundamentos de Administración Financiera. México: Mc Graw Hill.
- JÁCOME, Walter (2005), Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión.
- OXENFELDT, A. R. (1985). Análisis de Costo Beneficio para la toma de decisiones. Cali: Editorial Norma.
- ZEA, F. L. (2006) Nociones de Metodología de Investigación Científica. Quito: Cosmos.
- ZORRILLA Santiago (2000) Metodología de la Investigación, MC Graw Hill- México.

TRABAJOS CITADOS

- Dianne, B. (2008). *Socially Responsible Travell.*

- Espejo, J. P. (2009). Patrimonio Cultural Tangible. *Plan de Desarrollo Parroquial*. Otavalo, Imbabura, Ecuador.

- FRancisco, S. (2005). San Francisco. En S. FRancisco, *San Francisco* (pág. 143).

- Imbabura, G. P. (2010). *INFORME DE GESTION.* Ibarra.

- OTAVALO, G. M. (2007). Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo. En G. M. OTAVALO, *Una estrategia para desarrollar el turismo en Otavalo* (pág. 08). Otavalo.

- Randy, S. (2005). *Manual de Ecoturismo para la Amazonía Ecuatoriana.*

- Shaw, J. (2005). *Gestion de servicio.* Madrid: Diaz de Santos.

LINCOGRAFÍA

- http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/es/mundos/ecuador/poblacion.
- www.monografías.com
- http://www.monografias.com/trabajos31/lanzamientoproductos/lanzamiento-productos.shtm
- http://www.otavalo.gob.ec/web/?lang=en
- http://www.turismo.gob.ec/
- http://www.ecuador.travel/
- www.codespa.org/turismo-comunitario
- http://educacion.gob.ec/
- www.ministeriodecultura.gob.ec/
- www.ecuadoracolores.com
- http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/concepto-integral-de-empresa
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario
- De Wikipedia, l. e. (2012). *wikipedia.org*. Recuperado el 10 de 04 de 2013, de wikipedia.org. http://www.wikipedia.org/wiki/Traditional_ecological_knowledge
- Ecuador), O. N. (2013). www.optur.org. Recuperado el 2013, de www.optur.org.

- TURISMO, M. D. (2013). http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html. Recuperado el 06 de NOVIEMBRE de 2013, de http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html.

- wikipedia.org.(09 de01de2013). http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario.

ANEXOS

ANEXO

Planos arquitectónicos de la construcción de la Empresa Integral de Turismo **NEPTUNO**, en el sector de la Comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Nacional		
2	Extranjero		
TOTAL			

2. ¿Cuál es el motivo de su visita?

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Descanso y relajación		
2	Contacto con la naturaleza		
3	Degustación de comida tradicional		
4	Conocer nuevas culturas		
5	Por el paisaje		
6	Por investigación		
7	Por deporte		
8	Convivencia familiar		
TOTAL			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Disfrutar del paisaje		
2	Paseos alternativos		
3	Piscina		
4	Sauna, Turco e Hidromasaje		
5	Tomar el sol		
6	Fiestas y bailes típicos		
7	Capacitaciones		
TOTAL			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Típica		
2	Nacional		
3	Internacional		
TOTAL			

5. ¿Dónde prefiere alojarse en sus viajes?

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Hoteles		
2	Hostales		
3	Casas de familiares o amigos		
4	Hospedajes comunitarios		
TOTAL			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1 día		
2	2 a 3 días		
3	4 a 5 días		
4	más de 5 días		
TOTAL			

7. ¿Le gustaría que los servicios turísticos que utiliza se le oferte en un hotel tipo barco en la orilla del Lago San Pablo?

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si		
2	No		
3	No se		
TOTAL			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Internet		
2	Agencia de viajes		
3	Libros de guías turísticos		
4	Afiches		
5	Volantes		
6	Radio		
7	Televisión		
8	Prensa escrita		
TOTAL			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	$20 a 30		
2	$31 a 40		
3	$41 a 50		
4	$51 en adelante		
Total			

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

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Ibarra		
2	Otavalo		
3	Cotacachi		
4	Urcuquí		
5	Antonio Ante		
6	Pimampiro		
Total			

11. ¿Realiza el viaje?

Nº	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Solo		
2	Familiares		
3	Amigos		
4	Compañeros de trabajo		
TOTAL			