

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa la obtención del Título de Ingeniero Comercial con
Especialización en Administración de Empresas

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE CULQUILOMA, CANTÓN
COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA

AUTORA:

MARTHA LUCÍA CHIZA ROJAS

DIRECTOR:

MAGISTER ECO.CARLOS IZQUIERDO.

Quito, Junio del 2011.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Martha Lucía Chiza Rojas, declaro que soy la autora única y exclusiva responsable de la presente investigación. Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son auténticos, originales y personales, por tanto, he consultado las referencias bibliográficas que se describen en las citas correspondientes.

Quito, Junio del 2011

Martha Lucía Chiza Rojas

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico esta tesis a mi madre Luz María y José, quienes me enseñaron que las personas que persevera alcanza y que los logros se obtienen a través del trabajo duro y el esfuerzo permanente.

Gracias padres por su apoyo incondicional, gracias por estar siempre a mi lado con sus buenos consejos que me ayudaron a alcanzar esta meta y me estimulan siempre a seguir adelante.

Con mucho afecto, Martha

AGRADECIMIENTO

Mi principal agradecimiento es a Dios por darme a mis padres quienes han sabido guiar mis pasos con paciencia y sabiduría.

Agradezco a toda mi familia, y de manera especial a mi mamá por su comprensión y amor y por ser soporte en mi vida y ejemplo de tenacidad y lucha constante.

Un especial agradecimiento a mi amigo incondicional Diego Fernando, que a pesar de la distancia siempre me estuvo apoyando con sus consejos para encaminarme en mi carrera profesional.

Debo agradecer a la Universidad Politécnica Salesiana, porque es una institución educativa que forma buenos profesionales con calidad humana y principios morales, de respeto y solidaridad.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. OBJETIVOS	9
5. RESULTADOS Y METAS.	9
6. METODOLOGÍA	10
CAPÍTULO II	11
2. DIAGNÓSTICO	11
2.1 EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURISMO EN EL ECUADOR Y EL MUNDO .	11
2.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL PIB.....	14
2.3 EVOLUCIÓN DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA COMUNITARIA EN EL MUNDO.....	17
2.4 TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR.....	18
2.5 IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO COMUNITARIO	20
2.6 SITUACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN COTACACHI	24
2.7 TIPOS DE TURISMO DESARROLLADOS EN EL CANTÓN COTACACHI..	28
2.8 EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO DESARROLLADOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.	29
2.9 POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE COTACACHI	34
2.10 COMUNIDADES DEL CANTÓN COTACACHI	37
2.11 DIAGNÓSTICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN COTACACHI.....	38
2.12 COMUNIDADES REPRESENTATIVAS DE COTACACHI.....	41
2.13 ORGANIZACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA DE LAS COMUNIDADES.	49
2.14 SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO EN COTACACHI	51
2.15 FLUJO TURÍSTICO DEL CANTÓN COTACACHI	54
2.16 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI	55
CAPÍTULO III.....	80
3. ESTUDIO DE MERCADO	80
3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	81
3.2 Principales países emisores par el Ecuador.....	86

3.3	Análisis del Flujo Turístico Nacional	95
3.4	ESTUDIO DE MERCADO DE LA DEMANDA POTENCIAL	99
3.5	INVESTIGACIÒN CUANTITATIVA DE LA DEMANDA.....	100
3.6	INVESTIGACIÒN CUALITATIVA DE LA DEMANDA.....	101
3.7	MERCADO META	103
3.8	ESTIMACIÒN DEMANDA POTENCIAL	105
3.9	DETERMINACIÒN DE LA MUESTRA.....	111
3.10	DISEÑO DE LA ENCUESTA	113
3.11	TABULACIÒN DE LA ENCUESTA	120
3.12	INVESTIGACIÒN DE LA OFERTA	129
	CANTÒN COTACACHI.....	131
3.13	OFERTA PROYECTADA	131
3.14	PROYECCIÒN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	133
3.15	ANÀLISIS DE PRECIOS.....	134
3.16	COMERCIALIZACIÒN DEL PRODUCTO	137
3.17	PLAN DE MERCADEO	139
3.18	PLAN DE INTRODUCCION AL MERCADO	143
3.19	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	145
	CAPÍTULO IV.....	146
4.	ESTUDIO TÉCNICO	146
4.1	LOCALIZACION, CAPACIDAD DE LA ZONA TURÍSTICA	146
4.2	DESCRIPCIÒN DE PROGRAMAS TURÍSTICOS	150
4.3	INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS	160
	CAPÍTULO V	165
5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	165
5.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	165
5.2	OBJETIVOS ESTRATÈGICOS METAS Y VENTAJAS	166
5.3	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	168
5.4	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	170
5.5	ESTÀNDARES DE CALIDAD PARA EL PERSONAL	176
5.6	ESTRATÈGIAS PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO.....	178
	CAPÍTULO VI.....	179
6	ESTUDIO LEGAL	179

6.1	NORMATIVA LEGAL QUE AMPARA A LOS CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO	179
6.2	REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE LOS CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO	180
6.3	BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	182
6.4	NORMATIVA QUE REGULA LOS PRINCIPIOS DEL TURISMO COMUNI TARIO	186
CAPÍTULO VII		187
7.	ESTUDIO AMBIENTAL	187
7.1	ESTUDIO AMBIENTAL PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO 187	
7.2	BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES.....	189
7.3	CONTROLAR LA EROSIÓN DEL SUELO	192
7.4	MONITOREO DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO	192
7.5	DISEÑO DE METODOLOGÍA DE LÍMITES DE CAMBIOS ACEPTABLES	196
CAPÍTULO VIII		199
8.	ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	199
8.1	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	199
8.2	INVERSIÓN	200
8.3	ACTIVOS DIFERIDOS	201
8.4	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	201
8.5	PROYECCIÓN DE TURISTAS POR AÑO	203
8.6	PROYECCIÓN DE INGRESOS	205
8.7	COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	206
8.8	SUELDOS DEL PERSONAL	207
8.9	COSTOS DE PRODUCCIÓN	208
8.10	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADO	213
8.11	CAPITAL DE TRABAJO	218
8.12	FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES Y CAPITAL DE TRABAJO.....	219
8.13	FLUJO DE CAJA	224
8.14	ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE INGRESOS DEL PROYECTO.....	226
8.15	BALANCE GENERAL PROYECTADO	227
8.16	PUNTO DE EQUILIBRIO	229
8.17	EVALUACIÓN FINANCIERA	239
8.18	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	243

CAPÍTULO IX.....	245
9. EVALUACIÓN SOCIAL	245
CAPÍTULO X.....	247
10.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	247
CAPÍTULO XI.....	251
11 BIBLIOGRAFÍA	251

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1. TABLA DE INFLACIÒN.....	15
CUADRO 2. PROYECCIÒN DE LLEGADAS, GENERACION DE DIVISAS Y GASTO POR VISITANTE	16
CUADRO 3. DISTRIBUCIÒN DE LA POBLACIÒN DEL CANTÒN COTACACHI	27
CUADRO 4. POBLACIÒN DEL CANTÒN COTACACHI	27
CUADRO 5. RESUMEN DE TURISTAS EXTRANJEROS	40
CUADRO 6. CALENDARIO ANDINO	50
CUADRO 7. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS.....	54
CUADRO 8. FLUJO DE TURISMO RECEPTIVO A NIVEL MUNDIAL	82
CUADRO 9. LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A AMÈRICA.....	82
CUADRO 10. LLEGADAS DE EXTRANJERO AL ECUADOR Y SALIDA DE ECUATORIANOS	83
CUADRO 11. PROYECCIÒN DE LLEGADAS, GENERACIÒN DE DIVISAS Y GASTO POR VISITANTE.....	85
CUADRO 12. PROYECCIÒN DE LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS AL ECUADOR	86
CUADRO 13. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA EL ECUADOR.....	87
CUADRO 14. MOTIVOS DE DESPLAZAMIENTO DE LOS TURISTAS AL ECUADOR	88
CUADRO 15. PRINCIPALES SITIOS VISITADOS POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS.....	89
CUADRO 16. LLEGADAS DE EXTRANJEROS SEGÙN JEFATURA DE MIGRACIÒN.	90
CUADRO 17. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÙN PRINCIPALES GRUPOS DE EDAD Y NACIONALIDAD.....	91
CUADRO 18. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR MES	92
CUADRO 19. GASTO DIARIO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS.....	93
CUADRO 20. DISTRIBUCIÒN DE LOS GASTOS DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	94
CUADRO 21. PREFERENCIAS DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	94
CUADRO 22. DATOS DEMOGRÀFICOS	95
CUADRO 23. POBLACIÒN POR RANGO DE EDAD Y SEXO	96
CUADRO 24. PREFERENCIA DE ACTIVIDAD DE TURISTAS NACIONALES.....	98
CUADRO 25. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS.....	99
CUADRO 26. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS.....	101
CUADRO 27. RESUMEN MERCADO META	105
CUADRO 28. EXTRAPOLACIÒN DE LA TENDENCIA HISTÒRICA.....	106

CUADRO 29. EXTRAPOLACIÒN DE LA TENDENCIA HISTÒRICA.....	108
CUADRO 30. SÌNTESES DE LA ESTIMACIÒN DEMANDA POTENCIAL PARA EL CANTÒN COTACACHI.....	110
CUADRO 32. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOS COMUNITARIOS- CANTÒN COTACACHI.....	131
CUADRO 33. OFERTA TURÌSTICA- CANTÒN COTACACHI	132
CUADRO 34. DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA DE ALOJAMIENTO.....	134
CUADRO 35. ANÀLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	136
CUADRO 36. PROMEDIO DE PRECIO AL PÙBLICO	137
CUADRO 37. CANALES DE DISTRIBUCIÒN PARA EL TURISMO COMUNITARIO	138
CUADRO 38. ANÀLISIS 5 FUERZAS.....	143
CUADRO 39. PLAN DE INTRODUCCIÒN AL MERCADO DEL PROYECTO.....	143
CUADRO 40. PRODUCTO TURÌSTICO –ALOJAMIENTO Y CONVIVENCIA.....	148
CUADRO 41. PRODUCTO TURÌSTICO-PASEO NATURAL	149
CUADRO 42. PRODUCTO TURÌSTICO-ALIMENTACIÒN	149
CUADRO 43. PRODUCTO TURÌSTICO TRANSPORTE, ACTIVIDADES DE AVENTURA, SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	150
CUADRO 44. TERRENOS Y CONSTRUCCIONES.....	163
CUADRO 45. ACTIVIDADES DEL CENTRO DE TURISMO	196
CUADRO 46. IDENTIFICACION DE PREOCUPACIONES	196
CUADRO 47. IDENTIFICACIÒN DE PREOCUPACIONES AL IMPLMETAR EL PROYECTO.	197
CUADRO 48. TIPO DE INDICADORES	197
CUADRO 49. ESTABLECIMIENTO DE ESTÀNDARES PARA INDICADORES.....	198
CUADRO 50. INVERSIONES DEL PROYECTO.....	200
CUADRO 51. ACTIVOS DIFERIDOS.....	201
CUADRO 52. DEPRECIACIÒN DE ACTIVOS FIJOS.....	202
CUADRO 53. VALOR DE RECUPERACIÒN DE ACTIVOS FIJOS	203
CUADRO 54. PROYECCIÒN DEL NÙMERO DE SERVICIOS Y TURISTAS	204
CUADRO 55. INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA	205
CUADRO 56. PROYECCIÒN DEL VALOR DE LOS PAQUETES TURÌSTICOS	205
CUADRO 57. COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS	206
CUADRO 58. ROL DE PAGOS MENSUAL	207
CUADRO 59. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 1	209
CUADRO 60. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 2	210

CUADRO 61. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 3	211
CUADRO 62. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE(1-2-3).....	212
CUADRO 63. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 1	214
CUADRO 64. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 2	215
CUADRO 65. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 3	216
CUADRO 66. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE (1-2-3).....	217
CUADRO 67. CAPITAL DE TRABAJO.....	218
CUADRO 68. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	221
CUADRO 69. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÈSTAMO(CUOTA FIJA).....	222
CUADRO 70. DISTRIBUCIÒN DE INTERESES	223
CUADRO 71. COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL(WACC)	223
CUADRO 72. FLUJO DE CAJA CON CRÈDITO.....	225
CUADRO 73. BALANCE GENERAL PROYECTADO	228
CUADRO 74. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 1	229
CUADRO 75. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 2	232
CUADRO 76. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 3	235
CUADRO 77. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE (1-2-3).....	237
CUADRO 78. VALOR ACTUAL NETO	240
CUADRO 79. TASA INTERNA DE RETORNO(TIR).....	241
CUADRO 80. PERIODO DE RECUPERACIÒN DEL CAPITAL (PRC).....	242
CUADRO 81. PERIODO DE RECUPERACIÒN DEL CAPITAL (PRC).....	244

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. TURISMO COMUNITARIO.....	20
GRÁFICO 2. RED DE TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR.....	24
GRÁFICO 3. MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN COTACHI.....	25
GRÁFICO 4. DISTRIBUCIÓN DEL CANTÓN COTACACHI POR PARROQUIA	38
GRÁFICO 5.GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	120
GRÁFICO 6. PREGUNTA N.1.....	120
GRÁFICO 7. PREGUNTA N.2.....	121
GRÁFICO 8. PREGUNTA N.3.....	121
GRÁFICO 9. PREGUNTA N.4.....	122
GRÁFICO 10. PREGUNTA N.5.....	122
GRÁFICO 12. PREGUNTA N.6.....	123
GRÁFICO 13. PREGUNTA N.7	124
GRÁFICO 14. PREGUNTA N.8.....	124
GRÁFICO 15. PREGUNTA N.9.....	125
GRÁFICO 16. PREGUNTA N.10.....	126
GRÁFICO 17. PREGUNTA N.11	127
GRÁFICO 18. PREGUNTA N.12.....	127
GRÁFICO 19. PREGUNTA N.13.....	128
GRÁFICO 20. CINCO FUERZAS DE PORTER	140
GRÁFICO 21. PRODUCTO TURISMO COMUNITARIO	144
GRÁFICO 22. LOGOTIPO	144
GRÁFICO 23. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO.....	171
GRÁFICO 24. CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL	177

ÌNDICE DE FOTOS

FOTO 1. VOLCÀN COTACACHI	56
FOTO 2. LAGUNA LAS GOLONDRINAS	57
FOTO 3. LAGUNA CUICOCHA	59
FOTO 4. LAGUNAS TOBAR DONOSO	62
FOTO 5. RÌO CHALGUAYACU	64
FOTO 6. RÌO MANDURIACO GRANDE	65
FOTO 7. RÌO CHONTAL	67
FOTO 8. RÌO CRISTOPAMBA	68
FOTO 9. RÌO VERDE	70
FOTO 10. CASCADA DEL HUEVO	71
FOTO 11. CASCADA EL CHORRO	72
FOTO 12. BOSQUE DE PERIQUERA	74
FOTO 13. AGUAS MINERALES DE YANAYACU	76
FOTO 14. AGUAS MINERALES NANGULVI	77

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto estudia la manera de generar una alternativa de desarrollo local, para lo cual enfatiza la necesidad que tiene el turista en ocupar su tiempo de ocio en actividades de esparcimiento. Circunstancia que ha provocado que las comunidades quieran brindar servicios turísticos, aprovechando la potencialidad de la Comunidad de Culquiloma, ubicada en el Cantón Cotacachi, por cuanto poseen valores de identidad, naturaleza, cultura y tradición en la comunidad.

Entre tanto el proyecto busca analizar la factibilidad para la implementación de Turismo Comunitario en la Comunidad anteriormente citada, mediante el análisis de la inversión que se necesita para la creación de un Centro de Turismo Comunitario, la etapa de implementación y puesta en marcha, la etapa de operación o de funcionamiento para 5 primeros años de ejecución de citado estudio.

Adicionalmente, se hace un estudio minucioso de la situación actual del turismo en el Ecuador y se relatan las alternativas de financiamiento que actualmente ofrece: el Ministerio de Turismo, CFN, Banco Nacional de Fomento, entre otros; entidades que ejecutan el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013, que establece como eje el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, como una actividad alternativa que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza.

Posteriormente, mediante el estudio de mercado se analizan las preferencias de los turistas y el número de visitantes nacionales e internacionales que anualmente visitan los distintos destinos turísticos del Ecuador.

Se consideran posibles opciones de mercadeo a fin de dar a conocer el Centro de Turismo Comunitario, y con ello, realizar una adecuada promoción y publicidad del servicio para atraer más personas y mantenerlas informadas.

Dentro de la estimación de la etapa pre-operativa del proyecto se considera 1.680 turistas por ser la capacidad máxima del Centro de Turismo Comunitario para los primeros meses de ejecución del proyecto. Es importante señalar que el Cantón Cotacachi está situado a 15 minutos de la ciudad de Otavalo, cuyo atractivo turístico es la Laguna de Cuicocha y recibe alrededor de 100.000 turistas al año, lo cual es un número significativo para la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y alternativas de esparcimiento, mediante la oferta de paquetes turísticos.

Cabe señalar que uno de los objetivos del Estado y la Comunidad es la conservación de la naturaleza y su entorno. Bajo este parámetro, se establece un mercado objetivo tanto para turistas nacionales como extranjeros de 25,821 personas y como se puede observar en el Estudio Financiero, para obtener ganancias no es necesario que todas las personas usen el servicio, es así que con la cantidad de 1.680 personas se puede obtener rentabilidad y su impacto social se medirá en relación al número de empleos y el mejoramiento de la calidad de vida para los comuneros.

Se debe resaltar que los costos que se generan en una comunidad es mínima por cuanto muchos de agricultores y avicultores se encuentran en el lugar del proyecto (materia prima), además su valor agregado es la producción natural de sus insumos.

Por lo tanto, la utilidad es considerable para la fase de implementación y operación del proyecto, y su rentabilidad se obtendrá a corto, mediano y largo plazo, con impacto en el sector turístico, económico, natural, cultural y social, lo que conlleva a decir que el proyecto es factible y viable.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El turismo ha generado un gran impacto en el ser humano en las últimas décadas, por cuanto se producen cambios en la valoración social de los recursos naturales y también el modo de apreciar las tareas que realizan los campesinos.

Anteriormente, el campo solo era valorado como el sostén de la producción agropecuaria y el trabajo de los agricultores se consideraba importante únicamente para ellos, como los encargados de producir los alimentos y otros bienes agrícolas.

Actualmente los habitantes de las ciudades aprecian al mundo rural como el proveedor de los alimentos que consumen, pero también como un rincón en el que se atesora la tranquilidad, la naturaleza, el agua pura, las tradiciones y muchas otras riquezas que valen la pena resguardar para las generaciones futuras.

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías, pero sobre todo, un atractivo de divisas para el país.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya se rural, de aventura, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican en la oferta de Ecuador.

El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aun existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de país, a veces esteoripada y otra desconocida, en muchos países.

El Estado está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico a través del PLANDETUR 2020, en el que se pretende el incremento de turistas hasta el 2020. Además, el Ecuador ha incrementado su presencia en ferias internacionales como FITUR en Madrid, ITB en Alemania y WTM en Londres, donde se ha obtenido recientemente varios reconocimientos.

Desde un punto de vista geográfico, Ecuador es un país pequeño. No obstante, esta caracterizado por su singular topografía, diversidad de zonas climáticas y una prolífica población de especies vegetales y animales.

Ecuador tiene bellos paisajes que atraviesan los cuatro mundos del Ecuador. En los Andes se erigen eternos glaciares, picos y montañas sagradas. En la Costa, playas exuberantes se mezclan entre bosques secos, húmedos y tropicales. La Amazonia guarda los secretos de la profunda y verde naturaleza; y en Galápagos, tras una historia de lava, roca y piedras muy antiguas, habitan seres únicos. Son cuatro mundos entre la tierra, el agua, el aire y el fuego en unos de los países más biodiversos y pluriculturales del planeta. El enfoque actual es la conservación, sostenibilidad ambiental, socio cultural y económico, lo que conlleva a que el turismo, sea herramienta fundamental para erradicar la pobreza y posicionar al Ecuador en el mapa mundial del desarrollo.

El hecho de que Ecuador, en tan solo cuestión de horas, se puede visitar entornos geográficos y biológicos totalmente diferentes, hace de este país un destino excepcional para la práctica de distintas modalidades de turismo.

Mediante la generación de una propuesta de turismo comunitario, conlleva a la conservación y protección del medio ambiente, existe en Ecuador una extensa red de parques y reservas naturales, a través de los cuales se resguardan las zonas más características de la naturaleza ecuatoriana.

Tanto en los Parques Nacionales como en las demás aéreas protegidas, además de la observación de la flora, fauna y orografía, se puede realizar otras actividades, como senderismo, viajes en canoa, montañismo y alpinismo (allí denominado andinismo).

La diversidad étnica y cultural reunida en Ecuador determina la existencia de numerosas e interesantes manifestaciones artísticas. Entre los atractivos turísticos del país, debemos mencionar la rica artesanía ecuatoriana, así como los mercados indígenas, las ferias y fiestas tradicionales con un marcado componente folclórico.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Las presiones de las nuevas corrientes turísticas mundiales gestadas en las dos últimas décadas ha provocado la implementación de un creciente número de proyectos de turismo en las comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externo como ONGs, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional. A pesar de los esfuerzos registrados en materia de evaluación de proyectos en las comunidades rurales en la última década. Aunque la vinculación de las comunidades indígenas al mercado internacional no data ciertamente de ayer, lo que hoy puede parecer nuevo son la intensificación y la escala de las operaciones en territorios indígenas y zonas aledañas, así como la amplitud de sus impactos, muchos de ellos de carácter irreversible.

Con la aceleración de la globalización de la economía, la lucha por el control de los codiciados recursos naturales y culturales que albergan los ancestrales territorios indígenas se ha agudizado, alcanzando en algunos casos niveles dramáticos. Tanto las empresas nacionales y transnacionales como los mismos gobiernos y bancos multilaterales (BID y BM en el contexto latinoamericano), no han cesado de ejercer fuertes presiones a favor de cuantiosas inversiones para explotar los recursos de propiedad o posesión de las comunidades campesinas o indígenas.

Para estas últimas a pesar del reconocimiento de sus derechos en la Constitución Nacional de la gran mayoría de los países de América Latina, que además han ratificado convenios internacionales- con los Convenios 107 y 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales, esas presiones se han traducidos en frecuentes inversiones y cercenamiento de territorios, desplazamiento de población e impacto ecológico.

Al amparo de planes y proyectos estatales de desarrollo, colonizadores y empresas extractoras de recursos forestales, mineros y petróleoos, o de explotación agrícola y ganadera, han hecho caso omiso del derecho elemental de consulta previa y bien informada del que gozan los pueblos afectados.

En este contexto, los temores de muchas comunidades sobre los impactos nocivos que puede causar la actividad turística en sus territorios son bien fundados. En efecto, estas nuevas intervenciones pueden significar un aumento de su dependencia, una aceleración de la pérdida de sus territorios y su identidad cultural o un debilitamiento de sus instituciones y de la cohesión social que estas persiguen. La reticencia pesa más que las promesas de improbables beneficios.

No obstante, no todas las comunidades están animadas del mismo espíritu escéptico y reticente. Muchas de ellas han adoptado una postura relativamente receptiva favorable a la implantación de actividades turísticas en sus territorios, a condición de que las estrategias de fomento que se adopten y apliquen respeten determinadas exigencias básicas. Estas contemplan la preservación de sus costumbres y valores tradicionales, el respecto de su cultura y el derecho a decidir sus propias prioridades de desarrollo.

En fin, se puede observar la existencia de un cierto número de comunidades convencidas de que el turismo puede significar, o representa ya, para su miembros, una fuente de beneficios reales, como condiciones materiales de vida mejoradas, bienestar social, expresiones culturales renovadas y lazos comunitarios fortalecidos.

Es importante manifestar que muchas comunidades no cuentan con el suficiente conocimiento de temas turísticos, lo que ha ocasionado limitantes para generar mecanismos de obtención de recursos económicos, lo que implica un desaprovechamiento de los potenciales naturales y culturales, de este sector vulnerable del país.

Sin duda, la mala distribución de la riqueza, la falta de políticas de inversión social por parte del Estado han incrementado los márgenes de pobreza y el desempleo en la comunidad de Culquíloma, originando la migración a las grandes ciudades y desplazamientos fuera del país, que ha limitado las posibilidades de mejorar las condiciones de vida para el sector indígena, así como la preservación de los recursos naturales y culturales, compatibilizando la capacidad de carga y la sensibilidad de un medio ambiente natural y cultural con la práctica turística. Todo es producto de la falta de atención por parte de las autoridades gubernamentales, la falta de apoyo de otras entidades y de la iniciativa de los propios pobladores.

Pocas son las comunidades étnicas a nivel nacional que han generado espacios para la incursión del turismo comunitario, sin embargo, se ha visto la potencialidad de los pobladores para brindar este servicio, por lo que se ha centrado esta alternativa como un verdadero estudio que logrará la implementación sostenida de este tipo de turismo dentro de la ciudad de Cotacachi, principalmente en la Comunidad de Culquiloma.

3. JUSTIFICACIÒN

En el Ecuador se ha comenzado a escuchar el termino Turismo Comunitario, pero es un hecho que no se ha deslindado en la práctica de lo que se conoce como turismo social. En cierta manera, el Turismo Comunitario no solamente busca el esparcimiento, sino que el ser humano aumente sus conocimientos históricos y culturales, que contribuyen a que los turistas pueden tener contacto con la naturaleza y recursos culturales del país.

En Ecuador existe un movimiento millonario de personas que se desplazan a diferentes lugares del país abandonando su residencia habitual, motivados por diversas causas, que pueden ser desde la cultural hasta la gastronómica, sin olvidar otras como las familiares, artísticas, etc., provocan la creación de establecimientos que oferten tanto el alojamiento como la alimentación, bien sea por separado o conjuntamente. Esto dio a lugar a gran número de empresas de alojamientos turísticos de distintos tipos.

Ecuador ofrece una amplia gama de oportunidades para el desarrollo de la actividad turística. Las posibilidades de inversión son diversas y se relacionan con el turismo de sol y playa, el turismo de naturaleza, los deportes de aventura, el turismo cultural y los viajes de negocios. En especial, la variedad de escenarios naturales y la biodiversidad característicos del país representa una oportunidad de negocio. Sin embargo, el sector turístico en Ecuador está prácticamente en etapa inicial de

desarrollo, por lo que se evidencian algunas necesidades de cambio, como son la mejora de infraestructura, redes viales y señalización de carreteras y calles, mayor implementación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como una mayor cobertura internacional y una imagen menos estereotipadas del país.

Las oportunidades de inversión se presentan en áreas tales como transporte aéreo, alojamiento, centro de información, transporte terrestre, alimentación, servicios médicos, capacitación de recursos humanos y consultoría, entre varios otros.

Como novedad, en Ecuador se inició el turismo comunitario, en el año 2002 a través de las microempresas. El Estado Ecuatoriano está dando mayor protagonismo a las pymes como forma de desarrollo económico del país. Esta tarea se hace especialmente relevante en el sector turístico, donde la agrupación de pequeñas empresas o particulares pertenecientes a una misma comunidad, buscan potenciar el turismo de ciertas zonas, sobre todo rurales. Así se puede encontrar microempresas formadas por particulares que se asocian para ofrecer alojamiento o comida en sus propias casas o sus servicios como guías en las llamadas “eco rutas”.

En este sector con potencial de inversión el Ministerio de Turismo identifica tres áreas principales: el alojamiento, el transporte y los restaurantes, en concreto todo lo relacionado con alimentos y bebidas.

En Septiembre del 2002 se crea la Federación de Turismo Comunitario, tiene una cobertura nacional en virtud de que las iniciativas de turismo comunitario están distribuidas por todo el país y existen posibilidades de que nuevas experiencias maduren en diversos puntos de la geografía ecuatoriana.

Es importante considerar las características del Turismo Comunitario de los otros tipos de turismo. En este sentido lo Comunitario se define “como una forma de vida y sus correspondientes formas de organización”.

Esta regidos por sus propios valores, prácticas e instituciones (económicas, sociales, culturales y políticas) con derechos y obligaciones que responden mas allá de lo individual, a lo colectivo. La finalidad sociocultural, comprende el bienestar común, afirmación de la identidad cultural, el mejoramiento de la calidad de vida y trabajo de sus miembros. La Organización con fines productivos sustentada en la propiedad y gestión colectiva de los recursos productivos y en el reparto equitativo de la riqueza generada (autogestión). Control directo de la comunidad en la orientación y las decisiones del emprendimiento, la participación de sus miembros: en el esfuerzo colectivo para valorar y potenciar sus recursos (humanos, culturales, naturales y físicos) de acuerdo a reglas internas de organización.

Por tanto, según la disposición del artículo 4, literal a, de la Ley de Turismo, es Política de Estado reconocer que la actividad turística corresponde tanto la iniciativa privada como a la iniciativa comunitaria de autogestión.

El Ministerio de Turismo tiene la misión de posicionar el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental de Ecuador. Ante lo expuesto, el Estado esta aplicando en varios países de Europa y América, el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, que consta de 157 planes y con el cual se pretende el incremento de las visitas a Ecuador en los próximos años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador. El resultado de las acciones de promoción efectuadas en el año 2006 dieron lugar a 15 grandes mercados emisores de turismo, con lo que se espera que las cifras registren el aumento anhelado que suponen el millón de arribos y llegadas de visitantes, como lo expone el PLANDETUR 2020.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

Demostrar la factibilidad para la implementación del Turismo Comunitario en la Comunidad de Culquiloma, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Establecer la demanda insatisfecha que asegure la factibilidad del proyecto.
- Desarrollar una propuesta técnica en relación a los atractivos turísticos que posee el Cantón Cotacachi, a través de la creación de paquetes turísticos que el turista necesita para satisfacer sus expectativas.
- Establecer la organización legal, administrativa y financiera que requiere la creación de un Centro de Turismo Comunitario.
- Determinar la rentabilidad financiera de la inversión del proyecto.
- Realizar un estudio ambiental, así como una breve evaluación social del proyecto.

5. RESULTADOS Y METAS.

- Contar con un instrumento técnico que permita a la comunidad ofrecer servicios turísticos de calidad que lo diferencie de la competencia.
- Obtener un resultado favorable de la producción del proyecto medido a través de indicadores de rentabilidad, solvencia y liquidez.
- Contribuir con información técnica, administrativa, legal y financiera del sector turístico, para que las comunidades puedan generar proyectos turísticos mejorados.
- Conseguir experiencia en el manejo de empresas turísticas, a través del conocimiento de la realidad en la comunidad.

6. METODOLOGIA

Para el presente estudio se va a utilizar varios métodos de investigación como son: inductivo, deductivo, síntesis y analítico, a través de la observación, encuestas, cuestionarios, tabulaciones, sondeos de mercado (para materia prima, inversiones fijas), información primaria y secundaria.

Se mantendrán conversaciones con personas que actualmente manejan proyectos similares en otros cantones de la provincia de Imbabura

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO

2.1 EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURISMO EN EL ECUADOR Y EL MUNDO

TURISMO EN EL ECUADOR

El Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del planeta en biodiversidad y endemismo, en un territorio de 256.370 kilómetros, posee más de 11% de todas las especies de vertebrados terrestres, 16.087 especies de plantas y alrededores de 600 especies de peces marinos. El país número uno en biodiversidad de vertebrados terrestres por superficie: se estima que cerca de 11 especies por cada kilómetro cuadrado.

Se contabilizó 937.487 llegadas de extranjeros al país, que representa un incremento anual de 5.5% en el quinquenio 2003 – 2007. Mayor número de extranjeros se registro en los meses de julio, agosto, octubre y enero; respecto de los turistas nacionales los meses de julio, agosto, abril y mayo.¹

La participación de Estados Unidos, Colombia y Perú es muy importante en el Sector Turístico del Ecuador, que contabilizan un aporte del 25,71%, 21.69% y 16.05% respectivamente; sin embargo, el continente europeo mantiene una cuota significativa, pues la participación porcentual de visitantes de España (4.94%), Reino Unido (2.88%) y Alemania (2.49%).²

¹ ABRIL DONOSO, María Marcela, *Viabilidad y Diseño de un Proyecto Turístico Hostal en Mindo*, Provincia de Pichincha, Tesis UPS Facultad de Ciencias Administrativas, Quito, Agosto del 2004,p.8.

²Ídem., p.8

Se considera que es uno de los principales rubros de ingresos externos para el país luego de las exportaciones de petróleo, las remesas de los inmigrantes y las exportaciones de banano, permitiendo la entrada de más de 500 millones de dólares anuales.

TURISMO EN EL MUNDO

El turismo en el mundo sobrepasó de 800 a 900 millones en dos años. En 2007, se estima que las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 6%, cerca de 900 millones de visitantes. De hecho, el turismo mundial gozó en 2007 del cuarto año consecutivo de crecimiento por encima de la media prevista a largo plazo (4,1 %) con un sorprendente índice de crecimiento superior a los registrados en 2005 y 2006 (5,5 %).³

El crecimiento de la economía y del turismo está siendo impulsado por los mercados emergentes (América Latina). Si bien los mercados maduros continuarán como los primeros destinos mundiales, el incremento más rápido de los nuevos mercados confirma el mensaje central de la OMT (Organización Mundial de Turismo) en cuanto al potencial del turismo para el mundo en desarrollo.

Dos factores se combinarán para crear un ritmo estable de crecimiento del 4% anual o ligeramente superior: la aceleración de los viajes múltiples, relativamente cortos, por viajeros de los países industriales, lo que hará aumentar el total de llegadas y de ingresos, dado que el gasto diario promedio en viajes cortos tiende a ser superior al número de visitas más largas. Así como una fuerte expansión de los viajes al exterior, especialmente de vacaciones, por viajeros de los países en desarrollo. Tanto

³ Ídem., p.9

los viajes de largo recorrido como los interregionales participarán de las tasas de fuerte crecimiento sostenido del turismo internacional.

Las tasas más altas de crecimiento se lograrán gracias a residentes de países de Asia Oriental y el Pacífico, seguidos por los de Oriente Medio, Asia Meridional y África. La expansión será inferior al promedio mundial, si bien sólo ligeramente, en el turismo emisor del continente americano y de Europa.

En el año 2008 según la OMT a Europa ingresaron un total de 455 millones de turistas generando 337.600 millones de dólares. En Asia los 167 millones de visitantes dejaron 153.000 millones de dólares mientras que América y el Caribe los 136 millones de turistas generaron 153.300 millones de dólares.⁴

En el continente europeo concreto el 54.2% del turismo a escala mundial, seguido de Asia con el 19.9%, América con el 16.2%, África el 4.9% por ciento y Oriente Medio con el 4.8%.⁵

En América Latina, los últimos 15 años registra un incremento en el número de turistas, por lo que la OMT estima para el 2020 se alcance a los 20 millones de visitantes al año.

⁴ ESPINOZA APOLO, Manuel, “Por un turismo Sostenible”, *CONprofundidad*, año 2008, p. 20

⁵ Ídem., p.21

2.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL PIB

TURISMO EN EL PBI INTERNACIONAL

La Organización Mundial de Turismo (OMT), indican que a comienzos del año 2000, representaba en el mundo del orden del 12% del PBI y 11% del empleo.⁶

Resulta interesante analizar que a nivel de regiones esta cifra tienen marcadas diferencias: en el Caribe, se calcula que el 25% del empleo directo es generado por el turismo; cifra que oscila entre el 12 y el 13% para Europa y Estados Unidos, mientras que en América Latina solo llega al 6.0%, muy por debajo aún de África y Asia, donde se estima en un 11.5%.⁷

TURISMO EN EL PIB NACIONAL

En el 2008 el Ecuador recibió 480 millones de dólares por turismo, representando la cuarta fuente de ingresos para el país después del petróleo, flores y camarón. En el primer semestre ingresaron al país 456.373 visitantes un 12.76% más que en igual periodo del 2007 que ingresaron 404.742 turistas.⁸

El turismo tiene un componente evidentemente dinamizador, en virtud de que articula varios sectores de la economía: agricultura, transporte, telecomunicaciones,

⁶ Ídem., p.21

⁷ Ídem., p.22

⁸ Ídem., p.40

alimentos, textiles, entre muchos otros. Para este sector dentro del Presupuesto General del Estado únicamente se asigna 8 millones de dólares.⁹

EL EMPLEO

El turismo es una responsabilidad que involucra a la comunidad en términos de generación de empleo, respeto a los más pequeños y al entorno. La generación de empleo es uno de los principales aportes del sector, se estima que los ingresos en turismo internacional y por transporte de pasajeros en 2006 representaron en América Latina el 3% del Producto Interno Bruto.¹⁰

LA INFLACIÓN

En el Ecuador a raíz de la crisis bancaria del 2000, la inflación llegó a 95,51% existiendo una desaceleración de la misma hasta el año 2008 que asciende a 2.28%¹¹

CUADRO 1. TABLA DE INFLACIÓN

INFLACIÓN		
PERIODO 2005-2008		
AÑO	PORCENTAJE	VARIACIÓN
2005	2.12	-0.55
2006	3.3	-1.18
2007	2.28	1.02
2008	8.39	-6.11

Fuente: INEC, Variación Porcentual Anual del Índice General Nacional, 2008.

⁹ Ídem., p.41

¹⁰ Ídem., p.16

¹¹ www.inec.gov.ec

LAS DIVISAS

La generación de divisas por concepto de turismo (Año 2008) se ha representado en 639.8 millones de dólares de ingresos de divisas por turismo con los 773.5 millones de dólares de egreso de divisas por este mismo concepto, se obtiene una balanza deficitaria con un saldo negativo de 133.7 millones de dólares, es decir, que el gasto que realizan los residentes en el exterior es mayor al gasto realizado por los no residentes en el país.

Bajo la implementación del PLANDETUR 2020 se ha establecido como indicadores principales: llegada de turistas internacionales, movimiento de turismo interno y generación de divisas, para lo cual se establece proyecciones moderadas para los años que a continuación se mencionan:

CUADRO 2. PROYECCIÓN DE LLEGADAS, GENERACION DE DIVISAS Y GASTO POR VISITANTE

DESCRIPCIÓN	2006	2010	2016	2020
Llegada visitantes internacionales	840.001	1.400.000	1.985.925	2.507.183
Generación de divisas (en miles)	499.4	1.740.000	2.625.392	3.444.869
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	1.243	1.322	1.374,61
Turismo Interno	903.695	1.355.543	1.717.021	1.897.760

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, 2007.

2.3 EVOLUCIÓN DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA COMUNITARIA EN EL MUNDO

El turismo rural comunitario representa una etapa avanzada del ecoturismo. El concepto de turismo rural o comunitario tiene sus raíces en Europa y describe la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas.

Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad; se crearon normativas que permitieron mejorar la calidad de los servicios ofrecidos; se implementaron sistemas para proteger las marcas creadas, se desarrollaron estrategias promocionales, se publicaron catálogos y se concibieron productos dirigidos a nuevas clientelas.

De esta manera gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico, si se tiene en cuenta que actualmente esta modalidad representa un 25% de la población europea que pasa sus vacaciones en el medio rural.

Francia, es posiblemente el país en el cual existe la mayor diversidad de ofertas y que tiene la noción más amplia de turismo comunitario.

Posteriormente en América Latina, Argentina, Chile, Uruguay y Colombia se integraron en el mercado de turismo comunitario, siendo actualmente los países que tienen mejor desarrollado el turismo comunitario y bajo un concepto similar al de los países europeos.

2.4 TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

En la década de los 80, nace el Turismo Comunitario como una respuesta que permite a las comunidades generar una alternativa para mejorar los ingresos familiares, recuperar y valorizar su cultura e identidad y el manejo sostenible de los recursos naturales.

Producto de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales en búsqueda de nuevos estímulos/ retos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues es cada día más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente.

Como una alternativa de obtener nuevas formas de ingresos y reducir los niveles de pobreza diversas comunidades se integraron para generar emprendimiento de Turismo Comunitario en la localidad, para con ello: ejercer una adecuada defensa y manejo de sus tierras y territorios, la revalorización cultural, fortalecimiento organizativo, distribución equitativa de los beneficios generados y seguridad alimentaria.

FODA DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

EL diagnóstico de Turismo Comunitario en el Ecuador fue formulado por el Ministerio de Turismo, para lo cual dentro del PLANDETUR 2020 se considera las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas:¹²

¹² MINISTERIO DE TURISMO, “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en el Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, Diciembre 2007, p.14.

FORTALEZAS

- Fuerte componente natural y cultural en los territorios.
- Gestión local participativa.

OPORTUNIDADES

- Demanda de productos diversificados.
- Reduce índices de migración.
- Nuevos nichos de mercado.

DEBILIDADES

- Falta de canales de comercialización.
- Oferta carente de estándares de calidad básicos.
- Escasa gestión administrativa financiera.

AMENAZAS

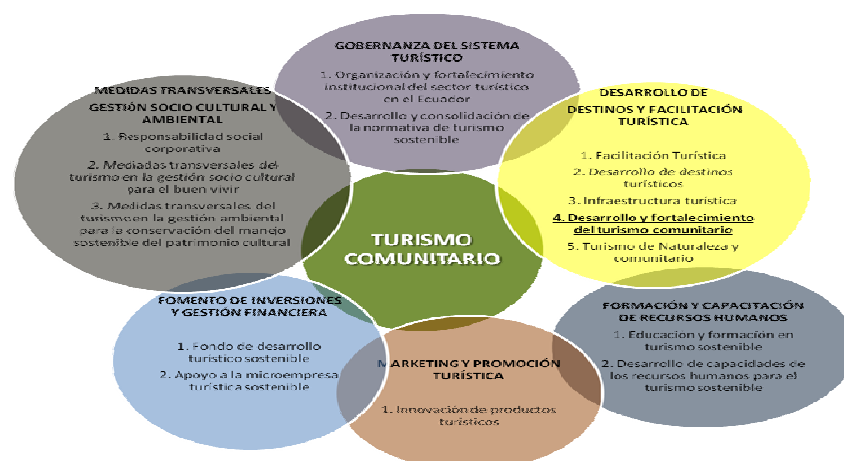
- Falta de regularización legal.
- Empresa privada que comercializa operaciones privadas como “turismo comunitario”.

PLANDETUR 2020

“El PLANDETUR 2020 plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta han reconocido la necesidad de aunar esfuerzos

para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador”¹³

GRÁFICO 1. TURISMO COMUNITARIO



Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, *Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”*, 2007.

2.5 IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario en términos socioeconómicos, complementa y diversifica los ingresos de las familias campesinas, combate el aislamiento económico, desarrolla capacidad empresarial, contribuye a frenar la migración rural, permite valorar y recuperar la cultura local y suscita el desarrollo de infraestructura en zonas rurales. En términos ambientales, el turismo rural comunitario desarrolla capacidades en las comunidades para brindar servicios ambientales, al convertirse en un incentivo para la conservación como en el caso de reservas privadas que conforman corredores biológicos, o estimulando acciones de protección y prácticas productivas sostenibles.

¹³ Ídem., p.22

No obstante, este sector debe enfrentar algunas limitaciones como la débil capacidad financiera y una incipiente cualificación en aspectos de turismo y empresariales, además de barreras en cuanto a infraestructura de acceso, comunicación y servicios básicos, que caracterizan muchas zonas rurales y suponen una desventaja comparativa en términos de competitividad.

Para hacer frente a estos retos, el sector del turismo rural comunitario se articula con la Federación Nacional de Turismo Comunitario, Ministerio de Turismo, Gobiernos Locales, quienes desarrollan programas de apoyo y promoción dirigidos especialmente a las comunidades rurales del país. En el contexto, la participación de las poblaciones locales en los beneficios derivados de la conservación se impone como una necesidad para la sostenibilidad del propio sistema de áreas de conservación.

El turismo rural comunitario se vislumbra como una opción que, sin ser la panacea, puede contribuir a generar medios de vida sostenibles, y de este modo reducir la presión sobre los recursos naturales. La distribución equitativa de los beneficios, el rescate de la identidad cultural y el fortalecimiento de la organización local para la solución de problemas ambientales, constituyen en los pilares básicos sobre los que se fundamenta el esfuerzo del Estado (PLANDETUR 2020) y otras organizaciones no gubernamentales. Especialmente durante los últimos cinco años, ha surgido con fuerza un sector del turismo protagonizado por iniciativas de gestión local asociadas a esfuerzos de conservación, son productos turísticos que ponen en valor económico su patrimonio natural y cultural.

Metas PLANDETUR 2020:

El Ministerio de Turismo, contempla dentro del PLANDETUR 2020 la ejecución de las siguientes metas:

- Fomentar el Turismo alternativo sostenible
- Aumentar a 1.740 millones de USD el ingreso de divisas por concepto de turismo.
- Aumentar a 1.45 millones el número de visitantes extranjeros.
- Aumentar a 680.000 visitantes nacionales al Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
- Garantizar el acceso a participación pública y política.
- Promover la existencia oportuna de información para evaluar las condiciones de vida de los ecuatorianos.
- Fomentar un sistema económico solidario y sostenible.
- Alcanzar el 12% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros.

La ejecución del PLANDETUR 2020 no busca incrementar masivamente el número de visitantes internacionales sino que se centra su acción en mejoras cualitativas que permitan al país captar un mayor beneficio por turista y gestionar de manera adecuada su patrimonio cultural y natural. De esta manera, al comparar las tendencias de las llegadas internacionales en pleno apogeo se observara un incremento que en el largo plazo llega a estabilizarse en alrededor de 2 millones de llegadas al año. Esto va a beneficiar en gran medida a la economía ecuatoriana en general incrementando el consumo turístico con relación al PIB, y contribuyendo de gran forma al crecimiento del mismo.

La Balanza Comercial con los ingresos generados por el Turismo Receptivo y contribuyendo a las cuentas fiscales, por medio del incremento de la industria turística. Obviamente, ayudará a reactivar la economía y la creación de nuevas plazas de trabajo .Todo depende del compromiso del sector privado y público, que se han comprometido a desarrollar y cumplir una serie de propuestas en los distintos campos del sector turístico (promoción, información, servicio, infraestructura, hospitalidad, desarrollo, tecnológico, etc.).

EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO

A partir del 2001, se conformó la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (legalmente abalizada por el Ministerio de Turismo), que actualmente está conformado por cerca de 90 comunidades legalmente constituidos pertenecientes a los pueblos y nacionalidades: indígenas, montubios, afro descendientes y mestizos asentados en la Costa, Sierra y Amazonía.

La FEPTCE (como una persona jurídica de derecho comunitario, sin fines de lucro, regulada por ley), apoya a la generación de proyectos de turismo comunitario en el país.

GRÁFICO 2. RED DE TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR



Fuente: FEPTCE, Turismo Comunitario en el Ecuador, 2009.

2.6 SITUACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN COTACACHI

LOCALIZACIÓN, LÍMITES Y SUPERFICIE

El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la provincia de Imbabura, 25 Km. al Sur Oeste de Ibarra y al noreste de Otavalo. Limitada al norte por el Cantón Urcuquí, al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha, al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas.

Posee una superficie de 1.809 km² aproximadamente y 38.000 habitantes.¹⁴

GRÁFICO 3. MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN COTACHI



Fuente: www.municipiocotacachi.gov.ec

CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA

Cotacachi cuenta con su principal atractivo turístico que es la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, y posee más de 200.000 hectáreas protegidas. La reserva tiene una altura que oscila desde los 1.000 mts. (Una temperatura promedio de 25 °C) en las zonas bajas, hasta los 4.944 mts. en las zonas altas (con una temperatura promedio de 15 °C). Posee una superficie de 204.420 ha.

Dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas se puede localizar a la Laguna de Cuicocha, que se formó después de una erupción del volcán, más o menos 3.000 años atrás, colapsando el cráter, formando una laguna con dos islas.

¹⁴ www.municipiocotacachi.gov.ec

Las características topográficas y climáticas del Cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical.

a) **La zona Andina** está ubicada en las faldas orientales volcán Cotacachi, conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga (clima se encuentra entre 15 y 20 grados centígrados), posee de 2.500 a 5.000 m. de altura donde habitan indígenas de 46 comunidades conformadas por cerca de 2.500 pequeños propietarios. Están ubicados en las parroquias de Quiroga, Imantag y la zona rural de las parroquias de El Sagrario y San Francisco cuya economía se organiza en torno al maíz, fréjol, papa, arveja, trigo, cebada y una variada artesanía (cerámica, tejidos, canastas, esteras, tejidos de cuero y lana). En la parroquia Imantag hay un buen número de propiedades medianas y la más grande propiedad rural del cantón de 15.000 ha. en Piñán.¹⁵

b) **La zona Subtropical** conocida como Intag se extiende desde la Cordillera Occidental de los Andes hasta el límite con la Provincia de Esmeraldas y Pichincha. Está conformada por las parroquias de Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez. Su clima oscila entre 25 y 30 grados centígrados. En un altura de 200 y 1800 m viven los pequeños y medianos productores rurales en las parroquias de Vacas Galindo, Plaza Gutiérrez y Apuela. En esta zona se produce café, azúcar, madera y ganadería.¹⁶

Según los datos tomados del SIISE 4.0, la población del Cantón, es de 37.215 habitantes: 21.857 (58.73%) son mestizos, 13.879(37.29%) son indígenas, 825(2.22%) afro ecuatorianos y 654(1.76) son de raza blanca.

¹⁵ ORTIZ CRESPO, Santiago, y otros, “Proyecto de Desarrollo Territorial Rural a Partir de Productos y Servicios con Identidad. Perfil de Estudio de Caso: la estrategia de promoción del turismo en Cotacachi”, Instituto de Estudios Ecuatorianos, Cotacachi-Quito, Enero 2007, p. 20.

¹⁶ Ídem., p.21

Existe la zona urbana, donde habitan los mestizos en las parroquias de San Francisco y El Sagrario, y cuya economía está vinculada con la artesanía del cuero, el comercio, los servicios públicos y el turismo rodeada por pequeñas propiedades y haciendas agroindustriales que producen flores, hortalizas y frutas para exportación.

CUADRO 3. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI

ETNIA	NÚMERO	%
BLANCA	825	2.22
INDÍGENA	13.879	37.29
MESTIZA	21.857	58.73
BLANCA	654	1.76

Fuente: SIISE. 4.0 Elaboración Asamblea Unidad Cantonal de Cotacachi, 2008.

CUADRO 4. POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI

CANTÓN-PARROQUIA	TOTAL	URBANO	RURAL
COTACACHI	37.215	7.489	29.726
Mujeres	18.442	3.905	14.537
Hombres	18.773	3.584	15.189
APUELA	1.909		1.909
Mujeres	900		900
Hombres	1.009		1.009
PEÑAHERRERA	1.999		1.999
Mujeres	937		937
Hombres	1.062		1.062
VACAS GALINDO	846		846
Mujeres	375		375
Hombres	471		471
GARCÍA MORENO	4.682		4.682
Mujeres	2.117		2.117
Hombres	2.565		2.565
IMANTAG	4.66		4.66
Mujeres	2.317		2.317
Hombres	2.343		2.343
PLAZA GUTIÉRREZ	653		653
Mujeres	299		299
Hombres	354		354
QUIROGA	5.561		5.561
Mujeres	2.841		2.841
Hombres	2.72		2.72
6 DE JULIO DE CUELLAJE	1.903		1.903
Mujeres	898		898
Hombres	1.005		1.005

Fuente: SIISE 4.0. Elaboración AUCC, 2008.

2.7 TIPOS DE TURISMO DESARROLLADOS EN EL CANTÓN COTACACHI

Según los estudios de realizados por la OIT (Organización Internacional del Trabajo), existe los siguientes tipos de turismo desarrollados hasta la actualidad en el Cantón:

- Convivencia con poblaciones nativas en relación a sus formas de vida (culturas vivas) y actividades productivas (agroturismo).
- Exploración en la naturaleza: caminatas en selva y montaña con observación de flora, fauna y atractivos naturales (ecoturismo), combinadas con actividades recreacionales como escalar montañas (turismo de aventura).
- Visita a monumentos: escultura, arquitectura civil, militar o religiosa y vestigios arqueológicos (turismo histórico)
- Participación en ritos festivos y ceremonias religiosas o con chamanes (turismo cultural).
- Visita a lugares sagrados (turismo místico).
- Enseñanza sobre plantas medicinales y nutritivas y su aplicación en la industria farmacéutica o alimentaria (turismo científico).

CONCEPTOS:

Turismo rural: Se denomina de esta forma a una gama de experiencias, servicios y modelos de hacer turismo que tienen en común desarrollarse en el medio rural, contar con el diseño y gestión propia del modo de vida campesino y presentarse bajo una orientación estratégica de desarrollo sustentable.¹⁷

¹⁷ FONDO INTERNACIONAL DE DESARROLLO AGRICOLA(FIDA), Manual de Turismo Rural para Micro Pequeños y Medianos Empresarios Rurales, PROMER 2003, p.25

Agroturismo: Hospitalidad ofrecida bajo pago por las empresas agrarias. (Miguel de Reguero Oxinalde. Ecoturismo, Nuevas formas de Turismo en el espacio rural).¹⁸

Ecoturismo: Objetivo son los espacios naturales protegidos. (Miguel de Reguero Oxinalde. Ecoturismo, Nuevas formas de Turismo en el espacio rural).¹⁹

Turismo Aventura: Experiencias deportivas con alta sensación de riesgo en ambientes naturales y deshumanizados. (Ortega Frez, Ana Soledad, Antecedentes para una propuesta de turismo rural en la cuenca de Quebrada Alvarado)²⁰

Turismo Cultural: Oferta de recursos históricos, arquitectónicos y artísticos. (Miguel de Reguero Oxinalde. Ecoturismo, Nuevas formas de Turismo en el espacio rural)²¹

Turismo Gastronómico: Oferta de circuitos de restaurantes o locales de degustación de algún recurso gastronómico, por ejemplo los recursos pesqueros en las caletas de pescadores.²²

2.8 EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO DESARROLLADOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

En la Provincia de Imbabura se han desarrollado varios tipos de turismo, uno de los mas desatacados corresponde al ecoturismo que está desarrollando el Comité de

¹⁸ Ídem., p. 25

¹⁹ Ídem., p. 25

²⁰ Ídem., p. 25

²¹ Ídem., p. 26

²² Ídem., p. 27

Ecoturismo de Manduriacos y Turismo Comunitario como es el caso de la Operadora de Turismo Runa Tupari (que en Kichwa significa encuentro con indígenas), alberga a las Comunidades de Morochos, Chilcapamba, La Calera y Tunibamba, las mismas que cuenta con el respaldo de la UNORCAC.

Comité de Ecoturismo de Manduriacos

En el Cantón Cotacachi se han formado varios emprendimiento como es el Caso del Comité de Ecoturismo de Manduriacos, que se integró dentro del proceso participativo de la sociedad civil organizada, en la Asamblea de Unidad Cantonal. Trabaja con el objetivo de diversificar los ingresos económicos de las familias y por la protección de la naturaleza.

Está ubicada en la parroquia García Moreno, a tres horas de Quito por la vía Calacalí-Nanegalito, y a cuatro horas de la ciudad de Otavalo o de Cotacachi, con una altitud que va de 600 a 1.800 msnm y una temperatura promedio de 25 grados centígrados. La zona de vida que posee es de bosque húmedo tropical. Tiene cinco meses de época seca con lluvias ocasionales y siete meses de época lluviosa.

Servicios Turísticos:

Oferta alojamiento en casas de miembros de la comunidad y también en albergues comunitarios destinados para turistas. Ofrece alimentación con productos nacionales y del lugar.

Las actividades que poseen el Comité de Ecoturismo va desde caminatas, recorridos a bosques primarios por senderos que permiten al visitante conocer la diversidad de plantas y animales propios de bosques húmedos tropicales, observación de majestuosas cascadas de diversas formas y pendientes, visita a la reserva los Cedros: 6.000 ha de bosque prístino con sus ríos, ideales para disfrutar de un reconfortante baño así como para la entretenida pesca, visitas a microempresas familiares y tiendas comunitarias de comercio justo, Cabalgatas en mulas e intercambio cultural (música, danza y teatro).

Agencia Comunitaria “Runa Tupari Native Travel”.

La iniciativa de turismo rural comunitario ha venido organizándose desde el 2001, por medio de la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC). La UNORCAC y sus comunidades indígenas fundaron la agencia comunitaria “Runa Tupari Native Travel”. Las comunidades indígenas quieren mostrar al viajero una forma de vida auténtica que se nutre de una visión del cosmos diferente a otras existentes.

Este encuentro permitirá al huésped experimentar un contacto directo con la naturaleza y, sobre todo, enriquecerse de una vivencia intercultural, compartiendo múltiples actividades con las familias indígenas.

Runa Tupari se localiza a dos horas al norte de Quito en transporte terrestre, y a solo unos pocos minutos de Otavalo, ciudad renombrada por su mercado de artesanías.

La operadora de Turismo Runatupari difunde los atractivos ecológicos, recreativos y culturales, como festividades indígenas, artesanías y artes populares, y un paisaje esplendoroso.

Atractivos Turísticos: El Cantón Cotacachi tiene diversidad de atractivos turísticos naturales, entre las que ofrece la operadora se encuentran:

a) El Lago Cuicocha: Ubicado en un antiguo cráter volcánico, alcanza profundidades de más de 200 m, de donde emergen domos volcánicos que conforman dos islas de singular belleza. El lago, de aguas cristalinas, toma coloraciones azul marino, verde esmeralda y la gama del arco iris.

b) El Volcán Cotacachi: Este majestuoso volcán, de cresta nevada y esculpido por la acción del glaciar, tiene paredes empinadas y una magnífica vista del cráter. La laguna y los páramos de Piñán tienen ríos límpidos como el cristal y plácidos arroyos albergan una gran variedad de peces, sobre todo la trucha.

c) Cotacachi: Ofrece múltiples expresiones culturales: Hábiles artesanos trabajan el cuero, mientras que las comunidades indígenas manifiestan un gran apego por sus tradiciones. Música, danza, festividades, rituales y un exquisito arte culinario son la expresión viviente y cotidiana de la cultura indígena kichwa. Las grandes celebraciones comienzan en junio con el “Inti Raymi”, festividad que testimonia el sincretismo cultural: veneración de los santos del catolicismo y acción de gracias al Dios Sol por las cosechas. La fiesta de la Jora, en septiembre, combina festividades del hombre mestizo y tradiciones indígenas en los Andes ecuatorianos. 23

Servicios Turísticos:

Runa Tupari garantiza la prestación de servicios de calidad y la autenticidad de sus anfitriones en alojamientos rurales familiares, guías profesionales para excursiones y caminatas, así como alimentación y transporte.

23 www.runatupari.com

La diversidad natural y cultural de la región permite organizar paquetes turísticos como: visitas a comunidades con sus diversas manifestaciones culturales (incluyendo demostración de un shaman), caminatas en torno a lagos, excursiones al bosque nublado, escaladas a montañas y volcanes, práctica del ciclismo y paseos a caballo.

San Clemente

En la provincia de Imbabura se implementó otra iniciativa de Turismo Comunitario como es San Clemente, su propósito es el mejorar las condiciones de vida y mantener el aspecto cultural como una actividad complementaria a la agricultura.

La comunidad de San Clemente ha desarrollado el ecoturismo como alternativa de trabajo y preservación de su patrimonio natural y cultural.

La comunidad se ubica a 2.800 msnm, en las faldas del volcán Imbabura, a media hora de la ciudad de Ibarra.

Atractivos Turísticos:

Naturales: el Volcán Imbabura, la Laguna de Cubilche, la flora y fauna propias del lugar.

Culturales: la música, danza y actividades diarias de la comunidad; artesanías de madera y bordados.

Servicios Turísticos

De acuerdo a su planta turística ofrece los servicio de alojamiento y alimentación, que incluye también actividades como: ascenso al volcán Imbabura, caminata o paseo a caballo a la laguna Cubilche, visitas a talleres de fabricación artesanal, demostraciones culturales, participación en eventos deportivos y convivencia con familias y ocasión ideal para aprender kichwa.

2.9 POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE COTACACHI

Para desarrollar mejor el análisis de la situación real del Cantón Cotacachi y los atractivos que se destinarían para la factibilidad del proyecto dentro de la Comunidad de Culquiloma, se elabora el siguiente FODA de la actual situación del Cantón y de esta manera efectuar las estrategias de difusión y comercialización de los productos.

FORTALEZAS

- Riquezas paisajísticas como es la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, lagunas, balnearios, etc.
- Ubicación estratégica dentro del país, se encuentra a 104 km de la ciudad de Quito.
- Diversidad en flora y fauna.
- Seguridad: ciudad que brinda un ambiente tranquilo y acogedor.
- Presencia de servicio de transporte directo desde Otavalo hasta Cotacachi y una vía exclusiva que integra Quiroga y Cuicocha.
- Excelente vía de acceso al lugar.
- Gastronomía exquisita.
- Los recursos naturales de la zona se encuentran bien conservados.
- Excelente organización entre comunidades.

- Zona sin contaminación ambiental.
- Cuenta con servicios básicos de agua potable, eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado, servicio higiénico, servicio eléctrico, servicio telefónico y recolección de basura.
- El Cantón brinda alternativas vivenciales: vida compartida, conocimiento vivencial de otras costumbres, contacto con la naturaleza, comida ancestral, etc.
- Diversidad cultural en el Cantón.
- Los proveedores de insumos están cerca porque la aportación de la comunidad es directa.
- Hospitalidad de su gente.
- Encuentros interculturales con las diversas culturas que habitan en el Ecuador, de las que se puede aprender sobre los saberes ancestrales, la organización social tradicional, los procesos de producción.
- El turista participa en actividades cotidianas y productivas, lo cual permite conocer diversas técnicas del trabajo artesanal, aprender de los mitos, leyendas, fábulas que están en la tradición oral, música, fiestas, danza, tendrás interacción con los ancianos como memoria viva de nuestros pueblos, así como con los jóvenes, niños y mujeres.
- Trabajo familiar ayuda a reducir costos.

OPORTUNIDADES:

- Mejoramiento económico a través del apoyo de Instituciones como UNORCAD, RUNATUPARI, Alcaldía de Cotacachi.
- Legislación ambiental y turística favorable.
- Masivo ingresos de turistas al Cantón nacional y extranjero.
- El turismo comunitario está en auge, en la provincia de Imbabura.
- Aprovechar la descentralización del turismo.
- El Ecuador y sobre todo el Cantón Cotacachi es reconocido a nivel mundial por sus artículos de cuero.
- Proyección de incremento del turismo comunitario en la zona.

- Hay propietarios de establecimientos que atienden bien, hay otros que atienden regular y otros que atienden mal.
- Los operadores turísticos tienen nuevos productos (turismo comunitario) y un importante mercado potencial.
- Complementariedad con medio ambiente y legado cultural.
- Voluntad de aprendizaje y de adaptación a las demandas de los clientes.
- Demanda definida y especial: vida comunitaria, naturaleza, otras culturas.
- Instituciones de apoyo comprometidas con el subsector.
- Conexiones internacionales.
- Posibilidad de incrementar el flujo turístico si ofrecen otros atractivos turísticos.

DEBILIDADES

- Falta de difusión de los atractivos turísticos y de nuevas iniciativas de hacer turismo en el Ecuador.
- No existe una adecuada comprensión del manejo de servicios turísticos.
- Falta de señalización y materiales comunicativos que permitan al turista llegar a los centros.
- No cuenta con servicios bancarios.
- Transportistas privados imponen tarifas.
- No se conjuga visión comunitaria con visión empresarial.
- Falta de elaboración de un plan que ayude a la preservación del patrimonio cultural.
- Débil nexo de operadores locales con internacionales.
- Baja capacidad de comercialización para concretar negocios, con operadores de turismo, agencia de viajes, etc.

AMENAZAS:

- La comida en Cotacachi tiene similar variedad a la que se puede encontrar en muchos otros lugares del país.

- El mal manejo del sistema político, económico y jurídico del país.
- Falta de atención por parte del Ministerio de Turismo.
- Corrupción por parte de los organismos del estado.
- Falta de imagen del país al exterior.
- Posibles catástrofes mundiales que limiten el ingreso de turistas al país.
- Posición y aceptación de la competencia.

Para desarrollar lo anteriormente anotado se ve la necesidad de establecer las siguientes estrategias:

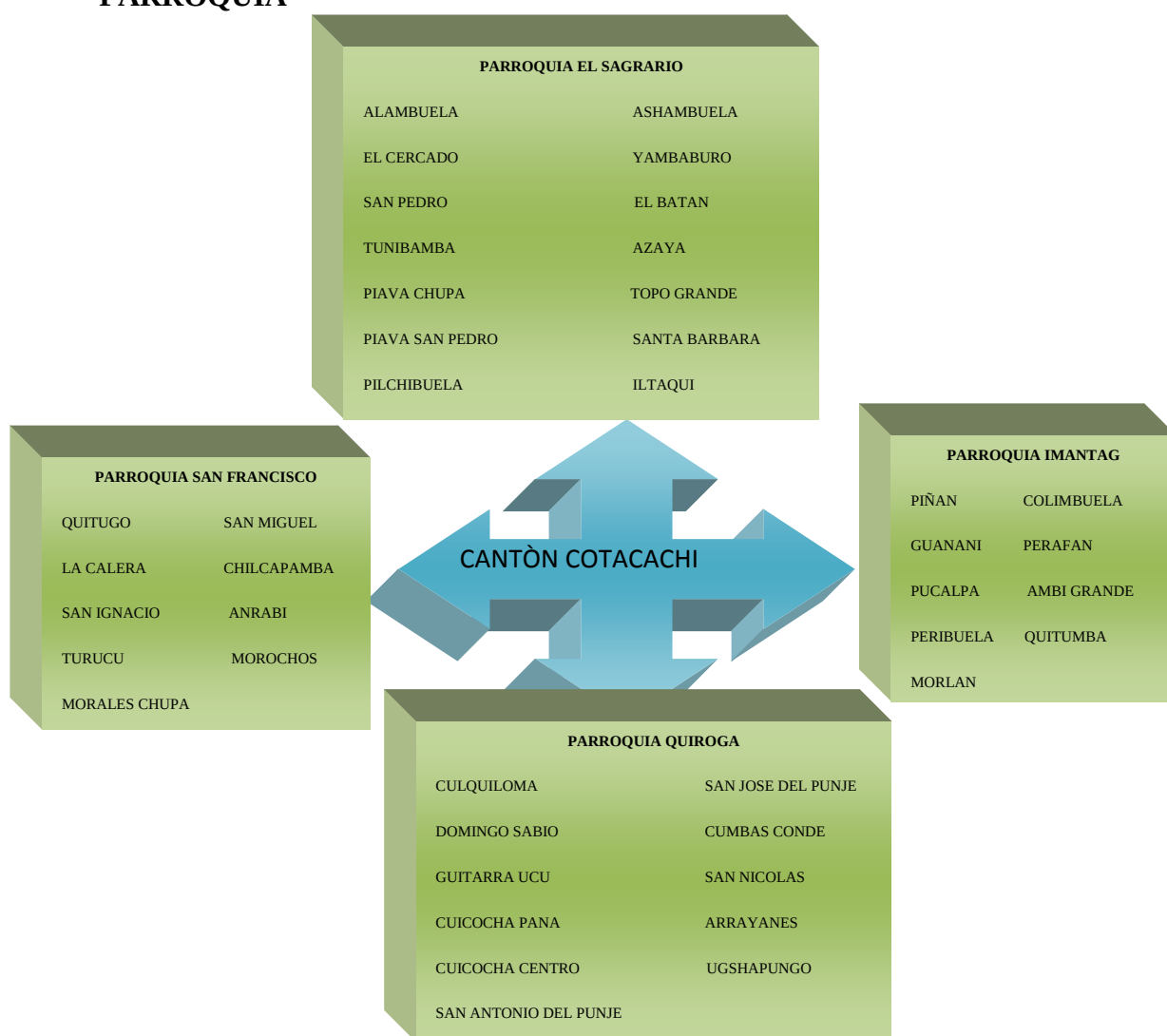
- Realizar promoción nacional e internacional del cantón.
- Vigilar que se cumplan las ordenanzas decretas por el Municipio del cantón.
- Realizar campañas de concienciación ciudadana para que ya no se siga deteriorando el entorno físico y ambiental de la ciudad.

2.10 COMUNIDADES DEL CANTÓN COTACACHI

Cotacachi es considerado como un pueblo pluricultural y multiétnico, cuenta con una importante población indígena, perteneciente al pueblo kichwa de la sierra norte, Otavalos, Caranquis, Natabuelas y Cayambes.

Dentro de los actores turísticos se evidencia organizaciones como la UNORCAC, que cuenta con el reconocimiento legal dentro del cantón; y propone que los grupos organizados existentes a nivel comunitario e intercomunal se organicen en grupos sectoriales y cuenten con representación directa dentro de su propia estructura.

GRÁFICO 4. DISTRIBUCIÓN DEL CANTÓN COTACACHI POR PARROQUIA



Fuente: UNORCAC

Elaborado por: la autora.

2.11 DIAGNÓSTICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN COTACACHI.

Turismo Comunitario se ha desarrollado a partir del año 2001 dentro del Cantón a raíz de la creación de la agencia comunitaria “Runa Tupari Native Travel”.

Actualmente, se cuenta con 16 albergues comunitarios para recibir hasta 48 visitantes en 5 comunidades, tales como: la Comunidad de Morochos (4), Chilcapamba(3), Tunibamba(4), La Calera(3) y Santa Bárbara(2).

Runatupari con el apoyo de la cooperación internacional como USDA, Fundación Tierra Viva, implemento 4 albergues comunitarios (año 2008) en las comunidades de Santa Bárbara y Tunibamba. Anteriormente se contaba únicamente con 12 albergues.

Runa Tupari se ha convertido en una de las operadoras más importantes en el manejo del turismo comunitario, año tras año han incrementado el número de visitantes, con la promoción y difusión de producto “turismo comunitario”, a nivel internacional; siendo ellos los principales consumidores.

De acuerdo a la recopilación de datos que ha realizado la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi, el DTR-IC Desarrollo territorial rural basado en productos y servicios con identidad cultural y UNORCAC Unión de Organizaciones Campesinas e indígenas de Cotacachi, señalan que a partir del año 2001 en el ámbito del Turismo Comunitario ha existido un crecimiento de visitantes extranjeros de aproximadamente el 50% cada año.

CUADRO 5. RESUMEN DE TURISTAS EXTRANJEROS

PERIODO 2001-2004				
ALBERGUES RUNATUPARI				
AÑOS	2001	2002	2003	2004
ALOJAMIENTOS	500	900	1500	2000

Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS, Proyecto de Desarrollo Territorial Rural a Partir de Productos y Servicios con Identidad. Perfil de estudio de caso: la estrategia de promoción del turismo en Cotacachi, Enero 2007.

El Turismo Comunitario administrado desde la lógica comunitaria sustentada en los principios de solidaridad, redistribución equitativa de sus ingresos y el bien vivir, demuestra que con un eficiente modelo de gestión, se puede incrementar el número de visitantes.

En el periodo 2005 al 2007 se alojaron 2800 visitantes en los albergues, entre turistas, estudiantes, voluntarios y 5200 personas participaron en los tours.

2.12 COMUNIDADES REPRESENTATIVAS DE COTACACHI

COMUNIDAD LA CALERA

Características Físicas:

La población de la Calera sobrepasa los 1000²⁴ habitantes de los cuales un pequeño porcentaje es mestizo. El índice de natalidad es alto por lo que se convierte en una de las comunidades mas pobladas del Cantón.

Características Demográficas:

Se encuentra ubicada al Oriente del Cantón Cotacachi, es considerada como una de las comunidades más extensas de la Provincia de Imbabura, en la sierra norte del Ecuador. Pertenece a la parroquia de San Francisco y es una de las comunidades mas cercanas al centro urbano, se encuentra a 2.5 kilómetros.

Esta limitada al norte con la hacienda el Rosario, al este con el Río Ambi y noroeste con la comunidad de San Ignacio, al oeste esta el Río Pichavi y al sur el barrio la Victoria, la hacienda de San Martín al suroeste y la comunidad de Quitugo al sureste.

Condiciones Climáticas:

La temperatura en esta zona alcanza los 25 centígrados y en la Calera al igual que en la sierra ecuatoriana se viven dos estaciones: verano e invierno.

²⁴ UNORCAC, “Nuestra Historia y Cultura”, Proyecto SANREM-Andes, p.20.

Actividades Productivas:

Se caracteriza por la producción agrícola y en menor grado la artesanal. Su problema social es la migración temporal a la ciudad y al exterior, para realizar actividades como la construcción, las florícolas y el empleo doméstico. Los productos que se siembran son: fréjol y maíz.

Servicios Básicos:

La comunidad tiene los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, teléfono, una escuela, una guardería, una casa comunal, una iglesia, espacios de recreación y una cancha de bolly. Sin embargo, tienen ciertos servicios con las siguientes características:

Agua: Cuenta con una red de agua de consumo o entubada a la cual tiene acceso alrededor de 220 familias, de su manejo se encarga la Junta de Administración de Agua, mientras la Asociación de Agua controla el agua de riego.

Medio de Transporte: Se cuenta con el servicio de transporte público, a 45 minutos si se toma el camino desde Cotacachi o a 25 a 30 minutos si se decide ir por la entrada de la vía a Quiroga. Existen calereños que brindan el servicio de transporte ecológico: la bicicleta, y existe el servicio de taxi.

Turismo Comunitario:

Runatupari creó 4 albergues que cuentan con los servicios de alimentación y alojamiento.²⁵

²⁵ Idem., p32

COMUNIDAD DE ITALQUI

Características Físicas:

La comunidad de Italqui, tiene aproximadamente 278 habitantes, posee una importante riqueza cultural con la presencia de 95% de indígenas y 5% de mestizos (propiedades).²⁶

Características Demográficas:

La comunidad está ubicada al occidente del Cantón Cotacachi perteneciente a la parroquia de El Sagrario, aproximadamente a 6 kilómetros de la ciudad y a 4 kilómetros de la parroquia de Quiroga.

Sus límites son: al norte con la hacienda de la familia Unda, al sur con la quebrada Yanayacu y hacienda Italqui Grande, al oriente con la misma quebrada y la comunidad de Chilcapamba, al oeste con el páramo de Cotacachi.

Actividades Productivas:

Las principales actividades económicas están relacionadas con la producción agropecuaria, artesanal y construcción.

Predomina el monocultivo del maíz con fréjol y existen otras variedades de cultivos como: alverja, papas, quinuas, etc.

²⁶ Ídem., p. 39

Servicios Básicos:

Cuenta con el servicio de agua entubada, luz, una casa comunal (lugar en el cual se agrupan para llevar las sesiones convocadas por el Cabildo), una escuela que brinda el servicio de educación básica y un jardín.

Turismo Comunitario:

No hay iniciativas de turismo comunitario.

COMUNIDAD EL CERCADO**Características Físicas:**

La comunidad de El Cercado tiene aproximadamente 180 familias y 1000 habitantes. Tiene una importante riqueza cultural con la presencia de 100% indígenas.²⁷

Características Demográficas:

Está ubicado al noroeste del Cantón Cotacachi, perteneciente a la parroquia de El Sagrario a 7 kilómetros

Sus límites son: al norte con la hacienda La María y la comunidad de El Morlan, al sur con la comunidad de San Pedro y la comunidad de Tunibamba, al este con la comunidad de Alambuela y Tunibamba, al occidente con el páramo de Cotacachi Cayapas.

²⁷ Ídem., p. 43

Actividades Productivas:

Sus actividades productivas se basan en la producción agropecuaria, artesanal y la construcción.

Además, las labores anteriormente eran el hilado de lana de ovejas, o milma o puccha. Ellos confeccionaban anacos, fachalinas y ponchos. Antiguamente se sembraban en los meses de diciembre trigo, cebada y lenteja.

Servicios Básicos:

Posee los servicios de agua entubada, luz, una escuela de educación básica, una casa comunal, la iglesia, la guardería y los caminos (con la ayuda de los hacendados se pudo conseguir un camino para la comunidad y con ello comercializar los productos).

Turismo Comunitario:

No tienen iniciativas de turismo comunitario.

COMUNIDADES DE MORALES CHUPA**Características Físicas:**

La comunidad de Chilcapamba tiene aproximadamente 500 habitantes, con la presencia de indígenas y mestizos, motivo por el cual se utilizan para comunicarse el Kichwa y Español.²⁸

²⁸ Ídem., p.48

Características Demográficas:

La comunidad de Morales Chupa, está ubicada al sur occidente del Cantón Cotacachi, perteneciente a la parroquia Quiroga, aproximadamente a 3.5 kilómetros de la ciudad y 1.5 kilómetros de la parroquia de San Francisco.

Sus límites son: al norte con la comunidad de Turuco y Chilcapamba(Puente de Anrabì), al sur con la comunidad de Morochos, al este con la quebrada de Pitzambitze, y al occidente con la quebrada Seca y la comunidad de Chilcapamba.

Actividades Productivas:

La producción agrícola está orientada básicamente al autoconsumo familiar, ya que la producción es baja debido a las pequeñas parcelas. Predomina el monocultivo del maíz con fréjol.

Servicios Básicos:

Posee los servicios de agua entubada, baterías sanitarias y luz. Cuentan con una casa comunal y varios caminos.

Turismo Comunitario:

No hay iniciativas de turismo comunitario.

COMUNIDAD SAN ANTONIO DEL PUNGE

Características Físicas:

Tiene una población de aproximadamente 250 habitantes.²⁹

Características Demográficas:

Está ubicado al sur del Cantón Cotacachi, perteneciente a la parroquia de Quiroga. Se encuentra aproximadamente a 7 kilómetros de la ciudad y a 4 kilómetros de la parroquia.

Sus límites son: al norte con la comunidad de San José de Punge, al sur con la comunidad de San Nicolás, al este con la comunidad de Cumbas Conde, y al occidente con la quebrada de Pichavi y la comunidad de Cuicocha.

Actividades Productivas:

Su economía está relacionada con la producción agropecuaria, y aproximadamente un 5% artesanal.

Servicios Básicos:

Tiene el servicio de agua entubada, luz, baterías sanitarias, una casa comunal y un estadio.

²⁹ Ídem., p.53

Turismo Comunitario:

No registra iniciativas de turismo comunitario.

COMUNIDAD CULQUILOMA**Características Físicas:**

Tiene una población de aproximadamente 300 habitantes con aproximadamente 80 familias.³⁰

Características Demográficas:

Sus límites son: al norte con la comunidad de Azama, al sur con la parroquia de Quiroga, ciudadela La Victoria, al este la parroquia de Quiroga, y al occidente con la Comunidad La Calera.

Actividades Productivas:

Su economía esta relacionada con el cultivo de fréjol, maíz, arveja, etc. Los hombres de dicha comunidad se dedican a la construcción, razón por la cual se desplazan a las ciudades de Ibarra y Quito. Además, la población de mujeres entre los 15 a 25 años prestan sus servicios como empleadas domésticas. Su nivel de instrucción escolar llega hasta cuarto año de primaria.

³⁰ Idem., p.63

Servicios Básicos:

Tiene el servicio de agua entubada, luz, baterías sanitarias, una casa comunal y un estadio.

2.13 ORGANIZACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA DE LAS COMUNIDADES.

La estructura política y organizativa es el Consejo de Gobierno Comunitario o denominado “Cabildos”. Son elegidos de entre los comuneros para ejercer sus funciones durante un ejercicio fiscal, quienes están encargados del desarrollo, unidad y bienestar de la comunidad. Además, debe crear las Comisiones de Deportes, Salud y Mujer, Cultura, Turismo, Comunicación y Educación. Es la instancia de decisoria de una comunidad.

ACTIVIDADES SOCIALES Y CULTURALES DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DEL CANTÓN COTACACHI.

Dentro de las manifestaciones más profundas del sincretismo y religiosidad de las comunidades Cotacacheña, se ha formulado un calendario andino, sobre la cual se propiciará espacios de interculturalidad con el mundo.

CUADRO 6. CALENDARIO ANDINO

CALENDARIO ANDINO				
PERÍODO	15 DICIEMBRE AL 15 ENERO	15 ENERO AL 15 FEBRERO	15 ENERO AL 15 FEBRERO	MARZO -25 ABRIL
TIEMPO-QUICHUA	Juchay Pukuy	Mushuk Pukuy	Pawkar Waray	Ayriway Quilla
ACTIVIDAD	Anuncio de la producción, añoranza de los primeros frutos.	Siembra de cebada y trigo	Mes del Equinoccio	Semana Santa(procesión llevando Santos)
		Primeros frutos	Fiesta del Mushuk Niña(Fuego Nuevo)	Novenas, procesiones en las comunidades indígenas y urbanas,
	Se realiza el Bara Chinbachi(entrega de mando), cambio de los gobiernos comunitarios	Mingas de limpieza de las acequias	Año Nuevo Andino(20 marzo) dedicada a la Ñusta o Princesa	Domingo de Ramos, Viernes Santo, romerías a los santuarios.
FRUTOS	Ara papa(papa silvestre)	Zambo, choclo, frejol y arvejas	Se preparan los primeros granos	Zambo, Zapallo, choclos, papas, chugshutanda, chugshuapi, musiguitarra, chachalusi, rosquilla, fritada
COMIDA TIEMPO				Preparación fanesca
PERÍODO	25 ABRIL- FINES MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
TIEMPO-QUICHUA	Aymuray Quilla	Inti Raymi Quilla	Anta Situwa	Kapak Situwa
ACTIVIDAD	Cosechas/ Siembra de papas y arvejas	Mes del Solsticio(rituales, baile, ofrendas en todas las comunidades)	Warmy Punlla(Fiesta de la mujer)	Selección y almacenamiento de semillas
	Aniversarios de las comunidades de Morochos y Tunibamba.	Fiesta del Sol- Inti Raymi Quilla	Fiesta de Cantonización de Cotacachi	
		Jatun Punlla- oma de la plaza-fiestas de San Pedro y San Juan		
		Mingas para corte de hojas y parvas		
		Rituales, elección de ñustas, juegos tradicionales como el Juego de Tortas.		
FRUTOS	Maíz cao, chuchuca	Maíz, quinua, frejol, papas, huevos, gallina, papas, queso		Morochito blanco, papas, zambo
COMIDA TIEMPO	Preparación de chuchucas	Chica de maíz, mote, mazamorra, cuy, tostado, fritada y Pepa de zambo	Preparación de la colada de mote, tortillas de maíz	Preparación de quilla mote
PERÍODO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	15 OCTUBRE AL 15 NOVIEMBRE	15 NOVIEMBRE AL 15 DICIEMBRE
TIEMPO-QUICHUA	Koya Raymi Quilla	Tamya Raymi Quilla	Aya Warkay Quilla	Kapak Raymi Quilla
ACTIVIDAD	Mes del Equinoccio	Mes de la lluvia	15 Noviembre fin de los sembríos	Mes del Solsticio
	Tapuy Raymi (Fiesta de la Siembra)- La Calera			
	Fiesta de la Jora	Mingas de siembras de maíz, frejol, quinua, chochos	Wakchacaray (2 de noviembre), comparten alimentos en el cementerio en honor a los difuntos.	Warmi Pascua, Tuta Misa(Misa de la Media Noche)
	Fin de preparación de los suelos e inicio de las siembras			
FRUTOS	Arvejas tiernas, papas tiernas, frutas, pan dulce/ frutas			Quinua, mote
COMIDA TIEMPO	Mote, cuy, gallinas,chicha de jora	Preparación de tortillas d maíz en tiesto, zambo de dulce con tostado	Preparación de Pan de finados(guaguas, caballitos), colada morada, champús, mazamorra con churos, papas con Pepa	Preparación mazamorra, quimbolito, llamachaqui(para llevar al cementerio)

Fuente: la autora.

2.14 SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO EN COTACACHI

Hasta mediados de los años 70, el turismo se asociaba básicamente, de un lado, con playa, mar y sol y del otro, con museos, monumentos e historia de grandes culturas. A finales de los años 80 y comienzo de los 90 se juntan varios elementos: la oferta a los destinos turísticos tradicionales comienzan a saturar a la demanda, se genera la necesidad de ofrecer nuevos productos turísticos diferenciados, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo tradicional.

ALIMENTACIÓN

Comidas típicas de la zona. Muchos de los alimentos utilizados son totalmente orgánicos. Son servidos en las casas de los comuneros, el cual es suministrado por una cocinera debidamente preparada en la preparación de alimentos orgánicos y es miembro de la comunidad. El alimento se puede servir dentro de las casas de la comunidad.

ALOJAMIENTOS COMUNITARIAS

Esta actividad ayuda a que los turistas conozcan un poco más de las costumbres de los habitantes del mundo rural y que al momento de visitar un atractivo puedan encontrar un sitio donde poder dormir. Los alojamientos son cómodos, cada uno cuenta con la capacidad máxima de tres personas, un baño privado con agua caliente y una chimenea de leña. Cuenta con pequeños jardines a su alrededor.

CONVIVENCIA COMUNITARIA

El turista interactúa con miembros de las comunidades, para lo cual un miembro de la familia anfitriona de su alojamiento u otro guía nativo acompañará en un paseo por el huerto familiar, identificando todas las plantas que se cultivan allí e informándoles sobre las propiedades, historias y usos que cada una tiene.

Conocerán ejemplares de las raíces y tubérculos andinos, fréjoles arbóreos, diferentes clases de ají, calabazas, maíces, nogales andinos, tomate de árbol, quinua, y así apreciar la importante labor de conservación que están cumpliendo los agricultores indígenas de Cotacachi.

Las actividades que permiten la convivencia se obtiene al momento de la participación del turista en actividades cotidianas de las familias andinas, la preparación de la comida, trabajo en el campo y el recorrido por la comunidad.

También conocerán las plantas medicinales que cultivan y los conocimientos ancestrales acerca del uso y como sus anfitriones también conservan vigentes.

Dependiendo de la disponibilidad del tiempo, se puede realizar otras actividades tales como: ordeñar vacas, alimentar cerdos y gallinas, realizar cabalgatas, participar en actividades sociales y deportivas, danza y música local.

PAQUETES TURÍSTICOS OFERTADOS

Los paquetes turísticos ofertados y sobre el cual se maneja la propuesta de turismo comunitario tiene una duración de uno a cuatro día, en el que se incluye el alojamiento, comidas, guías nativos y transporte para el tour completo, de Otavalo hasta Cotacachi.

Al conocer que la Agencia Comunitaria Runatupari, coordina directamente con la UNORCAC el desarrollo sostenible de los recursos naturales y la equitativa distribución de recursos económicos, para lo cual se han establecidos los siguientes paquetes turísticos:³¹

TOUR un día: incluye la visita a comunidades y Lago Cuicocha.

TOUR un día: caminata alrededor del Lago Cuicocha.

TOUR un día: excursiones a caballo.

TOUR un día: caminata a la Laguna de Mojanda y a la montaña Fuya-Fuya.

TOUR de uno y dos días: descenso en bicicleta a la zona subtropical y al bosque húmedo de Intag.

TOUR de tres días: caminata desde Cuicocha a las lagunas de Mojanda.

TOUR de cuatro días: caminata a la Laguna de Piñán y al bosque nublado de Intag ascenso al volcán Cotacachi.-

TOUR de convivencia familiar.

³¹ www.runatupari.com

2.15 FLUJO TURÍSTICO DEL CANTÓN COTACACHI

La información relacionada con el Flujo Turístico se realizó en base al número de visitas realizadas a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, constituye el dato más importante que se registra dentro del Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Turismo. El Municipio de Cotacachi, no cuenta con una estadística del número de visitantes nacionales y extranjeros que visitan el Cantón.

CUADRO 7. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS

RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI –CAYAPAS			
AÑOS: 2003-2007			
AÑO	TURISTA		
	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
2003	65,891	23,057	88,948
2004	69,497	24,243	93,740
2005	77,459	24,657	102,116
2006	79,011	27,539	106,550
2007	84,897	28,305	113,202

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Dirección de Áreas Naturales-Ministerio del Ambiente, 2007.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, durante el año 2007 los visitantes que han llegado al Cantón Cotacachi es de 113.202 habitantes, de los cuales el 75% corresponde a los turistas nacionales y el 25% turistas internacionales.

Sin embargo, de acuerdo al análisis realizado por el Municipio de Cotacachi, a través del sondeo del perfil de los visitantes, ratifica que el 70% de visitantes son nacionales y 30% extranjeros, de los cuales 45% son hombres y 55% mujeres.

El 57% de los turistas extranjeros provienen de Europa, 34% Norteamérica, 2% Colombia y 7% Otros países. El 56% de turistas tienen una edad de entre 26 a 45 años, 23% de 46 a 65 años, 20% de 12 a 25 años. La motivación de los turistas radica en la belleza paisajística que corresponde al 74%, compras de artesanías con el 68%, Aspectos Culturales el 43%, Visita a Familiares y amigos el 13% y precios económicos el 11%

2.16 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN COTACACHI

Se puede decir que un inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registran ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado.

Contribuyen a conformar la oferta turística del Cantón Cotacachi. Proporciona información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

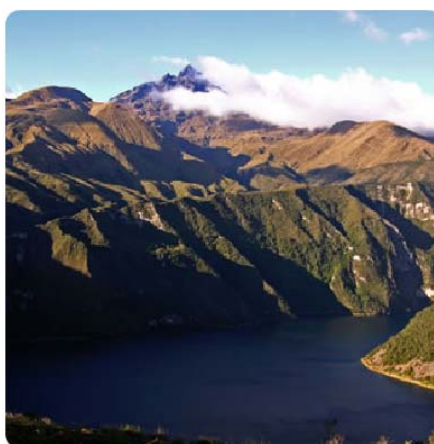
Se evalúa en base a tres parámetros: información consignada en las fichas de la clasificación de los Atractivos, toma fotográfica y un conocimiento de las características particulares de los atractivos.

El inventario turístico que a continuación mencionaré fue tomado de la información proporcionada por el Municipio de Cotacachi a través de la Dirección de Turismo-instrumento que fue elaborado por el Ministerio de Turismo, el citado material se denomina “Actualización de Atractivos Turísticos de las Provincias de Carchi e Imbabura”, del cual se recoge la información más valiosa para el presente estudio.

SITIOS NATURALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Volcán Cotacachi	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes

FOTO 1. VOLCÁN COTACACHI



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Imantag, Apuela, Plaza Gutiérrez

Características Físicas del Atractivo

Altura: 4939 m.s.n.m

Temperatura: 6 Centígrados

Precipitación Pluviométrica: 1250-1500 mm (cúbico)

Altura y Morfología: El volcán Cotacachi se levanta en la parte norte de la Cordillera occidental del Hoya del Chota. En la cima existen dos cúspides separadas por una pequeña ensillada. Su estructura es similar a un cono, forma que tiene la punta más alta.

Descripción del Paisaje: Ofrece un maravilloso espectáculo por cuanto se puede observar toda la panorámica de la provincia de Imbabura. Para ello se recomienda utilizar el sendero que inicia en la Laguna de Cuicocha y asciende hasta la cima del volcán.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Laguna Las Golondrinas	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna

FOTO 2. LAGUNA LAS GOLONDRINAS



Ubicación

Provincia: Imbabura (Zona no delimitada)

Cantón: Cotacachi

Parroquias: García Moreno

Distancia: 15.3 km

Características Físicas del Atractivo

Altura: 206 m.s.n.m

Temperatura: 24 Centígrados

Precipitación Pluviométrica: 4000-4500 mm (cúbico)

Origen: Es un estanque natural que probablemente se origina en la capa freática alta aflorando hacia la superficie y dio a lugar a la formación de una laguna. En sus orillas encontramos varios pantanos.

Calidad del Agua: el agua es transparente sin turbidez con una temperatura de 14 grados centígrados.

Descripción del paisaje: A pesar de la tala del bosque se puede observar que en los alrededores se encuentran remanentes de monte con un estrato superior conformado principalmente por especies de las familias Morácea y Myrtaceae. En las zonas de regeneración del bosque existen varios géneros de heliófitas como los guarumbos y epífitas de la clase *Clusia* spp. También encontramos pambil, palmito y algunas variedades de la familia Lauraceae.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Laguna Cuicocha	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna

FOTO 3. LAGUNA CUICOCHA



Ubicación

Provincia: Imbabura (Zona no delimitada)

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Plaza Gutiérrez, Quiroga, Cotacachi

Distancia: 9 kilómetros (Quiroga) 12 Kilómetros (Cotacachi)

Características Físicas del Atractivo

Altura: 3083 m.s.n.m

Temperatura: 10 Centígrados

Precipitación Pluviométrica: 1250-1500 mm (cúbico)

Origen: Aproximadamente hace 3000 años el volcán Cuicocha erupcionó cubriendo de lodo y lava volcánica las zonas de lo que hoy son las poblaciones de Cotacachi, Quiroga, Otavalo, Imantag y Atuntaqui. El lago Cuicocha yace en la caldera meridional del Cotacachi y es producto de una sus erupciones. Su cráter, limitado por paredes verticales interiores, tiene una impresionante caldera de 3 km. de diámetro, con una laguna sin desagadero de aproximadamente 200 m de profundidad en algunos lugares, con tres domos volcánicos que afloran en dos islotes y evidencian la renovación de la actividad volcánica que se mantiene hasta nuestros días.

Dimensiones:

Superficie total: 393 has (Laguna de Cuicocha)

Superficie del Islote Yerovi: 27.6 has.

Superficie del Islote Teodoro Wolf: 44.2 has.

Ancho del Canal del Ensueño: 22.9m

Profundidad media relativa del canal: 56.35m

Profundidad media de la laguna: 150m

Perímetro: 14.4 Km

Calidad del Agua: La pureza y claridad del agua se debe a la vegetación natural que rodea la laguna, lo que hace que el líquido producto de las precipitaciones no arrastre sedimentos hacia ella, por lo que se deduce que la contaminación es muy limitada.

Descripción del Paisaje: Cuicocha yace en la caldera meridional del Cotacachi y es producto de una sus erupciones. Su cráter se encuentra limitado por paredes verticales interiores, en donde las pendientes son fuertes. Los suelos son de origen

volcánico. Observamos la presencia de una flora exuberante tanto arbórea, arbustiva y herbácea lo que hace de este sitio un lugar completamente natural. Las aguas son transparentes y azuladas por la refracción de la luz y en las que se reflejan la flora y las paredes circundantes.

Descripción de Riberas: Las riberas se encuentran cubiertas principalmente de totora. En los alrededores de los islotes, bajo el espejo de agua, existen algas de diferentes especies.

Actividades Varias: En esta laguna el visitante puede realizar paseos en lancha por los islotes Yerovi y Teodoro Wolf y el canal del Ensueño, buceo o kayak, trekking por el sendero que rodea la laguna.

Muelles:

Existe un muelle desde donde las embarcaciones realizan los recorridos por la laguna.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Lagunas Tobar Donoso	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna

FOTO 4. LAGUNAS TOBAR DONOSO



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Imantag

Distancia: 50.8 kilómetros (San Blas) 53.3 Kilómetros (Urcuqui)

Características Físicas del Atractivo

Altura: 3246 m.s.n.m

Temperatura: 10 Centígrados

Precipitación Pluviométrica: 1500-1750 mm (cúbico)

Origen: Las lagunas de Tobar Donoso o mejor conocidas como Lagunas de Piñán, son de origen glaciar.

Dimensiones:

Tobar Donoso de mayor tamaño tiene:

Superficie total: 393 has

Perímetro: 14.4 Km

Yanacocha

Superficie: 0.59 has

Perímetro: 11.4 Km

Calidad del Agua: Esta laguna se presenta sin contaminación alguna por lo que sus aguas son completamente cristalinas y sin turbiedad. La temperatura es de 12°C.

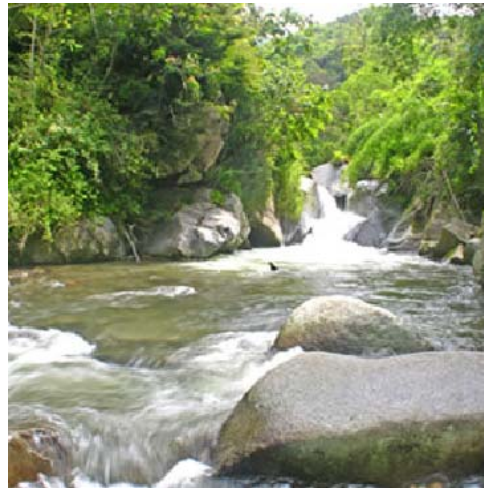
Descripción del Paisaje: Vegetación arbustiva, que se localizan principalmente en sus orillas y en las quebradillas que alimentan la laguna. Desde aquí se puede observar al Cotacachi, Yanahurco y Pulumburo, entre otras elevaciones.

Descripción de la Ribera: Las riberas se encuentran cubiertas principalmente de pajonales y vegetación arbustiva.

Actividades Diarias: En esta laguna el visitante puede realizar pesca de trucha y camping, por lo que se aconseja llevar el equipo apropiado

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Río Chalguayacu	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o Raudales

FOTO 5. RÍO CHALGUAYACU



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: García Moreno

Distancia: 10.5 kilómetros (Chalguayacu) 12.5 Kilómetros (García Moreno)

Características Físicas del Atractivo

Altura: 873 m.s.n.m

Temperatura: 22 Centígrados

Precipitación Pluviométrica: 1500-1750 mm (cúbico)

Tamaño: Tiene 11 m de ancho

Calidad de Agua: El agua es cristalina sin turbiedad. La temperatura es de 13 °C.

Descripción del Paisaje: En el río encontramos vegetación propia de la zona, especialmente de la familia Lauraceae. Se miran pendientes moderadas por donde fluye el cauce de las aguas. En sus alrededores hallamos cultivos de frutales, leguminosas y pastos. El mesorelieve de este lugar es montañoso y ondulado.

Vano: El vado tiene 9 m de ancho, 10 de largo y 1.50 m de profundidad aproximadamente.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Río Manduriaco Grande	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o Raudales

FOTO 6. RÌO MANDURIACO GRANDE



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: García Moreno

Altura: 585 m.s.n.m

Temperatura: 24 grados

Precipitación Pluviométrica: 2000-2500 mm (cúbico)

Tamaño: Tiene 12 m de ancho

Calidad de Agua: El agua es cristalina y transparente, a pesar de tener un color verde claro. La temperatura es de 11°C.

Descripción del Paisaje: El entorno natural de este río presenta pendientes moderadas con vegetación natural en sus orillas, conjuntamente con pastos y cultivos. La flora existente en las zonas altas es abundante a pesar de la constante tala del bosque, por lo que se pueden observar especies de las familias Lauraceae, Euphorbiaceae, Flacourteaceae, Morácea, entre otras. La fauna es diversa tanto en aves cuanto en mamíferos.

Descripción de Ribera: En ellas existe abundante vegetación propia de la zona. También hay pastos y cultivos.

Vados: Existe un vado en donde las personas del lugar lo utilizan para bañarse. Tiene aproximadamente 7 m de ancho por 8 de largo y 1.65 m de profundidad.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Río Chontal	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o Raudales

FOTO 7. RÌO CHONTAL



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: García Moreno

Altura: 667 m.s.n.m

Temperatura: 22 grados

Precipitación Pluviométrica: 1750- 2000mm (cúbico)

Tamaño: Tiene 7 m de ancho

Calidad de Agua: El agua es transparente sin presencia de turbiedad. Tiene una temperatura de 12°C

Descripción del paisaje: Las riberas del río están constituidas por grandes rocas; sin embargo, en sus proximidades hallamos remanentes de vegetación natural, cultivos agrícolas, así como áreas dedicadas a la ganadería. El paisaje geográfico está formado por pendientes moderadas y fuertes

Descripción de Riberas: Sus riveras son rocosas, sus orillas son arenosas y en ellas se puede apreciar mica, lo que da un contraste diferente cuando se fusionan con el agua.

Vados: Existen varios vados que son utilizados para la recreación de los habitantes del lugar

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Río Cristopamba	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o Raudales

FOTO 8. RÌO CRISTOPAMBA



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Seis de Julio Cuellaje

Altura: 2077 m.s.n.m

Temperatura: 16 grados

Precipitación Pluviométrica: 1750- 2000mm (cúbico)

Tamaño: Tiene 13 m de ancho

Calidad de Agua: El agua es cristalina sin turbiedad, la temperatura es de 12 °C.

Descripción del paisaje: Las aguas de este río provienen desde los páramos de Piñán, las mismas que recorren por pequeños valles y relieves bastante accidentados con pendientes fuertes y abruptas. La vegetación que se encuentra en sus riberas es propia de la zona, se observan cultivos de tomate, maíz, fréjol y pastizales, el mesorelieve es montañoso, ondulado y plano. Sus principales afluentes son los ríos: Meridiano, Marañón, Magdalena, Nápoles y San Joaquín.

Vado: Presenta diferentes vados en el trayecto. En Playa Rica se forma uno de ellos de 8 m de ancho, 10 de largo y 2.50 m de profundidad aproximadamente.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Rìo Verde	Sitios Naturales	Rìos	Rápidos o Raudales

FOTO 9. RÌO VERDE



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Seis de Julio Cuellaje

Altura: 573 m.s.n.m

Temperatura: 22 grados

Precipitación Pluviométrica: 2000-2500mm (cúbico)

Tamaño: Tiene 8 m de ancho

Calidad de Agua: El agua es cristalina y transparente, con temperatura de 14 °C.

Descripción del paisaje: flora existente en las zonas altas es abundante a pesar de la constante tala del bosque, por lo que se puede observar especies de las familias Lauraceae, Euphorbiaceae, Flacourteaceae, Morácea, entre otras. La flora y fauna son diversas tal y cual ya hemos señalado.

Descripción de Riberas: La vegetación existente en este lugar es poca, debido a que la mayoría de bosques que se ubicaban en sus inmediaciones han sido talados.

Vados: El vado existente en este río sirve para la recreación de los habitantes del lugar.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Cascada del Huevo	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas

FOTO 10. CASCADA DEL HUEVO



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Imantag

Altura: 2241 m.s.n.m

Temperatura: 16 grados

Precipitación Pluviométrica: 1000-1500mm (cúbico)

Tamaño: el salto del agua es de 10 a 12 m.

Calidad de Agua: El agua se encuentra algo turbia. La temperatura es de 12°C

Descripción del paisaje: Esta cascada se encuentra en un espacio bastante erosionado cerca del río Ambi. En ella encontramos escasa vegetación que se disemina por pendientes abruptas. En la parte superior de la caída se pueden observar colinas y ondulaciones formadas especialmente por cangagua.

Vados: El vado es pequeño con 3 m de longitud y una profundidad de 0.60 m

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Cascada El Chorro	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas

FOTO 11. CASCADA EL CHORRO



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Recinto Las Golondrinas

Altura: 232 m.s.n.m

Temperatura: 23 grados

Precipitación Pluviométrica: 4000-5000mm (cúbico)

Tamaño: Tiene un salto de 40 m, y ancho de 8 m.

Calidad de Agua: El agua que presenta la cascada es transparente sin turbiedad; tiene una temperatura de 12°C.

Descripción del paisaje: El paisaje que presenta este lugar es remanente de bosque y matorral, en donde el relieve es poco ondulado y plano en su mayoría. Las pendientes son suaves y en varios casos moderadas. En los alrededores encontramos extensas plantaciones de palma africana que desentona el panorama.

Vados: Existe un vado que forma esta cascada de aproximadamente 8 m.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÌA	TIPO	SUBTIPO
Bosque de Periquera	Sitios Naturales	Bosque	Bosque Nublado Occidental

FOTO 12. BOSQUE DE PERIQUERA



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Imantag

Altura: 2920 m.s.n.m

Temperatura: 12 grados

Precipitación Pluviométrica: 500-1000 mm (cúbico)

Ubicación: Este bosque se encuentra ubicado en el nororiente del volcán Cotacachi, en la comunidad de Peribuela.

Extensión: Tiene una extensión de 396.25 has

Densidad: Existen 35 especies en 0.1 has, distribuidas en 16 familias y 18 géneros, registrándose 225 individuos de los que *Freziera canescens* llegan a medir 22m de altura.

Estructura: El dosel está formado por árboles de watze (*Freziera canescens*) y guabillo (*Myrcyanthes rhopaloides*), en el estrato medio es dominado principalmente por (*Palicourea amethystina*), que es la especie más abundante en este lugar.

Altura: Los árboles alcanzan alturas de 20 y 25 m, en el estrato medio la altura oscila entre 10 y 12m y en cuanto a arbustos miden de 5 a 10m.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Aguas Minerales de Yanayacu	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Minerales

FOTO 13. AGUAS MINERALES DE YANAYACU



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: El Sagrario

Altura: 2428 m.s.n.m

Temperatura: 15 grados

Precipitación Pluviométrica: 1000-1259 mm (cúbico)

Origen: Son aguas subterráneas con alta concentración de hierro.

Calidad del Agua: Esta agua es de color es amarillo tenue, no presenta turbiedad y con temperatura de 13 °C.

Propiedad de las Aguas: Son utilizadas principalmente para tratamiento de enfermedades artríticas, reumáticas, neuríticas, osteo artríticas, neuritis, entre otras. Además que son aguas que poseen un alto valor para los indígenas ya que son utilizadas para baños y rituales ceremoniales. No hay contraindicaciones.

Descripción del Paisaje: En los alrededores se encuentran pequeños matorrales y se aprecian especies como: eucalipto, aliso, chilcas, kikuyo, cucardas, lecheros, además de cultivos de maíz. El paisaje presenta relieves interandinos, con suelos H4 suelos negros, profundos, francos a arenosos, derivados de materiales piroclásticos, con relieve severamente ondulado a casi plano; con andesitas, son suelos volcánicos del Cotacachi de la Era Cuaternaria, el clima es Ecuatorial mesotérmico semihúmedo.

Instalaciones Existentes: Existen dos piscinas y vestidores para brindar facilidades al visitante.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Aguas Nangulvi	Minerales	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas
			Aguas Termales

FOTO 14. AGUAS MINERALES NANGULVI



Ubicación

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquias: Vacas Galindo

Altura: 1364 m.s.n.m

Temperatura: 20 grados

Precipitación Pluviométrica: 1500-1750 mm (cúbico)

Origen: Es un manantial de origen volcánico rodeado de colinas cubiertas de bosque primario.

Calidad del Agua: Las aguas termales son casi transparentes aunque tienen cierta pigmentación amarillenta debido a la presencia de azufre y otros minerales disueltos, la temperatura del agua alcanza los 71°C.

Propiedades del Agua: Las aguas tienen poderes curativos especialmente recomendadas para traumatismos, neuralgias, artritis, reumatismos y para contrarrestar infecciones cutáneas. Son contraindicadas para personas con hipertensión arterial.

Descripción del paisaje: El nacimiento de esta vertiente se da en una montaña con pendientes abruptas, en donde la poca vegetación que se mantiene es de matorral, se observa que prevalecen los guabillos (*Ingas spp.*), este lugar es albergue para una infinidad de aves como las tangaras *Thrytopis ornata*, *Euphonia cyanocephala*, *Tangara arthus*, *Piranga leucoptera*, entre otras, también existen gorriónes *hircacchuros* (*Pheucticus chrysogaster*), cuyago (*Dasyprocta fuliginosa*), raposa

(*Didelphys albiventris*), en otras especies. Geológicamente son brechas volcánicas con granodiorita, pórfido, pertenece al período Cenozoico, son de vertientes externas con cobertura de proyecciones piroclásticas recientes, de las vertientes septentrionales y centrales con cenizas y lapillo, son zonas muy deprimidas. Los suelos son inceptisoles D2 los mismos que son propios de la sierra volcánica alta, con relieves ligero o moderadamente onduladas derivados de materiales piroclásticos, alofánicos, francos a arenoso.

Instalaciones existentes: Se ha adaptado un complejo turístico con facilidades como alimentación, alojamiento y recreación.

Es importante destacar que actualmente existen 14 atractivos turísticos entre: lagunas, lagos, ríos, bosques, aguas termales, etc., motivo suficiente para lograr innovar en la elaboración de paquetes turísticos que cautive al turistas nacional o extranjero, y con ello motivarlo a que retorne.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Mercado es el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo a distintos precios establecidos y al tipo de mercancía³².

El presente análisis de mercado está basado en el uso de herramientas de investigación aplicadas a los actores que influyen en el turismo nacional, especialmente en lo que respecta a la provincia de Imbabura, todo esto, con el objeto de extraer información acerca de las necesidades de los clientes, su comportamiento frente a las características del producto y del servicio que se ofrecerá, así como, posibles condiciones del entorno en las cuales se desenvolverían el Centro de Turismo Comunitario.

Para la presentación de los resultados obtenidos, en primer lugar se establecerán los parámetros del mercado como el perfil del segmento objetivo, seguido de las características numéricas para la cuantificación del tamaño de la muestra, los resultados de la aplicación de las encuestas y finalmente los correspondientes análisis.

DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, tiene por objeto cuantificar los bienes y servicios que podrían ser aceptados en el mercado.³³

³² HERNANDEZ HERNANDEZ, Abraham, y HERNANDEZ VILLALOBOS, Abraham, *Formulación y Preparación de Proyectos de Inversión*, Compañía Editorial Electro-Comp. S.A, México, p. 46

Por lo tanto, se trata de determinar la demanda insatisfecha y las estrategias de mercado para acceder a los diferentes segmentos.

Adicionalmente, se identifica la población objetivo del mercado a que pretendemos llegar mediante los servicios que ofrece el Centro de Turismo Comunitario y desarrollar un plan de introducción al mercado, a través de establecer las estrategias del mercado turístico para llegar al cliente y así motivarlos a que haga uso del Centro de Turismo Comunitario.

3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

Análisis del Flujo Turístico Mundial

A través de las investigaciones y análisis realizados acerca de la importancia del turismo a nivel mundial y en una gran cantidad de países del mundo que dependen principalmente o en gran parte de los ingresos que genera este en sus sociedades, se ha concluido que el mercado turísticos ha tenido un sostenido crecimiento a través de las décadas de cuyo efecto se ha beneficiado todo el mundo y muchos países que reciben a una gran cantidad de turistas cada año, en aspectos económicos y sociales.

33 SOSA DE LA CRUZ, Clifor D., *Cómo elaborar un proyecto de inversión turística*, CAMDESA Editorial Sa, p. 25.

CUADRO 8. FLUJO DE TURISMO RECEPTIVO A NIVEL MUNDIAL

Llegada de turistas internacionales por regiones

AÑO	2006 (millones)	2007 (millones)	CRECIMIENTO (%)
MUNDO	846.00	898.00	6.1
Europa	460.80	480.10	4.2
Asia y el Pacífico	167.80	184.90	10.2
Américas	135.70	142.10	4.7
África	40.90	44.20	7.9
Otro Medio	41.00	46.40	13.4

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT), Barómetro OMT del Turismo Mundial, 2007.

El flujo del Turismo Receptivo a nivel mundial ha tenido un sostenido crecimiento de 6.1%; el más representativo crecimiento se ha generado durante el año 2006 y 2007 en Asia y el Pacífico con un crecimiento anual que ha sobrepasado el 10.2% en relación al resto de continentes, el crecimiento es muy conservador en el ámbito del turismo internacional del 4.2% en Europa, el 4.7% en América, 7.9% en África y el 13.4% en el Oriente Medio.

CUADRO 9. LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A AMÉRICA

AÑO	2006 (millones)	2007 (millones)	CRECIMIENTO (%)	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (%)
AMÉRICA	135.70	142.20	4.70	15.80
América del Norte	90.70	95.00	4.70	10.60
El Caribe	19.40	19.30	-0.90	2.10
América Central	6.90	7.70	11.10	0.90
América del Sur	18.70	20.20	8.10	2.20

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT), Barómetro OMT del Turismo Mundial, 2007.

Del Turismo Receptivo en América, Norteamérica representa como la subregión que más turistas recibe cada año; en segundo lugar se encuentra América del Sur y el Caribe debido al incremento de los servicios turísticos en Perú, Ecuador y Colombia; y Argentina, Brasil y Uruguay reciben un mayor número de turistas. América Central y América del Sur tuvieron un crecimiento en la llegada de turistas del 8.1 y 11.1 respectivamente.

Esto se ve reflejado en los datos del flujo del turismo receptivo, a nivel mundial en el cual se observa que existe un incremento en el número de visitantes año tras año.

Análisis del Flujo Turístico Extranjero al Ecuador

Los flujos de turistas que llegan al Ecuador, siguen la misma tendencia a nivel mundial donde se puede encontrar un crecimiento o decrecimiento paralelo a las tendencias mundiales del Turismo Receptivo.

CUADRO 10. LLEGADAS DE EXTRANJERO AL ECUADOR Y SALIDA DE ECUATORIANOS

(TURISMO RECEPTOR Y TURISMO EMISOR)

(Miles de personas)

DESCRIPCIÓN	2005	2006	VAR (%)	2007	VAR (%)	2008	VAR (%)	PROMEDIO (%)
TURISMO RECEPTOR(Miles de turistas)	859,888	840,555	-2.25	937,487	11.53	1,005,297	7.23	5.51
TURISMO EMISOR(Miles de turistas)	663,601	733,459	10.53	800,869	9.19	815,199	1.79	7.17
TOTAL	196,287	107,096	-45.44	136,618	27.57	190,098	39.15	7.09

Fuente: INEC, Anuario de Migración Internacional (2005-2007).

Diferencia de la Balanza de Llegadas de Extranjeros y Salida de Ecuatorianos.

En el año 2005, la balanza de llegadas de extranjeros y salida de ecuatorianos se ha mantenido positiva, pero ha tenido desde 2005 constantes disminuciones producida por el aumento constante de año a año de ecuatorianos que viajan al extranjero en busca de trabajos, motivados por la crisis económica del país que mantiene una alta tasa de desempleo, producido por los constantes recortes de plazas de trabajos en distintas áreas de la producción, producto de la constante inflación que existe en las materias primas.

Desde 2008 el saldo de turismo receptivo y el turismo emisor del Ecuador ha crecido constantemente, donde en el año 2006 tuvo una caída brusca de solo 107.096 turistas mas entraron al Ecuador con diferencia a los ecuatorianos que salieron, comparando con el saldo del 2007 que asciende a 136.618 turistas, un incremento sustancial de la llegada de turistas extranjeros al Ecuador a 1.005,297 turistas externos que ha generado crecimiento en el sector turístico.

Proyecciones del PLANDETUR 2020

De acuerdo a los datos analizados, la demanda turística está en incremento, por lo que PLANDETUR 2020 (Plan de Desarrollo Turístico), tiene previsto aumentar la diversidad de opciones, productos y servicios turísticos para captar un mayor turismo receptor e interno que destine más consumo y por lo tanto más beneficios para el país. El Ministerio de Turismo ha decidido multiplicar casi 3 veces y media, el volumen de visitantes internacionales en el 2020, lo que significa alcanzar la cantidad de 2 millones de visitantes extranjeros. El Incremento en la generación de divisas por ingreso de visitantes extranjeros, a casi 4.444 millones de dólares anuales, y sin duda, se ha propuesto aumentar el gasto por estancia del visitante

internacional de 595 dólares en el 2006 a 1.344,61 en el 2020, lo que significaría un aumento de más del 100%.³⁴

De acuerdo al PLANDETUR 2020 se pretender aumentar los ingresos por medio de las mejoras en la calidad de los productos y servicios turísticos, diversidad de la oferta de productos y servicios turísticos a disposición del consumo del visitante y mayor estadía del visitante en el destino resultado de una mayor disposición de la oferta turística.

CUADRO 11. PROYECCIÓN DE LLEGADAS, GENERACIÓN DE DIVISAS Y GASTO POR VISITANTE

DESCRIPCIÓN	2006	2010	2016	2020
Llegada visitantes internacionales	840.001	1.400.000	1.985.925	2.507.183
Generación de divisas (en miles)	499.4	1.740.000	2.625.392	3.444.869
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	1.243	1.322	1.374,61
Turismo Interno	903.695	1.355.543	1.717.021	1.897.760

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, 2007.

Los objetivos se los pueden alcanzar si las condiciones económicas, sociales y políticas son estables y paralelamente se trabaja en puntos clave del sector turístico como lo son la capacidad hotelera, la difusión en los mercados internacionales, el servicio al turista entre otros.

³⁴ MINISTERIO DE TURISMO, “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, Diciembre 2007, p.23.

A continuación se presenta la proyección de las llegadas de turistas extranjeros al Ecuador según el Plan de Competitividad Turística del Ecuador.

CUADRO 12. PROYECCIÓN DE LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS AL ECUADOR

DESCRIPCIÓN	2003	2004	2005	2006	2007	2010	2016	2020
Llegadas de Turistas Extranjeros	760,776	818,927	859,888	840,555	937,487	1,400,000	1,985,925	2,507,183

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, 2007.

El cumplimiento de estas proyecciones en el futuro es muy factible, ya que el Ecuador tiene cuatro mundos en su interior. En los picos y montañas sagradas. En la Costa, playas exuberantes se mezclan entre bosques secos, húmedos y tropicales. Entre tanto la Amazonía guarda los secretos de la profunda y verde naturaleza, y en Galápagos, tras una historia de lava, rocas y piedras muy antiguas, es decir que el Ecuador es un país privilegiados por la diversidad única en el planeta. Esto a su vez va a beneficiar en gran forma el mercado turístico del Ecuador, y por ende la economía del país, causando un efectivo positivo en la sociedad, ya que el turismo produce efecto de beneficio económico multiplicador en los distintos estratos sociales de nuestro país.

3.2 Principales países emisores par el Ecuador

La mayoría de turistas extranjeros que visitan nuestro país, provienen de países como Colombia, Perú, Chile, Argentina, Venezuela, con un porcentaje del 22% al 29% en América del Sur, en segundo lugar se encuentra Estados Unidos con el 23% en el año 2003 con un incremento al 28% durante el año 2007.

Estos tres países de América representan el sector más atractivo para el mercado turístico receptor del Ecuador, por cuanto representa el 83% del total de turistas internacionales que ha visitado nuestro país cada año.

En Europa los países que más turistas llegan al Ecuador son España, Reino Unido y Alemania donde esta región representa el 13% del total de arribos de los turistas internacionales.

CUADRO 13. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA EL ECUADOR

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE NACIONALIDAD AÑO 2003-2007

NACIONALIDAD	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%	PROMEDIO (%)
AMÉRICA	587,672	83	627,345	82	655,286	82	607,283	81	689,327	80	82
Colombia	205,353	29	179,434	24	177,700	22	179,487	24	203,326	24	24
Estados Unidos	159,851	23	182,114	24	206,839	26	205,077	27	241,018	28	26
Perú	153,520	22	191,303	25	191,048	24	145,410	19	150,439	17	21
Chile	16,656	2	17,541	2	18,228	2	18,341	2	21,674	3	2
Argentina	15,395	2	15,354	2	16,720	2	16,666	2	19,226	2	2
Venezuela	14,084	2	15,544	2	16,276	2	16,178	2	21,110	2	2
Canadá	13,370	2	15,308	2	16,428	2	17,059	2	21,571	2	2
México	9,443	1	10,747	1	12,047	2	9,065	1	10,963	1	1
EUROPA	92,306	13	100,833	13	112,343	14	110,590	15	136,686	16	14
España	20,111	3	26,669	3	31,956	4	36,502	5	46,358	5	4
Reino Unido	19,554	3	20,867	3	22,822	3	22,008	3	27,014	3	3
Alemania	18,598	3	19,451	3	20,809	3	18,586	2	23,302	3	3
Francia	13,490	2	13,336	2	15,363	2	14,181	2	16,856	2	2
Italia	10,395	1	11,744	2	12,278	2	11,438	2	13,071	2	2
Países Bajos	10,158	1	8,766	1	9,115	1	7,875	1	10,085	1	1
ASIA	17,831	3	21,295	3	20,222	3	19,488	3	25,223	3	3
AFRICA	1,720	0	2,191	0	1,919	0	1,240	0	1,360	0	0
OCEANÍA	9,365	1	10,727	1	9,308	1	9,090	1	12,475	1	1
TOTAL	708,894	100	762,391	100	799,078	100	747,691	100	865,071	100	100

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Principales motivos de desplazamiento de los turistas a Ecuador

De acuerdo a la publicación realizada por el Ministerio de Turismo se determina que el 75% de turistas extranjeros visitan el país por motivos vacacionales, lo que indica que más de la mitad de los que viajan al Ecuador lo hacen por motivos directamente recreacionales, diversión, conocimiento, esparcimiento. En cambio los ecuatorianos viajan con mayor frecuencia al extranjero por motivos de turismo, negocios, eventos, estudios y otros, en mayor porcentaje se evidencia a aquellos que viajan por motivos de negocios y estudios. El segundo motivo es la visita a familiares con un 10%, en tercer lugar con el 8% corresponde al viaje por negocios es otro factor para realizar viajes al Ecuador, y por ultimo en un 7% los turistas tienen otros motivos que les atrae visitar nuestro país.

CUADRO 14. MOTIVOS DE DESPLAZAMIENTO DE LOS TURISTAS AL ECUADOR

MOTIVO	Porcentaje
VACACIONES	75%
VISITA A FAM/AMIGOS	10%
NEGOCIOS Y / O PROFESIÓN	8%
OTROS	7%
TOTAL	100%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Principales sitios visitados por los turistas extranjeros

Las principales ciudades visitados por los turistas son Quito, Guayaquil y Otavalo: Una de las razones por las cuales Quito y Guayaquil, son las ciudades más visitadas debido a que estas ciudades se encuentran los dos únicos aeropuertos internacionales del Ecuador.

En Guayaquil se cuenta con diversidad en playas, visitas a museos arqueológicos, hospederías comunitarias, navegación por ríos, pesca demostrativa, presentación de grupos culturales y artísticos. Los lugares más promocionados son el Malecón 2000, el paseo por el barrio las Peñas, y las playas que se encuentran en el perfil costanero. Quito es la capital de la República del Ecuador, que es promocionada como la Mitad del Mundo, donde los turistas pueden encontrar un monumento majestuoso que representa la diversidad de las culturas.

CUADRO 15. PRINCIPALES SITIOS VISITADOS POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS

CIUDAD	VISITANTES (en miles)	CIUDAD	VISITANTES (en miles)
Quito	430	Riobamba	111
Guayaquil	244	Galápagos	105
Otavalo	182	Playas Esmeraldas	79
Cotacachi	170	Ibarra	75
Cuenca	164	Playas Guayas	61
Baños	140	Playas Manabí	56
Amazonía	115	Ambato	48

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Las Jefaturas de Migración de Quito (aéreas), Guayaquil (aéreas y marítimo) y Tulcán (aéreo y terrestre) para el año 2004 representa el 58.77% de las llegadas de turistas con un incremento a 82.04% para el año 2007.

CUADRO 16. LLEGADAS DE EXTANJEROS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN

CIUDAD	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%
Quito	303,030	39.83%	325,545	39.75%	351,583	40.89%	359,062	42.72%	416,479	44.43%
Guayaquil	144,111	18.94%	170,848	20.86%	186,365	21.67%	197,712	23.52%	220,601	23.53%
Tulcán	141,429	18.59%	116,307	14.20%	116,754	13.58%	124,553	14.82%	131,980	14.08%
Manta	2,481	0.33%	2,794	0.34%	2,849	0.33%	2,596	0.31%	2,771	0.30%
Machala (Puerto Bolívar)	116	0.02%	183	0.02%	85	0.01%	61	0.01%	211	0.02%
Esmeraldas	2054	0.27%	1435	0.18%	1007	0.12%	793	0.09%	805	0.09%
Salinas		0.00%	55	0.01%	260	0.03%	144	0.02%	134	0.01%
San Lorenzo		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%	1,652	0.18%
Huaquillas (El Oro)	151881	19.96%	190027	23.20%	189570	22.05%	134883	16.05%	145,371	15.51%
Macara	4014	0.53%	4337	0.53%	5488	0.64%	17413	2.07%	14,836	1.58%
Lago Agrio (Sucumbíos)	11480	1.51%	7269	0.89%	5780	0.67%	3338	0.40%	2,647	0.28%
Ibarra	180	0.02%	127	0.02%	147	0.02%		0.00%		0.00%
TOTAL	760,776	100.00%	818,927	100.00%	859,888	100.00%	840,555	100.00%	937,487	100.00%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Edad promedio de los turistas Extranjeros que visitan el Ecuador

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo se describe los porcentajes de los distintos grupos de edades de los turistas extranjeros que visitan el Ecuador. Se observa que los grupos que vienen al país tienen una edad de 20 a 29 años con el 19.54%, 30 a 39 años en un 20.87%, 40 al 49 años en un 18.82% y el grupo de 50 a 59 años representa el 14.84% del total de turistas extranjeros a nivel mundial que ingresan al país.

**CUADRO 17. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN
PRINCIPALES GRUPOS DE EDAD Y NACIONALIDAD**

NACIONALIDAD	GRUPOS DE EDAD- AÑO 2007								TOTAL
	0-9	10 A 19	20 A 29	30 A 39	40 A 49	50 A 59	60 Y MAS	SIN ESP.	
AMÉRICA	39,255	63,082	142,916	152,282	141,332	107,512	83,193	38	729,610
Argentina	487	693	3,578	4,988	4,170	3,420	1,889	1	19,226
Bolivia	125	264	830	1,159	1,156	629	279	2	4,444
Brasil	343	678	2,302	3,555	3,290	2,316	913	3	13,400
Canadá	805	2,491	4,035	3,095	3,320	4,042	3,783	0	21,571
Colombia	9,715	17,151	43,241	49,902	42,070	25,806	15,422	19	203,326
Chile	1,292	1,388	3,672	4,556	4,517	3,825	2,421	3	21,674
Estados Unidos	22,476	28,569	35,660	31,245	38,342	39,751	44,972	3	241,018
México	351	509	1,728	3,245	2,712	1,579	837	2	10,963
Perú	1,991	8,617	40,447	39,364	31,543	19,327	9,145	5	150,439
Venezuela	1,120	1,718	3,828	5,285	4,487	3,135	1,537	0	21,110
Resto de América	550	1,004	3,595	5,888	5,725	3,682	1,995	0	22,439
EUROPA	18,508	8,369	32,200	35,111	29,462	26,967	25,396	0	176,013
Alemania	725	1,208	4,853	4,012	4,362	3,650	4,492	0	23,302
Austria	47	151	550	484	497	424	446	0	2,599
Bélgica	215	318	1,053	800	817	851	599	0	4,653
Dinamarca	60	146	778	428	343	505	727	0	2,987
España	14,571	1,613	4,527	9,646	7,751	5,197	3,053	0	46,358
Francia	484	820	3,564	2,970	2,506	3,459	3,053	0	16,856
Italia	748	406	1,611	3,069	2,577	2,474	2,186	0	13,071
Países Bajos(Holanda)	271	551	2,067	2,295	1,970	1,658	1,273	0	10,085
Reino Unido	596	1,802	5,598	4,810	3,693	4,431	6,084	0	27,014
Suecia	110	213	1,092	689	466	610	734	0	3,914
Suiza	374	448	2,154	1,756	1,323	1,300	1,370	0	8,725
Resto de Europa	307	693	4,353	4,152	3,157	2,408	1,379	0	16,449
ÁSIA	250	661	4,972	5,634	4,297	3,025	2,039	3	20,881
ÁFRICA	25	31	304	465	269	159	107	0	1,360
OCEANÍA	81	312	2,460	1,810	785	1,182	1,399	0	8,029
SIN ESPECIFICAR	93	76	293	371	312	262	187	0	1,594
TOTAL	58,212	72,531	183,145	195,673	176,457	139,107	112,321	41	937,487
PORCENTAJE	6.21	7.74	19.54	20.87	18.82	14.84	11.98	0	100

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Frecuencia de llegadas de los turistas internacionales al Ecuador

Los turistas extranjeros realizan sus viajes en los meses de junio y julio, agosto, diciembre y enero. Durante el periodo 2003 al 2007 existe un movimiento estable de la temporada en la cual los turistas ingresan al país. Julio es el mes que mas ingresos de extranjeros tiene el Ecuador, razón por el cual es importante difundir los atractivos turísticos que tiene nuestro país.

CUADRO 18. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR MES

AÑOS 2003-2007										
MESES	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%
Enero	61,688	8.11%	70,868	8.65%	79,118	9.20%	78,856	9.38%	84,070	8.97%
Febrero	56,922	7.48%	60,761	7.42%	66,052	7.68%	63,408	7.54%	69,534	7.42%
Marzo	58,492	7.69%	65,619	8.01%	72,880	8.48%	63,504	7.56%	74,929	7.99%
Abril	56,327	7.40%	61,874	7.56%	60,489	7.03%	62,108	7.39%	67,788	7.23%
Mayo	55,770	7.33%	59,509	7.27%	63,792	7.42%	57,275	6.81%	68,583	7.32%
Junio	67,527	8.88%	70,373	8.59%	77,059	8.96%	71,789	8.54%	85,769	9.15%
Julio	86,293	11.34%	90,882	11.10%	95,621	11.12%	89,829	10.69%	101,088	10.78%
Agosto	72,795	9.57%	73,697	9.00%	80,181	9.32%	77,826	9.26%	91,309	9.74%
Septiembre	58,155	7.64%	59,541	7.27%	59,431	6.91%	65,198	7.76%	64,966	6.93%
Octubre	59,966	7.88%	68,377	8.35%	63,755	7.41%	66,538	7.92%	72,365	7.72%
Noviembre	60,589	7.96%	64,036	7.82%	65,896	7.66%	65,359	7.78%	73,273	7.82%
Diciembre	66,252	8.71%	73,390	8.96%	75,614	8.79%	78,865	9.38%	83,813	8.94%
TOTAL	760,776	100.00%	818,927	100.00%	859,888	100.00%	840,555	100.00%	937,487	100.00%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007.

Distribución de gastos de los turistas extranjeros en el país.

EL nivel de gastos que los turistas extranjeros dejan en el Ecuador el 45% gasta 50 dólares o menos diario, seguido de un 26% que gasta entre 51 dólares y 100 dólares, y un 8% gastan entre 101 dólares a 150 dólares y 151 dólares a 200 dólares. La siguiente tabla describe los porcentajes de los grupos de turistas que tienen un determinado rango de gasto diario.

CUADRO 19. GASTO DIARIO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

GASTO DIARIO	PORCENTAJE
50 USD o menos	45%
51 USD a 100 USD	26%
101 USD 150 USD	8%
151 USD 200 USD	8%
201 USD 250 USD	7%
251 USD 300 USD	4%
Mas de 300 USD	2%
TOTAL	100%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007

El gasto diario de los turistas extranjeros lo destinan para actividades recreativas, eventos, paseos, visitas a museos y otras actividades dentro de sus viajes desde su país de residencia. Dentro de este rubro entran todas las actividades relacionadas con el turismo de ecológico, rural, deportivo, gastronómico, cultural, entre otros.

CUADRO 20. DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Acomodación	49%
Alimentación y bebidas en hotel	13%
Alimentación y bebidas fuera	12%
Tours	2%
Museos y teatros	1%
Eventos deportivos y de recreación	1%
Compras	11%
Transporte local, renta de autos	7%
Otros	3%
TOTAL	100%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2007

CUADRO 21. PREFERENCIAS DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

ACTIVIDAD REALIZADA	Porcentajes
Práctica Deportes	14.12%
Observación Flora y Fauna	14.61%
Visita naturaleza y áreas protegidas	5.10%
Visita comunidades	1.12%
Shamanismo, curanderismo	2.21%
Visita sitios históricos, arqueológicos, religiosos	7.13%
Diversión	13.10%
Gastronomía	2.80%
Compras	13.33%
Otros	23.30%
No informa	3.18%
TOTAL	100.00%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Cuenta Satélite del Turismo, 2007.

3.3 Análisis del Flujo Turístico Nacional

Análisis del Macro Ambiente

Entorno Demográfico

Sobre la base de los resultados definitivos del VI Censo de Población y V de Vivienda realizado en noviembre del año 2001, el Ecuador tiene una población de 13.605.485 en el 2007, siendo la provincia de Guayas la más poblada de todo el país con una población de 3.581.579 habitantes y Pichincha en el 2.646.426 personas.

Se estima que el crecimiento poblacional del Ecuador desde el año 1996 es de aproximadamente el 2%, según los datos proporcionados por el INEC y posee una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE), señala que en el territorio ecuatoriano conviven 13 nacionalidades y 14 pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo.

CUADRO 22. DATOS DEMOGRÁFICOS

DESCRIPCION	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Población (mil. Hab)	12,842,578	13,026,891	13,215,089	13,408,270	13,605,485	13,805,095
Crecimiento Poblacional	1.8	1.83	1.85	1.88	1.91	1.93

Fuente: INEC, Crecimiento Poblacional, 2008.

Como se puede observar en la tabla los porcentajes de la población según rango de edad, se puede observar que la mayoría de la población ecuatoriana está conformada por niños de 0 a 14 años con un porcentaje de 31.17% del total de los habitantes, seguido por los adultos de un rango de edad desde los 28.29%; y el tercer lugar se

encuentra la población de jóvenes de entre 15 a 24 años que representan el 19.07% de la población del país.

La población está compuesta por 50.12% de hombres y 49.88% de mujeres, alcanzando un equilibrio entre la población total de país.

CUADRO 23. POBLACIÓN POR RANGO DE EDAD Y SEXO

GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAIS	%	GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAIS	%
Población total-(miles)	13,805,095	100.00%	0 a 14 años	4,302,829	31.17%
< 1 año	286,616	2.08%	15 a 24 años	2,633,270	19.07%
1 - 4	1,148,582	8.32%	25 a 44 años	3,905,372	28.29%
5 - 9	1,443,690	10.46%	45 a 64 años	2,127,453	15.41%
10 - 14	1,423,941	10.31%	65 años	836,171	6.06%
15 - 19	1,359,167	9.85%	TOTAL	13,805,095	100.00%
20 - 24	1,274,103	9.23%			
25 - 29	1,151,705	8.34%			
30 - 34	1,027,428	7.44%			
35 - 39	917,220	6.64%			
40 - 44	809,019	5.86%			
45 - 49	694,858	5.03%			
50 - 54	595,434	4.31%			
55 - 59	480,398	3.48%			
60 - 64	356,763	2.58%			
65 - 69	287,206	2.08%			
70 - 74	225,524	1.63%			
75 - 79	164,780	1.19%			
80 y más	158,661	1.15%			
Masculino	6,919,185	50.12%			
Femenino	6,885,910	49.88%			

Fuente: INEC, Crecimiento Poblacional, 2008.

Flujo Turístico Nacional

El 69% de los bienes y servicios turísticos generados en el país (hoteles, restaurantes, agencia de viajes) son utilizados por los ecuatorianos; a este segmento se lo conoce como turismo interno.

En el año 2007 fueron transportados 2,028.032 pasajeros, que al relacionarlos con el año 2006, se tiene un crecimiento del 8.8%, siendo las rutas Quito-Guayaquil-Quito, Quito-Cuenca-Quito y Quito-Manta-Quito, las de mayor demanda, aportando con el 44.5%, 11, 6% y 8.3% en su orden.³⁵

El incremento de turistas va de la mano con el incremento de divisas, el Ministerio de Turismo registra que en el primer trimestre del 2008 se registraron 166,2 millones de dólares lo que constituye un incremento del 22,02 por ciento con respecto a similar período en el 2007, cuando la actividad generó 136,2 millones de dólares.

Preferencias de actividades de turistas nacionales

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

35 MINISTERIO DE TURISMO, “*Estadísticas del Turismo en el Ecuador*”, 2005-2007, p. 35.

CUADRO 24. PREFERENCIA DE ACTIVIDAD DE TURISTAS NACIONALES

ATRACTIVO VISITADO	Total de visitantes	%
Sitios Naturales	786,718.00	29.5
Playas	775,756.00	29.1
Balnearios termales	404,860.00	15.2
Sitios de diversión	221,414.00	8.3
Sitios de comida	144,161.00	5.4
Fiestas y mercados	102,281.00	3.8
Fiestas religiosas	65,396.00	2.5
Otros	56,460.00	2.1
Parque Nacional	40,147.00	1.5
Museos	34,267.00	1.3
Zonas Históricas	26,988.00	1
Sitios Arqueológicos	7,867.00	0.3
TOTAL	2,666,315.00	100

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, 2007.

Flujo Turístico Reserva Ecológica Cotacachi –Cayapas.

El Municipio de Cotacachi no cuenta con un registro de entradas y salidas de turistas que anualmente llegan al Cantón Cotacachi, razón por la cual se obtuvo los datos estadísticos en el Ministerio de Turismo, acerca del registro de visitantes nacionales y extranjeros como se observa en la siguiente tabla.

CUADRO 25.REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS

AÑO	TURISTAS VISITAN CANTÓN COTACACHI		
	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2003	65,891	23,057	88,948
2004	69,497	24,243	93,740
2005	77,459	24,657	102,116
2006	79,011	27,539	106,550
2007	84,897	28,305	113,202

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Dirección de Áreas Naturales- Ministerio del Ambiente, 2007.

Entre las áreas naturales del país mayormente visitadas se encuentran el Parque Nacional Galápagos y la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, que representan el 30.8% y 21.6% respectivamente. Los extranjeros que han registrado la visita al Parque Nacional Galápagos están en el orden del 67.1% y los nacionales en el orden del 32.9%, en tanto que en la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas el 75% son visitantes nacionales y el 25% extranjeros. De los datos expuestos se conoce que la variación de turistas registrados desde el 2003 al 2007 es de 6.6%.³⁶

3.4 ESTUDIO DE MERCADO DE LA DEMANDA POTENCIAL

En el análisis de la investigación de la demanda turística, se considera en términos de utilización de bienes y servicios por unas unidades específicas de consumo a los visitantes.

³⁶MINISTERIO DE TURISMO, “*Estadísticas del Turismo en el Ecuador*”, 2005-2007, p. 20.

Turismo Interior: se considera al turismo interno (visitantes residentes en el territorio geográfico de referencia) y receptor (visitantes no residentes en el territorio geográfico de referencia).³⁷

Turismo Nacional: se considera al turismo interno y emisor(visitantes fuera del territorio de referencia)³⁸

Turismo Internacional: se considera al turismo receptor y emisor.³⁹

3.5 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE LA DEMANDA

Para la presente investigación cuantitativa para la implementación del Centro de Turismo Comunitario, es necesario determinar los gustos y preferencias de los turistas que se inclinan a una experiencia eco turístico. Para la concreción del presente estudio fue necesario realizar una encuesta en sitios similares (competencia) que brindan un servicio turístico.

Es pertinente relacionar la siguiente información:

- Aspectos Demográficos Generales
- Aspectos Pictográficos: los cuales nos brindan un perfil general del turista que gusta del Turismo Comunitario.
- Gustos y preferencias del consumidor al escoger un tipo de actividad relacionada con el Turismo Comunitario.

³⁷ PLANDETUR 2020, p.103

³⁸ Ídem., p.103

³⁹ Ídem., p.103

3.6 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE LA DEMANDA

El Cantón Cotacachi posee una gran riqueza natural, razón por la cual se lo ha declarado como Cantón Ecológico y por este motivo existe una gran afluencia de turistas nacionales (75%) y extranjeros (25%).

Entre las áreas naturales del país mayormente visitadas se encuentra la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, que representan el 21.6% de la afluencia turística a nivel nacional.

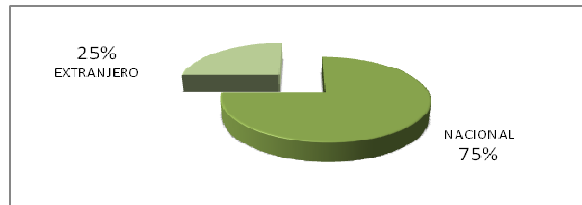
La afluencia del turismo nacional se ve reflejado en los meses de febrero, marzo y abril que corresponden a meses que se celebran las festividades como el Carnaval y Semana Santa, por los feriados que duran de 3 y 4 días, seguido de julio y agosto, que corresponden a la época de vacaciones escolares de la sierra y también se registra un incremento del turismo en el mes de diciembre por las festividades de Navidad y Año Nuevos.

La afluencia de los turistas internacionales se observa en los meses de julio y agosto y durante los meses de noviembre y diciembre (principalmente de Norteamérica y países europeos) por la temporada de Navidad y año nuevo.

CUADRO 26. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS

TIPO DE TURISTA	ENERO	FEBRE RO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS TO	SEPTIEM BRE	OCTUB RE	NOVIEM BRE	DICIE MBRE	TOTAL
NACIONAL	5,979	7,704	8,517	8,354	8,009	6,978	9,958	8,171	4,448	4,665	5,251	6,863	84,897
EXTRANJERO	1,890	1,694	1,935	1,895	1,798	1,629	2,321	4,888	2,116	2,195	2,771	3,173	28,305
SUBTOTAL	7,869	9,398	10,452	10,249	9,807	8,607	12,279	13,059	6,564	6,860	8,022	10,036	113,202

AFLUENCIA TURÍSTICA POR MES AÑO 2007



Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Dirección de Áreas Naturales- Ministerio de Turismo.

Según los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo determina que los turistas que ingresan a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas durante el año 2007 fueron 113.202 turistas entre nacionales y extranjeros que visitaron y consumieron los diferentes servicios que brinda el Cantón Cotacachi.

DEMANDA POTENCIAL

A CORTO PLAZO

Los servicios que brindará el Centro de Turismo Comunitario, están enfocados a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la Provincia de Imbabura, que son oriundos de diferentes regiones.

MEDIANO PLAZO

Incrementar el desarrollo del Centro de Turismo Comunitario, mediante la implementación de varias estrategias para atraer a turistas extranjeros y nacionales de los mercados potenciales como Quito, Cuenca, Guayaquil.

LARGO PLAZO

Para que el Centro de Turismo Comunitario mantenga su nivel de crecimiento y auge evitando llegar al declive se realizará estrategias de promoción que cubrirá la mayor parte del mercado nacional y extranjero cumpliendo los deseos y necesidades de los turistas, y mejorando los servicios y convivencia con las comunidades.

3.7 MERCADO META

Para elaborar el estudio de la demanda, como primer factor fue la segmentación del mercado, ya que de esta forma encontramos el nivel de consumo, lo cual determinara la cantidad de paquetes a ofertar.

Para definir el mercado meta se analizó el número de turistas extranjeros que visitan cada año el Ecuador, por ello se observa que los turistas internacionales hombres y mujeres de 20 a 65 años provenientes de Colombia, Estados Unidos y Perú, seguido por España, Reino Unido y Alemania, arriban o visitan la ciudad de Quito, y de allí se dirigen a la Provincia de Imbabura, ya que se encuentra a 1 hora y 30 minutos de la ciudad, a 20 minutos se encuentra el Cantón Cotacachi.

El sector social al cual está dirigido es el nivel medio, medio alto y alto; que tenga un nivel de educación superior y se entusiasme por el cuidado del medio ambiente y la importancia ecológica de los atractivos turísticos (líneas de acción establecidos en el Plan de Turismo Sostenible), además que su interés se encuentre en el conocimiento de áreas protegidas, naturaleza, manifestaciones culturales de los pueblos y nacionalidades del Ecuador, es decir que sus preferencias sea el turismo comunitario y de aventura.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Instrumentos de la investigación:

Para llevar a cabo las actividades de investigación que permita evaluar los hábitos de los turistas nacionales y extranjeros se escogieron varios instrumentos investigativos los cuales son:

Encuestas: Aplicada de forma masiva a los turistas que se encuentren la provincia de Imbabura. Las encuestas se realizaron en el Mercado Artesanal de la Plaza de Poncho en el Cantón Otavalo y a los turistas que visitan la Laguna de Cuicocha y Plaza Central del Cantón Cotacachi.

Revisión bibliográfica: este instrumento de evaluación permite obtener información de la provincia de Imbabura, en cuanto a volúmenes actuales de turistas que ingresan a la misma así como de la oferta actual de sus servicios para determinar la competencia (información recopilada en el Ministerio de Turismo).

PERFIL DEL SEGMENTO OBJETIVO

En cuanto a los turistas nacionales y extranjeros se contempla una edad mayor a 20 años que posee un nivel socioeconómico medio alto y alto, que tenga un nivel de educación superior, que gusten de las experiencias ecológicas, de aventura, el contacto con la flora y fauna. La tabla expone la segmentación del mercado meta para turistas nacionales y extranjeros:

CUADRO 27. RESUMEN MERCADO META

CARACTERÍSTICAS	NACIONALES	EXTRANJEROS
Demográficas		
Edad Promedio:	20 años a 65 años	20 años a 65 años
Ciclo de Vida Familiar	Mujeres y hombres solteros o casados.	Mujeres y hombres solteros o casados.
Clase Social	Medio-alto y alto	Medio, medio-alto y alto
Ubicación Geográfica de origen	Turistas provenientes de todo el país	Colombia, Estados Unidos, Perú, España, Reino Unido y Alemania
Nivel de Ocupación	Todo nivel	Todo nivel
Nivel de Ingresos	Nivel Medio	Nivel Medio
Preferencias	Le guste el contacto con sitios naturales, la aventura y conocimiento de la cultura	Experiencias con el aire libre, naturaleza, la cultura, manifestaciones culturales y aventura
Personalidad	Personas que les atrae los entornos naturales y aventura	Viajeros en búsqueda de entornos naturales y manifestaciones culturales.
Beneficio que adquiere el cliente	Diversión, conocimiento, relax, alojamiento, excursión.	Diversión, conocimiento, relax, alojamiento, excursión.

Fuente: La autora.

3.8 ESTIMACIÓN DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial de los posibles turistas extranjeros para los próximos 5 años, se realiza la extrapolación de la tendencia histórica partiendo de la información entregada por el Ministerio de Turismo en relación al número de turistas extranjeros que arribaron al Ecuador hasta el año 2007, esta herramienta nos permite conocer la futura demanda.

CUADRO 28. EXTRAPOLACIÓN DE LA TENDENCIA HISTÓRICA
TURISTAS NACIONALES-CANTÓN COTACACHI

AÑOS 2003-2007

AÑO	x	y	x*x	y*y	x*y
2003	1	65,891.00	1	4,341,623,881.00	65,891.00
2004	2	69,497.00	4	4,829,833,009.00	138,994.00
2005	3	77,459.00	9	5,999,896,681.00	232,377.00
2006	4	79,011.00	16	6,242,738,121.00	316,044.00
2007	5	84,897.00	25	7,207,500,609.00	424,485.00
TOTALES	15	376,755.00	55	28,621,592,301.00	1,177,791.00

Fuente: La autora.

$$y = a + bx$$

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

$$b = \frac{5 * 117.7791,00 - 15 * 37.6755,00}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$b = 4.752,60$$

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

$$a = \frac{37.6755,00 * 55 - 15 * 117.7791,00}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$a = 61.093,20$$

$$y = 61.093,20 + 4.752,60(x)$$

PROYECCIÓN PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS

AÑOS	CANTIDADES
y(2008)	89,608.80
y(2009)	94,361.40
y(2010)	99,114.00
y(2011)	103,866.60
y(2012)	108,619.20
y(2013)	113,371.80
y(2014)	118,124.40
y(2015)	122,877.00

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2} \sqrt{\sum y^2}}$$

$$r = \frac{117.779,10}{\sqrt{55} \sqrt{28.621.592.301,00}}$$

$$r = 0,94$$

De la misma manera, para estimar el número posible de turistas extranjeros para los próximos 5 años que visitan el Cantón Cotacachi, principalmente la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, se tomó la información entregada por el Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente que trabajan mancomunadamente por la conservación de las especies y los sitios naturales en el país.

CUADRO 29. EXTRAPOLACIÓN DE LA TENDENCIA HISTÓRICA
TURISTAS EXTRANJERO-CANTÓN COTACACHI

AÑOS 2003-2007

AÑO	x	y	x*x	y*y	x*y
2003	1	23,057.00	1	531,625,249.00	23,057.00
2004	2	24,243.00	4	587,723,049.00	48,486.00
2005	3	24,657.00	9	607,967,649.00	73,971.00
2006	4	27,539.00	16	758,396,521.00	110,156.00
2007	5	28,305.00	25	801,173,025.00	141,525.00
TOTALES	15	127,801.00	55	3,286,885,493.00	397,195.00

$$y = a + bx$$

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

$$b = \frac{5 * 397.195,00 - 15 * 127.801,00}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$b = 1.379,20$$

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

$$a = \frac{127.801,0 * 55 - 15 * 397.195,00}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$a = 21.422,60$$

$$y = 21.422,60 + 1379,20(x)$$

PROYECCIÓN PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS

AÑOS	CANTIDADES
y(2008)	29,697.80
y(2009)	31,077.00
y(2010)	32,456.20
y(2011)	33,835.40
y(2012)	35,214.60
y(2013)	36,593.80
y(2014)	37,973.00
y(2015)	39,352.20

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2} \sqrt{\sum y^2}}$$

$$r = \frac{397.195,00}{\sqrt{55} \sqrt{3286.885.493,00}}$$

$$r = 0,93$$

CUADRO 30. SÌNTESIS DE LA ESTIMACIÒN DEMANDA POTENCIAL PARA EL CANTÒN COTACACHI

SÌNTESIS DE LA DEMANDA POTENCIAL	
DEMANDA POTENCIAL DEL TURISMO EXTRANJERO	
(+) Estimaciòn de llegada de turistas extranjeros para el 2011	33,835
(*) Porcentaje de Turistas que vienen por Vacaciones:	75%
(=) Turistas que vienen por motivos vacacionales	25,377
(*) Porcentaje de turistas mayores e igual a 20 años.	86%
(=) Turistas igual o mayores a 20 años que visita la Reserva Ecològica Cotacachi Cayapas por motivo de Vacaciones	21,837
(*) Porcentaje de Turistas Extranjeros que gustan del Turismo Comunitario	30.17%
(=) Estimaciòn de turistas Extranjeros que gustan del Turismo Comunitario	6,588
DEMANDA POTENCIAL DEL TURISMO NACIONAL	
(+) Estimaciòn de llegada de turistas nacionales para el 2011	103,867
(*) Porcentaje de los turistas nacionales que gustan visitar sitios naturales	29.50%
(=) Turistas que gustan visitar sitios naturales	30,641
(*) Porcentaje de turistas mayores o igual a 20 años	62.77%
(=) Estimaciòn de los turistas nacionales que les gusta visitar sitios naturales y tienen una edad mayor o igual a 20 años	19,233
DEMANDA POTENCIAL TOTAL(TURISMO EXTRANJERO + TURISMO NACIONAL)	25,821

Elaborado por: La autora.

3.9 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.

La demanda de los servicios turísticos está constituida por dos vertientes: receptiva e interna⁴⁰

Para este tipo de estudio se aplicó el muestreo no probabilístico debido a que se ajusta al tipo de análisis.

Tamaño de la muestra:

El tamaño de la muestra en primer lugar se procedió a establecer los porcentajes p (probabilidad de ocurrencia del evento) y q (probabilidad de no ocurrencia del evento). Al ser un estudio nuevo donde no se tienen valores previos, la regla estadística dice que se deben establecer los siguientes valores de probabilidad:

$P=0,5$ y $Q=0,5$

Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para estimar el tamaño de la muestra para el presente estudio, se requiere en primer lugar, el universo de la población, que para el presente caso corresponde al total de

⁴⁰ SOSA DE LA CRUZ, Clifor D., *Cómo elaborar un proyecto de inversión turística*, CAMDESA Editorial Sa, p. 28.

turistas extranjeros y nacionales que ingresan al país y visitan la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, en la provincia de Imbabura, como referente global al actual proyecto. En esta vía se ha calculado que para el año 2011 se tiene previsto la llegada de 25,821 turistas de los cuales 33,835 corresponde a visitantes extranjeros y 103,867 son turistas internos, sin embargo, de acuerdo con la segmentación de la demanda potencial se establece una demanda potencial de 6,588 turistas extranjeros y 19,233 Turistas nacionales, que asciende a 25,821 turistas nacionales y extranjeros, los cuales para el presente estudio constituye el universo.

Una vez establecido el universo se extraerán una muestra estadística mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Descripción:

N= tamaño de la población.

Z= nivel de confianza (95%= 1.96)

p= probabilidad de éxito o proporción esperadas 0,5%

q= probabilidad de fracaso (1-p)

e= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción=5%)

n= tamaño muestra

Se tomo un nivel de confianza del 95% y un error estándar del 5%.

Muestra Turismo Extranjero

$$n = \frac{6.588,00 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + (6.588,00 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = 363$$

Muestra Turismo Nacional

$$n = \frac{19.233,00 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + (19.233,00 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = 367$$

3.10 DISEÑO DE LA ENCUESTA

El diseño de la encuesta esta enfocada a determinar mediante las preguntas, los diferentes gustos y preferencias que tendrían los turistas al momento de seleccionar uno de los productos turísticos que pueda brindar la Comunidad al momento de visitarla.

A continuación se detalla un esquema de la encuesta que se aplicará en el presente estudio.

Formato de la encuesta.

Universidad Politécnica Salesiana –Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

Encuestas: Turistas Nacionales

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y de acuerdo a sus preferencias marque con una X la respuesta correcta.

Datos generales:

Género: Masculino ☐ Femenino ☐

CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted los atractivos turísticos que tiene la provincia de Imbabura?

SI ☐ NO ☐

2.- Usted en sus tiempos libres realiza actividades como:

Viajes ☐ Distracción ☐

Investigación ☐ Mira la TV ☐

De compras ☐

3.- Seleccione los cantones que usted conoce de la provincia de Imbabura.

Otavalo ☐ Cotacachi ☐

Antonio Ante ☐ Ibarra ☐

Urcuquí ☐ Pimampiro ☐

4.- Qué tipo de turismo le gustaría practicar a usted?

Aventura ☐ Comunitario ☐

Ecoturismo ☐ Otros (Especifique).....

5.- ¿Ha visitado algún Centro de Turismo Comunitario en la Provincia de Imbabura?

Definición de Turismo Comunitario: Toda actividad solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultura, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.

SI ☐ NO ☐

Mencione cual.....

6.- ¿Cuales son los motivos por los cuales le interesa el turismo comunitario?.

Actividades variadas.	☐	Apego a la naturaleza.	☐
Convivencia familiar.	☐	Turismo de bajo precio.	☐

7.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en su visita a comunidades?

Agroturismo (visita a cultivos, arados, etc).	☐
Turismo vivencial.	☐
Tours guiados a principales lugares de la comunidad.	☐
Deportes (rafftin, escalada, etc).	☐

8.- ¿En este momento de existir la oferta de un nuevo CTC (en la provincia de Imbabura) que le enseñe los beneficios del Turismo Rural estaría usted interesado a acceder al mismo?

SI ☐ NO ☐

9.- ¿Con que frecuencia realiza al año viajes de tipo turístico?

Una vez al mes.	☐	Cada 6 meses.	☐
-----------------	--------------------------	---------------	--------------------------

Cada año. ☐ Otro. ☐

Especifique cuantos días estaría dispuesto a quedarse en un CTC.....

10.-¿Cual es el costo diario que usted estima para visita general(varias actividades, alojamiento) en una Comunidad a la cual visitara y en la cual realizara actividades de Turismo Comunitario?

30	☐	50	☐
100	☐	150	☐
Mas de 150	☐		

11.-¿Qué tipo de comida le gustaría obtener en un CTC?

Internacional	☐	Típico	☐
---------------	--------------------------	--------	--------------------------

12.- ¿A través de qué medio de comunicación se entera de los lugares turísticos?

Agencia de viajes.	☐	Internet.	☐
Brouchers.	☐	Prensa Escrita	☐
Televisión/radio.	☐	Guías turísticas publicadas.	☐
Recomendación de amigos-familiares.	☐		

13.- ¿Con quien realiza de manera más frecuente sus viajes turísticos?

Solo.	☐
Con amigos.	☐
Con familiares.	☐
Con compañeros de trabajo.	☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Salesian Polytechnic University- Quito Headquarters

Faculty: Administrative Sciences

School: Business Administration

Instructions: Read each question and according to your preferences mark an X in the correct answer.

General information:

Gender: Male ☐ Female ☐

QUESTIONNAIRE

1 .- Do you know the tourist attractions that the province of Imbabura?

Yes ☐ No ☐

2 .- You in their free time activities such as:

Travel	☐	Distraction	☐
Research	☐	Watch TV	☐
Shopping	☐		

3 .- Select you know the cantons of the province of Imbabura.

Cotacachi	☐	Otavalo	☐
Antonio	☐	Ante Ibarra	☐
Pimampiro	☐	Urcuquí	☐

4 .- What kind of tourism you would like to practice?

Adventure	☐
Community	☐
Ecotourism	☐

Other (specify)

5 .- Have you ever visited a Community Tourism Center in the province of Imbabura?

Community Tourism Definition: Any activity solidarity that enables the active participation of the community from an intercultural perspective, appropriate management of natural and cultural heritage assessment, based on a principle of equity in the distribution of local benefits.

YES ☐ NO ☐

Mention which

6 .- What are the reasons why you are interested in community tourism?.

Varied activities. ☐ Attachment to nature. ☐

Family life. ☐ Tourism cheaply. ☐

7 .- What activities do you want to do during his visit to communities?

Tourism (visit to crops, plows, etc.). ☐

Experiential tourism. ☐

Guided tours to major places of the community. ☐

Sports (rafting, climbing, etc). ☐

8 .- In this moment there is the offer of a new CTC (in the province of Imbabura) to show you the benefits of rural tourism would you be interested to access it?

YES ☐ NO ☐

9 .- How often makes trips a year tourist type?

Once a month. ☐ Every 6 months. ☐

Each year. ☐ Another. ☐

Specify how many days would be willing to stay in a CTC

10 .- What is the estimated daily cost you to visit general (number of activities, accommodation) in a community that visit and in which Community tourism activities?

30 ☐ 50 ☐

100 ☐ 150 ☐

Over 150 ☐

11 .- What kind of food do you like to get in a CTC?

International ☐

Typical ☐

12 .- Through what media is full of tourist attractions?

Travel agency. ☐

Internet. ☐

Brouchers ☐

Print Media ☐

TV / radio ☐

Published guidebooks. ☐

Recommendation of friends, relatives. ☐

13 .- Who made more frequently their tours?

One. ☐

With friends. ☐

With relatives. ☐

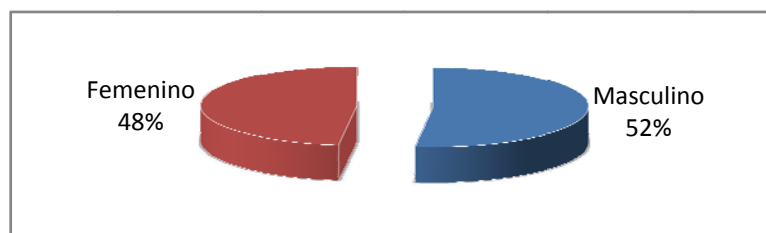
With colleagues. ☐

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

3.11 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Género de los encuestados

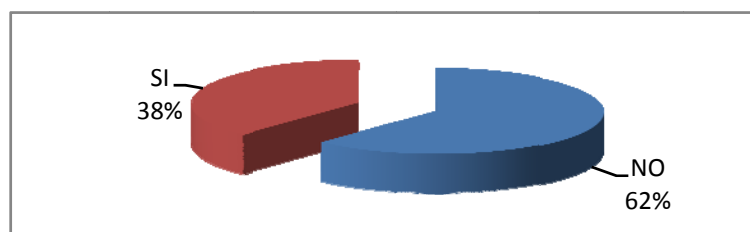
GRÁFICO 5. GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



En la encuesta realizada se puede apreciar que el 52% de los encuestados pertenecen al género masculino debido a que la mayoría son casados y sus mujeres se encuentran en el hogar o en el trabajo, el 48% restante pertenecen al género femenino. Se puede decir que la mayoría de las personas que visitan la provincia viajan en parejas de esposos.

1.- ¿Conoce usted los atractivos turísticos que tiene la provincia de Imbabura?

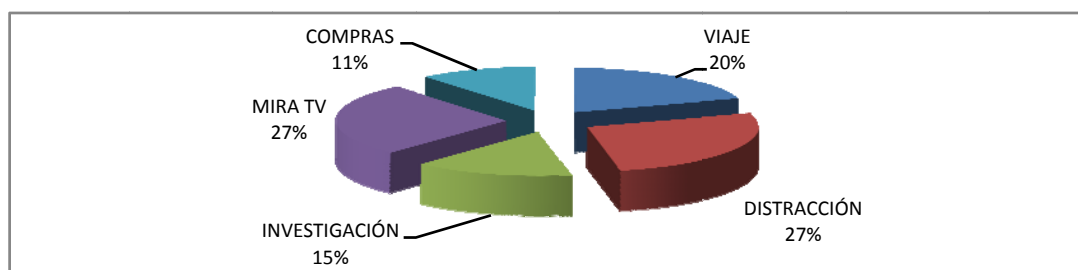
GRÁFICO 6. PREGUNTA N.1



De acuerdo a la pregunta que se ha planteado se puede apreciar que un 62% responden que si conocen los atractivos existentes dentro de la provincia de Imbabura pues se convierte en oportunidad debido que el complejo pertenece a esta provincia y se puede realizar promoción turística para que sea reconocida a nivel nacional, y posteriormente internacional.

2.- Usted en sus tiempos libres realiza actividades como

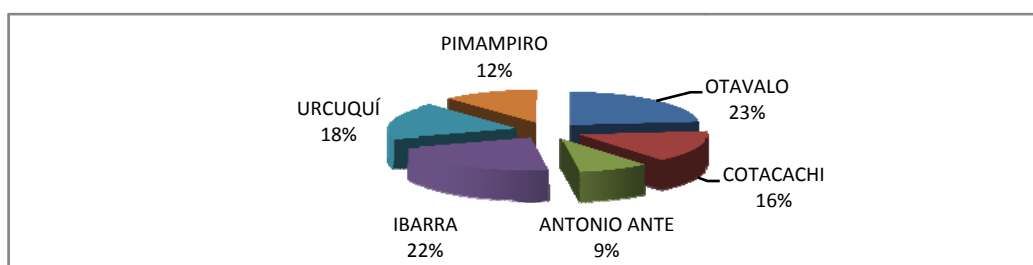
GRÀFICO 7. PREGUNTA N.2



Se puede observar que un 27% de las personas visitan algunos lugares turísticos para distraer y relajar su mente, lo que se convierte en un ítem positivo para promocionar tours que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario y pondrá a disposición algunos servicios acorde a las necesidades de los turistas

3.- Seleccione los cantones que usted conoce de la provincia de Imbabura

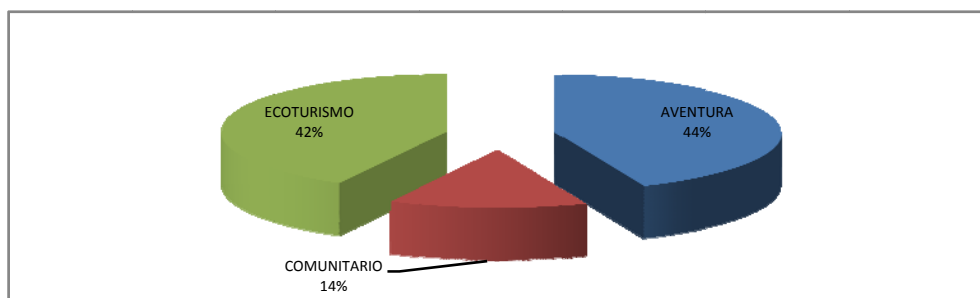
GRÀFICO 8. PREGUNTA N.3



Se observa en el gráfico que el cantón más conocido es Otavalo seguido de Ibarra, Urcuquí y Cotacachi que son los cantones que más sobresalen en la encuesta. Por lo que todas estas personas que viajan a otros atractivos de la provincia de Imbabura pueden convertirse en nuestros futuros clientes.

4.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría practicar a usted?

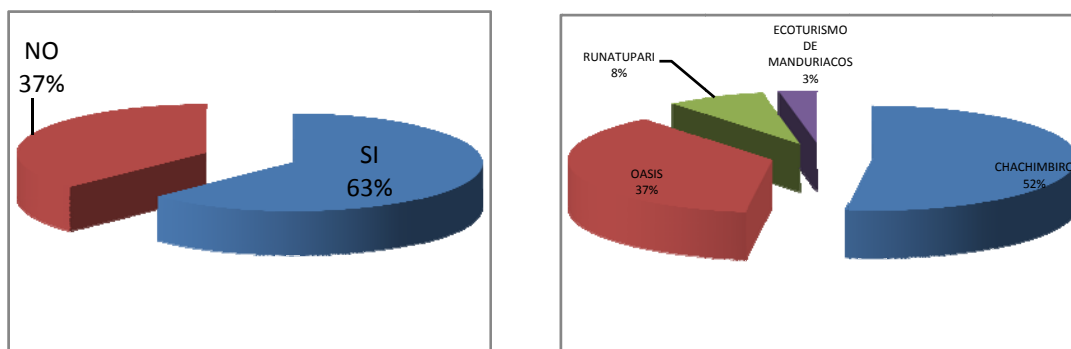
GRÁFICO 9. PREGUNTA N.4



En el gráfico se puede observar que el turismo de aventura tiene mayor acogida entre las personas encuestados lo que quiere decir que nuestro proyecto debe invertir en publicidad, esto no quiere decir que no sea viable el proyecto porque debemos hacer campañas de posicionamiento para dar a conocer los más importantes atractivos turísticos de la zona de Cotacachi, la diferencia ante la competencia radica en que el turismo comunitario realiza una mezcla de aventura, conocimiento, convivencia es decir constituye un paquete completo de la necesidades que requiere un turista al momento de visitar cierto lugar eso hace la diferencia ante la competencia.

5.- ¿Ha visitado algún Centro de Turismo Comunitario en la provincia de Imbabura?

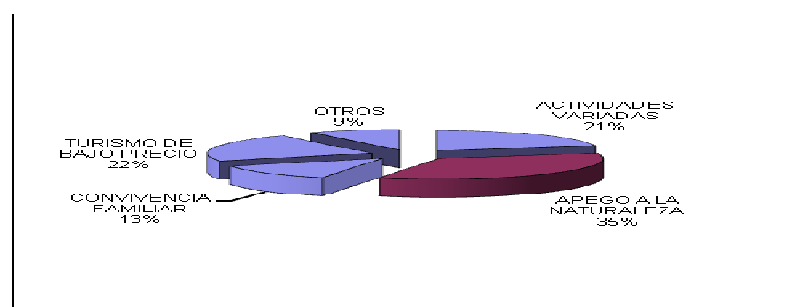
GRÁFICO 10. PREGUNTA N.5



De acuerdo con la encuesta realizada nos indica que un 63% ha visitado los complejos existentes dentro de la provincia de Imbabura, entre ellos está Chachimbiro con un 52%, y seguido de Oasis con un 37%, lo que ha permitido conocer la competencia directa que tiene el Centro de Turismo Comunitario, pero se debe establecer estrategias de promoción para el Cantón Cotacachi porque los turistas nacionales no conocen de la existencia de Centros de Turismo existentes en el Cantón. Como se observa la promoción es la fase en la cual se debe invertir.

6.- Cuales son los motivos por los cuales le interesaría el turismo comunitario?

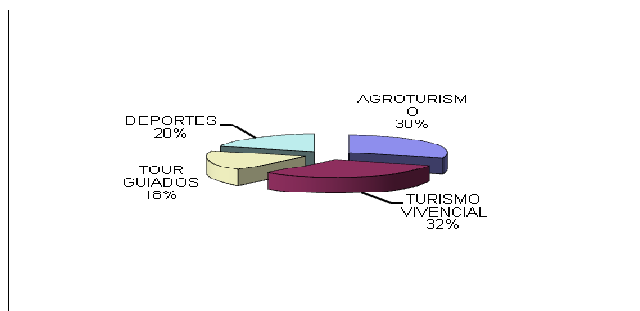
GRÁFICO 12. PREGUNTA N.6



El presente cuestionario tenía el objetivo de evaluar los potenciales motivos de interés en torno a las características buscadas en la oferta de turismo comunitario. En primer lugar, los encuestados seleccionaron la opción de apego a la naturaleza como el principal motivo de su interés en la visita rural. En segundo lugar, se halló a la realización de actividades variadas con el mismo porcentaje que el turismo de bajo precio 22%. Estas tres características son las que en forma mayoritaria describen el tipo de motivación que tienen los visitantes a momento de acceder al turismo rural. Siendo las mismas las características que deben tomarse en cuenta al momento de realizar la propuesta de tour comunitario.

7.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en su visita a comunidades?

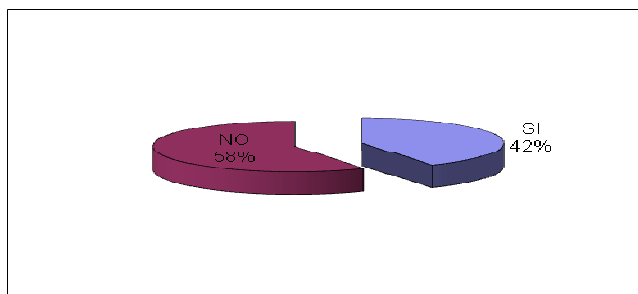
GRÁFICO 13. PREGUNTA N.7



En cuanto a las actividades que les gustaría realizar en su visita de tipo rural-comunitaria los visitantes seleccionaron el turismo vivencial 32%, agroturismo 30%, tours guiados a principales lugares de la comunidad 18%, deportes 20%. Es de destacar que todas las opciones recibieron importantes porcentajes por tanto deben ser tomados en cuenta al momento de realizar la propuesta de venta del CTC.

8.- ¿En este momento de existir la oferta de un nuevo CTC (en la provincia de Imbabura) que le enseñe los beneficios del Turismo Rural estaría usted interesado a acceder al mismo?

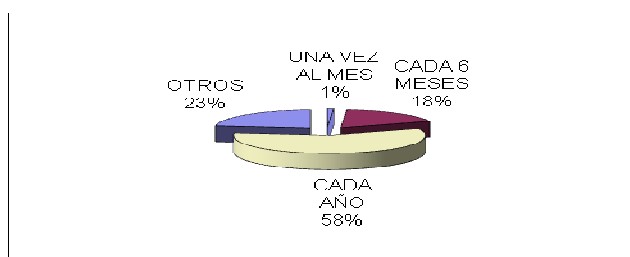
GRÁFICO 14. PREGUNTA N.8



La pregunta permite evaluar el potencial interés de los encuestados en relación a la propuesta de turismo comunitario. El 58% respondió que no y 42% que estarían dispuestos a conocer los beneficios del Turismo Rural. Pese a que no es mayoritario, el porcentaje de interés es alto evidencia potencial interés en la propuesta de turismo comunitario.

9.- ¿Con qué frecuencia realiza al año viajes de tipo turístico?

GRÁFICO 15. PREGUNTA N.9



En lo que respecta a la frecuencia de viaje de tipo comunitario, los encuestados dijeron que lo realizan una vez al año de forma mayoritaria 58%, otros con el 23%, cada 6 meses el 18%. El turismo comunitario aun no se consolida como una opción de turismo de tipo frecuente sino más bien es de tipo complementario y esporádico. Según la información proporcionada por el Ministerio de Turismo el periodo de mayor de visita al Ecuador es el verano, en los meses comprendido entre mayo y agosto aproximadamente, siendo estos meses donde se debería preparar a la comunidad para recibir a una mayor cantidad de turistas.

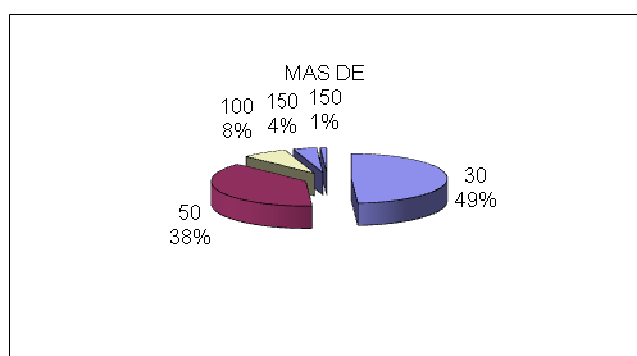
La pregunta de cuánto días estaría dispuesto a quedarse en un CTC fue abierta, es decir el encuestado respondía de manera libre sin la selección de opciones predeterminadas.

Entre la variedad de opciones que se hallaron en cuanto al número de días de permanencia en el país, evidencio que quienes visitan lugares aledaños a la comunidad. Es así que la propuesta de turismo comunitario y en especial la que se oferta en las cercanías de la comunidad aun es desconocida para el visitante común y solo acceden a ellas quienes ya tienen un contacto cercano con la localidad. Se hallo en cambio que sus visitas en la localidad no superaban los dos y tres días en su mayoría lo que demostraba que aun la propuesta de turismo de la localidad no es atractiva solamente la siente como un lugar de paso o de visita rápida para el turista nacional.

Esto apunta a la necesidad de establecer una propuesta de turismo solida y con múltiples actividades complementarias unas con otras que viabilicen la venta de paquetes completos dentro del CTC:

10.-¿Cuál es el costo diario que usted estima para la visita general(varias actividades, alojamiento) en una Comunidad a la cual visitara y en la cual realizara actividades de Turismo Comunitario?

GRÀFICO 16. PREGUNTA N.10

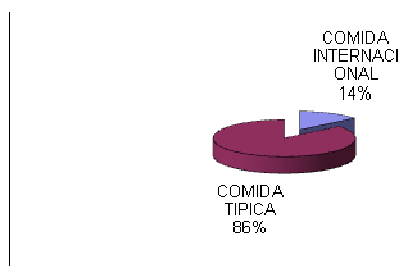


Esta pregunta permitió evaluar el nivel de gasto que los turistas estiman en una visita de tipo comunitario. La opción de 30USD recibió el porcentaje mayoritario 49%, 50USD con el 38%, 100 USD aproximadamente 8% y 150USD el 4%. Estos datos nos dicen el tamaño del gasto que un visitante potencialmente gastaría en un Centro

de Turismo Comunitario. Además, permite establecer qué tipo de infraestructura es la que se requiere para atender la oferta.

11.-¿Qué tipo de comida le gustaría obtener en un CTC?

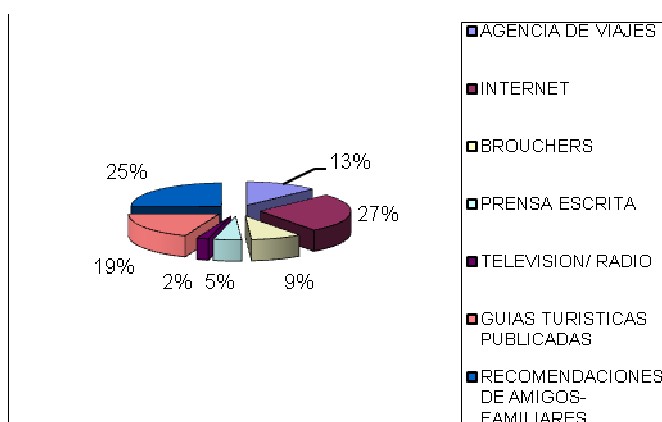
GRÀFICO 17. PREGUNTA N.11



Es importante consultar que tipo de comida desearía encontrar dentro de la oferta alimenticia del CTC se encontró que de manera mayoritaria 86% los visitantes preferirían consumir productos típicos de la zona.

12.- ¿A través de qué medio de comunicación se entera de los lugares turísticos?

GRÀFICO 18. PREGUNTA N.12

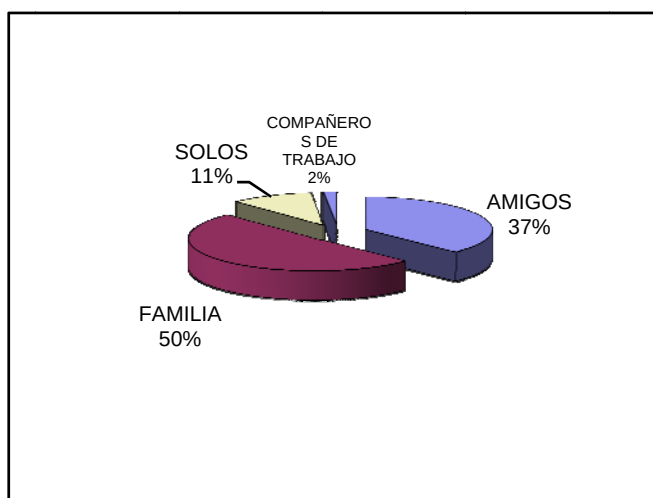


Los medios que mayormente acceden los turistas para conocer la oferta turística nacional son el internet 27%, otro factor importante es la recomendación de amigos y familiares con el 25% y la publicidad de guías turísticas con el 19%, por lo tanto, se debe trabajar en estos medios para la promoción efectiva del CTC.

De acuerdo con las encuestas realizadas los medios de información con mayor acogida son la radio, Internet y televisión, seguido por la prensa escrita, mismos que ayudarán a la publicidad del Centro de Turismo Comunitario permitiendo llegar a la mayoría de oyentes a nivel nacional y a través del internet a nivel internacional.

13.- ¿Con quien realiza de manera más frecuente sus viajes turísticos?

GRÁFICO 19. PREGUNTA N.13



Los turistas respondieron que la compañía más común que tiene en sus viajes corresponde a la familia 52%, amigos 37% y solo el 11%. Estos valores permiten establecer el tipo de oferta que deberá establecerse par grupos familiares y de amigos (tours turísticos).

3.12 INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega diversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60% y el 70% de la biodiversidad del planeta.

Esto permite que el Ecuador se embarque en la búsqueda del turismo sostenible, ya que la diversidad cultural permite al país proporcionar una oferta diversificada que atrae al turista porque le permite vivir una experiencia diferente, es decir ser parte de un turismo vivencial.

La oferta en el turismo, es la agregación de actividades productivas nacionales que proporcionan los principales grupos de bienes y servicios adquiridos por los visitantes antes, durante y después de sus viajes y estancias.⁴¹

PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA

Por la variedad de atractivos turísticos de la zona y sobre todo por la majestuosidad del Lago Cuicocha (en Kichwa es Lago del Cuy), debería existir una alta oferta del producto Turismo Comunitario, sin embargo, como es un producto novedoso no existe inversión en tal sentido, lo que ocasiona que se convierta en una oportunidad para aprovechar la riqueza que posee este sector y establecer estrategias para el mejoramiento de la infraestructura ya establecida.

⁴¹ LANQUAR, Robert, Marketing Turístico, Editorial HUROPE S.L, octubre del 2001, p.53.

COMPETENCIA INDIRECTA

Para el análisis de la competencia indirecta se tomo en consideración el número de hoteles, cabañas, refugios, etc.; que brindan el servicio de hospedaje, alimentación y restaurante dentro del Cantón, sin embargo, no brinda el producto de Turismo Comunitario.

CUADRO 31. ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTOS, COMIDAS Y BEBIDAS-CANTÓN COTACACHI.

DESCRIPCION	Alojamiento		Prec.Ocup.Simple	Comidas y Bebidas		No. Persona. Ocup.
	No. Habitaciones	No. Plazas		Mesas	No. Plazas	
HOTELES						
Cota cachi	12	25	12	10	40	2
Plaza Bolívar	12	24	4	2	10	4
Sumac Huasi	12	22	18	3	12	4
HOSTALES RESIDENCIAS						
Bachita	12	26	4	3		2
HOSTERIAS						
Banda la	10	20	22	12	50	5
Mesón de las Flores	20	41	30	30	205	18
Mirage la	23	53	180	30	190	41
RESTAURANTES						
Fortunato	0	0	0	8	32	4
Inty Huasi	0	0	0	12	50	6
Leñador de Cota cachi	0	0	0	40	160	12
Tola la	0	0	0	25	100	4
Viejo Molino Steak House	0	0	0	11	44	4
RESTAURANTES DE COMIDAS TIPICAS						
Especial de Carnes Coloradas	0	0	0	17	70	3
Especial de Carnes Coloradas	0	0	0	6	24	2
PARROQUIA QUIROGA						
ESTABLECIMIENTO DE COMIDAS Y BEBIDAS						
Tincuicem	0	0	0	30	120	10
Mirador	0	0	0	9	36	3
TOTAL	101	211	270	248	1143	124

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO, Guía Turística Sierra Norte, 2007.

COMPETENCIA DIRECTA

En el Cantón Cotacachi únicamente existen 16 albergues que brindan el servicio de Turismo Comunitario, por ende son los únicos competidores de la zona, sobre el cual se debe mejorar el producto, entregando nuevos y atractivos paquetes turísticos. Para lo cual la zona de Cotacachi cuenta con una gama de lugares turísticos y con ellos podemos diferenciarnos de la oferta que la competencia tiene hasta la presente fecha.

CUADRO 32. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOS COMUNITARIOS-CANTÓN COTACACHI.

INFRAESTRUCTURA	MOROCHOS	CHILCABAM BA	TUNIBAM BA	LA CALERA	SANTA BARBARA	TOTAL
ALBERGUES	4	3	4	3	2	16
CAMAS	12	9	12	9	6	48
SILLAS	12	9	12	9	6	48
MESAS	4	3	4	3	2	16
TOTAL	32	24	32	24	16	128

Elaborado por: La autora.

3.13 OFERTA PROYECTADA

En relación a los datos existentes del consumo del Producto Turismo Comunitario, elaborado por la Agencia de Turismo RUNA TUPARI conjuntamente con el Municipio de Cotacachi, se establece que los servicios de alojamiento y la generación de plazas se incrementaran en razón de la siguiente proyección:

CUADRO 33. OFERTA TURÍSTICA- CANTÓN COTACACHI

PROYECCIÓN 2008-2012

AÑO	x	y	x*x	y*y	x*y
2003	1	500.00	1	250,000.00	500.00
2004	2	900.00	4	810,000.00	1,800.00
2005	3	1,500.00	9	2,250,000.00	4,500.00
2006	4	2,000.00	16	4,000,000.00	8,000.00
2007	5	2,100.00	25	4,410,000.00	10,500.00
TOTALES	15	7,000.00	55	11,720,000.00	25,300.00

Elaborado por: la autora

$$y=a + bx$$

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

$$b = \frac{5 * 25.300,00 - 15 * 7.000}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$b = 430$$

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

$$a = \frac{7.000,00 * 55 - 15 * 25.300,00}{5 * 55 - (15)^2}$$

$$a = 110$$

$$y = 110 + 430(x)$$

PROYECCIÓN PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS

AÑOS	CANTIDADES
y(2008)	2,690.00
y(2009)	3,120.00
y(2010)	3,550.00
y(2011)	3,980.00
y(2012)	4,410.00
y(2013)	4,840.00
y(2014)	5,270.00
y(2015)	5,700.00

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2} \sqrt{\sum y^2}}$$

$$r = \frac{25.300}{\sqrt{55} \sqrt{11.720.000}}$$

$$r = 1$$

El Ministerio de Turismo registra para la Provincia de Imbabura, dentro del catastro de establecimientos legalmente constituidos registra 133 establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje y alimentación, de los cuales son: 2.456 habitaciones y 6.226 plazas; el personal ocupado es de 1.088 personas.

3.14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda potencia insatisfecha se tomo los datos de la proyección de visitantes que ingresan a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas y las plazas existentes por los prestadores de servicios de alojamiento, para lo cual se realiza una resta de datos de la proyección de la demanda menos la proyección de la oferta, que resulta:

CUADRO 34. DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA DE ALOJAMIENTO

PERÌODO: 2008-2012

AÑOS	DEMANDA		OFERTA	DEMANDA
	TURISTAS	ALOJAMIENTO	ALOJAMIENTO	INSATISFECHA
			PLAZAS	PLAZAS
2008	119.307	41.757	2.690	39.067
2009	125.438	43.903	3.120	40.783
2010	131.57	46.05	3.550	42.500
2011	137.702	48.196	3.980	44.216
2012	143.834	50.342	4.410	45.932

Fuente: la autora.

La investigación reveló que el 35% de los turistas que visitan la provincia de Imbabura requieren de alojamiento para pernoctar entre uno a tres días en los diversos lugares recreativos. Esta demanda de alojamiento frente a la oferta, determina una demanda insatisfecha no atendida de 45.932 plazas para el año 2012.

3.15 ANÁLISIS DE PRECIOS

La determinación de los precios comerciales del producto constituye un factor muy importante al momento de determinar los ingresos probables del proyecto en el futuro. También sirve para comparar entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto, tomando en cuenta a todos los intermediarios que intervienen en la comercialización del mismo.

El Ministerio de Turismo contempla en su Registro de Centros de Turismo Comunitario legalmente constituidas aproximadamente 165 establecimientos, de los cuales para el análisis de precios se ha considerado los costos de los establecimientos más representativos del Ecuador. Pero no todos los establecimientos fueron abalados por la FETPCE.

Para el año 2007, la competencia por cada turista que pasa la noche en un albergue ingresa un total de 20 dólares:⁴²

8,00 dólares van destinados a las familias (lo que supone un 39% del total)

0,50 dólares para el cabildo (un 3% del total)

2,40 dólares destinados a pagar impuestos (un 12% del total)

2,60 dólares para Runa Tupari (un 13% del total)

3,00 dólares en comisiones a los Tours operadores intermediarios (un 15% del total)

3,00 dólares dedicados a gastos de transporte (otros 15% del total)

0,50 dólares empleados en gastos de comunicación (un 3% del total)

Toda la gestión y distribución es realizada desde la operadora.

⁴² RUIZ BALLESTEROS, Esteban, y otros, *“Turismo Comunitario en Ecuador-Desarrollo y sostenibilidad social”*, Editorial ABYA AYALA, Quito-Ecuador, Octubre 2007, p. 199.

CUADRO 35. ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

ESTABLECIMIENTO	LUGAR	PRECIO	No. PERSONAS	TIPO DE PAQUETE	TIPOS DE SERVICIOS QUE OFRECE
Centro de Turismo Comunitario " SUMAK PACHA "	Otavallo	27.5	1	1 Día	Comidas, guía nativo, danza, refrigerio y transporte
	Peguche	26	1	1 Día	Comida, guía nativo y transporte
Centro de turismo Comunitario Kushi Wayra	Cuenca	33	1	1 Día	Desayuno, transporte, almuerzo, actividades agrícolas
Centro de turismo Comunitario Capirona	Napo	35	1	1 Día	Alojamiento, demostraciones culturales, guía nativo y excursiones, alimentación
Centro de turismo Comunitario Runa Tupari	Cotacachi(comunidades de Morochos, Chilcapamba, la Calera y Tunibamba	25	1	1 Día	Guía nativo, refrigerio y transporte
		37.5	1	2 Días	Guía nativo, refrigerio y transporte, hospedaje
Centro de turismo Comunitario Yunguilla	Quito	14		1 Día	Guía nativo y refrigerio
Centro de turismo Comunitario Agua Blanca	Manta	35		1 Día	Guía, visita al Museo, refrigerio, almuerzo y transporte
		30	2 a 3	1 Día	Guía, visita al Museo, refrigerio, almuerzo y transporte
		25	6 o más	1 Día	Guía, visita al Museo, refrigerio, almuerzo y transporte
			1	2 Días	Guía, carpa, visita al museo, refrigerio, desayuno, almuerzo, cena y transporte

Fuente: www.redturismocomunitario.com

Elaborado por: la autora.

CUADRO 36. PROMEDIO DE PRECIO AL PÚBLICO

MARCA	PRECIOS
1	27.5
2	33
3	35
4	25
5	14
6	35
PROMEDIO	28.25

Elaborado por: La autora.

El promedio del precio al público corresponde a los rubros significativos del estudio de los precios de la competencia que asciende a un estimado de 28.25 dólares como referente para la estimación del precio que se ofertará por los paquetes turísticos.

3.16 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Luego de analizar la oferta, demanda y el precio del producto es importante analizar los canales más apropiados de distribución, la selección de distribuidores y una propuesta de publicidad.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de comercialización son “las estructuras comerciales formadas por todos los eslabones interdependientes que comprenden el desplazamiento de los productos desde el productor hasta el consumidor final. Comprende numerosos procesos como el transporte, la adecuación del producto, el almacenaje, etc.”.

CUADRO 37. CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO

CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO					
	N.	CANALES	AGENTES	SEGMENTO DE MERCADO	MEDIOS COMERCIALES
NIVELES	1	Directo	La propia comunidad	Excursionistas independientes. y turistas Clientes Instituciones.	Recomendación de Amigos y Familiares, Trípticos, folletos, volantes, afiches, tarjetas, páginas web, e-mail
	2	Indirecto	Distribuidores que organizan paquetes especializados	Turistas nacionales o extranjeros que gustan de paquetes organizados	Reuniones de negocios, videos, material impreso
	3	Directo	La propia comunidad	Turistas nacionales o extranjero independientes. En capital y ciudades fronterizas o turísticas	Ídem nivel 1
	4	Indirecto	Agencias de viajes, tour operadores receptivos y emisores minoristas	Turistas o extranjeros que prefieren paquetes organizados	Ídem nivel 2+ web, e-mail, ferias y bolsas, catálogos y guías de turismo.
	5	Mercado Internacional(Indirecto)			

Elaborado por: La autora.

VENTA DIRECTA

De acuerdo al Estudio de Mercado se observa que el mecanismo más óptimo para la venta del producto es a través la recomendación que proporcionan los amigos y familias para lo cual es prudente la creación de una página web, y con ello, brindar un buen servicio para acceder a la recomendación y garantía del buen servicio. Adicionalmente se contrataría cuñas radiales y publicidad en la TV (por el escaso presupuestos se tiene previsto coordinar con el Ministerio de Turismo para mayor difusión).

VENTA INDIRECTA

La venta indirecta comprende la negociación del producto con agencias de viajes, entrega de volantes en organizaciones no gubernamentales, instituciones de educación superior (estudiantes de ecoturismo, agroturismo, turismo, manejo de medio ambiente, entre otros); en los principales aeropuertos y convenios con los principales hoteles que practiquen la filosofía de manejo responsable de la naturaleza y enraizar las culturas indígenas de país. En el mundo existen más de 20 países con ofertas comunitarias: Asia, África, Europa Central.

3.17 PLAN DE MERCADEO

MICRO ENTORNO

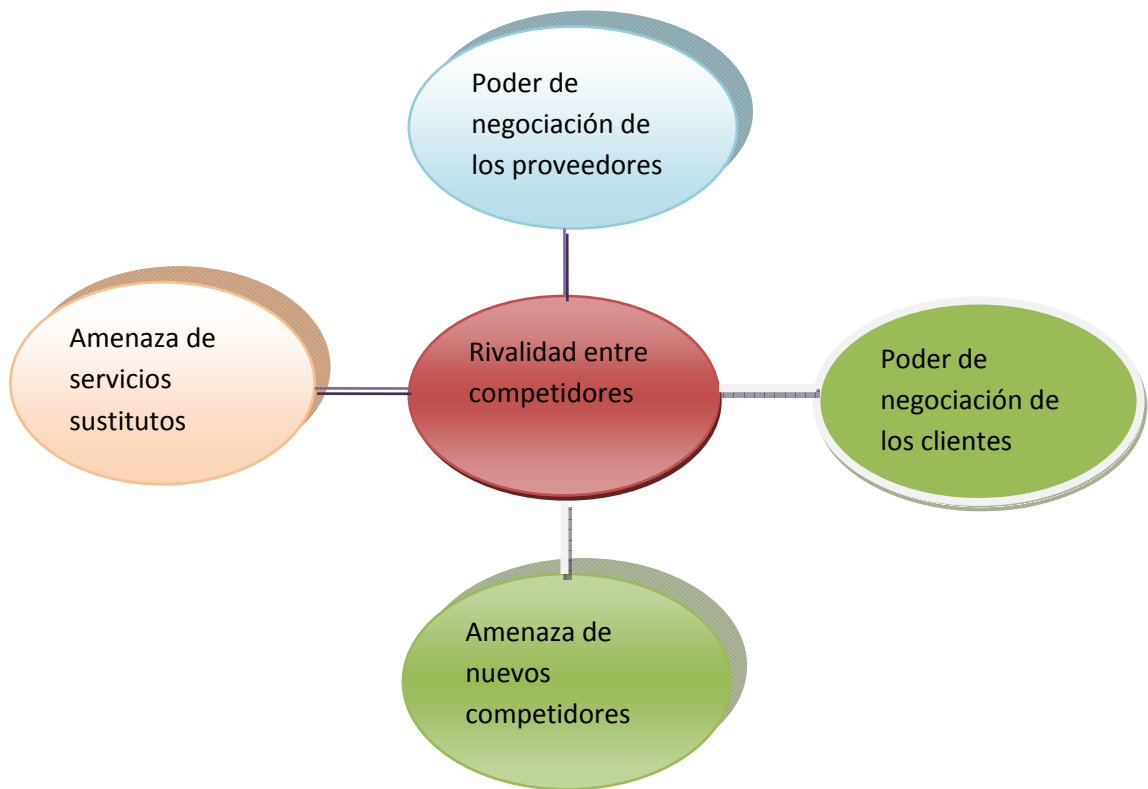
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter (Análisis Competitivo)

Dada ya las características del presente proyecto, se procede a realizar el análisis competitivo del sector empresarial al que pertenece.

Para el análisis, se tomara en cuenta el Modelo de Michael Porter(1998), según el cual existen “ cinco fuerzas que determinan las consecuencias de la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de este”.

A continuación, se muestra el grafico de las cinco fuerzas de Porter, las cuales afectan el entorno competitivo de una empresa.

GRÁFICO 20. CINCO FUERZAS DE PORTER



Elaborado por: la autora.

Basado en este modelo teórico a continuación se presenta un análisis de cada uno de estos aspectos o factores de influencia competitiva para la creación del Centro de Turismo Comunitario.

Rivalidad Competitiva

Existe una amplia oferta de servicios turísticos para los visitantes extranjeros que se encuentran en la provincia de Imbabura, por tanto, de manera general la rivalidad interna actualmente es amplia ya que la mayoría de tales pequeñas y medianas organizaciones son bastante similares a lo que ofrecería el presente proyecto que de comunidades aledañas.

Así, el presente proyecto al ingresar al medio se enfrentara entonces a los Albergues Comunitarios del Cantón, que potencialmente generaran el mismo servicio, por tanto se deberá ser muy cuidadoso en dar a conocer el factor diferenciador de la empresa, es decir, posicionar correctamente la Comunidad de Culquiloma.

Poder de proveedores

Los proveedores del negocio son por un lado las personas que participan en la generación del servicio y que no son empleados de planta del Centro de Turismo Comunitario, ello son guías, choferes y otros que sirven al turista.

Estos proveedores tiene un bajo poder de negociación, pues en la mayoría de casos no es difícil encontrar personal que brinde estos servicios y por tanto al ser amplia la oferta, su nivel de poder disminuye lo cual beneficia al presente proyecto.

Estas características son de beneficio para el presente proyecto pues constituye una garantía de que no existen mayores limitaciones o amenazas para el trabajo del Centro de Turismo Comunitario en lo que respecta a los proveedores de servicios.

Clientes

Los clientes del presente proyecto son los turistas nacionales y extranjeros, están en busca de actividades relacionadas al turismo ecológico, vivencial, es decir el compendio del turismo comunitario y que tienen un contacto inicial con la provincia de Imbabura.

El poder que tiene este tipo específico de turistas es alto debido principalmente a que la oferta de CTC pese a ser nueva en el país empieza a crecer rápidamente, por lo que los turistas tienen la capacidad de elegir entre una y otra oferta.

Como se mencionó entonces, el turista tiene un alto poder de negociación el cual deberá ser disminuido mediante una estrategia de diferenciación de la oferta del servicio que el proyecto brinde, el cual deberá ser de mayor calidad, seguridad, experiencia, de modo que el turista comprenda la diferencia entre lo ofertado por el presente proyecto y el resto de ofertas.

Rivalidad Sustituto

Es difícil definir producto o servicios sustitutos de la actividad de los CTC, sino fuere los servicios ofertados por hosterías del sector o por agencias especializadas en contrapropuesta a la oferta comunitaria de servicios.

Estos por su parte tienen una fuerte capacidad de negociación pues cuando observan que un CTC empieza a crecer, generan estrategias comerciales en pos de ingresar a este medio con paquetes turísticos.

En conclusión las 5 fuerzas se aplican para negocios específicos, puesto que analizan a los: clientes, proveedores, competidores, rivalidades y sustitutos. De otro lado, tal como se ha explicado, el turismo engloba en realidad a una serie de negocios o servicios complementarios.

CUADRO 38. ANÁLISIS 5 FUERZAS

ANÁLISIS 5 FUERZAS		
ALOJAMIENTOS		
Poder de negociación de clientes	Usuario Final	Fuerza Baja
	Agencia mayorista	Fuerza Media
Poder de negociación de proveedores	Mano de obra	Fuerza Baja
	Servicios públicos	Fuerza Baja
	Servicios de terceros	Fuerza Baja
Rivalidad Interna	Otros Hoteles, hosterías	Fuerza Alta
Bienes Sustitutos	Camping, albergues	Fuerza Baja
Potencial entrada de competidores	Para otros hoteles	Fuerza Media

Fuente: La autora.

3.18 PLAN DE INTRODUCCION AL MERCADO

El Plan de Introducción del proyecto se va a enfocar en promocionar el producto Turismo Comunitario, para de esta manera informar tanto al turista nacional o extranjero sobre los distintos atractivos turísticos que puede encontrar al visitar el Centro de Turismo Comunitario, de esta manera se pretende incrementar el número de turista.

Se considera una estimación del plan de mercado en relación al tiempo de ejecución del proyecto es decir 5 años.

CUADRO 39. PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO DEL PROYECTO

ESTRATEGIAS	PROMOCIÓN	PUBLICIDAD	COSTOS
Publicidad en periódico	Promoción fotográfica de las instalaciones en periódico local de la ciudad de Ibarra	Periódico de la ciudad de Ibarra” El Norte”	3.000
Alianza con agencia de viajes "Ecuateen Tours"	Oferta de paquetes especiales para estudiantes universitarios y secundarios	Incluir en el paquete turístico sierra norte “guía no paga ningún tipo de servicio”	No requiere
Alianza con la reserva Ecológica Cota cachi Cayapas	Por cada grupo de 6 personas que visiten el complejo el séptimo ingresa gratis “ solamente en feriados”	Vallas publicitarias	300
Alianza con estaciones de radios	Promoción de las instalaciones totales	Cuñas radiales en las emisoras que tengan más reintoning en la provincia	3.000
Visita a centros educativos superiores de la provincia	Promoción de la imagen del balneario entre potenciales clientes	Entrega de llaveros con logotipo del balneario	500
Convenio con la municipalidad de Urcuquí	En las festividades que realice el Municipio de Urcuquí incluyan al Balneario como auspiciante	Publicidad en quioscos municipales, banners y posters en tiendas del sector	2.000
Convenio con la municipalidad de Urcuquí	Promoción en eventos de concurrencia masiva	Gigantografía en la plaza de toros del cantón Urcuquí en las fiestas patronales	1.000
Publicidad en el ciber espacio	Creación de una página Web	Publicidad de medios masivos en Internet “buscadores, youtube.com y clasificados.com”	600
Convenio con las cooperativas de Transportes que viajan Quito- Ibarra- Urcuquí	Confeccionar camisetas que contengan un estampado de atractivos del Complejo turístico acompañados de un mensaje	Camisetas con el logo del Complejo, vestidas por los choferes de transporte	600

Elaborado por: la autora.

SERVICIO O PRODUCTO A OFRECER

Se va a ofrecer al turismo el servicio de alojamiento, restaurante, paseos por los distintos atractivos turísticos del Cantón, intercambio de manifestaciones culturales. Estos proporcionarán al visitante la satisfacción de haber tenido una experiencia única, mediante la interacción con la gente de las comunidades.

GRÁFICO 21. PRODUCTO TURISMO COMUNITARIO

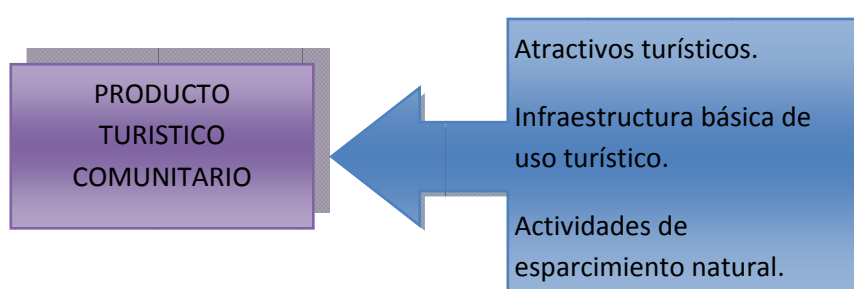


GRÁFICO 22. LOGOTIPO



Se define el nombre del Centro de Turismo Comunitario en la Comunidad de Culquiloma como “San Martín”, por cuanto existe una ideología religiosa sobre el citado nombre.

MENSAJE

Gente Amable y privilegiado contacto con la naturaleza, únicamente lo podrá encontrar en “San Martín”, Centro de Turismo Comunitario.

3.19 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

A través de la investigación de mercado se ha llegado a la conclusión que el proyecto para crear el Centro de Turismo Comunitario “San Martín” resultará rentable debido a la implementación y mejoramiento de nuevos paquetes turísticos, los mismos que cubrirán las necesidades de los turistas que visitan el Cantón Cotacachi, generando así un desarrollo sostenible en beneficio de la comunidad.

El estudio permitió conocer la demanda insatisfecha y la futura demanda que tendrá el Centro de Turismo Comunitario, y la competencia directa e indirecta. Se estableció estrategias de promoción y publicidad de los servicios ofertados para llegar a la sociedad a través de medios publicitarios como prensa escrita, cuñas radiales y creación de una página Web que permitirá obtener un mejor posicionamiento dentro del mercado nacional e internacional.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN, CAPACIDAD DE LA ZONA TURÍSTICA

LOCALIZACIÓN

Los albergues se encuentran ubicados en la Comunidad de San Martín, perteneciente al Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura a 4 kilómetros de la Parroquia de Quiroga, se encuentra en la vía principal de la carretera Otavalo-Quiroga-Cotacachi-Quiroga-Otavalo, es de fácil acceso y cuenta con una maravillosa vista de las planicies del volcán Cotacachi.

CAPACIDAD DE LA ZONA TURÍSTICA

La capacidad turística de un determinado sitio normalmente está dada por los atractivos turísticos que se encuentran en la zona estudiada y en sus alrededores. Para el presente caso, se puede mencionar que la capacidad del sector evaluado es muy amplia pues cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos, de los cuales en primer lugar se puede enlistar los siguientes:

El Mercado Artesanal Indígena de Otavalo

La cascada de Peguche.

Lago de Cuicocha.

Laguna de Donoso Tobar.

La Laguna de Mojanda.

El Lago de San Pablo.

Para evaluar la capacidad interna de la comunidad representado por el CTC, primeramente se señala que de las 80 familias que componen la comunidad, solo 10 participan como socios del CTC, por lo tanto la capacidad interna de recepción está dada por este número de hogares, los cuales pueden recibir de 1 hasta un máximo de 5 turistas simultáneamente, para lo cual se ha establecido la capacidad máxima de los albergues.

Con todo, se menciona que tal aparente limitación puede ser solventada incluyendo a más habitantes que deseen participar en el proyecto, esto, dependiendo del crecimiento en el número de visitas que genera el CTC.

TAMAÑO

Para determinar el tamaño del proyecto se establece el número de paquetes turísticos previstos para la venta, de tal manera que se desagrega de acuerdo con los paquetes turísticos que se ofrecerá.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/ SERVICIO TURÍSTICO

Se entiende por servicio turístico comunitario el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agencia miento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

EL producto turístico esta considerado por un conjunto de actividades que se ofertan al visitante a su llegada al CTC las cuales están clasificadas de acuerdo a los siguientes componentes:

Hospedaje y Convivencia, paseo natural, alimentación, transporte y aventura, actividades complementarias.

CUADRO 40. PRODUCTO TURÍSTICO –ALOJAMIENTO Y CONVIVENCIA

COMPONENTE	OFERTA DE LA COMUNIDAD
Alojamiento y Convivencia	• Domestico, dirigido principalmente a turistas nacionales y extranjeros que que desean aprender de la cultura de la comunidad. • La convivencia familiar es la integración del turista con una familia anfitriona como un miembro más de esta.

Fuente: la autora.

Las actividades cotidianas de la comunidad giran en torno a la agricultura organica, comercio de productos agrícolas. Además se desarrollan otras actividades como: artesanías, actividades de trabajo comunitario (minga), actividades de índole cultural.

CUADRO 41. PRODUCTO TURÍSTICO-PASEO NATURAL

COMPONENTE	OFERTA DE LA COMUNIDAD
Paseo Natural	• Escaladas a montañas y volcanes. • Caminatas entorno al lago. • Recorrido a la comunidad (presentación de la comunidad). • Excursión al bosque nublado.

Fuente: la autora.

La diversidad natural de la región permite organizar programas a la carta, como visitas a otras comunidades.

CUADRO 42. PRODUCTO TURÍSTICO-ALIMENTACIÓN

COMPONENTE	OFERTA DE LA COMUNIDAD
Alimentación	• Tres comidas diarias • Comida tradicional de la Comunidad

Fuente: La autora.

En cuanto a la alimentación, esta es la misma del resto de los miembros de la familia con productos y vegetales de la zona, salvo que determinados turistas sean alérgicos o vegetarianos, en tales circunstancias se servirán de acuerdo a esas tendencias.

CUADRO 43. PRODUCTO TURÍSTICO TRANSPORTE, ACTIVIDADES DE AVENTURA, SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

COMPONENTE	OFERTA DE LA COMUNIDAD
Transporte	• Transporte desde y hacia Otavalo. • Transporte dentro de la comunidad si es necesario.
Actividades de aventura	• Paseo a caballo. • Tour
Servicios Complementarios	• Servicio de guías. • Uso de bicicletas.

Fuente: la autora.

Por último, se debe mencionar que antes de la llegada de los turistas se dará mayor importancia a los hábitos de limpieza e higiene en cada una de las viviendas anfitrionas, de la misma forma se prepara con antelación los respectivos menús.

4.2 DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

LOS SERVICIOS A PRESTAR

A continuación se describe las actividades y servicios que prestara el Centro de Turismo destinados a satisfacer las expectativas de los turistas que ingresan al mismo:

Tour completo: el turista podrá disfrutar de caminatas que pondrán a disposición la comunidad, disfrutarán de hermosos paisajes llenos de lagos y montañas propias del Cantón Cotacachi, a través de rutas turísticas planificadas y seguras.

Alojamiento: uno de los servicios más importantes donde el turista luego de haber visitado y disfrutado las diferentes actividades que brinda el Centro de Turismo decidirá alojarse en los albergues de estilo rústico donde disfrutara de un ambiente familiar.

Restaurante: podrá disfrutar y degustar las delicias del Ecuador y la provincia de Imbabura, el turista no dejara de visitar las instalaciones del restaurante y podrán preparar los alimentos con productos orgánicos propios de la comunidad.

Convivencia Comunitaria: con familias kichwas indígenas. Talleres de música, danza y del idioma kichwa, festejos y rituales (Inti Raymi), involucrándolos en el diario vivir de las comunidades, sus costumbres y tradiciones. Visita a los cultivos agrícolas, elaboración de artesanías, actividad ganadera, arado, cosecha y siembra de productos andinos.

Guianza con miembros de las comunidades debidamente capacitados.

Los programas turísticos constituyen un conjunto de actividades específicas que se realizan en un periodo de tiempo determinado. El Centro de Turismo Comunitario va a poner a disposición de los turistas 3 paquetes turísticos con las siguientes características:

PAQUETE UNO

Paquete de 2 días (Sábado y Domingo), para 20 PAX

Incluye: comidas, guía nativo, grupo de danza, alojamiento y transporte.

DIA UNO

8H00 Concentración en la cantón Otavalo

8H30 – 9H30 Bienvenida Tradicional a CTC (Buena llegada con música autóctona)
Desayuno (Ali micuy)

Menú

Agua aromática, tortillas de tiesto, jugo de frutas naturales y queso

9H30 – 10H30 Movilización a la Reserva Ecológica Cota cachi-Cayapas (observación de paisajes, lanchas)

10H30 – 11H00 Descanso y Refrigerio

Menú

Papitas en Camisa con Salsa, jugo o cola

11H00 – 12H30 Recorrido por alrededor del Lago Cuicocha, toma de fotografías, intervención de un guía nativo sobre la historia ancestral del Lago Cuicocha y Volcán Cota cachi.

13H30 – 14H30 Almuerzo

Menú

Sopas

Aguado de Gallina o pollo

Fuerte:

Fritada, con papas, ensalada

Jugo

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso y caminata por los huertos ecológicos de la comunidad.

16H00- 18H00 Visita Centro Históricos de Cota cachi: compras de artículos de cuero, visita museo.

18H00 Retorno a la comunidad y Cena

Menú

Arroz con pollo

DIA DOS

8H30 – 9H30 Desayuno (Ali micuy)

Menú

Humitas con leche, jugo o café, agua aromática

9H30 – 10H30 Movilización a Laguna Donoso Tobar (observación de paisajes, flora y fauna-Laguna Piñan).

13H30 – 14H30 Almuerzo

Menú

Sopas

Arroz de cebada, papas y col blanca

Fuerte:

Papas, choclo, queso, carne colorada, aguacate

Jugo:

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso

16H00- 17H00 Presentación de grupo de Danza (baile tradicional y degustación de la chicha) y Despedida.

Bebida Tradicional: Chicha de Jora

17H00 Retorno a Otavalo.

PAQUETE DOS.

Paquete de 2 días (Martes y Miércoles), para 20 PAX

Incluye: comidas, guía nativo, grupo de danza, alojamiento y transporte.

No incluye: gastos extras, bebidas adicionales.

DIA UNO

8H00 Concentración en la cantón Otavalo

8H30 – 9H30 Bienvenida Tradicional a CTC (Buena llegada con música autóctona)
Desayuno (Ali micuy)

Menú

Agua aromática, tortillas de tiesto, jugo de frutas naturales y queso

9H30 – 10H30 Movilización a la Reserva Ecológica Cota cachi-Cayapas (observación de paisajes, lanchas)

10H30 – 11H00 Descanso y Refrigerio

Menú

Papitas en Camisa con Salsa, jugo o cola

11H00 – 12H30 Recorrido por alrededor del Lago Cuicocha, toma de fotografías, intervención de un guía nativo sobre la historia ancestral del Lago Cuicocha y Volcán Cota cachi.

13H30 – 14H30 Almuerzo

Menú

Sopas

Aguado de Gallina o pollo

Fuerte:

Fritada, con papas, ensalada

Jugo

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso y caminata por los huertos ecológicos de la comunidad.

16H00- 18H00 Visita Centro Históricos de Cota cachi: compras de artículos de cuero, visita museo.

18H00 Retorno a la comunidad y Cena

Menú

Arroz con pollo

DIA DOS

8H30 – 9H30 Desayuno (Ali micuy)

Menú

Humitas con leche, jugo o café, agua aromática

9H30 – 10H30 Movilización a Laguna Donoso Tobar (observación de paisajes, flora y fauna).

13H30 – 14H30 Almuerzo

Menú

Sopas

Arroz de cebada, papas y col blanca

Fuerte:

Papas, choclo, queso, carne colorada, aguacate

Jugo:

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso

16H00- 17H00 Presentación de grupo de Danza (baile tradicional y degustación de la chicha) y Despedida.

Bebida Tradicional: Chicha de Jora

17H00 Retorno a Otavalo.

PAQUETE TRES:

Incluye: comidas, guía nativo, grupo de danza, alojamiento y transporte.

Paquetes de tres días:

No incluye: gastos extras, bebidas adicionales.

DIA UNO

8H00 Concentración en la cantón Otavalo

8H30 – 9H30 Bienvenida Tradicional a CTC (Buena llegada con música autóctona)
Desayuno (Ali micuy)

Menú

Agua aromática, tortillas de tiesto, jugo de frutas naturales y queso

9H30 – 10H30 Movilización a la Reserva Ecológica Cota cachi-Cayapas (observación de paisajes, lanchas)

10H30 – 11H00 Descanso y Refrigerio

Menú

Papitas en Camisa con Salsa, jugo o cola

11H00 – 12H30 Recorrido por alrededor del Lago Cuicocha, toma de fotografías, intervención de un guía nativo sobre la historia ancestral del Lago Cuicocha y Volcán Cota cachi.

13H30 – 14H30 Almuerzo

Sopas

Aguado de Gallina o pollo

Fuerte:

Fritada, con papas, ensalada

Jugo

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso y caminata por los huertos ecológicos de la comunidad.

16H00- 18H00 Visita Centro Históricos de Cota cachi: compras de artículos de cuero,

visita museo.

18H00 Retorno a la comunidad y Cena

Menú

Arroz con pollo

DIA DOS

8H30 – 9H30 Desayuno (Ali micuy)

Menú

Humitas con leche, jugo o café, agua aromática

9H30 – 10H30 Movilización a Laguna Donoso Tobar (observación de paisajes, flora y fauna).

13H30 – 14H30 Almuerzo

Menú

Sopas

Arroz de cebada, papas y col blanca

Fuerte:

Papas, choclo, queso, carne colorada, aguacate

Jugo:

Tomate de árbol / Frutilla / Mora

14H30 -15H30 Descanso

16H00- 18H00 Visita a Comunidades Indígenas y presentación de las festividades que se realizan en Marzo y Abril (Semana Santa, época de cosecha), Junio (Intiraymi, mes del Equinoccio, Tapuy Raymi, Fiesta del Sol), Septiembre(fiestas del Cantón Cota cachi,

época de siembra), etc.

Presentación de Grupo de Danza tradicional (baile)

18H00 Retorno a la Comunidad y Cena

Menú

Albóndigas de carne, con arroz o ensalada

DIA TRES

8H30 – 9H30 Desayuno (Ali micuy)

Menú

Mini Tamalitos en masa de morocho, agua aromática o leche

9H30 – 11H00 Movilización a Rio y Aguas Termales Nangulvi (observación de paisajes, flora y fauna).

14H00 – 15H00 Almuerzo

Menú

Fuerte:

Papas, choclo, queso, carne colorada, aguacate

Jugo:

- Tomate de árbol/ Naranja/ Mora

15H00 -16H30 Descanso

16H30- 17H00 Presentación de grupo de Danza (degustación de la chicha) y Despedida.

Bebida Tradicional: Chicha de Jora

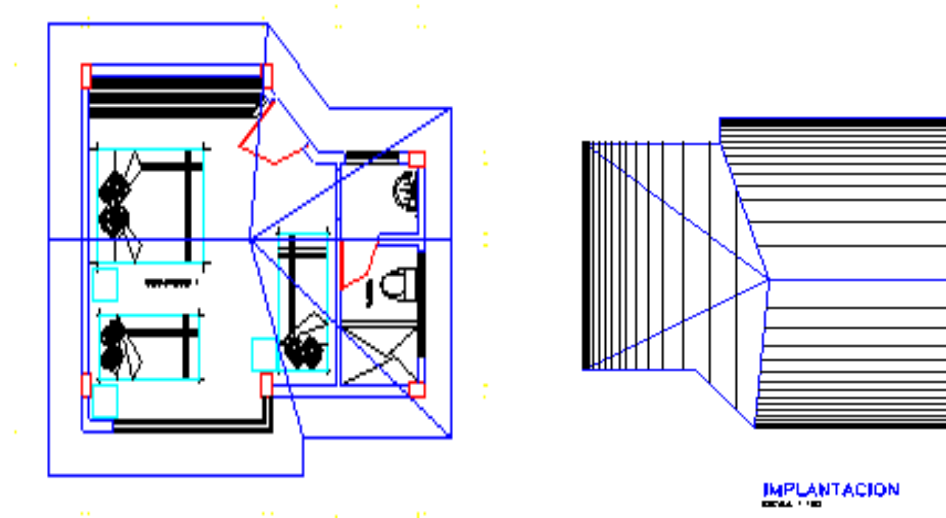
17H00 Retorno a Otavalo.

El menú puede variar de acuerdo a la temporalidad de los productos, pero necesariamente deberán acatarse a los productos tradicionales de la zona.

4.3 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS

ALOJAMIENTOS

Cada albergue está diseñado para tres, cuatro o cinco personas, sin embargo, la comunidad tiene previsto construir cuatro albergues. Se estima una dimensión de 45,69 m², se utilizarán para la implementación de jardines botánicos. Los albergues se promocionarán para los paquetes turísticos uno, dos y tres, que son los tours que requieren de varios días para su ejecución.



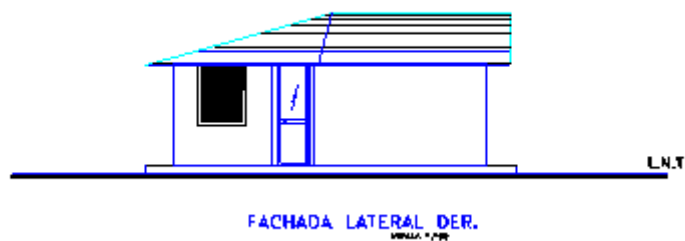
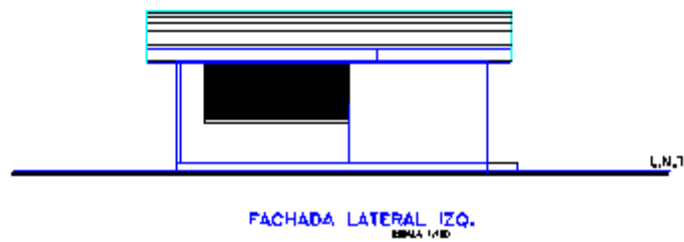
DISEÑO ALBERGUE COMUNITARIO

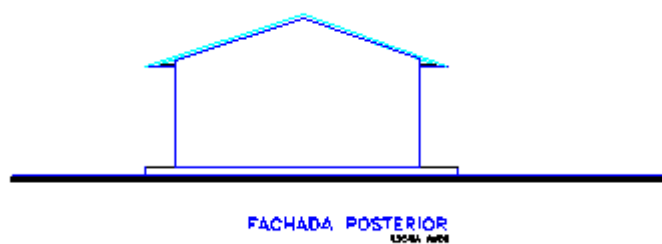
Como aporte de esta tesis se ha diseñado un posible modelo de albergue comunitario. Este diseño se lo ha realizado tomando en cuenta los materiales de la zona que deberían ser utilizados de acuerdo al entorno para evitar un impacto visual y la contaminación ambiental.



MODELO DE LA FACHADA PARA UN ALBERGUE COMUNITARIO

En el diseño mostrado a continuación se ha mejorado sustancialmente la presentación de los albergues comunitarios que existen en la zona.





El presupuesto que se requiere para la construcción de 4 albergues y un restaurante, el valor asciende a 59,720.25 dólares que corresponde únicamente a la infraestructura para el servicio de alojamiento y restaurante.

Para determinar la inversión de la infraestructura se analizaron los precios actuales de los materiales dentro de la provincia de Imbabura, los cuales son de mediana calidad, construcción rústica, esto es una combinación entre cemento, ladrillo y madera.

Además, para calcular la inversión total del proyecto se ha necesitado previamente el levantamiento de planos, con el apoyo de un profesional arquitecto, el mismo que ha realizado los planos del proyecto de los albergues.

No se cuantifica la inversión del terreno por cuanto este espacio es dotado por la comunidad, se entrega para el proyecto un área de 3.500 metros cuadrados en los cuales se procederá con la construcción de los albergues.

CUADRO 44. TERRENOS Y CONSTRUCCIONES

DETALLE	AREA	No. ALBERGUES	VALOR TOTAL	
Terreno(Aporte Comunidad)	45.69	5	3.500	m2
Presupuesto Albergues	8,853.42	4	35,413.69	USD
Presupuesto Restaurante	8,823.54	1	8,823.54	USD
TOTAL			44,237.23	USD

Elaborado por: la autora.

INFRAESTRUCTURA

Transporte:

La comunidad cuenta con una red de transporte público, desde Otavalo-Quiroga-Cotacachi-Quiroga-Otavalo (por el camino viejo), desde Cotacachi existen otra línea de transporte que permite la conexión con Ibarra, una cooperativa de camionetas localizado en Quiroga y también una cooperativa de Taxis en Quiroga y Cotacacachi.

La calle principal que permite conocer la Laguna de Cuicocha y sus cantones esta asfaltada.

Servicios Básicos:

Posee los servicios de agua entubada, energía eléctrica, teléfonos públicos y privados. Además, cuenta con servicio de parqueadero (en la ciudad de Cotacachi), en las comunidades espacios de aéreas verdes. Es importante señalar que cada

comunidad cuenta con casas comunales y estadios para las actividades deportivas y artísticas.

En la ciudad de Cotacachi existe un hospital intercultural, un mercado Municipal en Quiroga y Cotacachi, en los cuales los pequeños productores entregan su producción a cómodos precios y son orgánicos.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

MISIÓN

La misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. Señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización, de tal manera que identifica los mercados a los que se dirige, los clientes a los que quiere servir y los productos que quiere ofrecer. La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta. ¿Para que existe la organización.

Misión del Centro de Turismo Comunitario.

Brindar a los turistas un lugar de relajación y esparcimiento en un ambiente que está en contacto con la naturaleza, vinculada a la actividad turística comunitaria que permitan que los miembros de la comunidad revitalizar sus raíces culturales, obteniendo recursos económicos y defendiendo sus territorios ancestrales, de esta manera disfruten de momentos agradables en compañía de sus amigos y familiares; aportando así al desarrollo integral de la comunidad.

VISIÓN

La visión define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado que se desea de la misma. La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta. ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?.

Visión del Centro de Turismo Comunitario “San Martín”.

Ser considerado el mejor Centro de Turismo Comunitario “San Martín” en el mercado turístico y hotelero a nivel provincial, ofreciendo un servicio de alojamiento y alimentación de calidad, satisfaciendo las necesidades del cliente interno y externo, generando recursos económicos para la comunidad.

5.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS METAS Y VENTAJAS

POLÍTICAS

POLÍTICA DE GESTIÓN HUMANA

- Mantener contacto continuo con el personal administrativo u operativo del Centro.
- Brindar incentivos a los empleados del Centro.
- Cumplir con las normas del Centro de Turismo Comunitario, su incumplimiento acarrearán sanciones.

POLÍTICA DE NEGOCIACIÓN

Establecer el porcentaje de ganancia al momento de realizar las alianzas con las agencias de viajes.

POLÍTICA E IMAGEN CORPORATIVA

- El personal del Centro deberá estar 30 minutos antes de la apertura del mismo.
- Realizar reuniones mensuales para conocer el desarrollo de las distintas áreas.
- El personal de área de alojamiento deberá llevar todos los días vestimentas típicas del sector. Se elaborarán distintivos con el logotipo del Centro de Turismo Comunitario, para todos los empleados del mismo.
- Cumplir con las normas de aseo.

POLÍTICA DE SERVICIO

- Los pedidos efectuados por los clientes no debe demorarse más de 5 minutos.
- El personal estará disponible las 24 horas para resolver cualquier inconveniente que encontrare el cliente en el servicio.
- El personal debe rotar según el número de turistas.

PRINCIPIOS

Se debe tomar en cuenta los siguientes principios:

- Principio de democracia: Se utilizara este principio para que exista participación y colaboración de todos los integrantes de la comunidad que trabajaran en el CTC.

- Principio de flexibilidad: Este principio ayudara a formular estrategias de cambio de acuerdo a las necesidades del cliente y el Centro al momento que presente ciertas dificultades en su funcionamiento.
- Principios de operatividad: Estos ayuda a planificar las tareas que va a ser designadas al personal del Centro.
- Principio sistemático: SE utilizara en el Centro con el objetivo de que exista secuencia en los procesos y actividades al momento de realizarlos.

5.3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

El aspecto administrativo implica la toma de decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos.⁴³

Este conjunto de actividades constituye el proceso administrativo, que a su vez consta de: planeación, organización, dirección y control.

Para obtener un adecuado manejo de la infraestructura y manejo de los servicios turísticos, es importante contar con un Centro de Turismo Comunitario que permitirá planificar, organizar y controlar las actividades turísticas de la Comunidad.

⁴³ SOSA DE LA CRUZ, Clifor D., *Cómo elaborar un proyecto de inversión turística*, CAMDESA Editorial Sa, p. 55.

LA ORGANIZACIÓN

Dentro de la organización es parte esencial la participación comunitaria, el fortalecimiento organizativo, la organización y el desarrollo comunitario, que implica obtener el bienestar general de la comunidad a través del trabajo, producción, sanidad, vivienda, equipamiento y capacitación.

Para lograr estos desafíos es necesario que se dejen de lado los sistemas de planificación vertical y se impulsen procesos de planificación participativos, en los que la propia comunidad encuentre su norte hacia el desarrollo sustentable, incorporando los elementos de competitividad para que sus productos puedan ser vendidos en el mercado, preservando el medio ambiente y los valores naturales y culturales de la localidad.

CRITERIO DE ORDENAMIENTO DE RECURSOS

Se considera prioritario para las comunidades, establecer una clara visión de la organización y desarrollo comunitario, establecer mecanismos para revitalizar la cultura y las relaciones interculturales, mejorar la gestión ambiental y territorial. Además, se interesan por el mejoramiento de las condiciones productivas y económicas, mejoras individuales de los comuneros y mejorar las condiciones básicas de la vida comunitaria.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

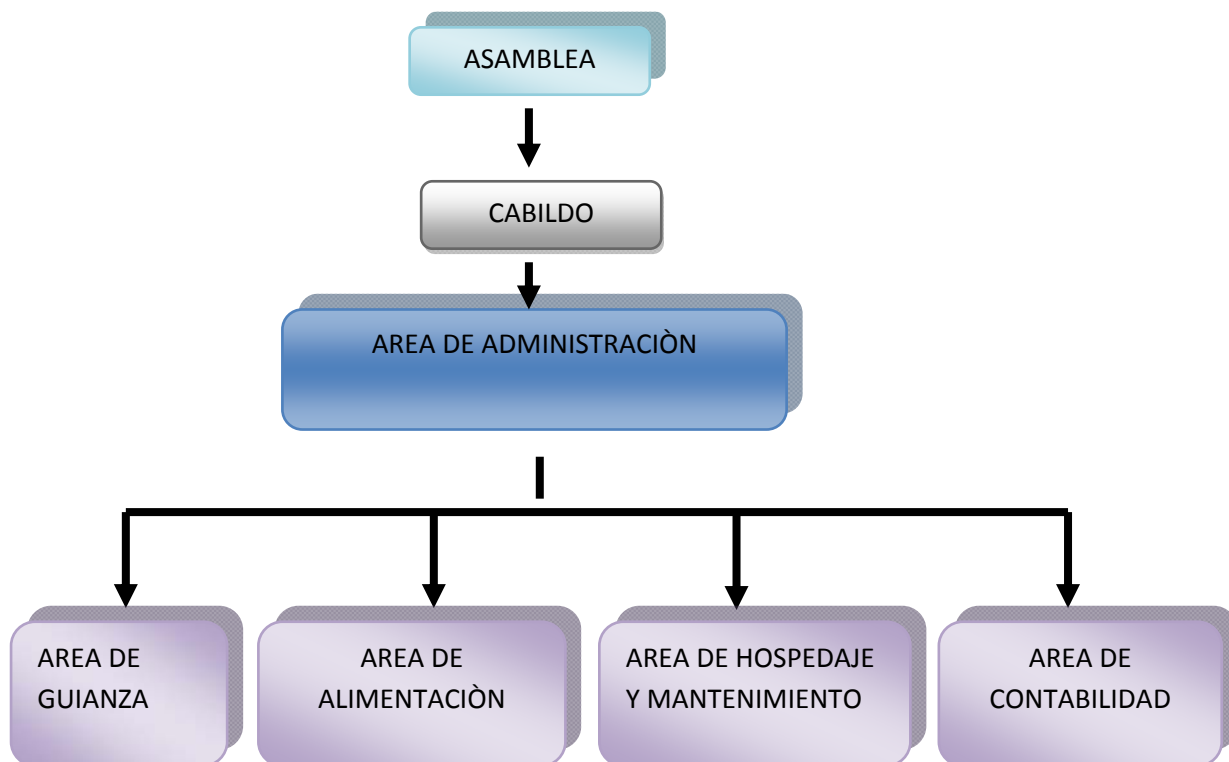
5.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

En el organigrama se representan las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de la organización.

Se establece un organigrama estructural de las áreas de gestión de los Centros de Turismo Comunitario, que van acorde a la realidad de la comunidad y constituye un referente para la distribución de responsabilidades de quienes lo integran.

En las comunidades el ente decisorio para la ejecución de los proyectos en beneficio de la comunidad, es la Asamblea; quienes a través del Cabildo toman decisiones para la administración adecuada del Proyecto y lo regulan con la respectiva resolución, en el cual se asigna el personal coordinador y el personal idóneo para las áreas operativas del Centro de Turismo Comunitario. De la comunidad y su capacitación depende el éxito de los Centros Comunitarios.

GRÁFICO 23. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO



Fuente: FEPTCE, Manual de Calidad para la gestión del Turismo Comunitario, 2007.

DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

ASAMBLEA

Toma decisiones y vigila las acciones que realizan los Cabildos.

Funciones:

- Define las políticas administrativas, sociales y culturales.
- Monitorea y da seguimiento a las acciones del Cabildo.
- Solicita los Estados Financieros.
- Establece el plan de trabajo.

- Crea un plan de capacitación para los comuneros.

CABILDOS

Dirige, toma decisiones y controla las acciones que permitan velar por el bienestar de la comunidad y el Centro de Turismo Comunitario.

Funciones:

- Tomar decisiones, a través de establecer estrategias de comercialización del producto.
- Crear convenios que ayuden al desarrollo de la comunidad.
- Establecer lineamientos de funcionamiento para ser aprobados por la comunidad.

ÀREA DE ADMINISTRACIÒN DEL CTC

Funciones:

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización.
- Recibir y registrar llamadas
- Formular políticas para las reservaciones (venta y cancelación), ejecutarlas (confirmar reservaciones) y emitir informes semanales de las reservaciones.
- Coordinar la elaboración de tours, con el equipo de gestión.
- Elaborar cotización de tours y presupuestos.
- Coordinar actividades de capacitación.
- Dar información amplia de los servicios que presta el CTC.
- Recibir al visitante.
- Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforme el equipo de gestión
- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión del CTC.

- Orientar el trabajo del personal que conforme el equipo de gestión.
- Encargarse de la comercialización del producto turístico.
- Controlar y supervisar presupuestos de ventas.
- Formular políticas de promoción, precios, ventas, para su aprobación por el equipo de gestión.
- Realizar una lista de proveedores y visitarlos continuamente para evaluar la calidad y el precio de los productos por adquirir.
- Manejar el presupuesto.
- Manejar la publicidad y marketing (promocionar y vender el servicio, así como diseñar nuevas formas de publicidad).

ÀREA DE CONTABILIDAD

Funciones:

- Observar y actuar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización.
- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones del CTC.
- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de ventas y todo comprobante que justifique un pago.
- Llevar un proceso contable, que le ayudara para el manejo económico.
- Presentar al Coordinador del CTC informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero del CTC.
- Elaborar los estados financieros mensuales del CTC (revisar la contabilidad, diarios de caja, conciliaciones bancarias).
- Responder por los fondos del CTC con su firma en los cheques, conjuntamente con el Coordinador del CTC.
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y más disposiciones referentes al manejo de recursos económicos.
- Revisar y analizar los presupuestos de las actividades del CTC.
- Procesar el pago mensual de sueldos.

- Emitir facturas de los gastos del visitante.
- Llenar formulario y pagar los impuestos al SRI.
- Efectuar los pagos a proveedores y servicios básicos que genere la ejecución de las actividades administrativas, operaciones y logística de los CTC.

ÀREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Funciones:

- Definir y elaborar las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Ser responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.
- Comprar los ingredientes necesarios para la comida
- Conocer de la elaboración de los menús (refrigerios, platos típicos, almuerzos, cenas, etc.), que ofrece el CTC y estar pendiente los gustos y preferencias alimentarias de los turistas (vegetarianos).
- Tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.
- Mantener limpia la cocina.
- Realizar inventario de los materiales, equipos y utensilios que se utilizan en la cocina.
- Coordinar con el equipo de gestión de los CTC la fijación de precios de venta de alimentos y bebidas.
- Vigilar que los alimentos estén en buen estado, aplicando métodos de conservación adecuados.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.

ÀREA DE ALOJAMIENTO

Funciones Alojamiento:

- Conducir a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y estar pendiente de los que requieran.
- Entregar las llaves de las habitaciones a los visitantes.
- Tomar recados para los visitantes.
- Ser responsable de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños.
- Proveer los suministros necesarios para los baños de las habitaciones (papel higiénico, toallas, jabón, champú, etc.)
- Ser encargado del lavado y planchado de la lencería de las habitaciones y el restaurante/ comedor.
- Proveer a las habitaciones y e restaurante/ comedor de la lencería necesaria.

Funciones Mantenimiento:

- Actualizar los inventarios de los bienes del CTC.
- Velar por el mantenimiento en las mejores condiciones de uso de las instalaciones, maquinarias, mobiliario y en general los aspectos de las distintas áreas de operación.
- Ser el encargado del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliario y senderos.
- Vigilar el adecuado funcionamiento de toda la infraestructura, accesos y senderos.
- Reparar cualquier desperfecto que se produzca en las instalaciones.
- Proveer a los coordinadores de alojamiento, alimentos y bebidas, materiales y equipos de limpieza.

ÀREA DE GUIANZA

Funciones:

- Preparar las condiciones más favorables para el tour.
- Cuando los turistas lleguen al CTC, explicar sobre el viaje y preguntar por sus intereses y expectativas.
- Coordinar con el coordinador de alimentos y bebidas la alimentación de los visitantes a su cargo.
- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de la comunidad.
- Cuidar de la seguridad del turista.
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente.
- Vigilar que los guías no tomen drogas, alcohol, ni implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante las visitas.
- Coordinar con los guías que tenga todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida.
- Coordinar con los guías acerca del manejo de la basura (debe realizarlo en el cesto), discutir con sus compañeros de trabajo frente a los turistas, usar senderos establecidos y no apartarse de ellos, además, no deberá hacer ruidos durante la noche mientras los visitantes se están preparando para dormir o mientras está durmiendo y pero aun decir malas palabras durante el tour.
- Conocer que el guía es el máximo responsable del viaje.

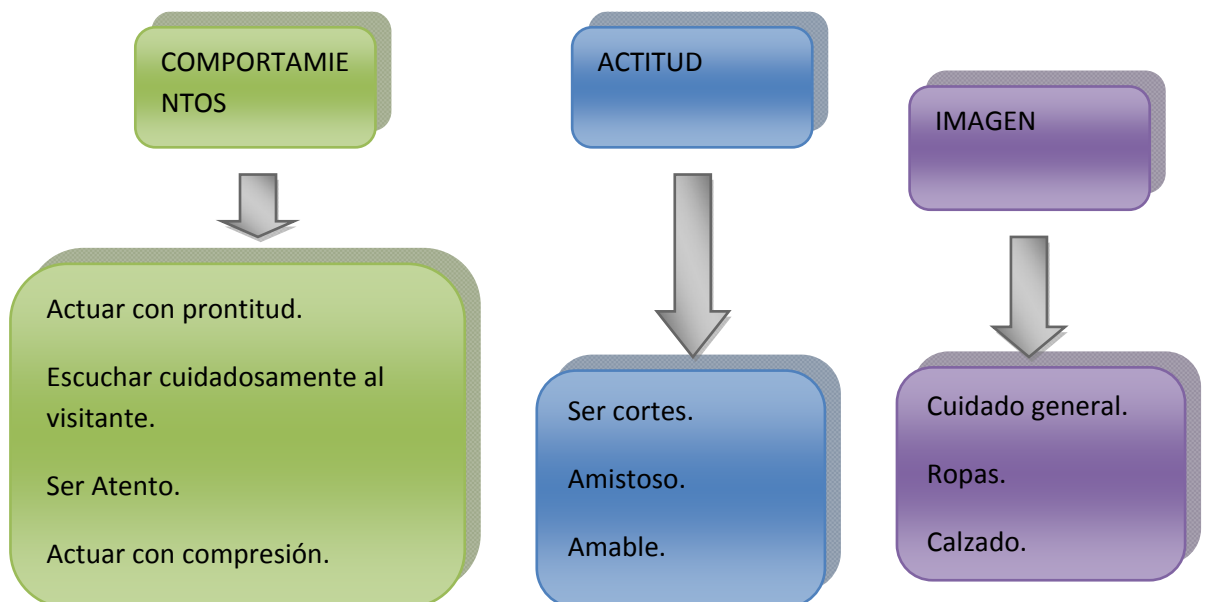
5.5 ESTÀNDARES DE CALIDAD PARA EL PERSONAL

PERSONAL Y SERVICIO

- Por lo menos una persona en el CTC debe hablar inglés básico, de preferencia inglés avanzada u otro idioma.
- El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, cultural, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.

- Cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.
- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con dudas o problemas.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamara por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando fumar o comer.
- A la entrada o salida de visitantes siempre habrá alguien quien los recibe, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC explicando el funcionamiento y localización de cada cosa, comunicándoles los horarios y dependencias donde se sirven el desayuno y las comidas.
- El CTC debe contar con signos de identificación propios: como uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.

GRÁFICO 24. CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL



Los estándares de calidad en las relaciones humanas del personal servirá como base fundamental para el desenvolvimiento en el ámbito profesional y personal del cliente interno del Centro, con la práctica de valores ayudara a que el Centro trabaje sin ningún problema y cumpla con todas la metas planteadas, así como se observara un trabajo en equipo sin violentar las políticas y reglas impuestas en el Centro.

5.6 ESTRATÈGIAS PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO

A continuación se detalla algunas de las estrategias que se aplicaran para cumplir la meta de posicionarse en el mercado competitivo:

- Determinar precios competitivos y accesibles para los diferentes segmentos del mercado y competencias con similares características.
- Trabajar con la mano de obra propia de la comunidad para no introducir mucha maquinaria con la finalidad de proteger el entorno natural del Centro y la comunidad.
- Formalizar alianzas con establecimientos educativos, agencias de viajes y la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.
- Creación de una página web, folletos y establecer convenios con medios de comunicación y centro educativos para difundir la información de las bondades y servicios.
- Realizar seminarios para la capacitación del personal.

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO LEGAL

La actual Constitución Política de la República reconoce las diversas formas de organización de los factores de la economía, entre ellas la comunitaria y asociativa, de manera que contribuya al buen vivir de la población ecuatoriana.

Que de conformidad con el artículo 3, numeral f, de la Ley de Turismo vigente, constituye un principio básico de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad y protegiendo su ecosistema.⁴⁴

Que, por disposición del artículo 4, literal a, de la Ley de Turismo, es Política de Estado reconocer que la actividad turística corresponde tanto la iniciativa privada como a la iniciativa comunitaria o de autogestión.⁴⁵

6.1 NORMATIVA LEGAL QUE AMPARA A LOS CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO

Conforme lo establece el Art.1 del Reglamento de Turismo Comunitario, que señala: “Definición.- Se entiende por Turismo Comunitario 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

⁴⁴ Ley de Turismo

⁴⁵ Ídem

Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.”⁴⁶

Como actividad económica, el turismo comunitario se inscribe dentro de la economía popular y solidaria, para todos los efectos legales.

6.2 REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE LOS CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO

Para garantizar la eficiencia de los servicios por parte de las comunidades el Ministerio de Turismo ha implementado los siguientes requisitos para su legalización:

- Copia certificada de la Escritura de la personalidad jurídica de la Comunidad.
- Copia certificada del Nombramiento inscrito y vigente del Representante Legal y de sus documentos de identidad.
- Copia certificada o Acta de asamblea general que autoriza a su representante legal.
- Pago del registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- El Registro de la Comunidad, ante el Ministerio de Turismo.
- Documentos y/o Certificados que demuestren que los responsables de los servicios turísticos ofertados por la Comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo.
- Copia del registro único de Contribuyentes (R.U.C.), la comunidad debe inscribirse con personería jurídica sin fines de lucro.
- Copia de la cédula de Identidad
- Copia certificada del informe expedido por:

⁴⁶ Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, Acuerdo N° 20060130, Registro Oficial No.266 de fecha 08 de febrero 2008.

Secretaría de pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas.

La autoridad pública que le otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con un informe previo de la Secretaría de pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afro-ecuatorianas.

La legalización de los Centro de Turismo Comunitario les permite obtener varios incentivos entre ellos: ser parte de la oferta turística del país a través de un reconocimiento jurídico y legal de los CTC en el catastro turístico del país, pueden acceder a la promoción nacional e internacional por parte del Ministerio de Turismo, acceder a líneas de crédito público privadas, fomento y apoyo a programas de capacitación y acceso a programas de cooperación interministerial.

Así mismo según artículos complementarios al anterior, existen ciertas regulaciones que los CTC deben seguir:

Certificado de Registro.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para la inspección de la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Licencia Anual.- La licencia anual de funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción territorial donde se encuentre el centro de TC de ser descentralizado, caso contrario se la pedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntando la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

6.3 BENEFICIOS Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Los beneficios contemplados para los proyectos turísticos calificados ya sean como empresas de ecoturismo certificadas o de CTC son:

- Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la ley de turismo.
- Preferencias dentro de la planificación promocional de país, que efectúa el Ministerio de Turismo.

Adicional a ello, se prevé los siguientes beneficios a través de la Ley Reformatoria a la Ley de Régimen Tributario:

- Exoneración de impuestos.
- Incentivos.
- Reconocimiento de gestos en el exterior.
- Comisiones por promoción
- Devolución de IVA a los turistas.

OBLIGACIONES LABORALES

El Centro de Turismo Comunitario cumplirá con todas las obligaciones de ley con sus empleados como son:

- Afiliación al IESS(Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)
- Pago de beneficios de ley: decimo tercero y cuarto sueldo.
- Derechos a vacaciones.
- Permiso por maternidad, paternidad y enfermedades.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Para el funcionamiento del CTC se requiere de un permiso municipal que es la patente, para obtener dicho documento es necesario cumplir con las siguientes normas:

- Registrarse en la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto.
- Presentar formulario respectivo debidamente lleno.
- Adjuntar copia de la personería jurídica del CTC.
- Cedula de ciudadanía del representante legal.
- Cancelar el rubro respectivo.

De igual manera es importante obtener el RUC para lo cual se necesita cumplir con las siguientes disposiciones:

- Original y copia de la Cedula de identidad del representante legal.
- Papeleta de votación.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento en donde se desarrollara la actividad económica (agua, luz o teléfono).

- Copia de la escritura que defina la personería jurídica del contribuyente.
- Llenar el formulario de inscripción y actualización de información emitida por el Servicio de Rentas Internas.

En torno a las obligaciones tributarias de los CTC, estas no varían del resto de personas jurídicas o sociedades registradas en el SRI, a saber:

- Actualización permanente del RUC.
- Declaración mensual de IVA, aun si no se retiene por venta de servicios.
- Declaración mensual de impuesto a la renta retenido.
- Llevar contabilidad
- Facturar sus ventas, sin consideración de la cuantía.

INSTITUCIONES QUE CONTROLAN LOS CTC

Se debe registrar el CTC en las siguientes entidades de control, quienes realizan una constatación de la calidad de servicios previo a la obtención de los permisos pertinentes para el funcionamiento de los CTC:

- Servicios de Rentas Internas.
- Ilustre Municipio de Cotacachi.
- Ministerio de Turismo de Imbabura.
- Cuerpo de Bomberos.
- Ministerio del Ambiente.
- Intendencia de Policía.

Control Sanitario:

Según lo dispuesto en el Art.4 literal a) del Régimen de Tasas por control sanitarios y permiso de funcionamiento, todo establecimiento que trate con alimentos y bebidas debe obtener un permiso sanitario de funcionamiento ante el Ministerio de Salud a través de sus dependencias y entidades competentes en este caso será el Centro de Salud de la provincia de Imbabura, debiendo cumplir los siguientes requisitos:

Copia del Certificado de Salud el cual consiste en la revisión médica de todos los empleados.

- Copia del RUC.
- Plantilla de inspección con el cumplimiento de mejoras.

REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO.

Establecimiento de alojamiento, comidas y bebidas, servicios de recreación y esparcimiento.

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal
- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento firmado por el representante legal permiso del uso del suelo.
- Copia del RUC actualizado.

6.4 NORMATIVA QUE REGULA LOS PRINCIPIOS DEL TURISMO COMUNITARIO

La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades.

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

A través del Reglamento General de Actividades Turísticas se puede observar los artículos 167 y 179 señalan los requisitos para las operaciones de las comunidades legalmente reconocidas y fomento y estímulo de las inversiones respectivamente.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO AMBIENTAL

7.1 ESTUDIO AMBIENTAL PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO

El estudio ambiental en un proyecto turístico es importante porque nos permite conocer las características del lugar, aprovechar los recursos, y la energía alternativa para utilizarlos adecuadamente en los servicios, con ello se lograra con la implementación de las buenas prácticas del turismo y el ambiente.

Se aplicara la metodología de Límites de Cambios Aceptables (LAC) con el propósito de prevenir y corregir posibles impactos que generan los visitantes en las aéreas donde se realiza la actividad turística.

Para un adecuado desarrollo sustentable en el proyecto se promueve trabajará conjuntamente con las poblaciones locales para desarrollar proyectos de concienciación en el manejo de los recursos, rescate de las costumbres y tradiciones ancestrales de la cultura del Cantón Cotacachi.

Con la implementación de la metodología mencionada y las técnicas se pretende reducir costos en los materiales, así evitar utilizar maquinaria que afecte el ambiente, para cumplir todo esto es necesario que los involucrados en el proyecto se comprometan a cumplir con todas las actividades planeadas.

Este capítulo, permite implementar metodologías que ayuden a reducir impactos ambientales mediante el establecimiento de estándares e indicadores que serán aplicados en situaciones específicas.

REDACCIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES Y TURÍSTICAS.

Definición:

Las buenas prácticas ambientales son un conjunto de recomendación y acciones sencillas con el ambiente que permite preservar el entorno natural como un factor positivo y ayuda a que las personas optimicen la productividad y ahorren tiempo y recursos.⁴⁷

Detalle de las buenas prácticas:

- Ahorrar al controlar el consumo de los recursos y el efectivizar los procesos productivos
- Mejorar la imagen de la empresa gracias al respecto, el ambiente y a la sociedad.
- Acceder a nuevos mercados más exigentes y especializados.
- Proteger el ambiente para mantener el bienestar de la vida en el planeta.
- Mejorar las relaciones con las comunidades locales.

⁴⁷ SOSA DE LA CRUZ, Clifor D., *Como elaborar un proyecto de inversión turística*, CAMDESA Editorial Sa, p. 75.

7.2 BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Recursos Energéticos:

- Realizar instalaciones de fácil acceso en toda la arquitectura del Centro, para de esta manera evitar problemas al momento de la revisión periódica de instalaciones eléctricas permitiendo ahorrar tiempo y dinero.
- Realizar conexiones por tierra.
- Para conexiones eléctricas utilizar tubos PVC a una distancia no mayor de 1 metros 35 centímetros.
- Usar equipo e implementos certificados para la eficiencia energética como por ejemplo bombillos, fluorescentes de marca OSRAM, porque tienen certificaciones ambientales y se encuentran apoyando a la conservación.
- En la parte arquitectónica del Centro se deberá aprovechar la luz natural mediante la creación de ventanales amplios creando tragaluces y claraboyas.

Área de Restaurante

- Realizar periódicamente la limpieza de los frigoríficos, para evitar que las grasas u otros residuos impidan un buen funcionamiento y no provoquen consumo excedente de energía.
- Evitar mantener abiertos los frigoríficos y antes de abrirlos decidir qué productos desean utilizar, pues se ha comprobado que al abrirlos de manera constante consume más energía que lo normal.
- Evitar que los alimentos que introduzca en el frigorífico estén calientes, ya que el consumo energético incrementa considerablemente.
- Realizar una distribución adecuada de los electrodomésticos.
- Colocar el refrigerador a una distancia de un metro de la pared para permitir una buena ventilación de las rejillas.

- Mantener el frigorífico lleno mas no rebosante, y colocar envases con agua para llenar los espacios vacios (un refrigerador con menos productos consume más energía).
- Comprar electrodomésticos ecológicos de menor consumo, tanto de agua como de energía, se recomienda examinar la etiqueta energética, las letras A y B son las más eficientes.

Recursos Hídricos

- Instalar dispositivos que ahorren agua, utilizando ahorradores y reguladores de flujos en las llaves.
- Cierre los grifos siempre que no estén usando.
- Realizar mantenimiento periódico del sistema hidráulico para detectar fugas y proceder a sus respectivas reparaciones.
- Barrer periódicamente las zonas más comunes en lugar de utilizar mangueras para su limpieza de manera que se disminuya el consumo irracional de agua.
- Las tuberías de agua deberán ubicarse de manera que se requiera el menor movimiento de tierra posible, adyacentes a caminos y senderos.

Manejo de Desechos:

- Los focos ahorradores y pilas serán enviados a empresas que promuevan el reciclaje.” Consorcio Ecuatoriano Suiza”.
- La utilización de productos biodegradables lo menos posible.
- Comprar la cantidad de productos necesarios para prevenir deterioros, ocupación innecesaria de espacios y caducidades que solo generan residuos.
- Utilizar productos con envase tetra packs.
- Promover la utilización de envases retornables.
- Adquirir productos derivados de la manera con el logotipo FSC.
- Utilizar extractor de humo con filtros que eviten malos olores y realizar una limpieza continua.

- No utilizar vajillas desechables pues esto genera aumento de residuos, al igual que el uso indiscriminado de servilletas (reemplazar por servilletas de tela).
- Crear tachos de basura de cemento en diferentes lugares del CTC y colocar fundas de basura ecológicas.
- Coordinar con la comunidad vecina y gestionar la capacitación adecuada para su inserción en el manejo adecuado de los desechos.

Alojamiento

Recursos Energéticos

- Pintar murales y decorar las habitaciones con colores claros para dar más iluminación y crear un ambiente lleno de armonía y confort.
- Utilizar detectores de presencia en las habitaciones y bodega.
- Utilizar bombillos de marca OSRAM.
- Utilizar lámparas de bajo consumo de energía.

Recursos Hídricos

- Plantear a los turistas que opten por la opción de ducharse en vez de bañarse.
- Colocar una botellas de platico con tierra o piedra en la cisterna para reducir el volumen de agua gastada o baja la boya para reducir el llenado de la cisterna.
- Utilizar dispensadores desinfectantes en los inodoros y urinarios para prevenir el riesgo de contagio de enfermedades y mantener el ambiente libre de malos olores.

Manejo de Desechos

- Adquirir productos concentrados de limpieza a granel.
- Utilizar toallas giratorias.

7.3 CONTROLAR LA EROSIÓN DEL SUELO

- Plantar árboles de sombra cerca de la cabaña para mantener más fresco el clima en verano y caliente en invierno.
- Construir pequeños muros de piedra a los costados de los senderos para evitar la erosión del suelo.
- Construir pequeños canales que conduzcan hacia los ríos el agua de la lluvia para evitar deslaves o destrucción del suelo.
- Realizar dos senderos para la caminata y cabalga con la finalidad de prevenir la destrucción del sendero.

7.4 MONITOREO DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO

EVOLUCIÓN CAPACIDAD DE CARGA

El termino de capacidad de carga se origino en la ciencia del manejo de pastizales, donde se describía cuantas cabezas de ganado podía soportar un área en particular de esta manera se empezó a usar un mismo concepto para determinar cuántos visitantes podían soportar un área protegida como un parque nacional. Los administradores e investigadores de parques nacionales empezaron a buscar maneras de definir el número apropiado.

No obstante, lo que descubrieron rápidamente fue que este concepto, relativamente directo en el manejo de pastizales, no podía ser aplicado tan fácilmente a las complejidades de manejo de turismo.

Una de las complejidades que apareció fue que había diferentes clases de impactos que requieren atención. Un tipo de impacto que ha sido en enfoque básico de la mayoría de trabajos sobre capacidad de carga son los impactos biológicos o ecológicos. Estos son impactos en la vegetación, agua, calidad del aire y la vida silvestre.

Pero el cálculo parecía como una determinación científica, sobre todo subjetiva, que no debería medirse estrictamente por el número de visitantes sino por las condiciones deseadas para el área.

La mayor parte de investigaciones sobre la capacidad de carga se ha hecho en norte América.

DEFINICIÓN CAPACIDAD DE CARGA

El número máximo de animales que una unidad de tierra puede albergar de una manera sostenida sin destrucción de la base de sus recursos.

LÍMITES DE CAMBIOS ACEPTABLES

Se trata de una metodología para medir específicamente los impactos del turista mediante el establecimiento de indicadores y estándares que se aplican a situaciones específicas.

Identificar preocupaciones: Esto permitirá identificar las atracciones, las oportunidades, amenazas y los problemas existentes dentro del Centro de Turismo Comunitario.

Definición de los tipos de actividades deseables: Considerar todas las actividades que se van a realizar en el Centro que estén relacionadas con el turismo

Seleccionar los indicadores: Deben ser indicadores directamente relacionados a las actividades de los visitantes y de esta manera ser controlados.

ELECCION DE INDICADORES

Existen 5 tipos de indicadores:

- Ambientales (biofísicos) "Erosión del suelo en los senderos".
- Aspectos socio culturales " personas locales que intervienen en el proyecto".
- Experienciales " Cantidad de encuentros con otros grupos por día".
- Económicas "Nivel de empleo turístico".
- Manejo "Cantidad de grafitis encontrados en los senderos".

Establecer estándares e indicadores: Algunos impactos son inevitables, para esto se deberá determinar cuánto impacto toleraría antes de cambiar el modo de manejo.

DEFINICIÓN DE INDICADORES

Biofísicos:

- Erosión del suelo.
- Contaminación del agua.
- Control del uso del agua.
- Calidad del aire.
- Cantidad de basura.
- Cantidad de KWM por mes.

Experiencial:

- Satisfacción del turista.
- Número de ingreso de turistas.

Económico:

- Ingreso por alimentación.
- Ingreso por alojamiento.
- Ingresos por recreación (cabalgatas, caminatas, manifestaciones culturales, convivencia comunitaria).

Cultural:

Número de personas locales que intervienen en el proyecto.

7.5 DISEÑO DE METODOLOGÍA DE LÍMITES DE CAMBIOS ACEPTABLES

Actividades que realizan en el Centro de Turismo Comunitario de San Martín

CUADRO 45. ACTIVIDADES DEL CENTRO DE TURISMO

Servicios	Características
Caminatas	• Por un sendero que accede a la Laguna de Cotacachi. • Cuenta con servicio de guía
Cabalgatas	• Por un sendero que permite ascender a los páramos del Volcán Cotacachi • Incluye servicio de guía

Fuente: la autora.

CUADRO 46. IDENTIFICACION DE PREOCUPACIONES

Servicios	Preocupaciones identificadas
Caminatas	• Erosión del suelo por caminatas de los visitantes. • Cantidad de basura localizada en el sendero. • Escasa señalización.
Cabalgatas	• Erosión del sendero por paso de caballos. • Escasa señalización.

Fuente: La autora.

CUADRO 47. IDENTIFICACIÓN DE PREOCUPACIONES AL IMPLEMETAR EL PROYECTO.

Servicios	Preocupaciones identificadas
Alojamiento	• Deterioro de infraestructura por cambios climáticos. • Insatisfacción de turistas por ingresos excesivos a las cabañas.
Alimentación	• No cumplir con las buenas prácticas establecidas. • Poca variedad de menús ofrecidos a los turistas.
Recreación	• Incumplimiento de las normas establecidas para la convivencia comunitaria y la expresión de su cultura.

Fuente: la autora.

CUADRO 48. TIPO DE INDICADORES

Tipos de indicadores	Específicos
Ambientales (Biofísicos)	• Erosión del suelo. • Presencia de basura a través del sendero.
Experienciales	• Cantidad de quejas sobre visitantes que botan basura en los sitios no permitidos • Cantidad de visitantes satisfechos con la visita al área.
Económicos	• Nivel de reinversión en instalaciones turísticas.
Manejo (Infraestructura)	• Cantidad de grafitis encontrados en los senderos.

Fuente: la autora.

CUADRO 49. ESTABLECIMIENTO DE ESTÁNDARES PARA INDICADORES.

Ambientales	
Indicadores	Estándares
Erosión del suelo en el sendero	Por lo menos un 15% del sendero.
Deterioro de vegetación en lugares que se realizan cabalgatas y caminatas	Se reducirá por lo menos un 30% de evitar el deterioro de vegetación.
Presencia de basura a través del sendero.	Reducción de por lo menos un 20% de basura trimestralmente
Experienciales (de los visitantes)	
Cantidad de encuentros con otros grupos por día.	Un encuentro con otro grupo durante el día.
Número de quejas de visitantes que botan basura en sitios no permitidos	5% de quejas de los visitantes por mes por motivo de botar basura en los sitios no permitidos
Cantidad de turistas satisfechos con la visita al atractivo.	10% de turistas que dicen que estuvieron satisfechos al visitar el Centro de Turismo Comunitario.
Cantidad de turistas que regresan al Centro de Turismo Comunitario.	5% de turistas que regresan al CTC durante el año.
Percepción de los visitantes con respecto a los guías	Por lo menos un 10% indican que estuvieron satisfecho por los servicios guiados
Económicos	
Número de agencias de viaje que llevarán a grupos al CTC.	1 agencia de viajes que lleva turistas al CTC.
Número de turistas que harán uso del servicio de alojamiento.	Un 10% de turistas permanecerán una noche en las cabañas del CTC.
Nivel de reinversión en instalaciones turísticas.	Los ingresos al CTC contribuirán en un 5% para mejoramiento del mismo.
Nivel de empleo turístico.	Por lo menos un 50% de los empleados serán de la comunidad.
Manejo (infraestructura)	
Cantidad de grafitis encontrados en los senderos.	3graffitis encontrados en el sendero durante el periodo de un mes.
Cantidad de tiempo invertido en el mantenimiento de la infraestructura.	El personal del CTC dedicará el 50% de su tiempo en el mantenimiento del mismo.
Cantidad de guías turísticos contratados.	Por cada 15 visitantes emitirá un guía en temporada alta.

Fuente: la autora.

CAPÍTULO VIII

8. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

El presente capítulo tiene la finalidad de evaluar de manera financiera los términos de un proyecto como el que se plantea en el presente trabajo de investigación, iniciando desde el periodo pre operativo y operativo.

El Centro de Turismo Comunitario “ San Martín”, será valorado en cuanto a la inversión inicial necesaria para su ejecución y los potenciales volúmenes de venta y costos que se estima generara el CTC; todo esto, para efectuar la correspondiente evaluación económica mediante indicadores como el VAN, TIR y el punto de equilibrio del proyecto, y con ello, establecer la factibilidad financiera del proyecto, mediante los resultados que arrojen los estados financieros para conocer la utilidad del futuro proyecto. El estudio incluye la descripción de las inversiones en costos de producción y operación que requiere implementar un Centro de Turismo Comunitario, de la misma manera establecer los futuros ingresos y la rentabilidad del proyecto.

8.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño del proyecto se debe considerar la información del estudio técnico, ya que este permitirá estimar y distribuir a cada área los costos, con lo cual se establecerá la cantidad de recursos monetarios necesarios que exige el proyecto durante su ciclo de vida. Para lo cual, se tiene previsto receptor 1.680 turistas en los 7 meses restantes del primer año, con 3 tipos de paquetes turísticos y se requiere la inversión para la construcción de 4 albergues con capacidad 5 personas y un restaurante.

8.2 INVERSIÓN

La construcción de albergues y el transporte es la herramienta principal para el proyecto turístico. De ahí el segundo mayor rubro es el equivalente a los gastos de operación. Además, en menor proporción la inversión inicial como es la compra de mobiliario y equipos de oficina. La inversión inicial del proyecto radica en los valores sumados de la inversión fija y del capital de trabajo. El capital de trabajo fue determinado para los 7 primeros meses de trabajo durante el año 1 y su proyección para los 5 años restantes del Centro de Turismo Comunitario.

Dentro de la inversión fija no se considera el valor a pagar por el terreno, por cuanto esta es una aportación realizada por la comunidad, sin embargo se contempla los rubros:

CUADRO 50. INVERSIONES DEL PROYECTO

RUBROS	INVERSION INICIAL (AÑO 0)			
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ALOJAMIENTO				
Terreno	M2	3500	5.00	17,500.00
Albergues (45,69 m2; 5 personas)	No.	4	11,952.12	47,808.47
Restaurante	No.	1	11,911.78	11,911.78
Muebles (Listado)	No.	1	2,720.00	2,720.00
Enseres (Listado)	No.	1	4,206.00	4,206.00
ALIMENTACION				
Muebles (Listado)	No.	1	1,130.00	1,130.00
Maquinaria y Equipo	No.	1	1,850.00	1,850.00
TRANSPORTE				
Vehículo		1	47,629.00	47,629.00
ADMINISTRACION				
Muebles		1	600.00	600.00
Equipos de Computación		1	1,200.00	1,200.00
Equipos de Oficina		1	220.00	220.00
Otros Activos		1	104.53	1,641.00
TOTAL				138,416.25

Elaborado por: la autora.

8.3 ACTIVOS DIFERIDOS

Para la puesta en marcha del Centro Turísticos Comunitario se requiere contar con recursos para su legalización, para lo cual se detalla el siguiente cuadro:

CUADRO 51. ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estudio de Factibilidad	500.00					
Gastos de Constitución	680.00					
Gastos de Puesta en Marcha	5,800.00					
TOTAL	6,980.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		1,396.00	2,792.00	4,188.00	5,584.00	6,980.00
AMORTIZACIÓN MENSUAL		116.33				

Elaborado por: la autora.

8.4 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

El cálculo de la depreciación de los activos, se considera el método de línea recta, conforme lo establece la Ley de Régimen Tributario Interno y se analizó la valoración de recuperación de los activos fijos.

CUADRO 52. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

RUBROS	VALOR	VIDA ÚTIL	TASA DEPREC.	DEPREC. ANUAL	DEPREC. ACUM.	VALOR EN LIBROS	VALOR DE MERCADO
ALOJAMIENTO							
Terreno	17,500.00					17,500	23,625
Albergues (45,69 m2; 5 personas)	47,808.47	20	5%	2,390.42	11,952.12	35,856	51,633
Restaurante	11,911.78	20	5%	595.59	2,977.94	8,934	12,865
Muebles (Listado)	2,720.00	10	10%	272.00	1,360.00	1,360	816
Enseres (Listado)	4,206.00	10	10%	420.60	2,103.00	2,103	1,262
ALIMENTACIÓN							
Muebles (Listado)	1,130.00	10	10%	113.00	565.00	565	339
Maquinaria y Equipo	1,850.00	10	10%	185.00	925.00	925	555
TRANSPORTE							
Vehículo	47,629.00	5	20%	9,525.80	47,629.00	0	23,815
ADMINISTRACIÓN							
Muebles	600.00	10	10%	60.00	300.00	300	180
Equipos de Computación	1,200.00	3.33	33.30%	399.60	1,998.00	0	360
Equipos de Oficina	220.00	10	10%	22.00	110.00	110	66
Otros Activos	1,641.00	5	20%	328.20	1,641.00	0	492
TOTAL	138,416.25			14,312.21	71,561	67,653	116,007
DEPRECIACIÓN MENSUAL				1,192.68			

Elaborado por: la autora.

CUADRO 53. VALOR DE RECUPERACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

VALOR DE MERCADO	
ALOJAMIENTO	
Terreno	23,625.00
Albergues (45,69 m2; 5 personas)	51,633.15
Restaurante	12,864.72
Muebles (Listado)	816.00
Enseres (Listado)	1,261.80
ALIMENTACIÓN	
Muebles (Listado)	339.00
Maquinaria y Equipo	555.00
TRANSPORTE	
Vehículo	23,814.50
ADMINISTRACIÓN	
Muebles	180.00
Equipos de Computación	360.00
Equipos de Oficina	66.00
Otros Activos	492.30
VALOR DE MERCADO ACTIVO FIJO	116,007.47
VALOR EN LIBROS ACTIVO FIJO	67,653.19
UTILIDAD BRUTA VENTA ACTIVOS FIJOS	48,354.28
36,25% IMP. RENTA Y PART. TRAB.	17,528.43
UTILIDAD NETA VENTA ACTIVO FIJO	30,825.85
VALOR EN LIBROS	67,653.19
VALOR RECUPERACIÓN ACTIVO FIJO	98,479.04

Elaborado por: la autora.

8.5 PROYECCIÓN DE TURISTAS POR AÑO

El proyecto contempla de acuerdo a su capacidad, ofrecer los tres paquetes turísticos para un número de 20 personas por paquete de dos y tres días, para los 7 primeros meses se obtiene un total de 1.680 turistas que visitan el CTC.

CUADRO 54. PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE SERVICIOS Y TURISTAS

PAQUETES*	SEMANA	AÑO 1**	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE 1	1	28	48	48	48	48
TURISTAS	20	560	960	960	960	960
DIAS	2					
PAQUETE 2	1	28	48	48	48	48
TURISTAS	20	560	960	960	960	960
DIAS	2					
PAQUETE 3	1	28	48	48	48	48
TURISTAS	20	560	960	960	960	960
DIAS	3					
TOTAL						
PAQUETES	3	84	144	144	144	144
TURISTAS	60	1,680	2,880	2,880	2,880	2,880
DIAS	7	0	0	0	0	0

Elaborado por: la autora.

INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA

La elaboración de un producto requiere de diversos materiales, los mismos que luego de una transformación forman parte integral del producto terminado. La materia prima es el elemento principal del costo de fabricación. Por lo que es necesario determinar la cantidad que se requiere para operar el proyecto en relación al número de turistas que se espera obtener.

CUADRO 55. INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA

COMIDAS	SEMANA	QUINCENA
PAQUETE 1	100.00	200.00
PAQUETE 2	100.00	200.00
PAQUETE 3	160.00	320.00
TOTAL		720.00

Fuente: la autora.

8.6 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los precios de los paquetes turísticos que ofrece el proyecto constan en el siguiente cuadro:

CUADRO 56. PROYECCIÓN DEL VALOR DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS

SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO/PERSONA PAQUETE	PRECIO/PERSONA DIA	VALOR
AÑO 1				
PAQUETE 1	560	48.00	24	26,880.00
PAQUETE 2	560	48.00	24	26,880.00
PAQUETE 3	560	69.00	23	38,640.00
TOTAL AÑO 1	1,680			92,400

AÑOS 2 AL 5				
PAQUETE 1	960	48.00	24	46,080.00
PAQUETE 2	960	48.00	24	46,080.00
PAQUETE 3	960	69.00	23	66,240.00
TOTAL AÑO 2	2,880			158,400.00

Elaborado por: la autora.

Para fijar los niveles de precios se ha considerado los costos de cada uno de los paquetes turísticos, más un margen razonable de ganancia. Estos precios a la vez están por debajo de aquellos que fija la competencia.

8.7 COMPRA DE MATERIAS PRIMAS

CUADRO 57. COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS

RUBROS	AÑO 1			AÑOS 2-5		
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
PAQUETE 1						
COMIDAS	2,800.00	2.32	6,488.17	4,800.00	2.32	11,122.57
INVENTARIO INICIAL						
+ INVENTARIO FINAL	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
= COMPRAS DE MATERIA PRIMA	3,000.00		6,951.61	5,000.00		11,586.01
PAQUETE 2						
COMIDAS	2,800.00	2.32	6,488.17	4,800.00	2.32	11,122.57
INVENTARIO INICIAL						
+ INVENTARIO FINAL	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
= COMPRAS DE MATERIA PRIMA	3,000.00		6,951.61	5,000.00		11,586.01
PAQUETE 3						
COMIDAS	4,480.00	2.21	9,894.55	7,680.00	2.21	16,962.08
INVENTARIO INICIAL						
+ INVENTARIO FINAL	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75
= COMPRAS DE MATERIA PRIMA	4,800.00		10,601.30	8,000.00		17,668.84

Elaborado por: la autora.

8.8 SUELDOS DEL PERSONAL

Para el cálculo de los sueldos se establece que el personal trabajará las 8 horas diarias, en lo concerniente a las Áreas de Administración, Alimentos, Hospedaje y Mantenimiento, Contabilidad y Guianza.

A cada trabajador se le elaborara un Contrato Laboral, regido por el Código de Trabajo Ecuatoriano, de esta manera se ofrece estabilidad laboral, que garanticen la percepción de todos los beneficios de Ley.

CUADRO 58. ROL DE PAGOS MENSUAL

EMPLEADOR

RUBROS	SALARIO BASICO	COMISION VENTAS	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIO- NES	APORTE IESS (12,15%)	TOTAL
GERENTE	600.00		50.00	22.00	50.00	25.00	72.90	819.90
SECRETARIA	264.00		22.00	22.00	22.00	11.00	32.08	373.08
CONTADOR	300.00		25.00	22.00	25.00	12.50	36.45	420.95
OPERADOR TURISTICO	450.00	200.00	37.50	22.00	37.50	18.75	78.98	844.73
GUIA TURÍTICO	300.00		25.00	22.00	25.00	12.50	36.45	420.95
CHOFER	300.00		25.00	22.00	25.00	12.50	36.45	420.95
CHEF	350.00		29.17	22.00	29.17	14.58	42.53	487.44
COCINERO	300.00		25.00	22.00	25.00	12.50	36.45	420.95
AUXILIAR DE COCINA	264.00		22.00	22.00	22.00	11.00	32.08	373.08
MESERO	264.00		22.00	22.00	22.00	11.00	32.08	373.08
CAMARERA	264.00		22.00	22.00	22.00	11.00	32.08	373.08
AUXILIAR DE SERVICIOS	264.00		22.00	22.00	22.00	11.00	32.08	373.08

Elaborado por: la autora.

8.9 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se componen por los desembolsos que se realizan en el periodo, para la elaboración de los paquetes turísticos 1,2 y 3. Por lo tanto, se considera la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Se consideran todos los gastos que genere la prestación del servicio turístico, tales como:

- Sueldos de Personal. (Cuadro 58)
- Suministros y Materiales (limpieza cocina, alojamiento y restaurante) (ANEXO 9)
- Servicios Básicos: energía eléctrica, agua potable (ANEXO 10)
- Mantenimiento (repuestos y mantenimiento vehículo)(ANEXO 11)
- Permiso de funcionamiento.

CUADRO 59. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 1

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de Materia Prima	0.00	0.00	0.00	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
+ Compras de Materia Prima	3,000.00	2.32	6,951.61	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01
= MATERIA PRIMA DISP. PARA LA TRANSFORM.	3,000.00		6,951.61	5,200.00		12,049.45	5,200.00		12,049.45	5,200.00		12,049.45	5,200.00		12,049.45
- Inventario final de materia prima	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	2,800.00		6,488.17	5,000.00		11,586.01	5,000.00		11,586.01			11,586.01			11,586.01
+ Mano de obra directa															
+ Guía (7 meses*0.29)	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Chofer	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Cocinero	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Auxiliar de cocina	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Mesero	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Camarera	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
= COSTO PRIMO			11,323.78			19,875.64			19,875.64			19,875.64			19,875.64
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION															
+ Materiales Indirectos															
+ Limpieza cocina y restaurante	2.03	40.00	81.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20
+ Limpieza habitaciones	2.03	30.00	60.90	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40
+ Mano de obra indirecta															
+ Chef	2.03	487.44	989.51	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30
+ Auxiliar de servicios	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Otros CIF															
+ Energía eléctrica	2.03	50.00	101.50	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00
+ Servicio de agua	2.03	20.00	40.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60
+ Repuestos y mant. Vehículo	2.03	400.00	812.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00
+ Permisos de funcionamiento	2.03	12.50	25.38	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50
+ Depreciación	2.03	1,192.68	2,421.15	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54
+ Amortización	2.03	116.33	236.16	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84
SUBTOTAL CIF			5,525.73			9,472.68			9,472.68			9,472.68			9,472.68
= COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
+ Inventario inicial de productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= PRODUCTOS EN PROCESO DISP. TRANSFORM.	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
- Inventario final productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO PRODUCTOS TERM. DEL EJERCICIO	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
+ Inventario inicial de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Productos terminados disp. para la venta	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
- Inventario final de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO DE VENTAS	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
COSTO DE VENTAS EXCL. DEPREC Y AMORTIZ.			14,192.21			24,792.94			24,792.94			24,792.94			24,792.94

Elaborado por: la autora.

CUADRO 60. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 2

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de materia prima	0.00	0.00	0.00	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
+ Compras de materia prima	3,000.00	2.32	6,951.61	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01	5,000.00	2.32	11,586.01
= MATERIA PRIMA DISP. PARA LA TRANSFORM.	3,000.00		6,951.61			12,049.45			12,049.45			12,049.45			12,049.45
- Inventario final de materia prima	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44	200.00	2.32	463.44
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	2,800.00		6,488.17			11,586.01			11,586.01			11,586.01			11,586.01
+ Mano de obra directa															
+ Guía (7 meses*0.29)	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Chofer	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Cocinero	2.03	420.95	854.53	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
+ Auxiliar de cocina	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Mesero	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Camarera	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
= COSTO PRIMO			11,323.78			19,875.64			19,875.64			19,875.64			19,875.64
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION															
+ Materiales indirectos															
+ Limpieza cocina y restaurante	2.03	40.00	81.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20	3.48	40.00	139.20
+ Limpieza habitaciones	2.03	30.00	60.90	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40	3.48	30.00	104.40
+ Mano de obra indirecta															
+ Chef	2.03	487.44	989.51	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30	3.48	487.44	1,696.30
+ Auxiliar de servicios	2.03	373.08	757.34	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
+ Otros CIF															
+ Energía eléctrica	2.03	50.00	101.50	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00
+ Servicio de agua	2.03	20.00	40.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60	3.48	20.00	69.60
+ Repuestos y mant. Vehículo	2.03	400.00	812.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00	3.48	400.00	1,392.00
+ Permisos de funcionamiento	2.03	12.50	25.38	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50	3.48	12.50	43.50
+ Depreciación	2.03	1,192.68	2,421.15	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54
+ Amortización	2.03	116.33	236.16	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84
SUBTOTAL CIF			5,525.73			9,472.68			9,472.68			9,472.68			9,472.68
= COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
+ Inventario inicial de productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= PRODUCTOS EN PROCESO DISP. TRANSFORM.	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
- Inventario final productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO PRODUCTOS TERM. DEL EJERCICIO	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
+ Inventario inicial de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Productos terminados disp. para la venta	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
- Inventario final de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO DE VENTAS	560.00	30.09	16,849.52	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32	960.00	30.57	29,348.32
COSTO DE VENTAS EXCL. DEPREC. Y AMORTIZ.			14,192.21			24,792.94			24,792.94			24,792.94			24,792.94

Elaborado por: la autora.

CUADRO 61. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE 3

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de materia prima	0.00	0.00	0.00	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75
+ Compras de materia prima	4,800.00	2.21	10,601.30	8,000.00	2.21	17,668.84	8,000.00	2.21	17,668.84	8,000.00	2.21	17,668.84	8,000.00	2.21	17,668.84
= MATERIA PRIMA DISP. PARA LA TRANSFORM.	4,800.00		10,601.30	8,320.00		18,375.59	8,320.00		18,375.59	8,320.00		18,375.59	8,320.00		18,375.59
- Inventario final de materia prima	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75	320.00	2.21	706.75
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	4,480.00		9,894.55	8,000.00		17,668.84	8,000.00		17,668.84	8,000.00		17,668.84	8,000.00		17,668.84
+ Mano de obra directa															
+ Guía (7 meses*0.29)	2.94	420.95	1,237.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59
+ Chofer	2.94	420.95	1,237.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59
+ Cocinero	2.94	420.95	1,237.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59
+ Auxiliar de cocina	2.94	373.08	1,096.84	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30
+ Mesero	2.94	373.08	1,096.84	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30
+ Camarera	2.94	373.08	1,096.84	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30
= COSTO PRIMO			16,897.86			29,674.51			29,674.51			29,674.51			29,674.51
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION															
+ Materiales indirectos															
+ Limpieza cocina y restaurante	2.94	40.00	117.60	5.04	40.00	201.60	5.04	40.00	201.60	5.04	40.00	201.60	5.04	40.00	201.60
+ Limpieza habitaciones	2.94	30.00	88.20	5.04	30.00	151.20	5.04	30.00	151.20	5.04	30.00	151.20	5.04	30.00	151.20
+ Mano de obra indirecta															
+ Chef	2.94	487.44	1,433.08	5.04	487.44	2,456.71	5.04	487.44	2,456.71	5.04	487.44	2,456.71	5.04	487.44	2,456.71
+ Auxiliar de servicios	2.94	373.08	1,096.84	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30
+ Otros CIF															
+ Energía eléctrica	2.94	50.00	147.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00
+ Servicio de agua	2.94	20.00	58.80	5.04	20.00	100.80	5.04	20.00	100.80	5.04	20.00	100.80	5.04	20.00	100.80
+ Repuestos y mant. Vehículo	2.94	400.00	1,176.00	5.04	400.00	2,016.00	5.04	400.00	2,016.00	5.04	400.00	2,016.00	5.04	400.00	2,016.00
+ Permisos de funcionamiento	2.94	12.50	36.75	5.04	12.50	63.00	5.04	12.50	63.00	5.04	12.50	63.00	5.04	12.50	63.00
+ Depreciación	2.94	1,192.68	3,506.49	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13
+ Amortización	2.94	116.33	342.02	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32
SUBTOTAL CIF			8,002.78			13,719.06			13,719.06			13,719.06			13,719.06
= COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	560.00	44.47	24,900.64	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57
+ Inventario inicial de productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= PRODUCTOS EN PROCESO DISP. TRANSFORM.	560.00	44.47	24,900.64	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57
- Inventario final productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO PRODUCTOS TERM. DEL EJERCICIO	560.00	44.47	24,900.64	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57
+ Inventario inicial de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Productos terminados disp. para la venta	560.00	44.47	24,900.64	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57
- Inventario final de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO DE VENTAS	560.00	44.47	24,900.64	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57	960.00	45.20	43,393.57
COSTO DE VENTAS EXCL. DEPREC Y AMORTIZ.			21,052.13			36,796.12			36,796.12			36,796.12			36,796.12

Elaborado por: la autora

CUADRO 62. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION PAQUETE(1-2-3)

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Inventario Inicial de materia prima	0.00	0.00	0.00	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63
+ Compras de materia prima	10,800.00	2.27	24,504.51	18,000.00	2.27	40,840.86	18,000.00	2.27	40,840.86	18,000.00	2.27	40,840.86	18,000.00	2.27	40,840.86
= MATERIA PRIMA DISP. PARA LA TRANSFORM.	10,800.00		24,504.51	13,520.00	0.00	42,474.49	13,520.00	0.00	42,474.49	13,520.00	0.00	42,474.49	13,520.00	0.00	42,474.49
- Inventario final de materia prima	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63	720.00	2.27	1,633.63
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	10,080.00	0.00	22,870.88	13,000.00	0.00	40,840.86	13,000.00		40,840.86	8,000.00	0.00	40,840.86	8,000.00	0.00	40,840.86
+ Mano de obra directa															
+ Guía (7 meses*0.29)	7.00	420.95	2,946.65	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40
+ Chofer	7.00	420.95	2,946.65	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40
+ Cocinero	7.00	420.95	2,946.65	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40
+ Auxiliar de cocina	7.00	373.08	2,611.53	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91
+ Mesero	7.00	373.08	2,611.53	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91
+ Camarera	7.00	373.08	2,611.53	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91
= COSTO PRIMO			39,545.43			69,425.79			69,425.79			69,425.79			69,425.79
+ COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION															
+ Materiales indirectos															
+ Limpieza cocina y restaurante	7.00	40.00	280.00	12.00	40.00	480.00	12.00	40.00	139.20	12.00	40.00	480.00	12.00	40.00	480.00
+ Limpieza habitaciones	7.00	30.00	210.00	12.00	30.00	360.00	12.00	30.00	360.00	12.00	30.00	360.00	12.00	30.00	360.00
+ Mano de obra indirecta															
+ Chef	7.00	487.44	3,412.09	12.00	487.44	5,849.30	12.00	487.44	5,849.30	12.00	487.44	5,849.30	12.00	487.44	5,849.30
+ Auxiliar de servicios	7.00	373.08	2,611.53	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91
+ Otros CIF															
+ Energía eléctrica	7.00	50.00	350.00	12.00	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00
+ Servicio de agua	7.00	20.00	140.00	12.00	20.00	240.00	12.00	20.00	240.00	12.00	20.00	240.00	12.00	20.00	240.00
+ Repuestos y mant. Vehículo	7.00	400.00	2,800.00	12.00	400.00	4,800.00	12.00	400.00	4,800.00	12.00	400.00	4,800.00	12.00	400.00	4,800.00
+ Permisos de funcionamiento	7.00	12.50	87.50	12.00	12.50	150.00	12.00	12.50	150.00	12.00	12.50	150.00	12.00	12.50	150.00
+ Depreciación	7.00	1,192.68	8,348.79	12.00	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21
+ Amortización	7.00	116.33	814.33	12.00	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00
SUBTOTAL CIF			19,054.25			32,664.42			32,323.62			32,664.42			32,664.42
= COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	1,680.00	104.64	58,599.67	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22
+ Inventario inicial de productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= PRODUCTOS EN PROCESO DISP. TRANSFORM.	1,680.00	104.64	58,599.67	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22
- Inventario final productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO PRODUCTOS TERM. DEL EJERCICIO	1,680.00	104.64	58,599.67	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22
+ Inventario inicial de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Productos terminados disp. para la venta	1,680.00	104.64	58,599.67	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22
- Inventario final de productos terminados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= COSTO DE VENTAS	1,680.00	104.64	58,599.67	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22	2,880.00	106.34	102,090.22
COSTO DE VENTAS EXCL. DEPREC Y AMORTIZ.			49,436.55			86,382.01			86,382.01			86,382.01			86,382.01

Elaborado por: la autora.

8.10 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADO

ESTADO DE PÈRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

Mediante el Estado de Pérdidas y Ganancias se han determinado que durante toda la vida del proyecto este genera utilidades positivas. El desglose de los gastos incurridos en el proyecto y las utilidades generados para los 5 años del proyecto se describe en la tabla de estados y resultados a continuación.

CUADRO 63. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 1

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Ventas	560.00	48.00	26,880.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00
- Costo de ventas			14,192.21			24,792.94			24,792.94			24,792.94			24,792.94
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			12,687.79			21,287.06			21,287.06			21,287.06			21,287.06
GASTOS DE ADMINISTRACION															
Gerente	2.03	819.90	1,639.80	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25
Secretaria	2.03	373.08	746.15	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
Contador	2.03	420.95	841.90	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
Suministros de oficina	2.03	50.00	100.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00
Internet	2.03	100.00	200.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00
Depreciación	2.03	1,192.68	2,385.37	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54
Amortización	2.03	116.33	232.67	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84
SUBTOTAL G. ADMIISTRACION			6,145.89			10,693.84			10,693.84			10,693.84			10,693.84
GASTOS DE VENTAS															
Operador turístico	2.03	844.73	1,714.79	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64
Publicidad	2.03	200.00	406.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00
SUBTOTAL G. VENTAS			2,120.79			3,635.64			3,635.64			3,635.64			3,635.64
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			8,266.68			14,329.49			14,329.49			14,329.49			14,329.49
Costo operativo unitario															
= UTILIDAD OPERATIVA			4,421.11			6,957.57			6,957.57			6,957.57			6,957.57
Intereses			2,345.13			1,974.52			1,560.17			1,096.92			579.02
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA			2,075.98			4,983.05			5,397.40			5,860.65			6,378.55
(36,25% part. e Imp. Renta)			752.54			1,806.36			1,956.56			2,124.48			2,312.22
UTILIDAD NETA			1,323.44			3,176.70			3,440.84			3,736.16			4,066.33
Reserva legal (10%)			132.34			317.67			344.08			373.62			406.63
Reserva Estatutaria (5%)			66.17			158.83			172.04			186.81			203.32
Utilidades retenidas (35%)			463.20			1,111.84			1,204.30			1,307.66			1,423.21
Dividendos (50%)			661.72			1,588.35			1,720.42			1,868.08			2,033.16

Elaborado por: la autora.

CUADRO 64. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 2

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Ventas	560.00	48.00	26,880.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00	960.00	48.00	46,080.00
- Costo de ventas			14,192.21			24,792.94			24,792.94			24,792.94			24,792.94
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			12,687.79			21,287.06			21,287.06			21,287.06			21,287.06
GASTOS DE ADMINISTRACION															
Gerente	2.03	819.90	1,639.80	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25	3.48	819.90	2,853.25
Secretaria	2.03	373.08	746.15	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30	3.48	373.08	1,298.30
Contador	2.03	420.95	841.90	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91	3.48	420.95	1,464.91
Suministros de oficina	2.03	50.00	100.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00	3.48	50.00	174.00
Internet	2.03	100.00	200.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00	3.48	100.00	348.00
Depreciación	2.03	1,192.68	2,385.37	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54	3.48	1,192.68	4,150.54
Amortización	2.03	116.33	232.67	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84	3.48	116.33	404.84
SUBTOTAL G. ADMINSTRACION			6,145.89			10,693.84			10,693.84			10,693.84			10,693.84
GASTOS DE VENTAS															
Operador turístico	2.03	844.73	1,714.79	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64	3.48	844.73	2,939.64
Publicidad	2.03	200.00	406.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00	3.48	200.00	696.00
SUBTOTAL G. VENTAS			2,120.79			3,635.64			3,635.64			3,635.64			3,635.64
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			8,266.68			14,329.49			14,329.49			14,329.49			14,329.49
Costo operativo unitario															
= UTILIDAD OPERATIVA			4,421.11			6,957.57			6,957.57			6,957.57			6,957.57
Intereses			2,345.13			1,974.52			1,560.17			1,096.92			579.02
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA			2,075.98			4,983.05			5,397.40			5,860.65			6,378.55
(36,25% part. e Imp. Renta)			752.54			1,806.36			1,956.56			2,124.48			2,312.22
UTILIDAD NETA			1,323.44			3,176.70			3,440.84			3,736.16			4,066.33
Reserva legal (10%)			132.34			317.67			344.08			373.62			406.63
Reserva Estatutaria (5%)			66.17			158.83			172.04			186.81			203.32
Utilidades retenidas (35%)			463.20			1,111.84			1,204.30			1,307.66			1,423.21
Dividendos (50%)			661.72			1,588.35			1,720.42			1,868.08			2,033.16

Elaborado por: la autora.

CUADRO 65. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE 3

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Ventas	560.00	69.00	38,640.00	960.00	69.00	66,240.00	960.00	69.00	66,240.00	960.00	69.00	66,240.00	960.00	69.00	66,240.00
- Costo de ventas			21,052.13			36,796.12			36,796.12			36,796.12			36,796.12
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			17,587.87			29,443.88			29,443.88			29,443.88			29,443.88
GASTOS DE ADMINISTRACION															
Gerente	2.94	819.90	1,639.80	5.04	819.90	4,132.30	5.04	819.90	4,132.30	5.04	819.90	4,132.30	5.04	819.90	4,132.30
Secretaria	2.94	373.08	746.15	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30	5.04	373.08	1,880.30
Contador	2.94	420.95	841.90	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59	5.04	420.95	2,121.59
Suministros de oficina	2.94	50.00	100.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00	5.04	50.00	252.00
Internet	2.94	100.00	200.00	5.04	100.00	504.00	5.04	100.00	504.00	5.04	100.00	504.00	5.04	100.00	504.00
Depreciación	2.94	1,192.68	2,385.37	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13	5.04	1,192.68	6,011.13
Amortización	2.94	116.33	232.67	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32	5.04	116.33	586.32
SUBTOTAL G. ADMINSTRACION			6,145.89			15,487.64			15,487.64			15,487.64			15,487.64
GASTOS DE VENTAS															
Operador turístico	2.94	844.73	2,483.49	5.04	844.73	4,257.41	5.04	844.73	4,257.41	5.04	844.73	4,257.41	5.04	844.73	4,257.41
Publicidad	2.94	200.00	588.00	5.04	200.00	1,008.00	5.04	200.00	1,008.00	5.04	200.00	1,008.00	5.04	200.00	1,008.00
SUBTOTAL G. VENTAS			3,071.49			5,265.41			5,265.41			5,265.41			5,265.41
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			9,217.38			20,753.05			20,753.05			20,753.05			20,753.05
Costo operativo unitario															
= UTILIDAD OPERATIVA			8,370.49			8,690.83			8,690.83			8,690.83			8,690.83
Intereses			3,396.40			2,859.65			2,259.55			1,588.65			838.58
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA			4,974.09			5,831.19			6,431.28			7,102.18			7,852.25
(36,25% part. e Imp. Renta)			1,803.11			2,113.80			2,331.34			2,574.54			2,846.44
UTILIDAD NETA			3,170.98			3,717.38			4,099.94			4,527.64			5,005.81
Reserva legal (10%)			317.10			371.74			409.99			452.76			500.58
Reserva Estatutaria (5%)			158.55			185.87			205.00			226.38			250.29
Utilidades retenidas (35%)			1,109.84			1,301.08			1,434.98			1,584.67			1,752.03
Dividendos (50%)			1,585.49			1,858.69			2,049.97			2,263.82			2,502.91

Elaborado por: la autora.

CUADRO 66. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PAQUETE (1-2-3)

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR	CANT.	PRECIO	VALOR
Ventas	1,680.00	55.00	92,400.00	2,880.00	55.00	158,400.00	2,880.00	55.00	158,400.00	2,880.00	55.00	158,400.00	2,880.00	55.00	158,400.00
- Costo de ventas			49,436.55	0.00		86,382.01			86,382.01			86,382.01			86,382.01
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			42,963.45			72,017.99			72,017.99			72,017.99			72,017.99
GASTOS DE ADMINISTRACION															
Gerente	7	819.90	5,739.30	12	819.90	9,838.80	12.00	819.90	9,838.80	12.00	819.90	9,838.80	12.00	819.90	9,838.80
Secretaria	7	373.08	2,611.53	12	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91	12.00	373.08	4,476.91
Contador	7	420.95	2,946.65	12	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40	12.00	420.95	5,051.40
Suministros de oficina	7	50.00	350.00	12	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00	12.00	50.00	600.00
Internet	7	100.00	700.00	12	100.00	1,200.00	12.00	100.00	1,200.00	12.00	100.00	1,200.00	12.00	100.00	1,200.00
Depreciación	7	1,192.68	8,348.79	12	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21	12.00	1,192.68	14,312.21
Amortización	7	116.33	814.33	12	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00	12.00	116.33	1,396.00
SUBTOTAL G. ADMINSTRACION			21,510.61			36,875.32			36,875.32			36,875.32			36,875.32
GASTOS DE VENTAS															
Operador turístico	7	844.73	5,913.08	12	844.73	10,136.70	12.00	844.73	10,136.70	12.00	844.73	10,136.70	12.00	844.73	10,136.70
Publicidad	7	200.00	1,400.00	12	200.00	2,400.00	12.00	200.00	2,400.00	12.00	200.00	2,400.00	12.00	200.00	2,400.00
SUBTOTAL G. VENTAS			7,313.08			12,536.70			12,536.70			12,536.70			12,536.70
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			28,823.68			49,412.02			49,412.02			49,412.02			49,412.02
Costo operativo unitario	1,680		17.16	2,880.00		17.16	2,880.00			2,880.00		17.16	2,880.00		17.16
= UTILIDAD OPERATIVA			14,139.77			22,605.97			22,605.97			22,605.97			22,605.97
Intereses			8,086.67			6,808.68			5,379.89			3,782.50			1,996.62
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA			9,126.04			15,797.29			17,226.08			18,823.47			20,609.35
(36,25% part. e Imp. Renta)			3,308.19			5,726.52			6,244.46			6,823.51			7,470.89
UTILIDAD NETA			5,817.85			10,070.77			10,981.63			11,999.96			13,138.46
Reserva legal (10%)			581.79			1,007.08			1,098.16			1,200.00			1,313.85
Reserva Estatutaria (5%)			290.89			503.54			549.08			600.00			656.92
Utilidades retenidas (35%)			2,036.25			3,524.77			3,843.57			4,199.99			4,598.46
Dividendos (50%)			2,908.93			5,035.39			5,490.81			5,999.98			6,569.23

Elaborado por: la autora.

8.11 CAPITAL DE TRABAJO

Para la implementación de los CTC se estima los gastos para los 7 primeros meses, y con ello financiar el periodo de desfase entre el momento en que se hace el gasto y el momento en que ocurre el ingreso por ventas de los servicios y productos ofertados.

Es importante que el capital de trabajo se encuentre lo suficientemente detallada y justificada, de modo que puede servir como documento de sustento para gestionar préstamos.

CUADRO 67. CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS DESEMBOLSADOS EN EFECTIVO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS	49,436.55	86,382.01	86,382.01	86,382.01	86,382.01
COSTOS OPERATIVOS	28,823.68	49,412.02	49,412.02	49,412.02	49,412.02
INVENTARIO FINAL MATERIA PRIMA	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63
- DEPRECIACIÓN	-8,348.79	-14,312.21	-14,312.21	-14,312.21	-14,312.21
- AMORTIZACIÓN	-814.33	-1,396.00	-1,396.00	-1,396.00	-1,396.00

Elaborado por: la autora.

$$\begin{array}{rcl}
 & \text{COSTOS EN EFECTIVO} & \\
 & \text{INVOLUCRADOS} & \\
 \text{CAPITAL DE TRABAJO} & \text{-----} & \text{DÍAS DE} \\
 (\text{CT}) = & - X & \text{DESFASE} \\
 & 360 &
 \end{array}$$

Días de desfase: 15 días de operación hasta el ingreso de efectivo de las ventas

AÑO 1

$$\text{CT} = \frac{70,730.74}{360} \times 15 = 2,947.11$$

AÑOS 2-5

$$\text{CT} = \frac{121,719.45}{360} \times 15 = 5,071.64$$

$$\begin{array}{l} \text{Incremento} \\ \text{CT} = 2,124.53 \end{array}$$

TOTAL CAPITAL DE
TRABAJO =

5,071.64

8.12 FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES Y CAPITAL DE TRABAJO

Para determinar el financiamiento de la inversión inicial y capital de trabajo se puede solicitar financiamiento a una institución financiera a cómodas tasas de interés, para el presente proyecto se requiere el financiamiento para el 46.20% de la inversión, no se considera un porcentaje mayor por cuanto el proyecto no sería rentable si se lo realiza con el financiamiento del 100% del capital, los intereses se absorben la rentabilidad.

Hoy en día, existen muchos países que reconocen los beneficios que el turismo puede generar en su economía en términos de puestos de trabajo e ingresos de divisas. Sin embargo, existe gran apertura para financiar proyectos de desarrollo, los establecimientos de crédito y fondos financieros son los de mayor demanda por parte de los empresarios. La CFN, el Ministerio de Turismo, crearon programas para empresarios turísticos.

Existen cuatro tipos de financiamientos probables para el proyecto:

- Financiamiento propio(de la Comunidad)
- Financiamiento estatal(Municipio)
- Financiamiento de la Cooperación Internacional.
- Financiamiento Privado (recursos de la empresa privada).
- Financiamiento Mixto (Comunidad-Municipio, comunidad Empresa privada, Municipio-Empresa privada).

Para acceder al financiamiento de la Cooperación Internacional que es considerado el 100% del proyecto, deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser una entidad jurídica
- Sin ánimo de lucro.
- De utilidad común.
- De beneficio social.

Con el objeto de determinar, de una manera más completa y brindar todas las opciones de financiamiento del caso, proponemos la realización de un préstamo con la Banca de segundo piso (CFN), cuyo interés cobrado es de 11.8% a 5 años plazo, con un periodo de gracia de un año a partir de la entrega del financiamiento. La condición es que la comunidad será quien administre el proyecto en forma integral, presentando sus informes económicos.

Como una observación a las diversas formas de financiamiento, también se puede solicitar a empresas que realizan donaciones directamente con el proyecto o a través de entidades como la Cámara Provincial de Turismo de Imbabura, quienes tienen programas que incluyen Convenios Nacionales con: BEDE, IPUR, MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, MINISTERIO DE TURISMO, cuenta con una

red de cooperación internacional de la CAMARA DE TURISMO DE COSTA RICA, entre otros.

CUADRO 68. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

RUBROS	TOTAL	PRÉSTAMO	APORTE COMUNIDAD
AÑO 1			
INVERSIONES			
ACTIVO FIJO			
ALOJAMIENTO			
Terreno	17,500.00		17,500.00
Albergues (45,69 M2; 5 PERSONAS)	47,808.47	16,732.96	31,075.50
Restaurante	11,911.78	4,169.12	7,742.66
Muebles (Listado)	2,720.00		2,720.00
Enseres (Listado)	4,206.00		4,206.00
ALIMENTACIÓN			
Muebles (Listado)	1,130.00		1,130.00
Maquinaria y Equipo	1,850.00		1,850.00
TRANSPORTE			
Vehículo	47,629.00	47,629.00	
ADMINISTRACIÓN			
Muebles	600.00		600.00
Equipos de Computación	1,200.00		1,200.00
Equipos de Oficina	220.00		220.00
Otros Activos	1,641.00		1,641.00
ACTIVO DIFERIDO	6,980.00		6,980.00
TOTAL	145,396.25	68,531.09	76,865.16
CAPITAL DE TRABAJO	2,947.11		2,947.11
TOTAL	148,343.36	68,531.09	79,812.27
PORCENTAJE	100.00	46.20	53.80

Elaborado por: la autora

La amortización del capital es constante y por lo tanto van disminuyendo los dividendos cada año. A continuación se describe los gastos financieros y los saldos de capital que se debe realizar en cada año.

Monto: 68,531.09 dólares

Tasa de Interés: 11,80%

Tiempo: 5 años.

CUADRO 69. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO (CUOTA FIJA)

AÑOS	DEUDA INICIAL	PAGO INTERESES (11,8%)	CUOTA	PAGO CAPITAL	DEUDA FINAL
0	68,531.09				68,531.09
1	68,531.09	8,086.67	18,917.09	10,830.42	57,700.67
2	57,700.67	6,808.68	18,917.09	12,108.41	45,592.26
3	45,592.26	5,379.89	18,917.09	13,537.20	32,055.06
4	32,055.06	3,782.50	18,917.09	15,134.59	16,920.47
5	16,920.47	1,996.62	18,917.09	16,920.47	0.00

Elaborado por: la autora.

La cuota anual del interés asciende a 18.917,09 dólares, que será pagado una vez al año durante 5 años.

$$R = \frac{A}{\frac{1-(1+I)^{-N}}{I}} = \frac{68,531.09}{\frac{1-(1+0,118)^{-5}}{0.118}} = 18,917.09$$

CUADRO 70. DISTRIBUCIÓN DE INTERESES A PAQUETES

AÑOS	TOTAL	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
1	8,086.67	2,345.13	2,345.13	3,396.40
2	6,808.68	1,974.52	1,974.52	2,859.65
3	5,379.89	1,560.17	1,560.17	2,259.55
4	3,782.50	1,096.92	1,096.92	1,588.65
5	1,996.62	579.02	579.02	838.58

Elaborado por: la autora.

CUADRO 71. COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (WACC)**RENDIMIENTO EXIGIDO POR EL INVERSIONISTA (TMAR)**

Tasa de interés real	0.06
Prima de inflación	0.04
Prima de riesgo	0.09
TASA DE RENDIMIENTO - r	0.19

TASA DE INTERES CFN	0.118
---------------------	-------

$$WACC = \frac{D \cdot K_d(1-T) + P(K_c)}{D + P}$$

Donde:

D = Deuda

P = Patrimonio

K_d = Tasa de interés CFN

K_c = Tasa de rendimiento del inversionista

$$WACC = \frac{68.531,09 \cdot (11,8\%)(1-36,25\%) + 79.812,27(19\%)}{68.531,09 + 79.812,27} = 0.14$$

8.13 FLUJO DE CAJA

Mediante el Flujo de Caja determinamos el flujo efectivo real del proyecto a lo largo de los 5 años que resulta de los ventas, costos de producción y operación, etc.; el mismo que es positivo a lo largo de la vida del proyecto.

El flujo de caja recoge los flujos de fuentes y usos de fondos de efectivo que requiere y genera el proyecto, en atención a los diferentes rubros y conceptos. Consecuentemente, el flujo de caja no incluye las depreciaciones y amortizaciones, así como las compras y ventas a crédito.

Incluye el valor de las inversiones que se han definido para el proyecto y el capital de trabajo necesario para su operación. En atención al flujo de efectivo las inversiones financiadas con los aportes de los accionistas por representar usos de fondos tienen signo negativo y los rubros financiados con crédito, por constituir ingresos de efectivo para el proyecto, tienen signo positivo.

En el mismo sentido los costos constituyen salidas de efectivo y los ingresos fuentes de efectivo. El pago de intereses y capital constituyen salidas de efectivo. La recuperación del capital de trabajo y las inversiones representan entradas de efectivo. El cuadro del flujo de caja ya está desglosado participación trabajadores (15%) e impuesto a la renta (25%)

La empresa tendría una vida indefinida, no obstante con fines didácticos se considera una vida útil del proyecto de cinco años; lo cual implica recuperar el capital de trabajo y parte de las inversiones en el año cinco como fuente de fondos de efectivo. La recuperación del capital de trabajo de \$ 5.071,64 corresponde el valor de \$ 2.947,11 del año cero y \$ 2.124,53 del año 1.

CUADRO 72. FLUJO DE CAJA CON CRÉDITO

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO						
Terreno	-17,500.00					
Albergues Crédito	16,732.96					
Albergues Capital propio	-31,075.50					
Restaurante Crédito	4,169.12					
Restaurante Capital propio	-7,742.66					
Muebles (Listado)	-2,720.00					
Enseres (Listado)	-4,206.00					
ALIMENTACIÓN						
Muebles (Listado)	-1,130.00					
Maquinaria y Equipo	-1,850.00					
TRANSPORTE						
Vehículo Crédito	47,629.00					
ADMINISTRACIÓN						
Muebles	-600.00					
Equipos de Computación	-1,200.00					
Equipos de Oficina	-220.00					
Otros Activos	-1,641.00					
ACTIVO DIFERIDO	-6,980.00					
TOTAL INVERSIONES	-8,334.07					
CAPITAL DE TRABAJO	-2,947.11	-2,124.53				
INGRESOS						
Ventas		92,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00
TOTAL INGRESOS		92,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN						
Costo de ventas		49,436.55	86,382.01	86,382.01	86,382.01	86,382.01
Costos de operación		28,823.68	49,412.02	49,412.02	49,412.02	49,412.02
Depreciación		8,348.79	14,312.21	14,312.21	14,312.21	14,312.21
Amortización activos diferidos		814.33	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00
TOTAL COSTOS DE PROD. Y OPERACIÓN		87,423.35	151,502.24	151,502.24	151,502.24	151,502.24
= UTILIDA OPERACIONAL		4,976.65	6,897.76	6,897.76	6,897.76	6,897.76
Intereses		8,086.67	6,808.68	5,379.89	3,782.50	1,996.62
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA		-3,110.02	89.08	1,517.87	3,115.26	4,901.14
Participación 15% trabajadores		-466.50	13.36	227.68	467.29	735.17
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS		-2,643.52	75.72	1,290.19	2,647.97	4,165.97
Impuesto a la Renta (25%)		-660.88	18.93	322.55	661.99	1,041.49
UTILIDAD NETA		-1,982.64	56.79	967.64	1,985.98	3,124.48
Depreciación		8,348.79	14,312.21	14,312.21	14,312.21	14,312.21
Amortización activos diferidos		814.33	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00
FLUJO BRUTO DE CAJA		7,180.48	15,765.00	16,675.86	17,694.19	18,832.69
Recuperación Activo Fijo						98,479.04
Recuperación Capital de Trabajo						5,071.64
Pago Principal		-10,830.42	-12,108.41	-13,537.20	-15,134.59	-16,920.47
FLUJO NETO DE CAJA	-11,281.19	-5,774.46	3,656.59	3,138.66	2,559.60	105,462.90
TIR	54%					

Elaborado por: la autora.

8.14 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos estimados se basaron en los datos obtenidos en el estudio de mercado en lo que representa a los valores de precios que los viajeros pagaran en sus visitas a sitios de TC. Los ingresos se obtienen por la venta de los paquetes turísticos que incluyen hospedaje, alimentación, transporte y guianza.

Determinación del Precio de Venta

Para establecer el precio de venta de un paquete turístico se debe considerar los costos fijos y variables, para de esta manera establecer el margen de contribución por paquete. Dentro de este análisis se observan los Costos Fijos y Variables por Grupo.

La estimación de ingresos se realizó en base a la capacidad instalada, para el cual se aplicó los precios de venta, conforme el siguiente detalle:

- Paquete No.1 Precio de Venta: 48,00 dólares (1 personas* 2 días).
- Paquete No.2 Precio de Venta: 48,00 dólares (1 personas* 2 días).
- Paquete No.3 Precio de Venta: 69,00 dólares (1 personas* 3 días).

Los precios cumplen con los rubros de preferencias del turista en cuanto al costo cómodo y accesible que están dispuestos a pagar por los servicios de alimentación y alojamiento y actividades recreativas.

Para establecer el precio de venta fue necesario realizar un análisis de las fortalezas y debilidades de la competencia, de tal manera, que el precio que se ofrecerá sea el más atractivo en el mercado.

8.15 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Se establece la situación económica real del proyecto tanto de los activos, pasivos y el patrimonio, proyección que se hace para los cinco años.

CUADRO 73. BALANCE GENERAL PROYECTADO

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	NO FINAN.	FINANC.	NO FINAN.	FINANC.	NO FINAN.	FINANC.	NO FINAN.	FINANC.	NO FINAN.	FINANC.
ACTIVO										
ACTIVO CORRIENTE										
Bancos	2,947.11	2,947.11	5,071.64	5,071.64	5,071.64	5,071.64	5,071.64	5,071.64	5,071.64	5,071.64
Inversiones temporales		5,773.66	5,773.66	10,888.33	10,888.33	17,154.15	17,154.15	23,727.76	23,727.76	27,107.06
Inventarios	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63	1,633.63
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4,580.75	10,354.41	12,478.94	17,593.60	17,593.60	23,859.43	23,859.43	30,433.03	30,433.03	33,812.34
ACTIVO FIJO										
ALOJAMIENTO										
Terreno	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00	17,500.00
Albergues	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47	47,808.47
Restaurante	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78	11,911.78
Muebles	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00	2,720.00
Enseres	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00	4,206.00
ALIMENTACION										
Muebles	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00	1,130.00
Maquinario y Equipo	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00	1,850.00
TRANSPORTE										
Vehículo	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00	47,629.00
ADMINISTRACION										
Muebles	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Equipos de Computacion	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Equipos de Oficina	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
Otros Activos	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00	1,641.00
Total Activo Fijo Bruto	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25	138,416.25
Depreciación acumulada	8,348.79	8,348.79	22,661.00	36,973.22	36,973.22	52,681.43	52,681.43	66,993.64	66,993.64	66,993.64
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	130,067.46	130,067.46	115,755.24	115,755.24	101,443.03	101,443.03	85,734.82	85,734.82	71,422.61	71,422.61
Activos diferidos	6,165.67		4,769.67	4,769.67	3,373.67	3,373.67	1,977.67	1,977.67	581.67	581.67
TOTAL ACTIVOS	134,648.20	140,421.87	128,234.19	133,348.85	119,036.64	125,302.46	109,594.25	116,167.86	102,437.31	105,816.62
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE										
PASIVO CORRIENTE										
Deudas largo plazo	57,700.67	57,700.67	45,592.26	45,592.26	32,055.06	32,055.06	16,920.47	16,920.47	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	57,700.67	57,700.67	45,592.26	45,592.26	32,055.06	32,055.06	16,920.47	16,920.47	0.00	0.00
CAPITAL CONTABLE										
Acciones comunes	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27	79,812.27
Reserva legal (10%)	581.79	581.79	1,588.86	1,588.86	2,687.03	2,687.03	3,887.02	3,887.02	5,200.87	5,200.87
Reserva estatutaria (5%)	290.89	290.89	794.43	794.43	1,343.51	1,343.51	1,943.51	1,943.51	2,600.43	2,600.43
Utilidades retenidas (35%)	2,036.25	2,036.25	5,561.02	5,561.02	9,404.59	9,404.59	13,604.58	13,604.58	18,203.04	18,203.04
TOTAL CAPITAL CONTABLE	82,721.20	82,721.20	87,756.59	87,756.59	93,247.40	93,247.40	99,247.38	99,247.38	105,816.62	105,816.62
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	140,421.87	140,421.87	133,348.85	133,348.85	125,302.46	125,302.46	116,167.86	116,167.86	105,816.62	105,816.62
Diferencia	5,773.66		5,114.66		6,265.83		6,573.60		3,379.31	

Elaborado por: la autora.

8.16 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se conoce como punto de equilibrio al estado donde la empresa ni gana ni pierde, es decir donde, los costos son iguales a los ingresos, además, señala la relación entre los costos fijos, costos variables y los beneficios del proyecto.

CUADRO 74. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 1

AÑO 1

RUBROS	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE VENTAS			
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	6,488.17		6,488.17
MANO DE OBRA DIRECTA	4,835.62		4,835.62
MATERIALES INDIRECTOS	142.10		142.10
MANO DE OBRA INDIRECTA	1,746.85		1,746.85
OTROS CIF	979.48		979.48
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	6,145.89	6,145.89	
GASTOS DE VENTAS			
OPERADOR TURÍSTICO	1,714.79		1,714.79
PUBLICIDAD	406.00		406.00
TOTAL COSTOS	22,458.89	6,145.89	16,313.00
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (Q)	560.00		
PRECIO DE VENTA (Pv)	48.00		
INGRESOS (I)	26,880.00		
COSTO VARIABLE UNITARIO (Cvu)	29.13		
COSTO UNITARIO (Cu)	40.11		

Elaborado por: la autora.

MÈTODO :ECUACIÓN DEL INGRESO

$$I = C + U$$

Por definición el PE ==> $I = C$ ==> $U = 0$

Entonces:

$$I = C + 0$$

$$P_v * Q = CF + C_{vu} * Q$$

$$P_v * Q - C_{vu} * Q = CF$$

$$Q(P_v - C_{vu}) = CF$$

$$CF$$

$$Q = \frac{\quad}{\quad}$$

$$P_v - C_{vu}$$

$$6.145,89$$

$$Q = \frac{\quad}{\quad}$$

$$18,87$$

$$6.145,89$$

$$Q = \frac{\quad}{\quad} = \frac{325,70}{18,87} \text{ Unidades}$$

$$18,87$$

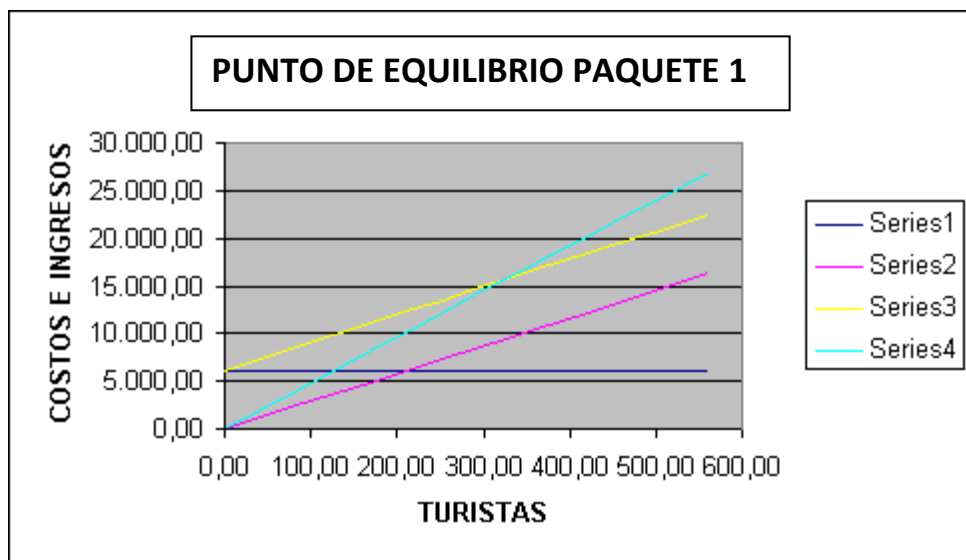
MÈTODO: MARGEN DE CONTRIBUCIÒN

$$\begin{array}{rcl}
 & & \text{CF} \\
 \text{PE} = & & \text{-----} \\
 & & \text{CVu} \\
 & & 1 - \text{-----} \\
 & & \text{PV} \\
 & & 6.145,89 \\
 \text{PE} = & & \text{-----} \\
 & & 29,13 \\
 & & 1 - \text{-----} \\
 & & 48,00 \\
 \\
 \text{PE} = & & 15.633,42 \quad \text{Dólares}
 \end{array}$$

MÈTODO GRÀFICO

UNIDADES Q	COSTO FIJO CF	COSTO VARIABLE CV	COSTO TOTAL CT	INGRESOS I
0.00	6,145.89	0.00	6,145.89	0.00
325.70	6,145.89	9,487.83	15,633.72	15,633.72
560.00	6,145.89	16,313.00	22,458.89	26,880.00

Elaborado por:
la autora



CUADRO 75. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 2

AÑO 1

RUBROS	COSTO TOTAL	COSTO S FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE VENTAS			
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	6,488.17		6,488.17
MANO DE OBRA DIRECTA	4,835.62		4,835.62
MATERIALES INDIRECTOS	142.10		142.10
MANO DE OBRA INDIRECTA	1,746.85		1,746.85
OTROS CIF	979.48		979.48
GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	6,145.89	6,145.89	
GASTOS DE VENTAS			
OPERADOR TURÍSTICO	1,714.79		1,714.79
PUBLICIDAD	406.00		406.00
TOTAL COSTOS	22,458.89	6,145.89	16,313.00
VOLUMEN DE PRODUCCIÒN (Q)	560.00		
PRECIO DE VENTA (Pv)	48.00		
INGRESOS (I)	26,880.00		
COSTO VARIABLE UNITARIO (Cvu)	29.13		
COSTO UNITARIO (Cu)	40.11		

Elaborado por: la autora.

ECUACIÓN DEL INGRESO

$$I = C + U$$

Por definición el PE ==> $I = C$ ==> $U = 0$

Entonces:

$$I = C + 0$$

$$P_v * Q = CF + C_{vu} * Q$$

$$P_v * Q - C_{vu} * Q = CF$$

$$Q(P_v - C_{vu}) = CF$$

$$Q = \frac{CF}{P_v - C_{vu}}$$

$$Q = \frac{6,145.89}{18.87}$$

$$Q = \frac{6,145.89}{18.87} = 325.70$$

MÈTODO: MARGEN DE CONTRIBUCIÒN

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{C_{vu}}{P_v}}$$

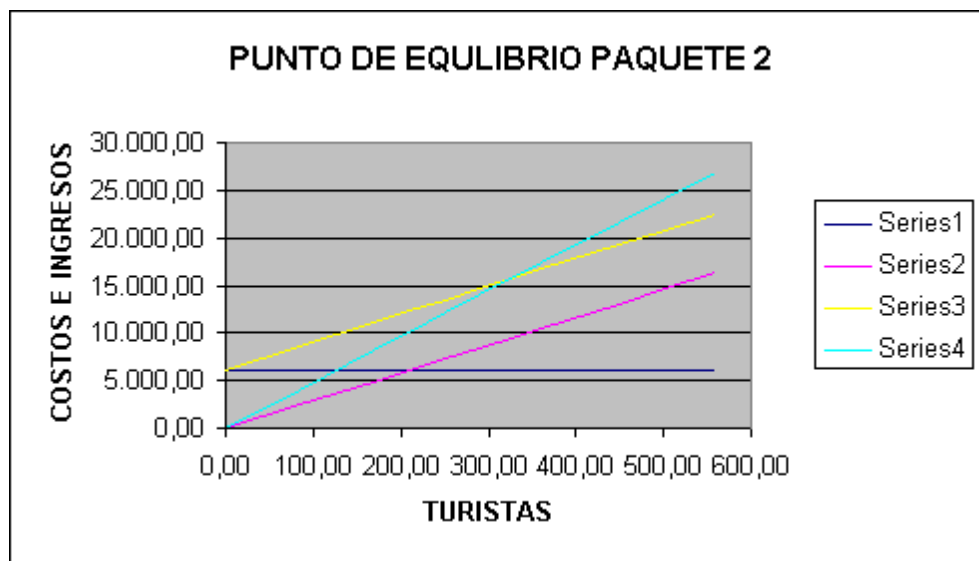
$$PE = \frac{6,145.89}{1 - \frac{29.13}{48.00}}$$

$$PE = 15,633.42 \quad \text{Dólares}$$

MÈTODO GRÀFICO

UNIDADES Q	COSTO FIJO CF	COSTO VARIABLE CV	COSTO TOTAL CT	INGRESOS I
0.00	6,145.89	0.00	6,145.89	0.00
325.70	6,145.89	9,487.83	15,633.72	15,633.72
560.00	6,145.89	16,313.00	22,458.89	26,880.00

Elaborado por: la autora.



CUADRO 76. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE 3

AÑO 1

RUBROS	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE VENTAS			
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	9,894.55		9,894.55
MANO DE OBRA DIRECTA	7,003.31		7,003.31
MATERIALES INDIRECTOS	205.80		205.80
MANO DE OBRA INDIRECTA	2,529.92		2,529.92
OTROS CIF	1,418.55		1,418.55
GASTOS DE ADMINISTRACION	6,145.89	6,145.89	
GASTOS DE VENTAS			
OPERADOR TURISTICO	2,483.49		2,483.49
PUBLICIDAD	588.00		588.00
TOTAL COSTOS	30,269.51	6,145.89	24,123.62
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (Q)	560.00		
PRECIO DE VENTA (Pv)	69.00		
INGRESOS (I)	38,640.00		
COSTO VARIABLE UNITARIO (Cvu)	43.08		
COSTO UNITARIO (Cu)	54.05		

Elaborado por: la autora

ECUACIÓN DEL INGRESO

$$I = C + U$$

Por definición el PE ==> $I = C$ ==> $U = 0$

Entonces:

$$I = C + 0$$

$$P_v * Q = CF + C_{vu} * Q$$

$$P_v * Q - C_{vu} * Q = CF$$

$$Q(P_v - C_{vu}) = CF$$

$$Q = \frac{CF}{P_v - C_{vu}}$$

$$Q = \frac{6,145.89}{25.92}$$

$$Q = \frac{6,145.89}{25.92} = 237.09 \text{ Unidades}$$

MÈTODO: MARGEN DE CONTRIBUCIÒN

$$PE = \frac{CF}{CV_u \left(1 - \frac{PV}{PV} \right)}$$

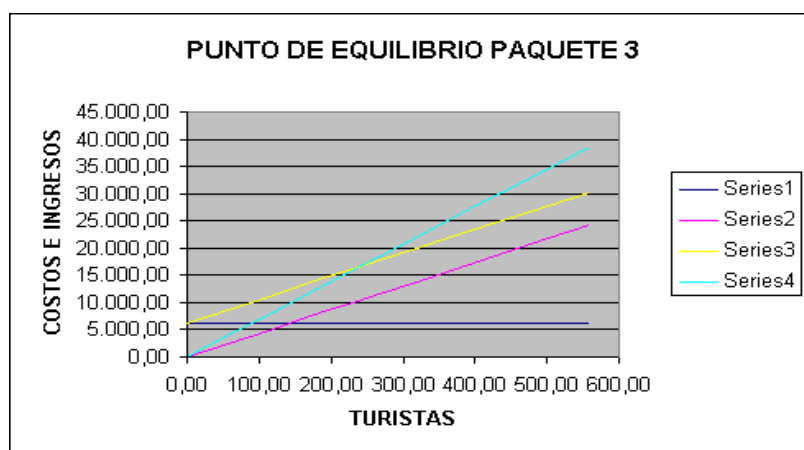
$$PE = \frac{6,145.89}{43.08 \left(1 - \frac{69.00}{69.00} \right)}$$

$$PE = 16,359.32 \text{ Dólares}$$

MÈTODO GRÀFICO

UNIDADES Q	COSTO FIJO CF	COSTO VARIABLE CV	COSTO TOTAL CT	INGRESOS I
0.00	6,145.89	0.00	6,145.89	0.00
237.09	6,145.89	10,213.36	16,359.25	16,359.25
560.00	6,145.89	24,123.62	30,269.51	38,640.00

Elaborado por: la autora.



El análisis del punto de equilibrio permite a los administradores de las empresas, planificar utilidades, mediante la representación grafica o matemática, en la cual la empresa no pierde ni obtiene utilidades.

CUADRO 77. PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETE (1-2-3)

AÑO 1

RUBROS	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE VENTAS			
= MATERIA PRIMA DIRECTA UTILIZADA	22,870.88		22,870.88
MANO DE OBRA DIRECTA	16,674.55		16,674.55
MATERIALES INDIRECTOS	490.00		490.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	6,023.62		6,023.62
OTROS CIF	12,540.62		12,540.62
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	21,510.61	21,510.61	
GASTOS DE VENTAS			
OPERADOR TURÍSTICO	5,913.08		5,913.08
PUBLICIDAD	1,400.00		1,400.00
TOTAL COSTOS	87,423.35	21,510.61	65,912.75
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (Q)	1,680.00		
PRECIO DE VENTA (Pv)	55.00		
INGRESOS (I)	92,400.00		
COSTO VARIABLE UNITARIO (Cvu)	39.23		
COSTO UNITARIO (Cu)	52.04		

Elaborado por : la autora

ECUACIÓN DEL INGRESO

$$I = C + U$$

Por definición el PE ==> $I = C$ ==> $U = 0$

Entonces:

$$I = C + 0$$

$$P_v * Q = CF + C_{vu} * Q$$

$$P_v * Q - C_{vu} * Q = CF$$

$$Q(P_v - C_{vu}) = CF$$

$$Q = \frac{CF}{P_v - C_{vu}}$$

$$Q = \frac{21,510.61}{15.77}$$

$$Q = \frac{21,510.61}{15.77} = 1,364.35$$

METODO: MARGEN DE CONTRIBUCION

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{C_{vu}}{P_v}}$$

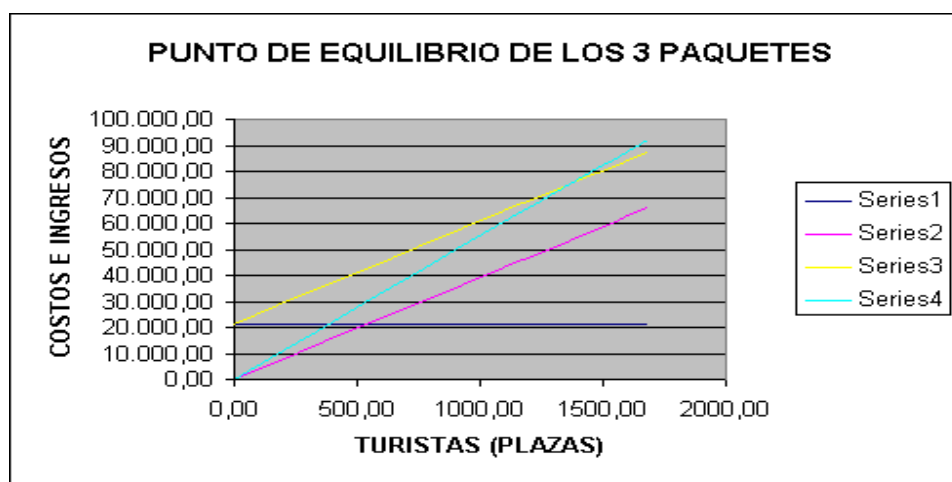
$$PE = \frac{21,510.61}{1 - \frac{39.23}{55.00}}$$

$$PE = 75,039.22 \quad \text{Dólares}$$

MÈTODO GRÀFICO

UNIDADES Q	COSTO FIJO CF	COSTO VARIABLE CV	COSTO TOTAL CT	INGRESOS I
0.00	21,510.61	0.00	21,510.61	0.00
1,364.35	21,510.61	53,528.51	75,039.12	75,039.12
1,680.00	21,510.61	65,912.75	87,423.35	92,400.00

Elaborado por: la autora.



En el cálculo realizado se tiene que el proyecto debe tener como mínimo estos costos, si fuese mayor se entiende que se están excediendo en algunos costos, y si por el contrario, la cantidad es menor, se establece una minimización de los costos.

8.17 EVALUACIÓN FINANCIERA

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que tiene por objeto comparar el flujo futuro actualizado a la tasa de descuento del costo promedio ponderado del capital del 14% con el valor de la inversión inicial, determina un valor positivo de 44.875,24; lo que significa que el proyecto tiene un rendimiento mayor al WACC. del 14%.

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada, después de haber recuperado toda la inversión.

$$VAN = \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FCn}{(1+i)^n} - I_0$$

FC: Flujo de Caja

Tasa Descuento: 14%

CUADRO 78. VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FNC	TASA DESC. DEL 14%	FNC ACTUALIZ.
0	-11,281.19	1	-11,281.19
1	-5,774.46	(1,14) ⁻¹	-5,065.32
2	3,656.59	(1,14) ⁻²	2,813.63
3	3,138.66	(1,14) ⁻³	2,118.50
4	2,559.60	(1,14) ⁻⁴	1,515.49
5	105,462.90	(1,14) ⁻⁵	54,774.13
VAN			44,875.24

Elaborado por: la autora.

Es decir la sumatoria de los flujos netos de efectivo, menos el flujo de salida de efectivo inicial del proyecto.

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es aquella tasa que iguala el valor presente de los ingresos con el de los egresos, al descontarlos al periodo cero. Es decir, la tasa que hace el Valor Presente Neto sea igual a cero. Permite medir la rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto.

CUADRO 79. TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
AÑOS	FNC	TASA DESC.	FNC	TASA DESC.	FNC
		DEL 50%	ACTUALIZ.	DEL 55%	ACTUALIZ.
0	-11,281.19	1	-11,281.19	1	-11,281.19
1	-5,774.46	$(1,50)^{-1}$	-3,849.64	$(1,55)^{-1}$	-2,483.64
2	3,656.59	$(1,50)^{-2}$	1,625.15	$(1,55)^{-2}$	676.44
3	3,138.66	$(1,50)^{-3}$	929.97	$(1,55)^{-3}$	249.73
4	2,559.60	$(1,50)^{-4}$	505.60	$(1,55)^{-4}$	87.60
5	105,462.90	$(1,50)^{-5}$	13,888.12	$(1,55)^{-5}$	1,552.33
VAN			1,818.01		-11,198.73

Elaborado por: la autora

$$TIR = \text{imenor} - (\text{Dif. imayor-imenor}/(\text{VANimenor}/(\text{VANimenor}-\text{VANimayor})))$$

$$TIR = 50\% + 55\% - 50\% \left((1.818,01 / (1818,01 - (-11.198,73))) \right)$$

$$TIR = 54\%$$

La TIR determina un retorno financiero del 51% frente a una tasa de rendimiento del 19% que exige el inversionista por el nivel de riesgo de la inversión.

RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Se considera como el tiempo necesario para que el flujo de salida inicial sea igual a los flujos de efectivos acumulados esperados para el año.

CUADRO 80. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

AÑOS	FNC	TASA DESC. DEL 14%	FNC ACTUALIZ.	PRC
0	-11,281.19	1	-11,281.19	-11,281.19
1	-5,774.46	$(1,14)^{-1}$	-5,065.32	-16,346.51
2	3,656.59	$(1,14)^{-2}$	2,813.63	-13,532.88
3	3,138.66	$(1,14)^{-3}$	2,118.50	-11,414.37
4	2,559.60	$(1,14)^{-4}$	1,515.49	
5	105,462.90	$(1,14)^{-5}$	54,774.13	
VAN			44,875.24	

Elaborado por: la autora.

Se considera que la recuperación del capital es en tres años 9 meses, por tanto el proyecto es rentable.

8.18 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD AL PRECIO

Consiste básicamente en identificar aquellas variables del proyecto con mayor peso relativo tanto en el periodo pre operativo como operativo y aplicarles variaciones porcentuales para señalarlos efectos en los resultados del proyecto, mediante el recálculo de los flujos neto de caja y la aplicación de cualquiera de los criterios VAN, TIR o RBC. Par el análisis del presente proyecto se simula una reducción del precio en el 5%.

Se observa que al disminuirse el precio en el 5% y aumentar los costos en el 5% la TIR se reduce del 54% al 51%, lo que demuestra que el proyecto resiste a las variaciones de costo y reducción del precio.

CUADRO 81. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: REDUCCIÓN DEL PRECIO EN EL 5% E INCREMENTO DEL COSTO EN EL 5%

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO						
Terreno	-17,500.00					
Albergues Crédito	-16,732.96					
Albergues Capital propio	-31,075.50					
Restaurante Crédito	-4,169.12					
Restaurante Capital propio	-7,742.66					
Muebles (Listado)	-2,720.00					
Enseres (Listado)	-4,206.00					
ALIMENTACION						
Muebles (Listado)	-1,130.00					
Maquinario y Equipo	-1,850.00					
TRANSPORTE						
Vehículo Crédito	-47,629.00					
ADMINISTRACION						
Muebles	-600.00					
Equipos de Computacion	-1,200.00					
Equipos de Oficina	-220.00					
Otros Activos	-1,641.00					
ACTIVO DIFERIDO	-6,980.00					
TOTAL INVERSIONES	-145,396.25					
CAPITAL DE TRABAJO	-127,896.25	-2,124.53				
INGRESOS						
VENTAS		87,780.00	150,480.00	150,480.00	150,480.00	150,480.00
TOTAL INGRESOS		87,780.00	150,480.00	150,480.00	150,480.00	150,480.00
COSTOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN						
Costo de ventas		51,908.38	90,701.11	90,701.11	90,701.11	90,701.11
Costos de operación		30,264.86	51,882.63	51,882.63	51,882.63	51,882.63
Depreciación		8,348.79	14,312.21	14,312.21	14,312.21	14,312.21
Amortización activos diferidos		814.33	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00
TOTAL COSTOS DE PROD. Y OPERACIÓN		91,336.37	158,291.94	158,291.94	158,291.94	158,291.94
= UTILIDA OPERACIONAL		-3,556.37	-7,811.94	-7,811.94	-7,811.94	-7,811.94
Intereses		8,086.67	6,808.68	5,379.89	3,782.50	1,996.62
UTILIDAD ANTES PART. E IMP. RENTA		-11,643.03	-14,620.62	-13,191.83	-11,594.44	-9,808.56
Part. e Imp. Renta (36,25%)		-4,220.60	-5,299.98	-4,782.04	-4,202.98	-3,555.60
UTILIDAD NETA		-7,422.43	-9,320.65	-8,409.79	-7,391.46	-6,252.96
Depreciación		8,348.79	14,312.21	14,312.21	14,312.21	14,312.21
Amortización activos diferidos		814.33	1,396.00	1,396.00	1,396.00	1,396.00
FLUJO BRUTO DE CAJA		1,740.69	6,387.57	7,298.42	8,316.76	9,455.26
Recuperación Activo Fijo						98,479.04
Recuperación Capital de Trabajo						5,071.64
Pago Principal		-10,830.42	-12,108.41	-13,537.20	-15,134.59	-16,920.47
FLUJO NETO DE CAJA	-273,292.49	-11,214.26	-5,720.84	-6,238.78	-6,817.83	96,085.47
TIR	51%					

Elaborado por: la autora.

CAPÍTULO IX

9. EVALUACIÓN SOCIAL

Desde la perspectiva social de un proyecto se puede señalar que tiene un impacto en la economía en su conjunto ya sea local o nacional, razón por lo cual se requiere generar instrumentos técnicos para crear proyectos de tipo productivo en bienes o servicios; mediante el cual se pretende obtener beneficios económicos.

Para el caso de la creación de un Centro de Turismo Comunitario tiene como objeto mejorar las condiciones de vida y reducir los niveles de migración para las personas que viven en la comunidad, rescatando sus valores, cultura y tradiciones que en muchos casos se pierden cuando emigran a las grandes ciudades del país o al exterior, es así que en lo referente a la generación de empleo tenemos que ocho personas se benefician al tener un empleo estable, y les permite motivarse para continuar con carreras a fines al sector turístico ya que para este proyecto se necesita personas preparadas y con experiencia en la administración de Centros de Turismo Comunitario y con ello se aumenta el nivel educativo de la Comunidad.

Existen programas de capacitación que es promovido por el Ministerio de Turismo, totalmente enfocado a las comunidades y pequeñas empresas que están generando otros modos de hacer turismo (aventura, comunitario, gastronómico, cultural, etc.) por cuando son emprendedores que no tienen recursos para obtener cursos relacionados con las diferentes quehaceres del turismo que pueden acceder a dichos programas, para lo cual únicamente se requiere la buen voluntad y organización de la comunidad, enfatizando lo anteriormente dicho se aumentará sus conocimientos y por lo tanto mejorarán sus ingresos.

Posteriormente para mejorar los canales de comercialización el CTC realizara alianzas con otras empresas, municipio, ONGs, entidades educativas, etc., para la promoción y difusión del CTC ya que esto permitirá que se conozca los atractivos turísticos del Cantón y con ello se reactivara la económica (pequeños productores, comunidad, gobierno). El Centro de Turismo Comunitarios se verá beneficiada ya que se genera trabajo para todas las personas de la comunidad y se contará personas que con experiencia en la administración de establecimientos turísticos.

Otro de los grupos beneficiados serán las personas que pueden alquilar sus caballos y recorrer la Comunidad, permitiéndoles mantener a sus animales ocupados por más tiempo, desperdiciando la oportunidad de generar ingresos por esta actividad.

La comunidad de Culquiloma será la más beneficiada con la instalación del Centro de Turismo Comunitario, ya que dinamizara la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros, estos le permitirán captar nuevos visitantes interesado (oferta) en estos servicios.

De tal manera que el flujo turístico al Cantón Cotacachi y Comunidad Culquiloma, fomentara el desarrollo de actividades complementarias necesarias para que las personas que los visitan lo hagan de una manera más cómoda, entre las actividades a incrementarse tenemos el incremento en los ingresos para acceder a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, servicios de camionetas, buses, restaurantes, venta de artículos de cuero y artesanías, lo cual será el resultado de número de personas que se aumenta por la creación de un CTC y la alternativa de seleccionar paquetes turísticos con destinos diferentes a los que ofrece la competencia.

Todos estos beneficios se pueden evidenciar cuando existe una articulación del proyecto en lo económico, social y ambiental.

CAPÍTULO X

10.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

En función de la evaluación que se ha realizado sobre el proyecto de Turismo Comunitario, se concluye sobre algunos elementos sobresalientes que darán la pauta para resolver si es aceptable o no, en el caso de que lo sea, proceder a la constitución legal del CTC y la ejecución física del proyecto.

En cuanto a la localización para la creación de un Centro de Turismo Comunitario es la más conveniente por cuanto cuenta con vías de acceso en perfecto estado, servicios básicos y atractivos turísticos fabulosos que fácilmente puede diferenciarse de la competencia, la ubicación certera es de no más de 104 km de distancia con respecto al Distrito Metropolitano de Quito (Aeropuerto Mariscal Sucre).

Por lo tanto se decidió ubicar al Centro de Turismo Comunitario en las inmediaciones del Cantón Cotacachi, Parroquia Quiroga, en la vía Otavalo-Cotacachi que se considera como la más aceptables por todas las facilidades con las que cuenta.

Es importante y necesario situarlo en un contexto de economías externas no muy desarrolladas, pero que a la vez propicien una evolución positiva del proyecto en cuanto a insumos principalmente (pequeños productores, infraestructura acorde a la zona y estructura de servicios).

Por lo que se refiere a la comercialización, se decidió captar al segmento entre los 20 a 65 años de edad, en función de sus características.

Los CTC contará con las condiciones de seguridad, esparcimientos (manifestaciones culturales, tours, alimentaciones, alojamiento, transporte, convivencia), comodidad y economías suficientes para satisfacer las necesidades del turista potencial.

Es importante señalar que financieramente, pronósticos y proyecciones, prevaleció un criterio conservador dentro de un marco de realismo económico, otorgando una proyección de cinco años para la ejecución del proyecto.

Para que el CTC funcione en condiciones de satisfacción financiera y sea atractiva al inversionista potencial, es inminente considerar que se requieren tarifas accesibles (48 y 69 dólares por persona), que son precios accesibles en relación a la competencia y que no afectaran a la rentabilidad esperada, los precios deben facilitar la conservación y el mantenimiento, para no elevar o desproporcionar los costos y procedimientos de operación que representen un costo mínimo para el CTC.

Se observa que el periodo de recuperación y la tasa interna de rendimiento dan muestras de si es rentable un negocio o no lo es, el TIR para el proyecto es de 54%.

Es oportuno mencionar que solo se presentaron estas cifras en función del esfuerzo integral de los miembros de la comunidad, que se refleje mediante la promoción del mercado, la prestación del servicio, el mantenimiento y conservación de las instalaciones, y una correcta administración financiera que conlleve el análisis, la presupuestación y el control de los recursos de los CTC.

Con la evaluación del CTC se logra obtener un instrumento técnico que permita la obtención de recursos a través de las ONG, entidades del Estado o el sector privado, para lo cual se requiere una inversión fija sin incluir el terreno que es donado por la comunidad, teniendo clara la inversión requerida para lo cual se prepararon los estados financieros proyectados para los próximos cinco años.

Con dichos instrumentos financieros se procedió a obtener los indicadores financieros adecuados al tipo de proyecto, así como su análisis, interpretación y diagnóstico correspondiente.

RECOMENDACIONES

Generales:

Respetar los lineamientos de los Estudios de Mercado y Técnico, puesto que fundamentan la Evaluación Financiera.

Considerar los Proyectos Arquitectónicos, que permitan evaluar distintas alternativas de construcción de obras físicas y distribución, de acuerdo con lo que más convenga al CTC.

Proceder a la elaboración de un Plan de lanzamiento del servicio, en cuanto se decida la ejecución del proyecto.

Ejecutar la obra física del proyecto bajo las condiciones de organización estipulada en el programa y calendario de inversiones, y bajo control financiero, en función de los reportes de avance periódicos para emplear correctamente los fondos asignados y empezar a operar dentro de los requerimientos señalados.

Observar una administración financiera estricta durante la vida el proyecto.

Analizar estacionalmente (cada trimestre) la operación de los CTC.

Elaboración anual de presupuesto de operación, de acuerdo con las condiciones externas que rijan la economía.

Específicas:

Evitar circulante ocioso.

Aprovechar productivamente para la CTC estos pasivos sin costo, para proyectos de diversificación.

No desechar la idea de contratar pasivos, de ser necesario.

CAPÍTULO XI

11 BIBLIOGRAFÍA

ALCARAZ VARS, Enrique, DICCIONARIO DE TERMINOS DE TURISMO, 2000.

ARCARONS SIMON, Ramón, ADMINISTRACIÒN, GESTIÒN Y COMERCILIZACIÒN EN LA PEQUEÑA EMPRESA HOTELERA, Madrid-España, 1995.

ASTORGA, A., MANUAL DE DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO, Tercera edición, Centro de Educación Popular, CEDEP – Quito – Ecuador, 1994.

AURIOLES MARTIN, Adolfo, INTRODUCCIÒN AL DERECHO TURISTICO, DERECHO PRIVADO DEL TURISMO, Madrid-España, 2002.

BOSCH, Ramón, “TURISMO Y MEDIO AMBIENTE”, Colección Ceura Economía, España, 2001.

BOTE GOMEZ, Venancio, PLANIFICACIÒN ECONÒMICA DEL TURISMO, DE UNA ESTRATEGIA MASIVA A UNA ARTESANAL, México-Trillas, 2002.

BOTE GÒMEZ, Venancio, TURISMO UN ESPACIO RURAL: REHABILITACIÒN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y DE LA ECONOMÌA LOCAL, Madrid- España, Promoción Cultural, 2002.

BOULLON, Roberto, PROYECTO TURÌSTICO, METODOLOGIAS PARA ACERTAR SIN ERRORES, Colecciones Temas de Turismo, Buenos Aires – Argentina, 2002.

BLANCO, Albert, TURISMO Y TRANSPORTE, Madrid-España, 2002.

CARDENAS TABARES, Fabio, COMERCILIZACIÒN DEL TURISMO, DETERMINACIÒN Y ANÀLISIS DE MERCADOS, México-Trillas, 1990.

COBRA, Marco, MARKETING DE SERVICIOS: ESTRATEGIAS PARA TURISMO, FINANZAS, SALUD Y COMUNICACIÓN, Bogotá-Colombia, Mc Graw-Hill, 2000.

FIGUEROA, Negrete,” DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ESPACIO MACRO REGIONAL DE CHILE CENTRAL”, Revista Geográfica de Valparaíso N°28, 1997.

HAULOT, Arthur, TURISMO SOCIAL, México-Trillas, 1991.

LUGO, Saskia, EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE COMPOSTAJE EN EL ECUADOR, Tesis Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2001.

MALDONADO, Carlos, SERVICIOS EMPRESARIALES PARA EL DESARROLLO DEL ETNOTURISMO COMUNITARIO, Bolivia, Ecuador y Perú. En: Cumbre Mundial del Ecoturismo, Québec, Canadá, 19-22 mayo, 2002.

MOLINARI, R., EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS CULTURALES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMARCA NOROESTE DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ, 2002.

PEREZ FLORIL, María Verónica, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO DE ECOTURISMO EN MONTAÑITA CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA, Tesis PUCE Facultad de Ciencias Humanas, Quito-Ecuador, 2003.

RIVERA, H., PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS EN RELACIÓN A LA FERTILIDAD DE LOS SUELOS EN EL ÁREA DE CHAMBO, Tesis Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería Agronómica. ESPOCH- Riobamba, 1987.

RUFÍN, Ramón, “MARKETING: CONCEPTOS, INSTRUMENTOS Y ESTRATEGIAS”, Edición UNED, Madrid, 1998.

VEINTIMILLA, Julio, GUIA TURÍSTICA DEL ECUADOR, Ediciones la Golondrina, Cuenca, 1994.

VEVERKA, J.A, PLANIFICAR PARA UNA INTERPRETACIÓN “EXPORTABLE”, Boletín de Interpretación, N° 6, AIP Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España, 2002.

RUIZ BALLESTEROS, Esteban, SOLIS CARRION, Doris, TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR, Ediciones ABYA AYALA, Quito-Ecuador, 2007.

MINISTERIO DE TURISMO, PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR HACIA EL AÑO 2020 “PLANDETUR 2020”.

FEPTCE, MANUAL DE CALIDAD PARA LA GESTION DEL TURISMO COMUNITARIO.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, INFORMACION ESTADISTICA MENSUAL, No. 1885, Marzo 31 de 2009.

Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec

Instituto Nacional de Estadística y Censos: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo de Ecuador: www.ministerioturismo.gov.ec

Plan Nacional para el Buen Vivir, 2009-2013.

ANEXOS