

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO ECO-TURÍSTICO EN EL CANTÓN GONZANAMÁ
(PROVINCIA DE LOJA)**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EMPRESARIAL**

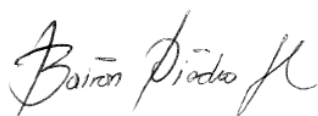
**BAIRON CHAMBERLAIN PIEDRA HERRERA
baygnomo@hotmail.com**

**DIRECTOR: ING. MIRIAM GUADALUPE PEÑAFIEL AGUILAR MSc
mpenafiel07@gmail.com
Quito, 2010**

DECLARACIÓN

Yo Bairon Chamberlain Piedra Herrera, declaro que el trabajo descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que aplicado para su desarrollo los conocimientos adquiridos en la carrera y consultado la bibliografía detallada en este documento.

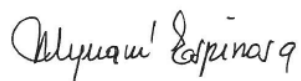
La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos de este trabajo según lo establecido en la ley de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor.



Bairon Chamberlain Piedra Herrera

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Bairon Chamberlain Piedra Herrera, bajo mi supervisión.



Ing. Miriam Guadalupe Peñafiel Aguilar MSc.
DIRECTOR DEL PROYECTO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios y a mi Santísima Virgen del Cisne, ya que han sido mi fuente de inspiración en todo momento dándome las fuerzas necesarias para luchar día tras día y seguir adelante rompiendo las barreras necesarias para lograrlo. A mi querida madre María Inés Herrera que gracias a ella soy quien soy hoy en día, ha sido ella quien me ha dado el cariño y amor necesario, la que ha velado mis sueños, mi salud, mis estudios, mi educación, alimentación entre otros, es a ella a quien le debo todo, horas de consejos, de regaños, de reprimendas, de tristezas y alegrías de las cuales estoy muy seguro que las ha hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de lo cual me siento extremadamente orgulloso, a mi querido hermano Gonzalito, el cual ha estado a mi lado siempre y dándome su fuerza espiritual en todo momento gracias por todo querido Gonzalito.

Angelito mi gran amigo, con quien prácticamente he vivido las mismas historias, alegrías y tristezas, un amigo incondicional que lo único que quiso es que triunfe, en realidad tengo todo el aprecio del mundo para ti Angelito y por supuesto a mis tíos Manuel y Estela Herrera, los que más cerca de mi han estado en las buenas y malas, son sin lugar a duda una referencia que nunca la podré dejar de lado ya que siempre me guiaron por el camino correcto, y quiero manifestarles que sus consejos siempre llegaron y quedaron en mi, por todo, muchas gracias.

A mi familia en general que de una u otra forma han compartido momentos agradables en mi trayectoria estudiantil, también les agradezco a mis amigos más cercanos, amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí.

AGRADECIMIENTO

No hay palabras que puedan describir mi profundo agradecimiento hacia mi Familia, quienes durante todos estos años confiaron en mi; comprendiendo mis ideales y el tiempo que no estuve con ellos. De manera especial a mi tutora Miriam Peñafiel quien con sus conocimientos ha sabido guiarme hacia el camino correcto para conseguir un fin y lograr lo que me he propuesto muchas gracias mi querida ingeniera.

Y a todos aquellos, que han quedado en los recintos más escondidos de mi memoria, pero que fueron participes en cincelar a este hombre de bien.
GRACIAS.

Contenido

CAPITULO I

INTRODUCCION	12
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Objetivo General	16
1.3 Objetivos Específicos	16
1.4 Justificación del problema	16

CAPITULO II MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1.1 Estudio de mercado	21
2.1.2 Estudio técnico	22
2.1.3 Estudio organizacional y legal	22
2.1.4 Estudio financiero	23
2.1.5 Estudio de Impacto Ambiental	23
2.2.1. Topografía y altitud sobre el nivel del mar	24
2.2.2. Climatología.....	25
2.2.3. Hidrografía.....	26
2.2.4 Orografía.....	27
2.2.5 División político – administrativa.....	28
2.2.6 Vialidad	28
2.3.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO DE GONZANAMÁ.....	31
2.3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CANTÓN GONZANAMÁ	32
2.3.3 RAMA DE ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DEL CANTÓN	32

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 FUENTES DE INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	38
3.1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA COMPETENCIA.....	46
3.1.3 DEMANDA PROYECTADA	47
3.1.4 OFERTA DE LA COMPETENCIA.....	48
3.1.5 DEMANDA INSATISFECHA.....	48
3.1.6 DEMANDA A CUBRIR POR EL PROYECTO.....	48
3.1.7 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN	49

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1 Macro localización	51
4.1.2 Micro Localización del proyecto.....	53
4.1.3 INTEGRACIÓN EN EL MEDIO.....	57
4.1.4 EQUIPO Y MATERIALES NECESARIOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO.....	61
4.1.5 IMPACTO DEL PROYECTO	61
CAPITULO V ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	
5.1.1 Sustento legal de una microempresa asociativa.....	63
5.1.2 Calidad legal de las MIPYMES	63
5.1.3 Costos aproximados para la legalización de una MIPYMES	63
5.1.4 Ventajas y desventajas de la legalización.....	64
5.1.5 Registro y licencia de un negocio turístico MIPYME.....	66
5.1.6 Régimen tributario aplicable a las microempresas turísticas	69
5.2.1 Obligaciones del empleador y del trabajador.....	73
CAPITULO VI ESTUDIO FINANCIERO	
6.1.1 Activos Fijos.....	76
6.1.2 Activos Nominales	77
6.1.3 Capital de trabajo.....	78
6.3.1 Costo por paquete	80
6.3.2 Precio por paquete.....	80
6.3.3 Ingresos proyectados para el proyecto.....	80
6.4 FLUJO DE FONDOS NETO	81
CAPITULO VII ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	
7.1.1 Especies no maderables.....	86
7.1.2 Especies forestales.....	87
7.1.3 Arbustos.....	87
7.1.4 Fauna.....	87
7.1.5 Indicadores y medidas de mitigación	88
7.2.1 En el Medio Socioeconómico Agrario	88
7.2.2 En la Gestión Ambiental del Valle.....	88
7.2.3 En la etapa de construcción.....	88
7.2.4 En los Medios Rurales Agrícolas	89
7.2.5 Disminución del proceso de deterioro.....	89

7.2.6 Restauración del ecosistema.....	89
7.2.7 Tala de cobertura boscosa incluyendo árboles frutales.....	90
7.2.8 Aumento de área de producción sostenible.....	90
7.2.9 Exceso de consumo y desperdicio de recursos como el agua.	90
7.2.10 Alto consumo y desperdicio de energía eléctrica.....	90
7.2.11 Polución del aire y contaminación acústica por el tráfico vehicular.	91
7.2.12 Contaminación de ríos, lagos son aguas residuales no depuradas y desechos químicos.	91
7.2.13 Conflictos con los residentes por la aplicación de medidas conservacionistas respecto al uso de ciertos recursos que generan ingresos locales, pudiendo llegarse al sabotaje del turismo.....	91
CAPITULO VIII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
8.1 CONCLUSIONES	92
8.2 RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	
LIBROS Y ARTICULOS	99
REFERENCIAS DE SITIOS ÚTILES EN LA WEB.....	100
ANEXOS	
Anexo 1 Preguntas de conocimiento	101
Anexo 2 Personajes que hicieron historia en Gonzanamá	102
Anexo 3 Modelo de encuesta realizada para determinar el estudio de mercado	103
Anexo 4 Ponderación de la localización	106
Anexo 5 Costo de inversión de equipos y maquinaria.	107
Anexo 6 salarios de los empleados	108
Anexo 7 Activos Nominales	108
Anexo 8 Activos Fijos	109
Anexo 9 Edificaciones	109
Anexo 10 Muebles y Enceres	110
Anexo 11 Equipos de computación y electrónicos.....	110
Anexo 12 Menajes	110
Anexo 13 Vehículos.....	111
Anexo 14 Maquinaria.....	111

Anexo 15 Otros.....	111
Anexo 16 Principales principios del Turismo Sostenible de acuerdo a la Conferencia mundial del Turismo realizada en España entre el 27 y 28 de Abril de 1995.....	112
Anexo 17 Formulario de Declaración del uno por mil del impuesto a la renta sobre los activos fijos.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad económica de gran auge internacional y que juega un papel muy importante en nuestra economía, es necesario analizar el impacto medioambiental, pues las relaciones entre turismo y medio ambiente son cada día más estrechas, ya que, las tendencias actuales de la demanda turística se orientan hacia un turismo basado en la naturaleza (ecoturismo) y como tal este puede contribuir, de manera importante, a la conservación del patrimonio natural. Por consiguiente, el turismo no puede quedar exento de acciones que incorporen criterios de sostenibilidad, es decir, de planteamientos que tengan una nueva visión consecuente con las exigencias medioambientales.

La idea de este proyecto de turismo, se basa en el comportamiento que tiene el turista tanto a nivel mundial como a nivel local es decir la tendencia con la que se mueve, por lo cual, se considera al Eco-turismo como una actividad floreciente en nuestro país con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas industrias y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla.

Este presente proyecto consta de 8 capítulos los mismos que contribuirán a la realización de una toma de decisiones acertadas a futuro.

En el capítulo 1 se expone una introducción, el planteamiento del problema, sus justificativos, formulación y sistematización del problema, objetivos, e hipótesis.

En el capítulo 2 se muestra el marco teórico que se uso para el desarrollo del proyecto, definiciones del estudio de factibilidad, antecedentes de la ubicación, motivo de la constitución, objetivos y breve historia del cantón Gonzanamá.

En el capítulo 3 se destaca el estudio de mercado tanto de la oferta como de la demanda, poniendo en énfasis el Marketing Social, que define en sí, las necesidades, los deseos y los intereses del mercado meta, con lo cual se puede brindar un valor superior a los clientes, de tal manera que se mantenga o mejore el bienestar del turista y de la sociedad en general. Para efectos del estudio se

considera a los adolescentes y mayores de edad tanto hombres como mujeres entre 18 y 65 años que tengan gustos o preferencias por actividades turísticas, que consideren Loja como un destino turístico y que correspondan a los estratos medios y altos.

Para obtener información de la demanda, se utilizarán fuentes primarias a través de encuestas elaboradas ex profeso al efecto, no existiendo ninguna información que pueda servir para el proyecto en su zona de influencia.

Para realizar el estudio de la oferta se tomará en cuenta los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento en la provincia de Loja registrados en la Cámara de Turismo de Loja.

Para el capítulo 4 se desarrolló un estudio técnico donde, el área correspondiente de influencia para el negocio a funcionar por medio del complejo eco-turístico será el cantón Gonzanamá, área donde estará ubicada su infraestructura, para tal efecto se ha tomando en cuenta la localización que en sí, implica un papel muy importante con lo que se refiere a un proyecto de eco-turismo, ya que si el lugar no cuenta con los servicios básicos y medios de transporte adecuados no será factible establecer un buen servicio para los posibles clientes.

En el capítulo 5 se analizó la organización y legalización de una empresa de turismo, enfocados en los gastos de constitución, estatutos, registros notariados, afiliaciones a las respectivas cámaras, tramites del RUC, patente municipal, sanidad, permiso del cuerpo de bomberos, impuestos municipales. En este capítulo también se consideró responsabilidades laborales y sociales para una empresa turística.

En el capítulo 6 se expone el plan financiero del proyecto, en el cual consta la inversión, costos, ingresos, flujos de fondo, tasas de descuento. En este estudio además se determina la viabilidad del proyecto y los indicadores financieros acorde a un estudio de factibilidad. Los resultados satisfacen en si la viabilidad del proyecto.

En este estudio se aplicó el software financiero elaborado por el Ing. Patricio Carrasco.

A continuación en el capítulo 7 se expone el estudio ambiental, donde se establecen las normas legales para la conservación de la flora y fauna, esto de acuerdo a los reglamentos de impacto ambiental establecido por el ministerio de Agricultura y Ganadería.

Por último en el capítulo 8 se expone las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto estudiado.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno mundial que genera relaciones e intercambios de diversa índole estimulando el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas. En efecto, el turismo puede aportar grandes beneficios al desarrollo económico y social de un país, una región, una ciudad o una comunidad local.

El turismo como fenómeno social implica la generación de nuevas fuentes de empleo y competencias técnicas para el recurso humano, por ejemplo, en la industria, la minería o la pesca. Además de generar empleo y distribuir ingreso, el desarrollo del turismo contribuye a la descentralización de la actividad económica en el territorio y al fortalecimiento del desarrollo económico local, puesto que en un país existen diversas zonas y lugares con atractivos turísticos destacados.

El turismo como fenómeno cultural comprende no solamente un amplio abanico de actividades artísticas, servicios culturales y atractivos de esparcimiento y recreación. “Su desarrollo en todos los países del planeta ha llevado a una multitud de comunidades locales a perder y alterar sus valores culturales o a reemplazarlos por otros ajenos a sus usos y costumbres tradicionales”.¹

El turismo en sus diferentes modalidades (sol y playa, turismo deportivo y naturaleza, turismo cultural y de ciudad y turismo de negocios), comprende diversas operaciones vinculadas que conforman el entorno productivo y de servicios generados.

En vista de esto, nuestro país durante los últimos años mantiene una política de promoción e incentivo para el turismo de manera planificada a largo plazo, por lo que, se ha desarrollado un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador (PLANDETUR 2020), los Objetivos de Desarrollo del Milenio

¹ Organización Mundial del turismo

(ODM), El Plan Nacional de Desarrollo (PNL), los mismos que buscan consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, promoviendo la multiplicación de fuente de empleo como base económica para nuestro país.

En la Provincia de Loja al no existir complejos turísticos con la infraestructura adecuada para sus habitantes así, como para los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta hermosa Provincia y considerando que el turismo va en aumento según datos emitidos por el Ministerio de Turismo (1.005.297 mil turistas en el 2008²), se pone de relieve la oportunidad de crear un Complejo Eco-Turístico en el Cantón Gonzanamá. Siendo este un aporte positivo para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de la zona.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Para determinar la pre-factibilidad de una solución turística para el cantón Gonzanamá se realizó una encuesta preliminar (Anexo 1), entre los meses de julio, agosto y septiembre del año 2008, en la provincia de Loja a las personas que arribaron a esta ciudad (terminal terrestre), con las siguientes preguntas:

¿Conoce usted el cantón Gonzanamá?

¿Conoce los destinos turísticos que tiene el cantón Gonzanamá?

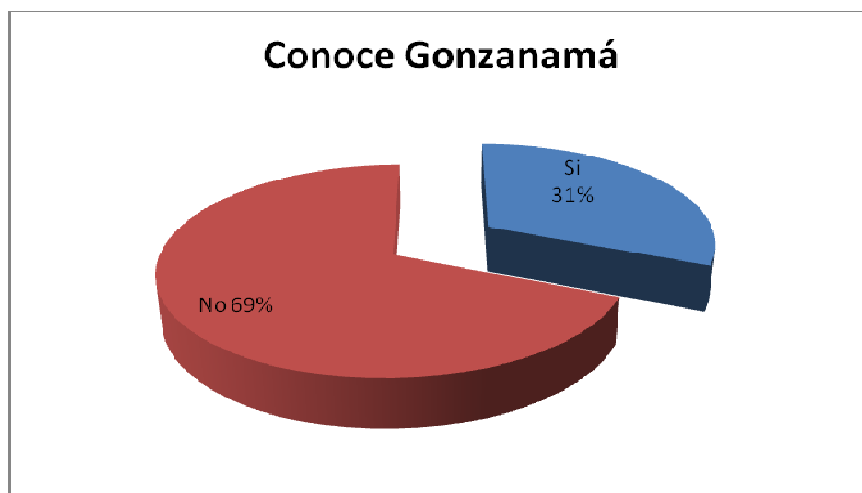
¿Cuán interesado estaría usted en hacer excursiones en Gonzanamá-Loja como visitas a lagunas, aguas termales, bosques, zonas de reserva natural, otros?

Esta encuesta de pre-factibilidad dio como resultado lo siguiente:

En la pregunta número 1, se refleja el poco o escaso conocimiento que tiene el turista de la existencia del cantón Gonzanamá. Los resultados demuestran que tan solo el 31% de los encuestados lo conoce y el 69% lo desconoce y es ahí donde se tiene que trabajar, ver grafico 1.1

2 Ministerio de Turismo, estadísticas de entradas y salidas 2008.

Gráfico 1.1 Conocimiento del Cantón Gonzanamá



Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

En la pregunta número 2, el 89% de las personas que respondieron que si, no tienen idea de los destinos turísticos que posee el cantón para ofrecer y tan solo el 11% conoce sus atractivos. Ver gráfico 1.2

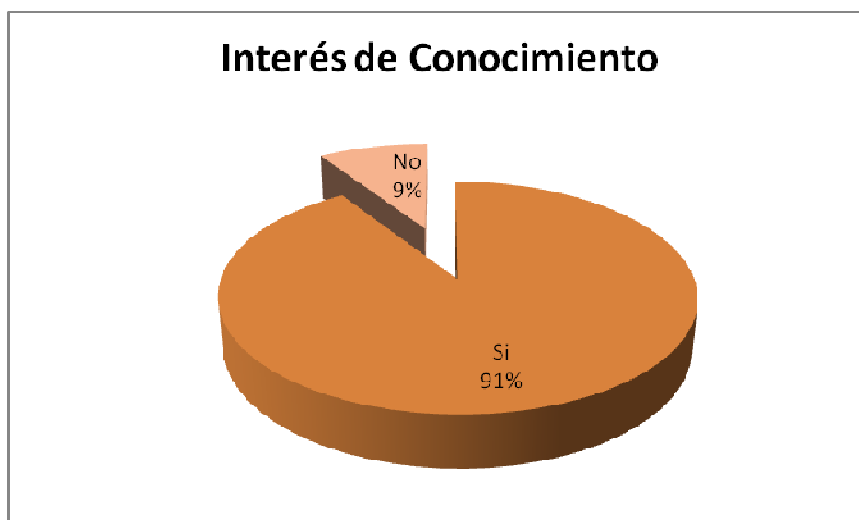
Gráfico 1.2 Destinos Turísticos que tiene el Cantón



Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

En la pregunta número 3, el turista demuestra el interés por conocer los destinos turísticos que este cantón posee, es así, cómo el 91% de los encuestados estaría dispuesto a conocer Gonzanamá. Ver gráfico 1.3

GRAFICO 1.3 Interés por conocer el Cantón Gonzanamá



Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Con este panorama general, se tratará de establecer mediante un estudio de mercado, técnico, organizacional y legal, financiero y de impacto ambiente, la factibilidad de construir este complejo eco-turístico, cuyo fin será motivar la cultura empresarial, apoyar posibles inversiones y buscar nuevas alternativas como recursos generadores de empleo.

Si no se realiza el proyecto eco-turístico en el cantón Gonzanamá, se seguiría permitiendo que cada vez más jóvenes y adultos abandonen el mismo en busca de mejores oportunidades de empleo.

Por lo tanto, se pone de manifiesto la necesidad de crear un proyecto eco-turístico para dar solución a los sectores sociales, culturales, y económicos de la zona por los motivos antes ya expuestos.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de factibilidad comercial, técnica, organizacional-legal, financiera y ambiental para la implantación de un Complejo Eco-Turístico en el Cantón Gonzanamá (Provincia de Loja).

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer los elementos de la demanda, oferta y estrategia para el proyecto a través de un estudio de mercado.
2. Determinar las especificaciones y requerimientos necesarios para el estudio técnico de este proyecto.
3. Definir los requisitos necesarios para el funcionamiento del proyecto mediante el estudio organizacional y legal.
4. Cuantificar la viabilidad Financiera del proyecto.
5. Evaluar el estudio del Impacto Ambiental y posibles medidas de mitigación.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La población de Gonzanamá al no tener fuentes generadoras de trabajo se ve obligada a migrar hacia las provincias más cercanas o a su vez al exterior generando que la mano de obra se encuentre en constante descenso, por tal motivo, al realizar este proyecto en gran parte se detendrá la migración e incentivará la producción local en vista de que el turismo no solo pertenece a un sector exclusivo, al contrario involucra muchos sectores como ya se ha mencionado antes.

Al establecer fuentes de trabajo mediante el turismo la población optimizara sus recursos y tiempo provocando una reactivación económica en el sector.

Por tal motivo se hace viable realizar este proyecto eco-turístico, que busca crear nuevas alternativas como recursos generadores de empleo.

Por tanto la creación del proyecto eco- turístico para el Cantón Gonzanamá redundará en los siguientes beneficios sociales, económicos, y de desarrollo sustentable mediante la preservación y conservación del mismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El turismo es un fenómeno que mueve millones de personas en todo el mundo por tal motivo, tiene repercusiones de diversa índole.

El turismo puede ser útil para promover el desarrollo especialmente para mejorar los niveles de bienestar de la población de menores ingresos.

Generalmente se asocia la expansión de este sector a un mayor crecimiento económico del área en la que se localiza, por lo que frecuentemente se busca fomentar su desarrollo, y así alcanzar ciertos objetivos sociales y económicos.

Es así como, diferentes asociaciones se han organizado con el énfasis de encontrar en el turismo generación de empleo y reducción de la pobreza. La OMT lleva adelante una campaña denominada “El turismo es riqueza” en la que se resalta los beneficios económicos, que son, probablemente la principal razón por la cual muchos países están interesados en el desarrollo del turismo.

En este sentido la contribución de este sector a la economía mundial es evidentemente importante; el turismo es actualmente la segunda industria más grande del mundo (WTTC, 2003), siendo su contribución estimada 10% del PIB mundial. En nuestro país este representa el 2,2% con relación al PIB del año 2008 (ver cuadro 2). Para muchos países el turismo es uno de los mayores empleadores y exportadores de servicios y, a pesar de ello, afortunadamente en nuestro país recién se están implementando políticas de desarrollo para el turismo³.

³ PLANDETUR 2008

Cuadro 2 Participación del PIB

Años	PIB corriente	Restaurantes Hoteles Otros	RHO/PIB
1980	13.418.050	47.686	0,4%
1981	15.821.297	43.601	0,3%
1982	14.959.602	39.355	0,3%
1983	12.495.431	29.193	0,2%
1984	12.582.122	32.554	0,3%
1985	12.944.465	35.801	0,3%
1986	11.277.027	44.218	0,4%
1987	9.973.828	65.430	0,7%
1988	9.826.671	70.616	0,7%
1989	10.263.780	98.306	1,0%
1990	11.145.158	99.243	0,9%
1991	12.242.770	91.040	0,7%
1992	12.939.852	144.835	1,1%
1993	15.056.565	194.432	1,3%
1994	18.572.835	282.014	1,5%
1995	20.195.548	363.241	1,8%
1996	21.267.868	463.489	2,2%
1997	23.635.560	476.801	2,0%
1998	23.255.136	377.066	1,6%
1999	16.674.495	394.240	2,4%
2000	15.933.666	386.906	2,4%
2001	21.249.577	493.546	2,3%
2002	24.899.481	563.614	2,3%
2003	28.635.909	631.313	2,2%
2004	32.642.225	655.150	2,0%
2005	37.186.942	770.136	2,1%
2006	41.763.230	918.811	2,2%
2007	45.789.374	697.342	1,9%
2008	52.572.486	766.400	2,2%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Rafael Luna en su guía para elaborar proyectos de eco-turismo manifiesta que: “El turismo no es una actividad inofensiva; ello quiere decir que siempre y por doquiera genera impactos y cambios en las sociedades y las economías en donde se implanta. Además, el turismo es una actividad ambivalente de alcance mundial, es decir, puede aportar ventajas u ocasionar perjuicios. Ello significa que el

turismo incurre en costos que alguien tendrá que absorberlos: la sociedad, la comunidad local y sus hogares, las empresas o los individuos.”⁴

El turismo siendo un fenómeno económico y social en todas sus dimensiones, representa una manifestación del comportamiento humano que resulta de las interacciones sociales generadas al introducirse en una determinada comunidad (Cohen 1984).

El turismo al ser percibido como una industria, tiene impactos positivos sobre el crecimiento y el desarrollo económico, (Balaguer y Cantavella 2002).

Al mismo se le atribuyen múltiples beneficios por lo que es percibido como un factor de desarrollo, sobre todo por su impacto económico y las situaciones de bienestar humano que produce (Quintana et al. 2004). Sin embargo, mientras que para algunas personas tiene una incidencia social positiva para otros es un fenómeno percibido como un problema ya que, provoca en numerosos destinos turísticos un cambio en la actitud de las personas, indiferencia, pérdidas de valores y de solidaridad y en algunos casos hasta pérdida de identidad.

Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, empleo y oportunidades de negocio.

Finalmente, cabe indicar que el Estado ecuatoriano mediante sus políticas y diferentes ministerios de coordinación, incentivan a que el turismo sea una actividad de gran auge, por lo que, con este estudio se pretende focalizar con los resultados, posibles soluciones a estos problemas sociales.

Por lo tanto es un argumento más para realizar este trabajo y enfocarme en el turismo como punto de partida de este proyecto.

⁴ Rafael Luna Damaris Chávez Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos, Guatemala, marzo 2001 Editorial PROARCA/CAPAS

2.1. DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse tomando en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa”.⁵

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

Dentro de los principales objetivos del estudio de factibilidad están: Saber si podemos producir algo, conocer si la gente lo comprará y saber si lo podremos vender.

Dentro de las partes de un estudio de factibilidad están:

2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

“Es la evaluación de atributos de un producto donde se analizan y detectan las preferencias, el mercado o segmento estudiado, para así determinar que producto, que precio, que plaza, que tipo de promoción es la que más conviene implementar⁶”.

Intervienen en este estudio:

⁵ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, p. 189-193

⁶ HARPER, Boyd. Investigación de Mercados

- ✓ Análisis de la demanda
- ✓ Análisis de la oferta
- ✓ Análisis de precios
- ✓ Canales de comercialización y distribución del producto⁷

2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico determinará la localización macro y micro del proyecto eco-turístico. Así como la disponibilidad de recursos humanos, materia prima, vías de acceso, servicios básicos (luz, agua, teléfono, etc.),

En este estudio también se determinará la estructura de la Planta, el área de construcción que esta tendrá, así como, el área total del proyecto, la integración que este tendrá con el medio e impacto que este complejo eco-turístico pueda tener.

El estudio técnico comprende:

- ✓ Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto
- ✓ Que máquinas y procesos usar.
- ✓ En dónde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto⁸.

2.1.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Este estudio consiste en definir como se creará la empresa, o que cambios hay que hacer.

Para este estudio se debe tener en cuenta la constitución o su equivalente, este estudio comprende:

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- ✓ Cómo formar la empresa.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

⁷ CHISNAL, Pete M Investigación de Mercados

⁸ SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de proyectos.

- ✓ Como organizar la empresa cuando el proyecto este en operación⁹.

2.1.4 ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se decidirá si el proyecto es viable. Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Para saberlo se tienen tres presupuestos:

- ✓ Ventas
- ✓ Inversión
- ✓ Gastos

2.1.5 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Es el conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.¹⁰

Finalmente, es posible decir que la gestión del medio ambiente tiene dos áreas de aplicación básicas:

Un área preventiva: las Evaluaciones de Impacto Ambiental constituyen una herramienta eficaz.

Un área correctiva: las Auditorias Ambientales conforman la metodología de análisis y acción para subsanar los problemas existentes¹¹.

⁹ Martínez, Juan, Manual para la creación de empresas.

¹⁰ GOMEZ O., Domingo. Evaluación del Impacto Ambiental. P. 23

¹¹ Fases de Evaluación del Impacto Ambiental en Ecuador

2.2 ANTECEDENTES DE LA UBICACIÓN

El cantón Gonzanamá se ha convertido en un floreciente pueblo habitado por 14987 personas¹² que, hasta antes de la llegada de los Incas y españoles, estuvo habitado por grupos indígenas tales como los Anamaes cuyos antecesores fueron brasileños. Existen algunas teorías sobre el origen etimológico de la palabra Gonzanamá. Según Pío Jaramillo Alvarado, el nombre de uno de los caciques, "GONZA", unido al nombre del grupo indígena ANAMAES, sería el origen del término Gonzanamá¹³.

Su cantonización se concretó el 27 de septiembre de 1943, mediante Decreto Ejecutivo N° 928¹⁴. El cantón Gonzanamá ha pasado por diversas propuestas de desarrollo: desde ser parte del sistema de explotación de los españoles (en la agricultura y minería), hasta llegar a la producción agrícola y ganadera mayoritariamente con tecnología tradicional y para el autoconsumo de su población.

Gozanamá ha sido una tierra fértil para las diferentes manifestaciones artísticas y culturales, destacándose poetas como Javier Draucín Simancas, escritores, músicos, cantantes y artistas plásticos, que han dejado el nombre de su tierra en un sitio privilegiado.

2.2.1. TOPOGRAFÍA Y ALTITUD SOBRE EL NIVEL DEL MAR

Como el resto de la provincia, Gonzanamá está situado en los Andes Bajos. El relieve se presenta muy irregular, con pendientes que oscilan entre el 8 y 50%. La formación geológica la constituyen una sucesión de sedimentos y materiales volcánicos. Los suelos han sido conformados por acción del clima, la topografía y la vegetación. Altitudinalmente varía desde 1000 m.s.n.m. hasta los 2800 m.s.n.m.

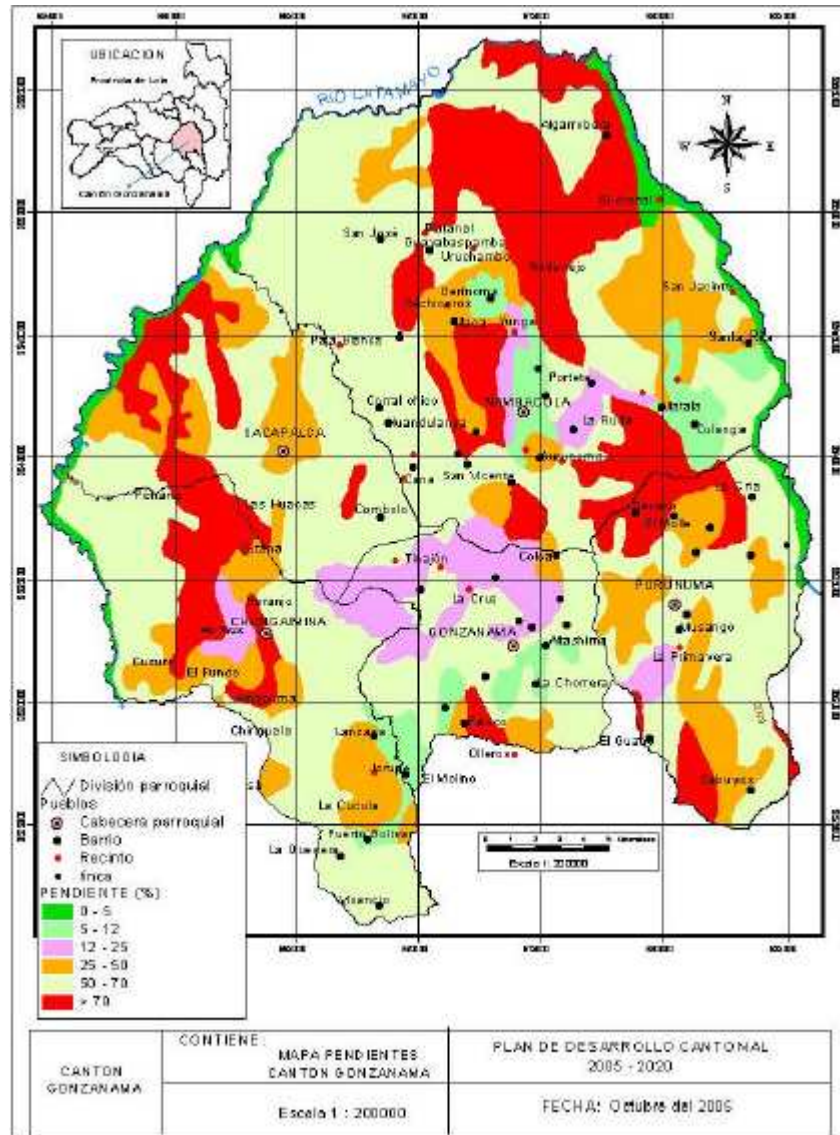
12 INEC. VI Censo de Población y V de Vivienda. 2001.

13 Alvarado, P. Historia de Loja y su Provincia. Segunda Edición, 1982.

14 Ilustre Municipio de Gonzanamá. Archivos. 2000.

Su cabecera cantonal, Gonzanamá, se encuentra a una altitud de 1850 m.s.n.m., con una superficie aproximada de 30,49 hectáreas (Mapa 1).

MAPA Nº 1 Pendientes del Cantón Gonzanamá



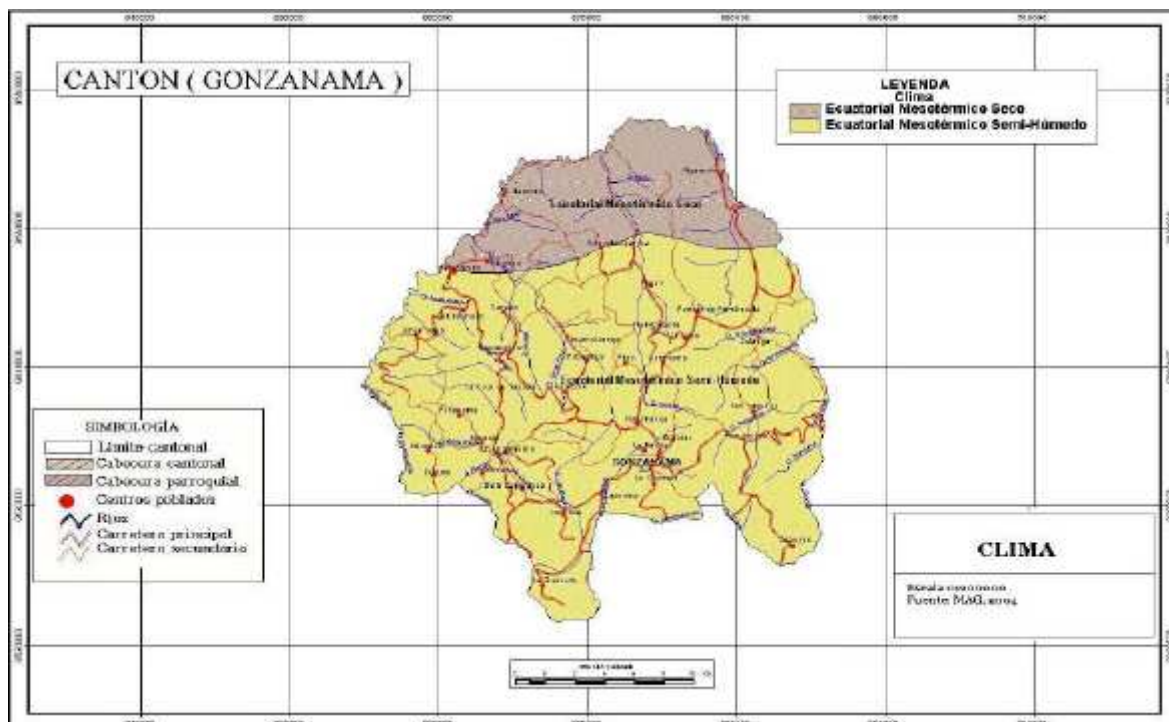
Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería 2004
Elaborado: Equipo Técnico Consultor del Cantón Gonzanamá

2.2.2. CLIMATOLOGÍA

Existen dos períodos en la zona, uno lluvioso, de enero a mayo y el segundo, seco de junio a diciembre y con ocasionales lluvias en octubre. La zona soporta fuertes vientos entre los meses de junio a octubre, y heladas en los meses de

diciembre a enero. La humedad relativa oscila de 88 a 91% y una temperatura que fluctúa entre los 16 y 20° C. La velocidad promedio del viento es de 2 m/s con dirección sur-norte (Mapa 2).

MAPA 2 Clima del Cantón Gonzanamá



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería 2004
Elaborado: Equipo Técnico Consultor del Cantón Gonzanamá

2.2.3. HIDROGRAFÍA

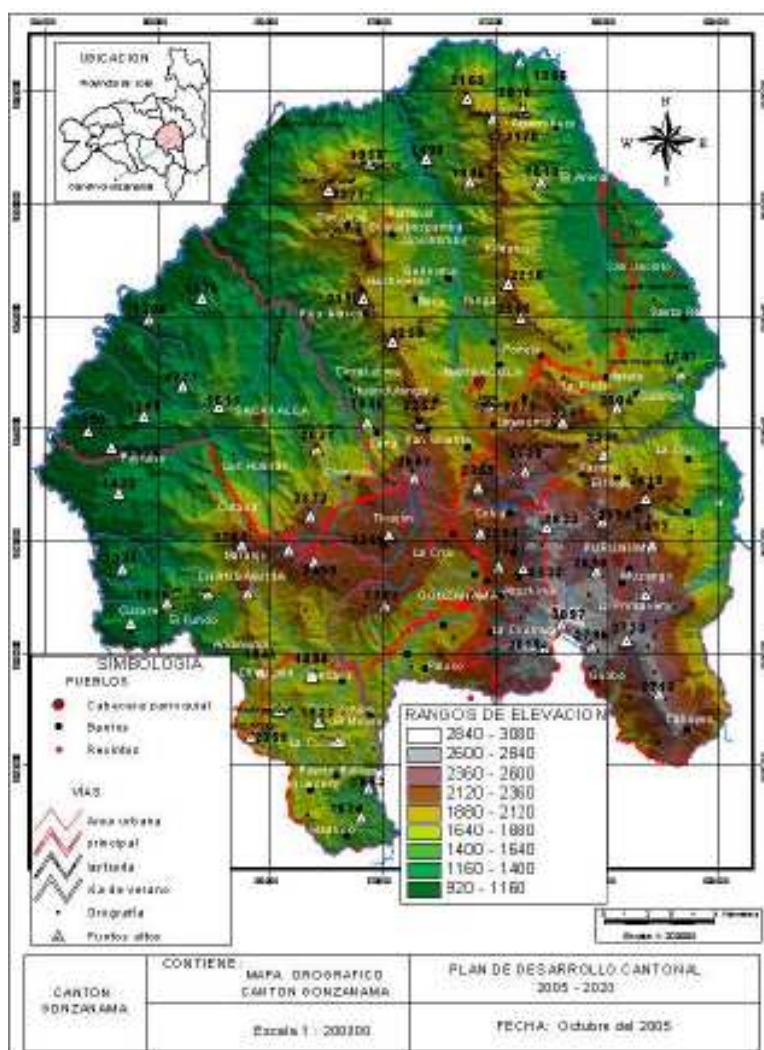
El mayor eje hidrográfico es el Río Catamayo que atraviesa de norte a sur en cuyo curso toma el nombre de Río Chinguilamaca y luego el de Solanda. El río Catamayo, en gran parte de su curso sirve de límite con los cantones de Loja, Catamayo y Paltas; nace en la cordillera de Santa Rosa con el nombre de quebrada de Yacuche, en su transcurso toma el nombre de quebrada Chonta y más abajo río Chinguilamaca. Hasta aquí se lo conoce generalmente con el nombre de Piscobamba.

2.2.4 OROGRAFÍA

La cabecera cantonal de Gonzanamá se asienta en la Hoya Central Occidental de Catamayo, en el centro de la provincia y está formada por las estribaciones de la Cordillera Central de los Andes. Numerosos valles constituyen parte de la orografía del cantón y son utilizados principalmente para la producción agropecuaria.

Asimismo del Nudo de Sabanilla, punto geográfico más meridional del Ecuador. De este nudo se desprende la cordillera de Santa Rosa, hacia el occidente donde se encuentra la elevación de El Colambo. Junto a éste se desprende el Ingahurco, de forma de cono invertido y en cuya falda se asienta Nambacola. En la parroquia Changaimina se destaca la cordillera de La Panuma. (Mapa 3)

MAPA N° 3 Orografía



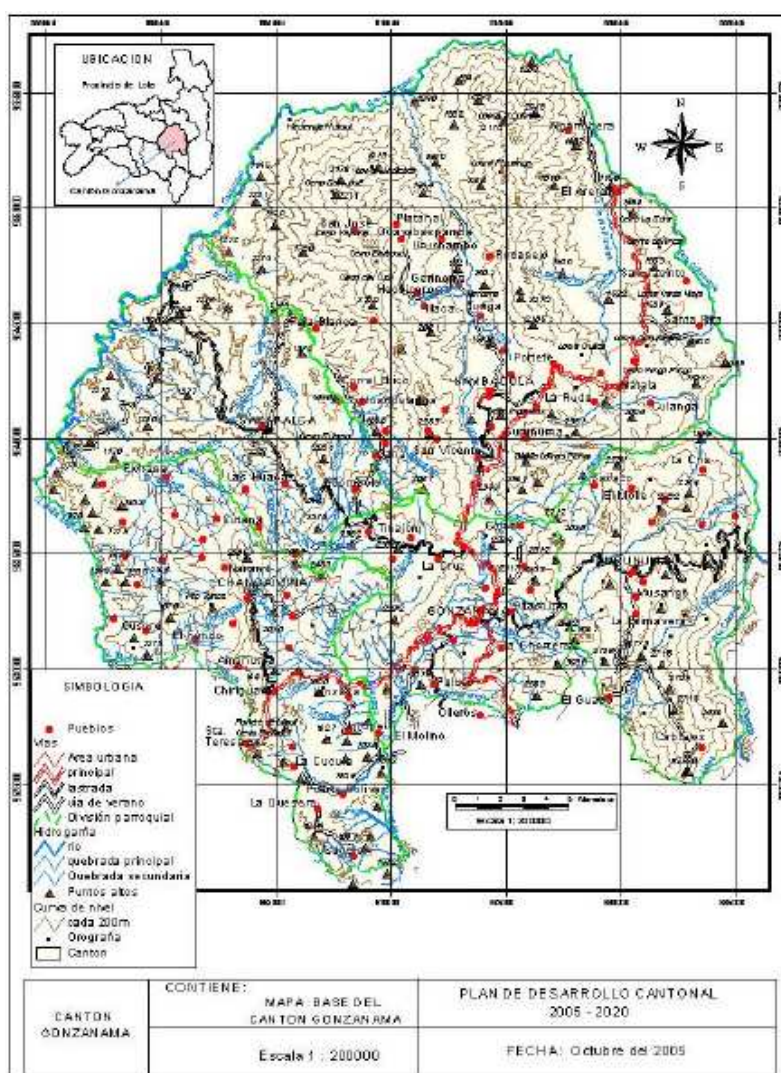
Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería 2004
Elaborado: Equipo Técnico Consultor del Cantón Gonzanamá

2.2.5 DIVISIÓN POLÍTICO – ADMINISTRATIVA

El cantón Gonzanamá está dividido en cuatro parroquias rurales: Changaimina, Nambacola, Purunuma y Sacapalca y una urbana, Gonzanamá (Mapa 4).

Cada parroquia posee su jurisdicción territorial propia.

MAPA N° 4 División Político Administrativa



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería 2004
Elaborado: Equipo Técnico Consultor del Cantón Gonzanamá

2.2.6 VIALIDAD

La vía principal de comunicación terrestre constituye la carretera Panamericana Sur que atraviesa en sentido longitudinal la cabecera cantonal, Gonzanamá. Una

serie de carreteras y caminos de segundo y tercer orden comunica las parroquias rurales y barrios aledaños.

Según el H. Consejo provincial de Loja, existen 478 Km. De red vial cantonal, de la cual en buen estado se encuentra el 11.68%, en regular estado el 26.11%, en mal estado el 59.99% y en muy mal estado el 2.72%, es decir alrededor de 297.64 Km., o sea el 62.71% del sistema vial, que serían las vías íter parroquiales y barriales no prestan las condiciones para ser un instrumento competitivo clave para sostener los procesos de producción, educación, industrialización, turístico, etc.

2.3 MOTIVO DE LA CONSTITUCIÓN Y BREVE HISTORIA

La mayoría de la población gonzanameña, desde el punto de vista étnico, es mestiza (70%), y en ciertas localidades rurales se han mantenido verdaderos enclaves de la etnia blanca de raigambre española (30%), pero sin estatus especial que diferencie a sus miembros en sus cotidianos quehaceres, todos ellos vinculados con la actividad agrícola y ganadera.

El pueblo gonzanameño se ha caracterizado, en el contexto provincial, por su permanente quehacer artesanal, tanto en la fabricación de tejidos, como en la elaboración de derivados lácteos, dado su gran potencial agropecuario y ganadero.

En una breve síntesis histórica de Gonzanamá se menciona a distinguidos/as ciudadanos/as que fueron protagonistas de hechos claves que cambiaron el rumbo de los acontecimientos, ver anexo 2.

Gonzanamá es un pueblo de riqueza única en cuanto a costumbres y tradiciones. Se conservan aún las costumbres ancestrales en lo que respecta a espiritualidad. La mayoría de la población profesa la religión católica, de allí que tengan gran trascendencia las celebraciones religiosas en cada parroquia. Entre las tradiciones que se mantienen se destacan el rezo del Rosario de la Aurora, la

procesión de Semana Santa, la Romería del Señor del Buen Suceso el 20 de Agosto, por las principales calles de Gonzanamá. En tanto que cada cabecera parroquial tienen un santo a quien celebrar a través de procesiones, con la designación de priostes, bailes como la vaca loca, etc. Otra costumbre importante es que todos los domingos los productores de los barrios aledaños salen a vender sus productos y luego asisten a misa.

Existen todavía relaciones solidarias y colaborativas en Gonzanamá y sus barrios, como las mingas, en las que participan voluntariamente vecinos/as en labores agrícolas, en adecentamiento de casas y otras edificaciones sin esperar retribución económica sino como acciones de solidaridad.

Otras costumbres que se mantienen son las lidias de gallos donde circulan significativas cantidades de dinero a través de apuestas. Ofrecer la “diamantina” leche de vaca recién ordeñada con azúcar y aguardiente anisado es otra tradición que persiste entre los gonzanameños.

En la zona urbana en donde hay una influencia mayor de medios de comunicación y un número importante de jóvenes ha salido a otras localidades especialmente por motivos de estudios, se han perdido algunas tradiciones relatadas por adultos mayores, tales como la celebración de la fiesta de San Pedro, las veladas y la presentación de sainetes, y melodramas.

La migración hacia otros países ha afectado la cultura de los Gonzanameños/as al incorporar otros valores culturales foráneos que están siendo adoptados especialmente por los jóvenes.

Entre los personajes míticos de Gonzanamá, se señala a “Basarán” quien inspiraba respeto, se caracterizaba por vestir atuendos originales y siempre presto a hacer cualquier servicio a cambio de comida, ropa o unos centavos¹⁵. Rosa Cuchara, Joto, María Cuchara, Celina, Teodora, Solano, el Peruano son otros

15 Alvarado, P. Historia de Loja y su Provincia. Segunda Edición, 1982.

seres legendarios recordados por sus ocurridas características entre los pobladores que los conocieron.

La gastronomía también destaca a Gonzanamá, siendo los platos típicos principales: el repe (sopa de guineo verde), sango (a base de maíz, trigo) y la sopa de arveja con guineo.

2.3.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO DE GONZANAMÁ

“Mejoramiento de la calidad de vida, asegurando el acceso equitativo de todos los habitantes del cantón a mejores condiciones de vida.

Creación de las condiciones para promover la producción y consumo local mediante la articulación económica al mercado de trabajo, de bienes y servicios, para garantizar una economía dinámica y productiva que permitan la integración del cantón a los mercados locales, nacionales e internacionales.

Reorganización del territorio de manera apropiada a las condiciones topográficas, para el logro de un territorio articulado y ordenado interna y externamente, aprovechando su ubicación en el contexto provincial.

Fortalecimiento de las organizaciones de base, en un marco institucional, democrático, concertado y que asegure la participación ciudadana, incorporando activamente a las instituciones públicas y privadas en el proceso de desarrollo integral del cantón.

Fomento de la conservación, protección de los recursos naturales y medio ambiente, transformando a Gonzanamá un cantón que asegure el desarrollo sostenible de las generaciones futuras en un ambiente sano”¹⁶.

¹⁶ Plan de Desarrollo Cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020

2.3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CANTÓN GONZANAMÁ

La estructura organizacional del cantón Gonzanamá está representada por, un alcalde, concejales y consejeros, los mismos que son elegidos por votación popular de los pobladores cada 4 años.

2.3.3 RAMA DE ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DEL CANTÓN

2.3.3.1 Agricultura

Gonzanamá es una zona netamente agropecuaria. Actualmente cuenta con cuatro comunas: La Banda, El Toldo, Colambo y Luginuma que pertenecen a Gonzanamá; Surunuma a Nambacola, y la Vega a Sacapalca; Sasaco y Purunuma; dedicadas a la agricultura y principalmente a la ganadería. En promedio, el 75% de las actividades productivas tienen que ver con la agricultura, un 20% con la ganadería y un 5% con otras actividades como artesanía y minería.¹⁷

2.3.3.2 Ganadería

Tradicionalmente Gonzanamá se ha destacado como un centro productor de un derivado lácteo, el queso, gracias a la existencia de ganado bovino adaptado a las condiciones climáticas de la zona y de una producción relativamente buena de leche.

La explotación ganadera constituye el segundo rubro de importancia en el cantón, luego de la agricultura, a pesar de que se desarrolla con muchas limitaciones en cuanto a infraestructura para la producción, disponibilidad de agua (principalmente en las zonas alta y media), mala calidad de los suelos, inadecuado manejo de potreros, y una topografía muy accidentada con

17 Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 59-60

pendientes que van del 10 al 55%, en la que se realizan las labores agropecuarias.¹⁸

2.3.3.3 Producción artesanal

La fabricación de tejidos es otra de las actividades que identifica a Gonzanamá, principalmente a la mujer gonzanameña. La producción de estos se realiza artesanalmente, donde las diferentes fases del proceso son ejecutadas en forma manual y dentro del núcleo familiar. No existe problemas de mercado pero si una falta de promoción y difusión de estos productos foráneos que compiten por precio y calidad, con productos como artesanías de Saraguro y principalmente de Otavalo, las mismas que, si tienen una debida capacitación tecnológica a diferencia de las artesanías gonzanameñas.

La materia prima para elaborar alforjas, colchas, bolsos, apliques decorativos, perezosas, etc., es adquirida en la ciudad de Loja, Cuenca, Quito y Saraguro, los precios son altos debido a que los proveedores son intermediarios.

La comercialización de las artesanías se la hace durante las festividades locales (marzo, julio y agosto) puesto que no existe un local específico en donde pudieran exhibir y vender los productos.¹⁹

2.3.3.4 Comercio

La actividad comercial en las zonas rurales de Gonzanamá es limitada a pequeños negocios como tiendas y bodegas. En el cantón, los negocios más grandes se ubican en el área urbana, donde existen un banco estatal, como el Banco Nacional de Fomento BNF; la Caja de Ahorro y Crédito "Gonzanamá"; la empresa estatal de telecomunicaciones, un supermercado, alrededor de veinte tiendas de abarrotes entre otros. Además, hay dos hoteles en la cabecera

18 Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 79

19 Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 81

cantonal que ofrecen las mínimas comodidades mientras que, en el sector rural, las personas que llegan de otros lugares pueden alojarse en casas que son ofrecidas por los habitantes.

2.3.3.5 Sistemas de comercialización

La cabecera cantonal cuenta con dos centros de expendio principales: el Mercado Municipal ubicado en el centro de Gonzanamá y el local de la feria agropecuaria, ubicado aproximadamente a 500 metros de la plaza central. En el primero se comercializan los productos agrícolas, pecuarios, artesanales y otros provenientes de las parroquias, de cantones aledaños y de otras provincias del país.²⁰

La mayoría de la producción agrícola de la zona sirve para el autoconsumo de la población y el excedente es destinado a mercados tales como Cariamanga, Catamayo, Malacatos, Vilcabamba, Catacocha. Estos productos son transportados desde su lugar de origen en vehículos y acémilas.

En el caso del ganado bovino, un gran número de animales se vende a intermediarios que lo destina a los mercados de Loja, Cariamanga y Catacocha.

2.3.3.6 Crédito y sistemas financieros

El principal ente crediticio es el BNF, que según la investigación de campo, tiene alrededor de quinientos beneficiarios, número que resulta pequeño debido a la dificultad para cumplir los requisitos exigidos como garantía (hipoteca de propiedades), trámites burocráticos lentos e intereses poco convenientes (8-12% anual). A pesar de ello la Institución atiende las necesidades del productor, ganadero, comerciante, agricultor, etc.

²⁰ Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 82-83

Otras entidades a la que la población gonzanameña accede para los créditos son: el Banco de Loja, la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE-LOJA, entre otros.²¹

2.3.3.7 Ingresos y gastos familiares

Siendo la agricultura y ganadería las principales actividades económicas de la población, los ingresos son dependientes del tamaño de la parcela y del cultivo que se siembre, de la especie de animal que se críe y de la fluctuación de los precios en el mercado.

En el sector urbano se estima, de acuerdo a la investigación de campo, que los ingresos promedio por estas actividades están alrededor de 2500 a 3000 dólares al año, mientras que el sector fluctuaría entre 600 y 1200 dólares. Otras actividades que generan recursos son la albañilería, con un ingreso anual estimado de 4000 a 4800 dólares; mecánica automotriz de 3500 a 4000 dólares; servicio doméstico de 1200 a 1500 dólares; y, comercio (dependiendo de la actividad) de 2000 a 15000 dólares.²²

La canasta básica de la familia promedio mensual en Gonzanamá es de un monto aproximado de 320 a 420²³ dólares. Los bajos ingresos generados por las actividades agropecuarias en comparación con el costo de la canasta básica se presume es compensado con las remesas enviadas por miembros de la familia que han emigrado hacia otras provincias o hacia el exterior.

²¹ Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 83

²² Plan de desarrollo cantonal participativo de Gonzanamá 2006-2020 p. 83-84

²³ Estadísticas anuales Inec, 2008

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El mercado turístico está definido como el conjunto de compradores-visitantes (demanda) y vendedores (oferta) de varios servicios como son de: de alojamiento, alimentación, transporte y esparcimiento. La compra-venta del servicio se deberá realizar entre la empresa del complejo eco-turístico y el usuario final, es decir el visitante nacional o extranjero.

Por lo tanto para realizar el Estudio de Mercado, partiremos del concepto de Marketing Social, el cual nos dice que debemos determinar las necesidades, los deseos y los intereses de nuestro mercado meta, solo así podremos brindar un valor superior a los clientes, de tal manera que se mantenga o mejore el bienestar del turista y de la sociedad en general.

Para el presente estudio de mercado, el perfil del segmento seleccionado como mercado meta, se considera el siguiente:

1. Adolescentes y mayores de edad tanto hombres como mujeres, extranjeros y nacionales preferentemente no lojanos.
2. Edades preferentemente comprendidas entre 18 y 65 años.
3. Que tengas gustos o preferencias por efectuar actividades turísticas al menos una vez al año.
4. Que tengan preferencias por actividades relacionadas al eco-turismo.
5. Considerarían entre los lugares nacionales a realizar turismo, los correspondientes al sur de la provincia de Loja (Gonzanamá).
6. Que tengan niveles de ingresos que correspondan a los estratos medios y altos.

Una vez definido el mercado meta, se puede señalar que es aquel para el cual se ofertará los servicios del proyecto; dicho mercado comprende los clientes potenciales que tienen necesidades por satisfacer, específicamente de

alojamiento, esparcimiento y contemplación de la naturaleza, para lo cual se dispondrán de los necesarios recursos financieros para cubrir dicha necesidad y deseo. De ahí surge el requerimiento de contar con una mezcla de marketing para llegar eficientemente a un grupo de clientes que constituyen nuestro mercado meta.

Para el proyecto el área correspondiente de influencia para el negocio a funcionar por medio del complejo eco-turístico será el cantón Gonzanamá, área donde estará ubicado su infraestructura, más las áreas vecinas de los cantones (Catamayo y Cariamanga) que serán consideradas como zona de influencia del presente proyecto.

Los servicios que se ofrecerá al cliente son:

- ✓ **Alojamiento** mediante recamaras de dormitorio, y aéreas comunales de descanso;
- ✓ **Alimentación** de calidad tanto nacional como internacional.
- ✓ **Transporte** para los turistas nacionales y extranjeros, se les dará servicio de movilización puerta a puerta, mediante, un medio de trasportación moderno desde el lugar donde se encuentra el turista.
- ✓ **Esparcimiento** y contemplación de la naturaleza, visitas tanto a pie como en semolientes, las cuales serán guiadas a sitios selectos como el cerro Colambo y otros sectores seleccionados por su particular belleza.

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Mediante la investigación de mercado se podrá obtener información de carácter mercadológico, como medir el grado de aceptación de los servicios ofertados ya definidos y para el mercado meta ya seleccionado; se obtendrá información de la oferta mediante la utilización de fuentes secundarias y de observación directa.

Para obtener información de la demanda, se utilizarán fuentes primarias a través de encuestas elaboradas ex profeso al efecto, no existiendo ninguna información que pueda servir para el proyecto en su zona de influencia.

Para realizar el estudio de la oferta se tomará en cuenta los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento en la provincia de Loja registrados en la Cámara de Turismo de Loja.

3.1.1 FUENTES DE INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Con respecto al perfil el turista debe ser extranjero o nacional no residentes en Loja, que visiten Gonzanamá Catamayo y Cariamanga, fundamentalmente mayores de edad hombres y mujeres desde 18 años hasta los 65 años, viajeros constantes que realicen turismo ecológico, con el fin de descansar y contemplar la naturaleza con un nivel socio económico medio y alto.

3.1.1.2 Estudio del tamaño del mercado

Para determinar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Donde:

- ✓ N población meta
- ✓ Z es el valor en la escala de Gauss (que corresponde a un nivel de confianza del 95%). Siendo este valor de 1,694
- ✓ P probabilidad de que ocurra en este caso se considera 50%
- ✓ Q probabilidad de que no ocurra en este caso se considera 50%
- ✓ N el tamaño del mercado meta(universo)
- ✓ E error muestral que se planifica al 6%

3.1.1.3 Cálculo de la muestra

Aplicando la fórmula el número de encuestados que se determinó es de 264 encuestas de acuerdo a lo planificado. Sin embargo se realizaron 310 encuestas

debido a la facilidad y a la aceptación por parte de los encuestados. Si bien se consideró 264 se ejecutaron 310 encuestas que implica reducir el error muestral.

$$n = \frac{1964^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 18523}{1964^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 + 0,06^2 (18523 - 1)}$$

$$n = 264$$

3.1.1.4 Diseño del formulario de encuesta.

En el diseño del formulario se preguntó sobre:

Información de carácter general como: sexo, edad, estado civil, grado de instrucción.

Como segundo punto y enfocándose al perfil de nuestro estudio se realizo preguntas como: procedencia del visitante, motivo y organización del viaje, frecuencia con la que acude a los destinos turísticos.

Finalmente se concluyó con preguntas que responden a las actividades recreativas, grado de interés en visitar la zona de influencia y capacidad de gasto de los servicios, preguntas que tienen relación con la cobertura de dichas necesidades con el actual proyecto (Ver formato en el anexo número 3).

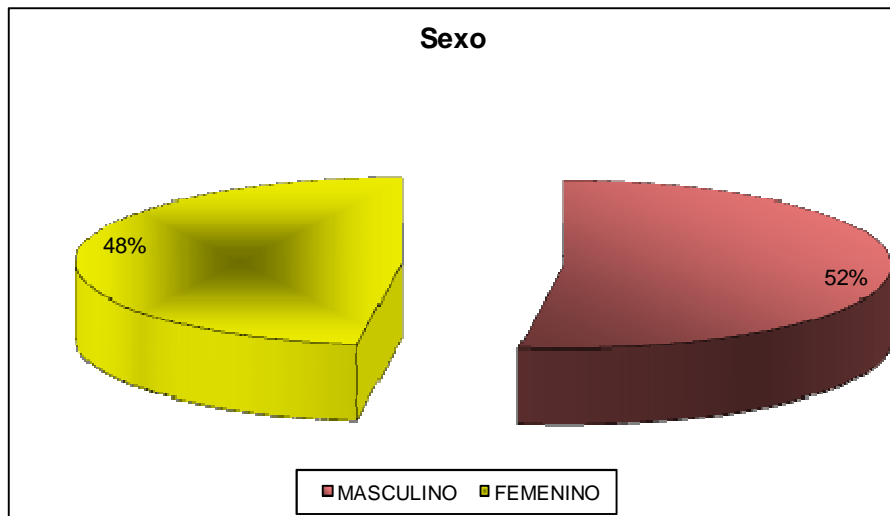
Es de observar que los encuestados en su gran mayoría tuvieron un grado de apertura y aceptación para ser entrevistados.

La recolección de información, se realizó entre los meses de julio, agosto y septiembre del 2009

3.1.1.5 Análisis de resultados

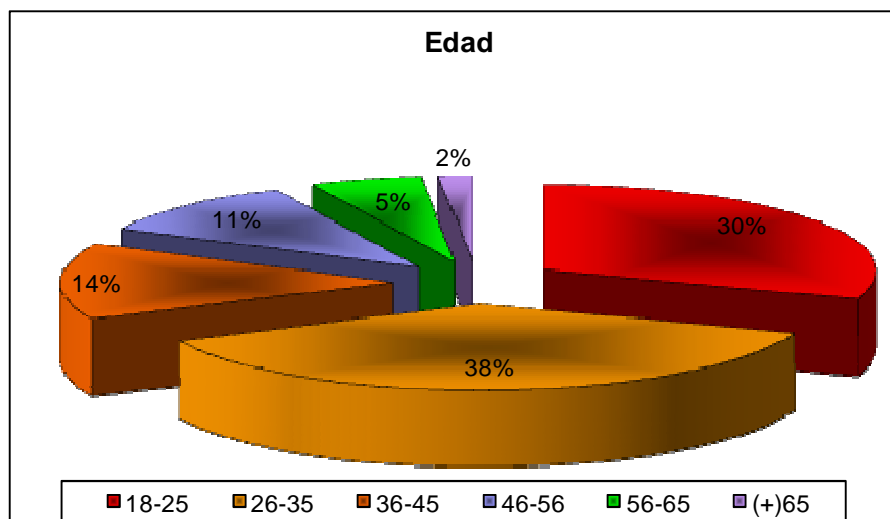
En los gráficos 4, 5 ,6 y 7 se presenta los resultados que tienen que ver con la información relativa al perfil del segmento del mercado meta.

Gráfico 4 Sexo



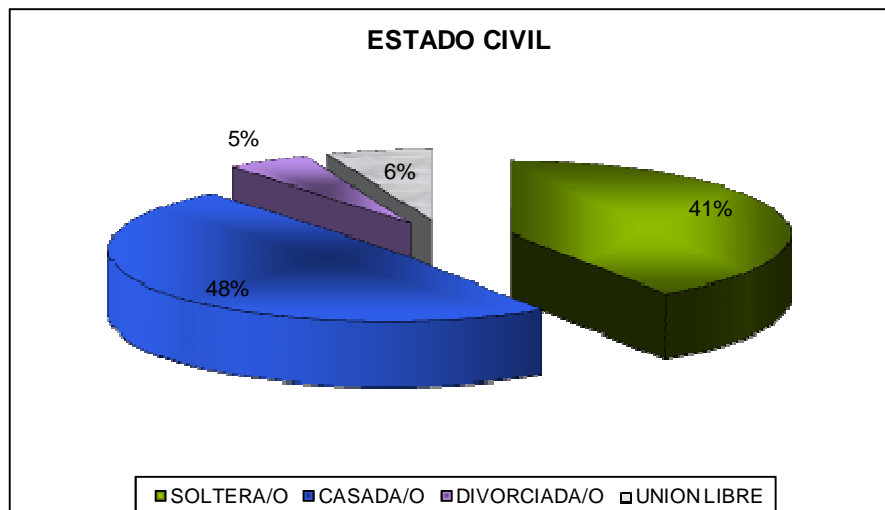
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 5 Edad



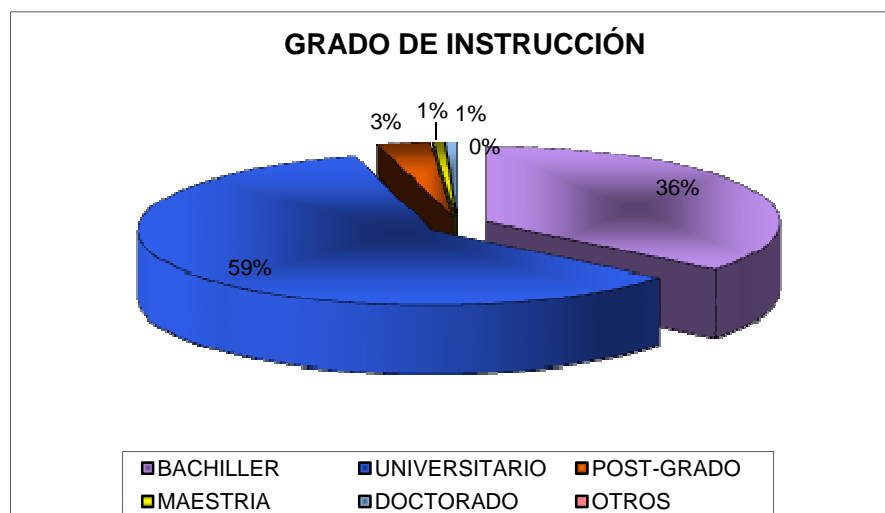
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 6 Estado Civil



Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 7 Grado de instrucción

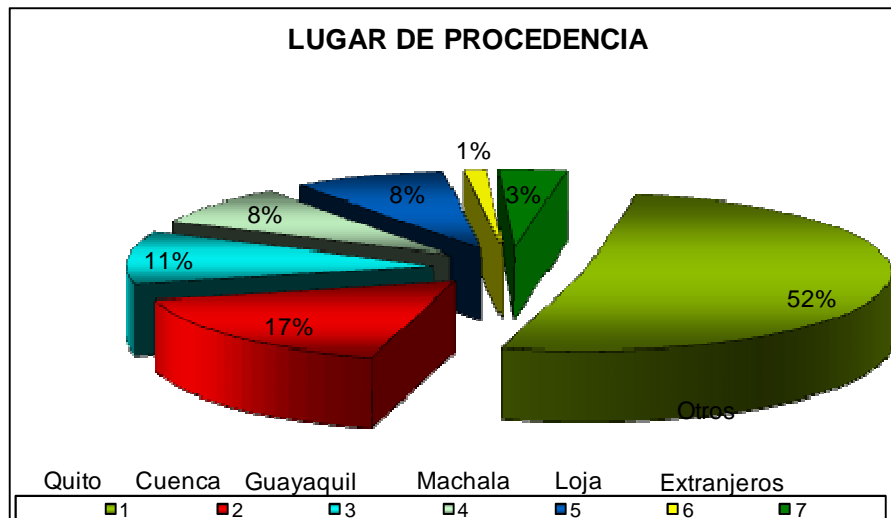


Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Con estos resultados se confirma el perfil del cliente del mercado meta que persigue este proyecto, es decir que sean hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 18 y 65 años, casados o solteros y que tengan estudios de educación superior, fundamentalmente.

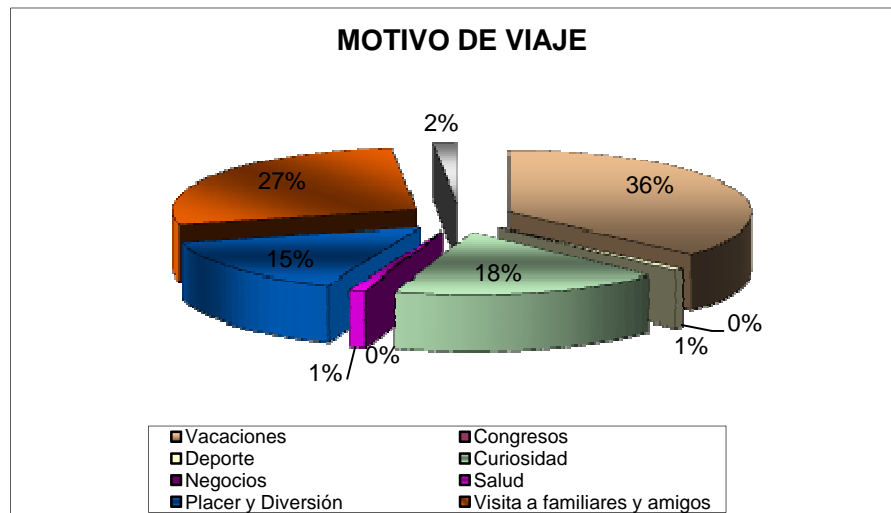
Para nuestra segunda parte se presentan los siguientes resultados que se observarán en los gráficos 8, 9, 10, 11.

Gráfico 8 Lugar de procedencia



Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 9 Motivo de viaje



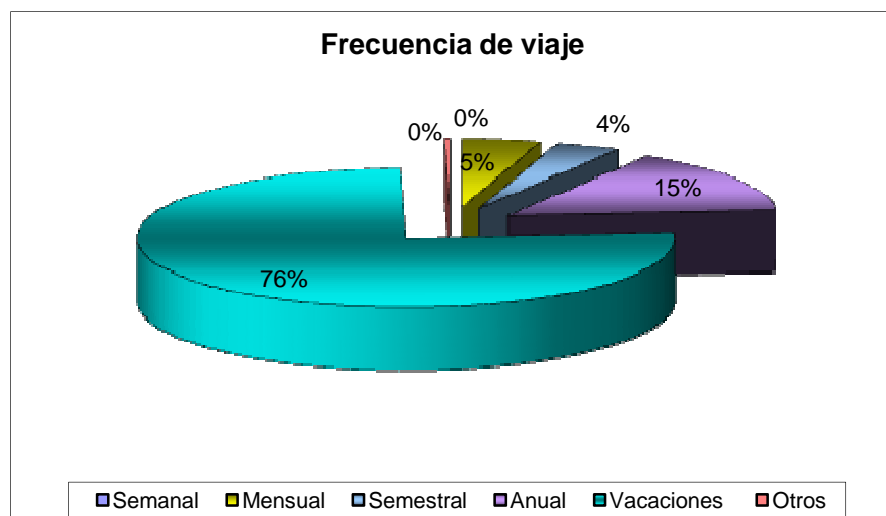
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 10 Organización del viaje



Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 11 Frecuencia de viaje

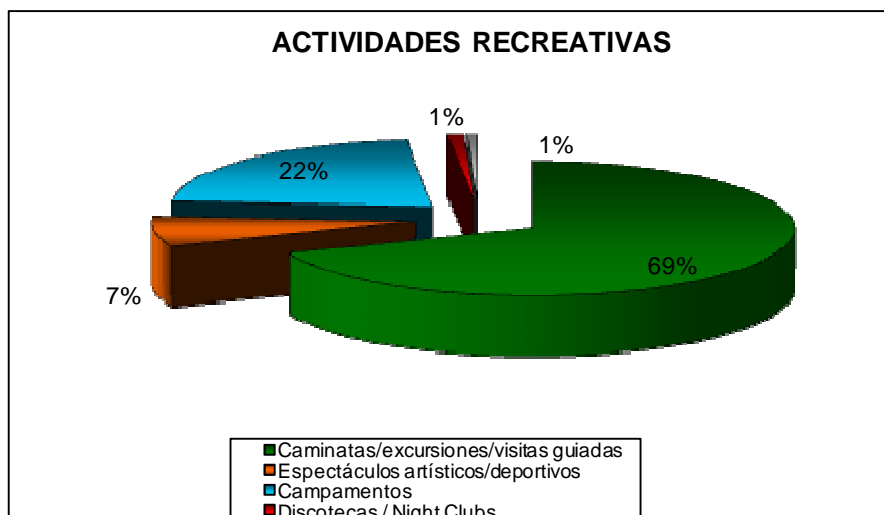


Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Con estos resultados, se determina que el turista es fundamentalmente nacional, que realiza sus viajes por cuenta propia, que su viaje se enfoca en actividades recreacionales y que su frecuencia de visitas vacacionales es anual preferentemente, por lo tanto, corresponde al perfil del segmento de mercado al proyecto.

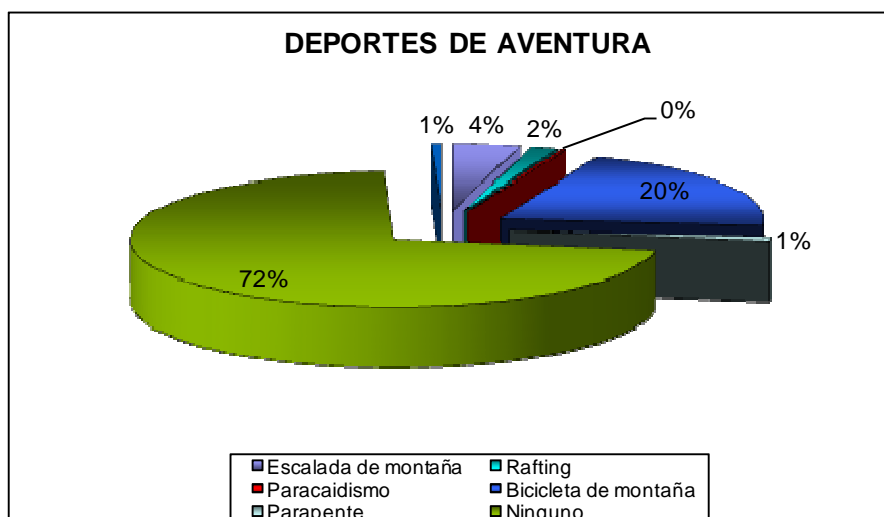
Finalmente se consideran aspectos importantes que tienen que ver específicamente con las preferencias del turista como se verán a continuación en los gráficos 12, 13, 14, 15 y 16:

Gráfico 12 Actividades recreativas



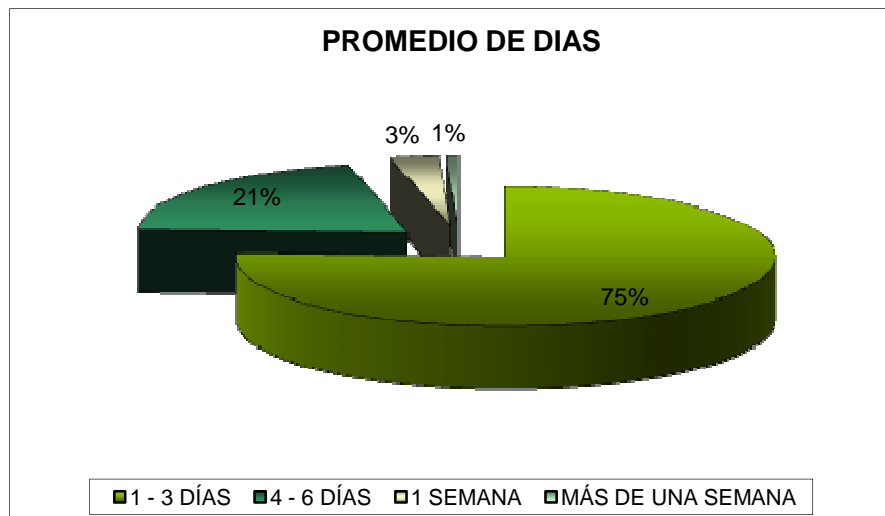
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 13 Deportes de aventura



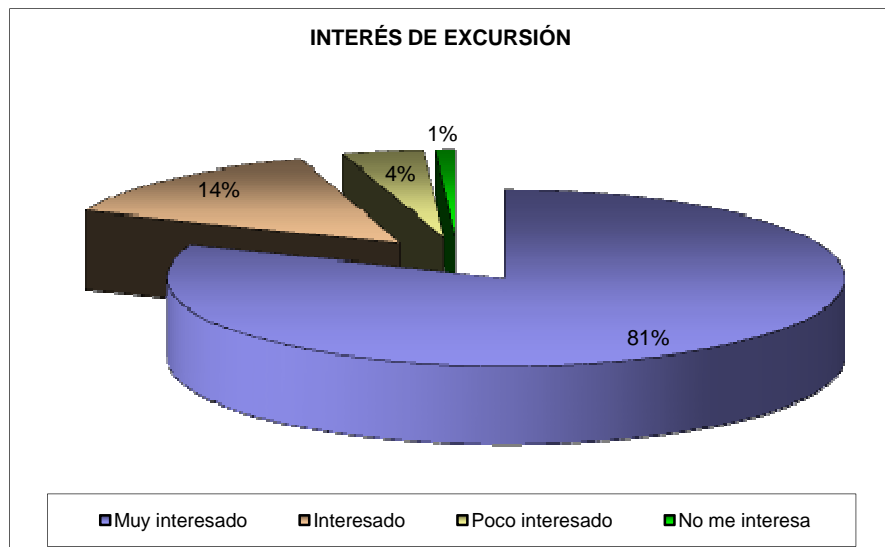
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 14 Promedio de días



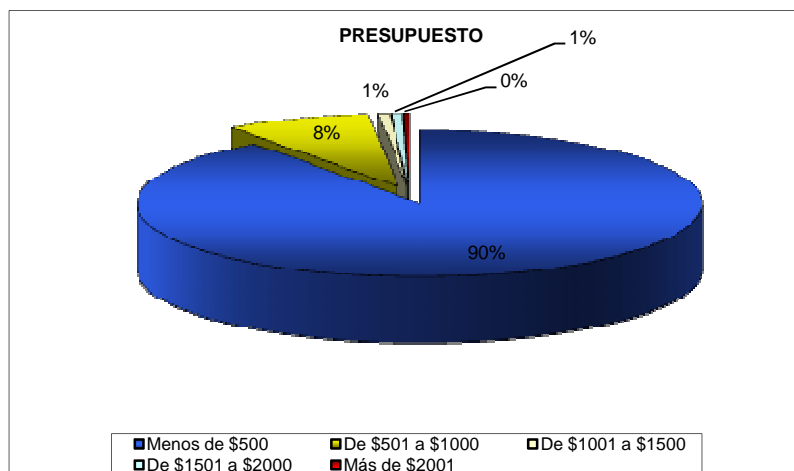
Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 15 Interés de excursión



Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Gráfico 16 Presupuesto de viaje



Fuente: investigación directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Es de concluir con los resultados de esta parte de la investigación, las actividades como: caminatas, visitas guiadas se consideran como fundamentales para el cliente potencial; según la variedad de lugares depende el número de visitantes, por esta razón en promedio el turista estaría dispuesto a hospedarse por 3 días y su disposición a pagar sería hasta 500 USD por cada uno.

Es de comentar, que el interés por conocer un sitio alternativo que brinde las comodidades y esparcimientos necesarios, hace atractivo el paquete para que los turistas visiten este lugar, como valor agregado al servicio fundamental del complejo.

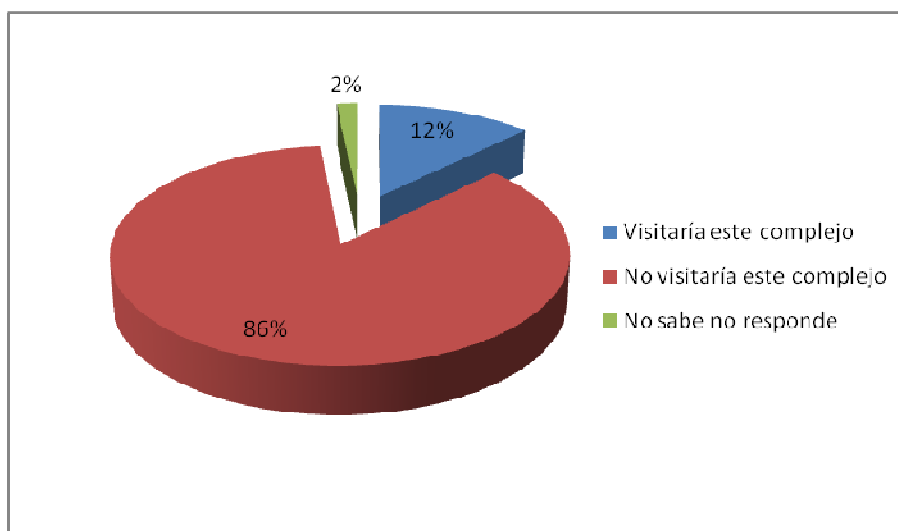
3.1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA COMPETENCIA

Con respecto a la competencia en el cantón Gonzanamá y zonas de influencia anexas (Catamayo y Cariamanga), y por constatación directa, se evidencia que no existe ningún establecimiento turístico con las características exigidas por los clientes pertenecientes al mercado meta; por tal motivo los servicios que se ofrecen al turista como son: alimentación, transporte, hospedaje, recreación, y visitas ecológicas, no son susceptibles de ser considerados para nuestro análisis.

3.1.3 DEMANDA PROYECTADA

Para determinar la demanda proyectada se tomará como referencia el número de turistas que visitaron Loja al 2008 y que estarían dispuestos a visitar Gonzanamá es decir, realizando una inferencia a la población total de los resultados de la encuesta a una muestra constituida por 310 encuestas que se realizaron en su oportunidad, de los cuales el 12,58% respondieron que desearían realizar turismo en Gonzanamá, lo cual aplicado a la demanda potencial de 18523²⁴, significaría una demanda insatisfecha al sector por 2330 visitantes.

Gráfico 17 Demanda proyectada



Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

En el cuadro 3.1.3 se presenta la proyección de la demanda insatisfecha al sector para los años de consideración al proyecto.

Cuadro 3.1.3 proyección de la demanda

Entrada de turistas a la ciudad de Loja		Proyección
2008	18523	2330
2009	20708	2605
2010	23151	2912
2011	26437	3326
2012	29556	3718
2013	33043	4157

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

3.1.4 OFERTA DE LA COMPETENCIA

Con respecto a la oferta proyectada se puede indicar que para el cantón Gonzanamá y sus zonas de influencia y de acuerdo a los requerimientos de los servicios exigidos por los clientes del mercado meta seleccionado (niveles de estratos medios y altos), por constatación directa se puede afirmar, que no existen lugares que cumplan en su conjunto con todos los beneficios esperados por dicho segmento. En resumen la oferta para el sector específico es nula.

3.1.5 DEMANDA INSATISFECHA

Luego de determinar la demanda y la inexistencia de la oferta en el sector, se puede determinar al 2008, que la demanda insatisfecha es de 2330 y que, por lo tanto, los datos de la proyección de la demanda serían los mismos de la demanda insatisfecha.

3.1.6 DEMANDA A CUBRIR POR EL PROYECTO

Para la demanda cautiva al proyecto se tomará la decisión gerencial de cubrir al proyecto el 50% de la demanda insatisfecha, es decir de 1165 visitantes para el primer año. Por tanto la demanda proyectada para el proyecto se aprecia en el cuadro 3.1.6.

Cuadro 3.1.6 Proyección de la demanda de los visitantes

Proyección del Número de Personas que visitarían el Complejo	
Año 1	1165
Año 2	1303
Año 3	1456
Año 4	1663
Año 5	1859

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

3.1.7 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

3.1.7.1 *Producto*

El producto se constituye en el servicio de alojamiento, alimentación, transporte y visitas guiadas.

Alojamiento.- para cumplir con las expectativas que tiene el turista se ofrecerá habitaciones simples, dobles, con todos los servicios básicos (luz, agua, teléfono, tv cable, internet, aire acondicionado),

Alimentación.- con el fin de crear una cultura de consumo en alimentación, se ofrecerá platos típicos gonzanameños como: la cecina, el repe, locro, tamales, humitas, fritadas, y otros platos nacionales como internacionales que serán especialidad del chef.

Transporte.- el servicio de puerta a puerta, así como, los viajes en carretillas son el atractivo que se ofrecerá al visitante.

Visitas guiadas.- personal capacitado en rutas, será la sensación al momento de visitar los destinos turísticos que existen en Gonzanamá.

3.1.7.2 *Precio*

Para la determinación del precio se va a considerar como beneficio un porcentaje a los costos de los servicios, que es política de los inversionistas del 50%.

En el capítulo 6 se determinará los costos, por tanto el precio por paquete.

3.1.7.3 Plaza

Por las características del servicio turístico no se necesita ningún intermediario entre el hotel y el cliente, es decir se utiliza marketing directo.

3.1.7.4 Promoción

Se establecerán contactos estratégicos con agencias turísticas, y se diseñará una página web para que los visitantes puedan conocer las características del complejo turístico y de los sectores los cuales se puede acceder por visitas.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN

“La localización del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”²⁵

El objetivo del proyecto persigue la localización de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

4.1.1.1 Localización geográfica

El cantón Gonzanamá se encuentra ubicado en la Provincia de Loja, Ecuador (Mapa 5 y 6). Los límites son: al norte el cantón Catamayo, al sur Quilanga, al este Catamayo y Loja y al oeste Calvas y Paltas. Su extensión corresponde a aproximadamente 697 Km², lo que representa el 6,46% de la superficie provincial²⁶.

El principal centro urbano del cantón está a aproximadamente 70 Km. desde la ciudad de Loja, por la vía Panamericana S

²⁵Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. 2000

²⁶ H. Consejo Provincial de Loja. www.hcpl.gov.ec/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=26
(Acceso: mayo 12 de 2007)

MAPA N° 6 Localización geográfica del cantón Gonzanamá.



Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

MAPA N° 7 Límites cantón Gonzanamá



Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

4.1.1.2 Costo de transporte de Insumos y Productos

La principal vía de comunicación terrestre constituye la carretera Panamericana Sur que atraviesa en sentido longitudinal la cabecera cantonal, Gonzanamá. Con la siguiente ruta: Loja–Catamayo–Gonzanamá tiempo aproximado de 1h15 min.

La vía alterna que sería Loja–Malacatos–Purunuma tiempo aproximado de 1h 35 min. El costo del viaje de manera directa de Loja a Gonzanamá es de 2.50 usd.

4.1.1.3 Disponibilidad y costos de los insumos

La cantidad de productos para satisfacer la demanda que se requiere para el complejo eco-turístico la podemos encontrar en el mercado local, ya que los costos son similares a los que se ofrecen en los mercados vecinos como son Catamayo y Cariamanga, ahorrando en el primer caso un 5% y 3% de costo de transporte.

4.1.1.4 Recurso Humano

Para nuestro proyecto se requiere de 11 personas las mismas que tendrán todas las facilidades para trasladarse al lugar de trabajo los puestos se detallan más adelante dependiendo los requerimientos que se determinan en nuestro proyecto.

4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El cantón Gonzanamá se encuentra ubicado en la Provincia de Loja, a una altitud de 1850 m.s.n.m., su extensión comprende aproximadamente 697 km². Ver imagen 4.1.2

IMAGEN 4.1.2 Cantón Gonzanamá



Gozanamá

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

4.1.2.1 Ponderación de la localización

Para determinar la localización óptima del proyecto, se consideró otras parroquias del cantón, por lo que, se determinó que el mejor lugar para efectuar este proyecto, por tener todos los servicios básicos y necesarios para la construcción del complejo y porque presta las facilidades para los visitantes con respecto a transporte es Gonzanamá. (Ver anexo 4)

4.1.2.2 Vías de acceso

Como vía de segundo orden está, la carretera Loja-Malacatos-Purunuma-Gozanamá.

4.1.2.3 Energía Eléctrica

La disponibilidad está garantizada pues cerca del lugar donde se pretende construir el complejo eco-turístico están ubicadas viviendas por lo cual facilita la instalación de energía en nuestro proyecto.

4.1.2.4 Agua

Al igual que al energía eléctrica se cuenta con la disponibilidad de realizar las respectivas conexiones para abastecernos de agua, así también se cuenta en el terreno con afluentes naturales que sin lugar a duda favorecerán significativamente al proyecto a realizarse.

4.1.2.5 Planta

La planta del complejo eco-turístico en primera instancia, comprende habitaciones, sala de masajes, sala de espera, oficinas, cocina, baños, campo deportivo, mini chozas, etc. Como se puede apreciar en la imagen que se presenta a continuación.

IMAGEN 4.1.2.5 Croquis de la estructura del complejo



Fuente: Modelos de equipamiento turístico manual del constructor

Elaboración: Bairon Piedra Herrera

4.1.2.6 Área de Terreno

El terreno disponible para la construcción del complejo eco-turístico es de 20.000m² o sea dos hectáreas, el cual permitirá la movilización de los turistas acogiéndose a espacios verdes y lugares de recreación y a las proyecciones futuras de expansión.

4.1.2.7 Área de Construcción

El complejo eco-turístico, debe reunir características que brinden satisfacción y placer al visitante. Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto se ha considerado que el tamaño de la instalación debe ser de por lo menos 1.500m² para albergar y complacer al turista.

4.1.2.7.1. Paredes, techo y pisos.

Las paredes para este tipo de complejo eco-turístico deberán ser rústicas (de adobe), el acabado se empleará madera, caña de guadua, en el techo se utilizará estructura de madera a la cual se le acoplará la teja, típica en esta región. Los pisos deberán ser también de madera. Así se tendrá un prototipo de cabaña clásica de la región.

4.1.2.7.2 Puertas y Ventanas

Para puertas y ventanas se utilizará caña de guadua, en vista de que, son económicas y dan realce a las construcciones de adobe.

4.1.2.7.3 Iluminación

Una buena iluminación es fundamental para la salud de nuestros visitantes, de tal forma, se comprará el material necesario para esta especificación.

4.1.2.7.4 Fosa de desagüe

Como nuestro proyecto es eco-turístico se construirá letrinas, contribuyendo así al entorno ecológico de la región.

4.1.2.8 Distribución de Planta

De acuerdo a la demanda el complejo eco-turístico estaría conformado con seis habitaciones, cuatro mini chozas, y demás implementos que a continuación se detallan en el cuadro 4.1.2.8.

Cuadro 4.1.2.8. Estructura del complejo eco-turístico

Estructura del complejo eco-turístico	
Descripción	Cantidad
Habitaciones	6
Chozas	4
Sala de uso múltiple	1
Piscinas	2
Juegos infantiles	1
Señalización de senderos	1
Baterías sanitarias	12
Canchas deportivas	6
Sala de masajes	1
Sauna	1
Turco	1
Hidromasaje	1
Establo	1
Parqueadero	1
Oficina	1
Restaurante	1

Fuente. Investigación Directa

Elaborado: Bairon Piedra Herrera

4.1.3 INTEGRACIÓN EN EL MEDIO

4.1.3.1 Condiciones Naturales, Geográficas y Físicas.

El complejo debe asumir su responsabilidad y su papel en la protección del medio ambiente respetando la normativa ambiental vigente, incluyendo la conciencia ecológica como parte de su filosofía y política empresarial a través de una serie de estrategias ambientales prácticas y eficaces de acuerdo a nuestra ley ambiental²⁷.

La vigilancia y el control de la contaminación son factores imprescindibles para la actuación ambiental de cualquier actividad turística sea correcta en cualquiera de sus etapas: construcción, creación, apertura y por supuesto, durante su funcionamiento.

²⁷ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto 3400 R.O 726, 17 de diciembre de 2002

Se trata, por lo tanto, de desarrollar el control de la contaminación, considerando todos los vertidos, emisiones y residuos producidos en la instalación, en cada uno de los sectores, analizando todas las posibles consecuencias, efectos o impactos sobre el medio ambiente y sobre la salud de las personas.

Esto se verá de manera más clara en el capítulo VII de Impacto Ambiental.

4.1.3.2 Factores de Producción

Para el correcto funcionamiento del complejo eco-turístico, se ha determinado como factores productivos los siguientes:

4.1.3.2.1 Mano de Obra

La mano de obra requerida para el desarrollo de las operaciones dentro del complejo eco-turístico es la siguiente:

Cuadro 4.1.3.2.1 Personal requerido para el funcionamiento

Cargo	N de per.
Gerente	1
Secretaria Contadora	1
Cocinero Chef	1
Guía turístico	1
Mercadeo	1
Operadores del complejo	2
Seguridad	2
Limpieza	2

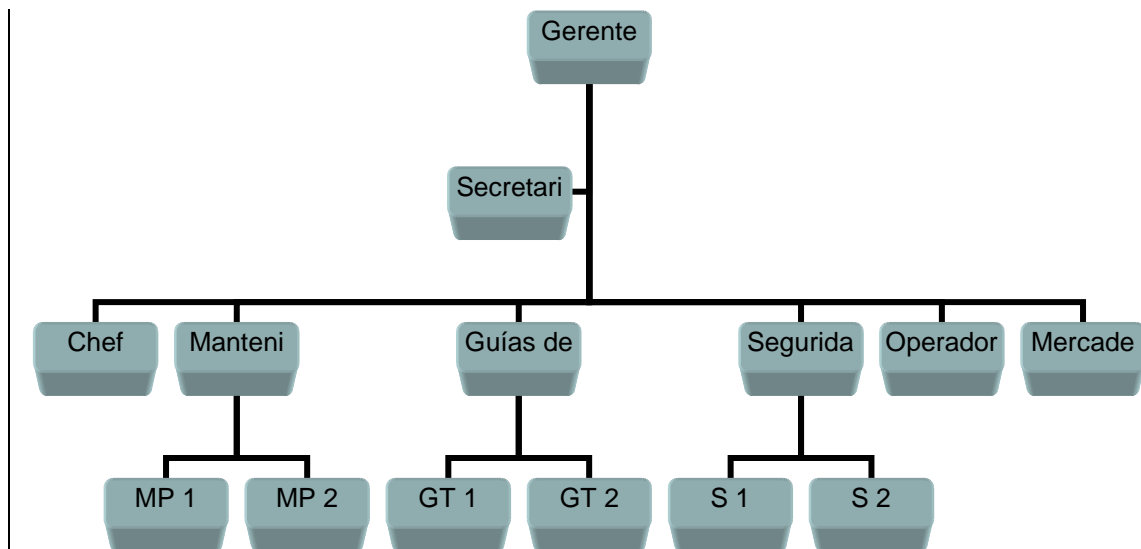
Fuente. Investigación Directa

Elaborado: Bairon Piedra Herrera

4.1.3.2.2 Organización para la Ejecución

La propuesta para este proyecto depende de la naturaleza de sus operaciones. Teniendo bien definida las operaciones se puede diseñar su organización, tomando en cuenta los aspectos relacionados con las operaciones de la planta se ha definido la siguiente Estructura Organizacional

IMAGEN N°4 Organigrama propuesto para este proyecto



Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Dado que el objetivo primario o principal de toda empresa es la de obtener ganancia o utilidades, el principal objetivo del complejo eco-turístico, es lograr que la empresa sea rentable a través de:

Maximización de la productividad, con el máximo aprovechamiento de sus recursos económicos, administrativos, humanos, técnicos y del tiempo.

Lograr la máxima producción con la mínima inversión, esfuerzo, tiempos y riesgos
Extender la producción a los diferentes mercados para maximizar las utilidades, minimizar los costos, mejorar los precios.

Para lograr que la estructura organizacional cumpla con los objetivos, se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ La habilidad del personal que desarrollará los trabajos asignados.

- ✓ La capacidad de inventiva y adaptación de la gerencia del complejo a las diferentes circunstancias que se presenten.
- ✓ Necesidades de capital y posibilidades de financiamiento a través del sistema financiero ecuatoriano.
- ✓ Facilidades de tipo fiscal otorgadas por el Estado para este tipo de proyecto.
- ✓ Aprovechamiento al máximo de los bienes de capital para obtener mejores posibilidades de reinversiones en el complejo.

Las funciones genéricas que desarrollarán los diferentes puestos en la planta son las siguientes:

Gerente: Tiene entre sus funciones la de sugerir las políticas del complejo y desarrollarlas, tomar decisiones y ejercer los respectivos controles. Además, es el coordinador de todas las funciones del complejo, comercialización, marketing, publicidad y es el encargado de mantener la armonía entre los empleados de la empresa e implementar los planes de trabajo necesarios para el logro de los objetivos con un costo mínimo de tiempo, dinero y esfuerzo humano.

Secretaria / Contadora: Será personal de apoyo a la gestión operativa del complejo y encargada de llevar los libros, elaborar los informes financieros, controlar y efectuar el inventario de productos e insumos.

Chef: se encargará del control de calidad de la alimentación que se proporcione a los turistas así como la variedad de platos típicos nacionales e internacionales.

Mantenimiento: contará con dos personas que serán las encargadas de conservar el complejo en las mejores condiciones necesarias para que el turista desarrolle sus actividades consideradas en el itinerario.

Guía turístico: se encargará de enseñar al turista las alternativas que presenta nuestro complejo y de ofrecer una estadía agradable al mismo.

Seguridad: dos personas que estarán encargados de la seguridad dentro y fuera del complejo eco-turístico.

Operadores: serán los encargados de brindar al turista todas las comodidades necesarias durante su estadía se contará con dos personas.

4.1.4 EQUIPO Y MATERIALES NECESARIOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO ECO-TURÍSTICO.

Los equipos y materiales necesarios para el funcionamiento del complejo eco-turístico se muestran en el anexo 5.

4.1.5 IMPACTO DEL PROYECTO

4.1.5.1 Valor Agregado

El valor agregado está en función de las características que tendrá el complejo, las mismas que fueron expuestas en el estudio de mercado.

4.1.5.2 Efectos en la Generación de Empleo:

Con la construcción y funcionamiento del complejo eco-turístico se impulsará el empleo, esto debido, a que el turismo genera diferentes fuentes de trabajo, donde, los mayores beneficiarios de este proyecto serán los habitantes del cantón Gonzanamá ya que, incentivará la producción y comercialización de diferentes productos relacionados con la industria del turismo.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.1 MICROEMPRESA TURÍSTICA

Cuando hablamos de “microempresas”, nos estamos refiriendo a aquellas que se encuentran motivadas por la prestación de servicios o la venta de productos turísticos, como negocios que se encuentran desarrollados por una persona natural, familias o grupos asociativos comunitarios del sector urbano o rural, organizados bajo alguna modalidad jurídica, sea mediante el Ministerio de Trabajo y Empleo (Microempresas Asociativas o Ley de Compañías mediante las figuras Asociativas empresariales)

La propiedad y gestión de la microempresa está distribuida por el grado de participación de cada socio. Es decir, aquéllas en las que sus miembros tienen la cuota de participación en derechos y obligaciones, así como en la propiedad, gestión y distribución de utilidades de la microempresa, de acuerdo a su grado de participación mencionada en los estatutos, cuyos reglamentos están legalmente normados por cualquiera de las dos instituciones reguladoras en el Ecuador²⁸.

Las microempresas se encuentran identificadas como la persona o el conjunto de personas, que participan de manera igualitaria en la propiedad, gestión y utilidades de la misma; y que están constituidas bajo cualquiera de las modalidades de organización legalmente permitidas, según la base legal en el Ecuador²⁹.

²⁸ Órganos reguladores de la microempresa en el Ecuador (Ley de compañías y el Ministerio de Trabajo y Empleo)

²⁹ Concepto fundación Ética y Económica del Ecuador

5.1.1 SUSTENTO LEGAL DE UNA MICROEMPRESA ASOCIATIVA

Según el Acuerdo Ministerial Número 000014 emitido por el Ministerio de trabajo y Empleo con el que se reglamenta la aprobación de microempresas asociativa.

Acuerda que.- La microempresa asociativa puede asociarse con un ilimitado número de socios, siempre que laboren en la misma actividad o sector productivo, pudiendo ésta contratar hasta diez colaboradores independientes, y con un capital que no exceda los \$ 20000, sin tomar en cuenta los bienes inmuebles y los vehículos³⁰.

Para él proyecto se aplicará la función de la MIPYMES, por su dimensión ya que es una microempresa asociativa que contará con un máximo de 11 trabajadores por las necesidades que se establecieron en el cuadro N° 4.1.3.2.1

5.1.2 CALIDAD LEGAL DE LAS MIPYMES

La microempresa asociativa se encuentra regulada por el Ministerio de Trabajo y Empleo, aprobada según la resolución del Acuerdo Ministerial Número 000014 del 2 de febrero del 2005, en la que establece los procedimientos para registrarla en el mismo ministerio.

5.1.3 COSTOS APROXIMADOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE UNA MIPYMES

CUADRO N°5.1.3 Legalización de una Microempresa Asociativa Turística

Detalle	Costo
Gastos de constitución	
Elaboración estatuto	200,00
Registro Notaría Pública	50,00
Afiliación Cam. Nac. Micr.	30,00
Tramite Ruc	10,00

³⁰ Acuerdo Ministerial 000014 del 2005 (Ministerio de Trabajo y Empleo)

Patente Municipal	120,00
Tramite Sanidad	80,00
Aporte para micr.	150,00
Permiso cuerpo de bomberos	15,00
Impuestos municipales	587,48
TOTAL	1242,48

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

5.1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA LEGALIZACIÓN

5.1.4.1 Ventajas de una microempresa legalizada

Las ventajas de una microempresa turística legalmente constituida radican en que:

- ✓ Se facilitan las actividades de compra, de operación comercial, manejo de personal, de investigación, de control contable y de registro.
- ✓ Logra establecer un proceso de regulación dentro de su negocio.
- ✓ Implementa niveles de control administrativo y manejo de personal.
- ✓ Establecen sistemas de mercadeo y ventas de sus productos o servicios que tiene una microempresa turística.
- ✓ Se integra a la formalidad de los negocios en el país, lo cual le facilita el poder tener un desarrollo “normal” como las pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas, de acuerdo al sistema turístico establecido en la Ley de Turismo del Ecuador.
- ✓ Logra establecer las responsabilidades y obligaciones de los empleados y empleadores dentro de la microempresa.

5.1.4.2 Desventajas de un negocio turístico no legalizado

Algunas son las desventajas al no tener legalizada la microempresa turística de las cuales, se puede mencionar las siguientes:

- ✓ El aislamiento de los beneficios legales que el Estado facilita, en planes de créditos especiales, capacitación, promoción y protección dentro del mercado.
- ✓ Presentarse con una debilidad legal como microempresa frente al mercado regulado de la venta de productos y servicios turísticos a nivel nacional e internacional.
- ✓ El no poder participar en el mercado de valores con paquetes accionarios del mundo bursátil.
- ✓ Ser susceptibles a cierre del negocio por no llevar un control adecuado sobre su negocio, sean por no cumplir con los permisos, obligaciones tributarias, laborales y otros.

Se mostrarán los siguientes artículos, considerados, como imprescindibles para la regulación de una microempresa turística, según la *Ley de turismo CAPITULO II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen*.

“Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:³¹

- ✓ Alojamiento;
- ✓ Servicio de alimentos y bebidas;
- ✓ Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- ✓ Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte;
- ✓ La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- ✓ Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables³²

³¹ Órganos reguladores de la microempresa en el Ecuador (Ley de compañías y el Ministerio de Trabajo y Empleo)

5.1.5 REGISTRO Y LICENCIA DE UN NEGOCIO TURÍSTICO MIPYME

5.1.5.1 Del Registro ante el MINTUR y su afiliación

Toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo, deberá registrarse y obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o dependencia que haya transferido sus competencias y su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual no podrá operar.

“Art. 8.- 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 sujetan a las normas técnicas y de calidad vigentes.”

“Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que corresponda.”³³

5.1.5.2 Licencia Anual de funcionamiento.

Toda persona natural y jurídica que preste servicios turísticos deberá renovar la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el Ministerio de Turismo. En las áreas naturales protegidas además se deberá operar de acuerdo al Reglamento Especial de Turismo en Áreas Protegidas.

5.1.5.3 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

³² Ley N° 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

³³ Ley N° 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria³⁴.

En nuestro caso se obtendrá el RUC como persona jurídica ya que en la misma intervendrán varios socios, por lo que, los requisitos serán los siguientes:

La escritura de constitución de la compañía

Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal; y,

Llenar el formulario

Y según nuestra constitución, “están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador³⁵”. Por lo tanto, se cumplirá con este requisito fundamental para el funcionamiento del complejo que se pretende construir.

5.1.5.4 Registros complementarios por actividades en el sector turístico

Todo negocio turístico está obligado cumplir con los registros necesarios que el sistema turístico establece dentro de Ley de Turismo:

El Art. 10 de la Ley de Turismo dice: “El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.³⁶”

³⁴ Ley N° 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

³⁵ Ley N° 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

³⁶ Ley N° 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

5.1.5.5 Patente Municipal

Es importante establecer que los negocios turísticos a más de cumplir con los registros obligatorios, deben establecer los registros complementarios de acuerdo a su actividad. Para los cuales están obligados a cumplir sin excepción:

Requisitos:

Formulario de inscripción de patente

RUC

Cédula de Identidad

Copia de la papeleta de votación

Copia de la carta del impuesto predial del local donde funcionará el negocio.

5.1.5.6 Permiso Sanitario

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos:

Para obtener este permiso, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de cada provincia, los siguientes documentos:³⁷

Certificado de uso de suelo

Categorización (para nuevos locales) otorgado por el área de Control Sanitario

Comprobante de pago de patente del año

Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior si fuera el caso

³⁷ Ley Nº 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002

Certificado(s) de salud

Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad

Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada

5.1.5.7 Permiso del Cuerpo de Bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%), se cubre el servicio que presta el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual esa institución recomienda la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tenerse para evitar los mismos.

El cumplimiento de estas recomendaciones le otorga derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

Los requisitos a tener en cuenta para obtener este servicio son:

Formulario del cuerpo de Bomberos;

Inspección del complejo por parte de los inspectores designados.

Para obtener el certificado es necesario comprar un extintor y pagar un valor económico que dependerá del local comercial. El cuerpo de bomberos es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de una ciudad

5.1.6 RÉGIMEN TRIBUTARIO APLICABLE A LAS MICROEMPRESAS TURÍSTICAS

La constitución de la República del Ecuador determina:

“Art. 256: Que el régimen tributario se regulará por los principios básicos de igualdad, proporcionalidad y generalidad”. Los tributos, además de ser medios

para la obtención de recursos presupuestarios, servirán como instrumento de política económica general.

El servicio de Rentas Internas (SRI) es la autoridad administrativa encargada de recaudar los impuestos nacionales y, en términos generales, de expedir reglamentos y resoluciones relacionados con las leyes tributarias. (Anexo 2: Procedimientos para la obtención del RUC)

Las leyes tributarias estimularán la inversión, la reinversión, el ahorro y su empleo para el desarrollo nacional. Procurarán una justa distribución de las rentas y de la riqueza entre todos los habitantes del país.

Art. 257: “Que sólo por acto legislativo de órgano competente se podrán establecer, modificar o extinguir tributos. No se dictarán leyes tributarias con efecto retroactivo en perjuicio de los contribuyentes. Las tasa y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley³⁸”

5.1.6.1 Régimen tributario para microempresas en general.

Para efectos del proyecto, la estructura tributaria ecuatoriana es un complejo entrelazado de leyes, que gravan muchas actividades. Con el afán de ordenar el universo de impuestos, los impuestos a declararse en nuestro proyecto serán:

Impuesto a la renta

Impuesto al valor agregado (IVA)

Impuestos municipales

Impuestos a los consumos especiales

5.1.6.1.1 Impuesto a la renta

³⁸ Constitución de la República del Ecuador

El impuesto a la renta se lo determina en base a principios de contabilidad generalmente aceptados, modificados por ciertas reglamentaciones y disposiciones impositivas. El ingreso gravable puede en ocasiones ser distinto del ingreso que aparece en los estados financieros.

Sobre este impuesto, existe un incentivo a la inversión, según el cual, toda empresa que reinvierta sus utilidades en la compañía, podrá obtener una reducción del impuesto a la renta del 25% al 15% sobre la porción de utilidades reinvertidas.

5.1.6.1.2 Impuesto al valor agregado (IVA)

En general, el impuesto al valor agregado (IVA) grava la importación de bienes y la transferencia de propiedad de bienes muebles, en cualquier etapa de su comercialización. También aplica a la prestación de servicios. Existen ciertas excepciones. Salvo por las excepciones existentes la cuota del IVA es del 12%.

Las siguientes transferencias de propiedad están exentas de IVA:

Aportes en especie al capital de sociedades;

Transferencias de negocio que incluyen los activos y los pasivos;

Fusiones, escisiones y transformación de sociedades;

Transferencia de acciones, participaciones y otros títulos valores.

5.1.6.1.3 Declaración del IVA

En la Ley de Régimen Tributario en el Artículo 14, se manifiesta: Los contribuyentes que efectúen transferencias gravadas con 12% de IVA, están obligados a presentar una declaración mensual de las operaciones realizadas en el mes anterior y pagar el impuesto causado. Quienes estén sujetos a tarifa 0% presentan declaraciones semestrales.

Los sujetos pasivos no obligados a llevar contabilidad, que son sujetos de retención en la fuente por la totalidad del IVA facturado, presentan una declaración semestral.

Las personas naturales, las sociedades y las instituciones del Estado que importen bienes liquidan el IVA en la correspondiente declaración de importación. En el caso de nacionalización, el IVA se calcula sobre el valor en moneda extranjera declarado en el momento de la internación temporal, convertida al tipo de cambio vigente a la fecha de dicha nacionalización, esto en vista de que se pretende importar artículos para el mejor funcionamiento del complejo ecoturístico.

5.1.6.1.4 Impuestos municipales

Existen fundamentalmente dos impuestos que gravan a las sociedades que operan en el Ecuador:

El denominado “impuesto de patente”, que debe pagarse anualmente en todos los cantones en donde se realicen operaciones comerciales. Generalmente, el monto no es significativo, aún cuando la fórmula para su determinación es compleja y varía de un municipio a otro.

El impuesto de 1,5 por mil sobre activos totales: se trata de un impuesto anual equivalente al 0,0015 del valor total de los activos (aplican ciertas deducciones). Se lo paga proporcionalmente en cada cantón en donde se realicen actividades comerciales en este caso se lo realizaría en el cantón Gonzanamá.

5.2 RESPONSABILIDAD LABORAL Y SOCIAL PARA LA MICROEMPRESA TURÍSTICA.

El Código de Trabajo ecuatoriano regula las relaciones entre empleadores y trabajadores que se aplican a diversas modalidades y condiciones de trabajo. Según esta misma Ley en el país el trabajo es obligatorio, existe libertad de trabajo y contratación por lo que a nadie se le puede exigir servicios gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la Ley.

También es importante conocer que los derechos de trabajo son y que en caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

5.2.1 OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y DEL TRABAJADOR.

5.2.1.1 Del empleador. Según el Código de Trabajo son obligaciones del empleador:

- ✓ Pagar las cantidades que correspondan al trabajador.
- ✓ Instalar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias.
- ✓ Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
- ✓ Respetar las asociaciones de los trabajadores.
- ✓ Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a la que pertenezcan.
- ✓ Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado.
- ✓ Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
- ✓ Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.
- ✓ Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador.
- ✓ Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo.

- ✓ Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por la culpa del empleador.
- ✓ Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el cincuenta por ciento de su remuneración en caso de enfermedad no profesional.
- ✓ Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por razones de servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia.
- ✓ Conceder permiso o declarar en comisión de servicio hasta por un año.
- ✓ Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios.
- ✓ Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores.
- ✓ Contratar personas discapacitadas según sus aptitudes y de acuerdo a las posibilidades y necesidades de la empresa; y,
- ✓ Contratar un porcentaje mínimo de trabajadoras (mujeres).

5.2.1.2 Del trabajador. Según el Código de Trabajo son obligaciones del trabajador:

- ✓ Ejecutar el trabajo en los términos del contrato.
- ✓ Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo.
- ✓ Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aun en los días de descanso.
- ✓ Observar buena conducta durante el trabajo.
- ✓ Cumplir las disposiciones del reglamento interno.
- ✓ Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- ✓ Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores y trabajadores.
- ✓ Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra.

- ✓ Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

Cabe indicar que como empresa nueva se acogerá todas las leyes tanto tributarias como laborales, esto para salvaguardar la integridad del proyecto a crearse.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN

Invertir es utilizar el recurso financiero para obtener un beneficio que generalmente es financiero.

La inversión abarca 3 campos: activos fijos, activos nominales y capital del trabajo.

6.1.1 ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son los bienes tangibles de la empresa, los mismos que se deprecian en el tiempo. La legislación ecuatoriana considera que esta depreciación debe ser lineal, esto es la misma cantidad como pérdida del valor del bien cada año. Se aprecia en el cuadro 6.1.1 el porcentaje de depreciación para algunos bienes.

Cuadro 6.1.1 Porcentaje de Depreciación activos fijos

Bien	Depreciación	Número de años
Terreno	0%	0
Vehículos	20%	5
Edificaciones	5%	20
Muebles y Enceres	12,5%	8
Equipo de computo y electrónico	33,33%	3
Menajes	20%	5
Maquinaria	10%	10
Caballos*	6,25%	16

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Para este estudio se considero una vida útil de 5 años, por lo tanto en el cuadro 6.1.1.1 de los activos fijos se visualiza la respectiva depreciación, así como el valor residual de los activos.

Ver anexo 5 activos fijos.

Cuadro 6.1.1.1 Depreciación activos fijos

Activo	Valor	1	2	3	4	5	V. RESIDUAL
Terrenos	54000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	54000,00
Edificaciones	109241,00	5462,05	5462,05	5462,05	5462,05	5462,05	81930,75
Muebles y Enseres	16730,00	2091,25	2091,25	2091,25	2091,25	2091,25	6273,75
Equipos de Computo/ Eléctrico	7250,00	2416,67	2416,67	2416,67			0,00
Maquinaria	2320,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	1160,00
Menajes	8306,50	1661,30	1661,30	1661,30	1661,30	1661,30	0,00
Vehículos	53310,00	10662,00	10662,00	10662,00	10662,00	10662,00	0,00
Caballos	1600,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1100,00
Total depreciación por año		22625,27	22625,27	22625,27	20208,60	20208,60	
Total valor residual de Activos Fijos							143364,50

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

* Los caballos constituyen un activo fijo, y tienen una vida promedio de 24 años³⁹, se estima una vida productiva de dos tercios de su vida, es decir unos 16 años, por lo tanto la depreciación de este activo es del 6.25%.

6.1.2 ACTIVOS NOMINALES

Los activos nominales son los intangibles de la empresa, estos se amortizan en el tiempo de manera lineal de acuerdo a un contrato; pero para nuestro estudio consideremos una amortización del 20%, por ser un pronóstico. En el cuadro 6.1.2 observamos la amortización y el valor residual para estos activos.

Ver anexo 6 Activos Nominales.

³⁹ Indicadores Ministerio de Agricultura y Ganadería

Cuadro 6.1.2 Amortización de activos nominales

Activos nominales	Valor	1	2	3	4	5	Total	V. Nominal
Total	1242,5	248,5	248,5	248,5	248,5	248,5	1242,5	0

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

De los cuadros 6.1.1.1 y 6.1.2 se desprende que el valor residual de los activos es 143364,50 dólares, que es la suma de los valores residuales tanto de los activos fijos como de los nominales (0).

6.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

Constituye el dinero para operar, esto es para que entre en producción el complejo eco-turístico, dinero que aporta el inversionista al instante de abrir el complejo. Se visualiza en el cuadro 6.1.3

Cuadro 6.1.3 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Detalle	Mensual	Anual
Salarios*	4837,55	58050,60
Gasolina	118,40	1420,80
Diesel	59,20	710,40
Viveres	600,00	7200,00
Útiles de oficina	120,00	1440,00
Servicios básicos*	300,00	3600,00
Mantenimiento Vehículos	100,00	1200,00
Mantenimiento Industrial	50,00	600,00
Alimentación caballos y veterinario	70,00	840,00
Publicidad	20,00	240,00
TOTAL	6275,15	75301,80

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

*Ver anexo 6

* Incluye consumo de agua para la piscina.

6.1.3.1 Capital propio y financiamiento

Los socios son 5, de los mismos 4 aportarán la cantidad de 50.000 USD, cada uno mientras que un socio aporta con el terreno cuyo valor asciende a 54.000 USD; es decir, el capital propio con que cuenta la empresa son 254.000 USD. Siendo la inversión 421.777,97 USD, se requiere de un crédito de 167.777,97 USD.

Quien puede financiar este crédito es la Corporación Financiera Nacional a una tasa efectiva del 13,25% que corresponde a la máxima para el sector de la producción.

IMAGEN 6.1.3.1 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.

n	Saldo Inicial	Interés Periodo	Valor Cuota	Pago Principal	Saldo Final
1	167.777,97	22.230,58	47.993,03	25.762,45	142.015,52
2	142.015,52	18.817,06	47.993,03	29.175,97	112.839,55
3	112.839,55	14.951,24	47.993,03	33.041,79	79.797,76
4	79.797,76	10.573,20	47.993,03	37.419,82	42.377,94
5	42.377,94	5.615,08	47.993,03	42.377,95	-0,01

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

6.2 COSTOS

Constituyen las salidas de efectivo período a período, desde la empresa.

A más del dinero considerado como capital de trabajo, se incluye mantenimiento de dormitorios (sábanas, cobijas, cubrecamas, etc.), mantenimiento baños (papel, toallas, jabones, etc.), mantenimiento menaje de cocina (cubiertos, vajillas, ollas, etc.); que se estima asciende a 2500 USD al año. Por tanto los costos anuales representan 77.801,80 USD.

6.3 INGRESOS

Constituyen las entradas de efectivo para la empresa, período a período, por concepto de comercialización de los paquetes turísticos que se venderán.

6.3.1 COSTO POR PAQUETE

Los costos por año se obtuvieron anteriormente y ascienden a 77.801,80 USD. Considerando la demanda proyectada analizada en el capítulo 3, que resultó ser de 1165 personas, y multiplicado por los 3 días que resultó del estudio de mercado, entonces el costo por paquete es de 200,69 USD.

6.3.2 PRECIO POR PAQUETE

De acuerdo al criterio de los inversionistas expuesto en el capítulo 3, se determina un precio por paquete de 300 USD.

Precio que se va adoptar para el presente proyecto, que de acuerdo al estudio de mercado el 90% de los encuestados, consideran aceptable por los beneficios de calidad esperados.

6.3.3 INGRESOS PROYECTADOS PARA EL PROYECTO

En el capítulo 3, se determinó la demanda anual⁴⁰ para el complejo eco-turístico, por tanto, en el cuadro 6.3.3 se tiene los ingresos para la vida útil del proyecto, proyectados por los servicios fundamentales que tendrá el complejo.

CUADRO 6.3.3 Proyección de los ingresos por paquete

Ingresos Proyectados			
Vida útil	Núm. de visitantes	Precio pp	Total Ing. pp
Año 1	1165	300	349500
Año 2	1303	315	410445
Año 3	1456	330	480480
Año 4	1663	345	573735
Año 5	1859	360	669240

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

Será política del proyecto incrementar el precio del paquete de 300 USD encontrados para el primer año, en un 5% anual para los subsiguientes años, como resultado de un promedio de la inflación⁴¹, para años anteriores.

Estos son los ingresos que deben ser evaluados y controlados en la futura gestión empresarial.

6.4 FLUJO DE FONDOS NETO

CUADRO 6.4 FLUJO DE FONDOS NETOS

En blanco: puro o para el inversionista						
Incluido sombreado: con financiamiento						
Años	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos gravables		349500,00	410445,00	480480,00	573735,00	669240,00
- Costos deducibles		77801,80	81691,89	85776,48	90065,31	94568,57
- Depreciación		22625,27	22625,27	22625,27	20208,60	20208,60
- Amortización		248,50	248,50	248,50	248,50	248,50
- Gastos financieros		22230,58	18817,06	14951,24	10573,20	5615,08
= U(Util. A P.T.e I.R)		226593,85	287062,28	356878,51	452639,39	548599,25
- 15% U(Part. Trab.)		33989,08	43059,34	53531,78	67895,91	82289,89
= U(Util. Antes I.R)		192604,77	244002,94	303346,73	384743,48	466309,36

⁴⁰ Cuenta Satélite del Turismo. OMT.

⁴¹ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

-	15% U(I.R)		28890,72	36600,44	45502,01	57711,52	69946,40
=	Utilidad Neta		163714,06	207402,50	257844,72	327031,96	396362,96
-	Inversión	421777,97					
+	Depreciación		21694,38	21694,38	21694,38	19278,68	19277,95
+	Amortización		248,50	248,50	248,50	248,50	248,50
+	Valor residual						288517,75
+	Recup. Capital Trab.						28377,92
+	Crédito	167777,97					
-	Pago principal (Amort. Cred)		26409,89	29579,07	33128,56	37103,99	41556,47
=	FFN	-254000	159247,04	199766,30	246659,04	309455,15	691228,61

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

6.5 TASA DE DESCUENTO

Es la tasa “d” que se aplica al inversionista. Una manera de determinar es considerando a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), que involucra a los riesgos que podrían darse en la inversión.

$$d \geq \text{TMAR}$$

$$\text{TMAR} = \text{TIO} + \text{Inflación} + \text{Riesgo del sector}$$

La tasa interna de oportunidad (TIO), para el capital propio de este proyecto fue seleccionada para el banco del Pichincha y asciende al 5.5⁴²%.

La inflación para el año 2009 fue de 8,34%⁴³ con la tendencia a la baja, para nuestro estudio consideramos este valor.

Para el sector hotelero la tasa de riesgo 4.25%⁴⁴ se tiene una TMAR de 19,09%.

Entonces la tasa de descuento para esta inversión es 20%.

6.6 DETERMINACIÓN DE LOS INDICADORES FINANCIEROS Y

VIABILIDAD DEL PROYECTO

⁴² <http://hosting.pichincha.com/todo1ec/tasas/tasasalco.htm>

⁴³ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

⁴⁴ <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie200705.pdf>

6.6.1 Indicadores Financieros

6.6.1.1 EL VAN

Es la sumatoria de los flujos de fondos netos en el presente

$$VAN = \sum_{k=0}^n \frac{Fk}{(1+d)^k}$$

6.6.1.2 LA TIR

La TIR es la máxima rentabilidad que puede ofrecer el proyecto. Se determina con la función VAN comparada con cero, es decir, resolviendo la ecuación:

$$VAN = 0$$

$$VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+d)} + \frac{F_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+d)^n} = 0$$

6.6.1.3 LA TUR

La TUR es la verdadera rentabilidad que puede ofrecer el proyecto. Se determina:

$$TUR = \sqrt[n]{\frac{\sum FFN(+)\text{ futuro}}{\sum FFN(-)\text{ presente}}} - 1$$

6.6.1.4 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Es la relación entre la suma de los flujos de fondos netos positivos en el presente y la suma de los negativos en el presente.

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum FFN(+)\text{ presente}}{\sum FFN(-)\text{ presente}}$$

6.6.2 Viabilidad del proyecto.

El cuadro 6.6.2 resume la viabilidad de un proyecto.

CUADRO 6.6.2 Criterios de viabilidad de un proyecto

PROYECTO	VAN	TIR	TUR	B/C
Indiferente	$VAN = 0$	$TIR = d$	$TUR = d$	$B/C = 1$
Viable	$VAN > 0$	$TIR > d$	$TUR > d$	$B/C > 1$
No viable	$VAN < 0$	$TIR < d$	$TUR < d$	$B/C < 0$

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

6.6.3 Determinación de los Indicadores Financieros y viabilidad del proyecto.

Se emplea el software financiero proporcionado por el Ingeniero Patricio Carrasco, cuyos resultados se presentan en la imagen 6.6.3

Imagen 6.6.3 Indicadores Financieros viabilidad del proyecto

INGENIERIA FINANCIERA - [Indicadores Financieros; Viabilidad de un proy...]

Equivalencia Tasas Tasas Efect y Nom Tabla de Amortiz Equivalencia Financiera

Nota:
n = número de periodos, vida útil.
i = d = tasa de descuento.
Fk = Flujo de fondos neto para el periodo k. (Debe ser ingresado con el correspondiente signo).
k = periodo considerado, varía desde 0 hasta n.

n: 5

Porcentaje Por Unidad

i: 20 % 0,2

F5:

k: Fk:

0	-254000
1	160762,28
2	201105,02
3	247769,2
4	310274,86
5	691682,99

Agregar Reset

Calcular

VAN: 590.612,67

TIR: 81,73 % 0,81730

TUR: 52,60 % 0,52597

B/C: 3,33

TRI

Abril 2009 Diseñado por: Ing. Patricio Carrasco Medina M.Sc.

Fuente. Investigación Directa

Elaborado: Bairon Piedra Herrera

El VAN es muy alto con lo cual el proyecto debería ser ejecutado. Se espera una rentabilidad del 20%, pero la máxima rentabilidad que podría ofrecer el proyecto (TIR) es del 81,73%. Pero la verdadera rentabilidad que podría ofrecer el proyecto (TUR) es del 52,60%, rentabilidad mucho mayor que la esperada. Por lo tanto, de acuerdo a los resultados el proyecto es viable como se puede ver en la imagen 6.6.3.1.

Imagen 6.6.3.1 Viabilidad del proyecto



Fuente. Investigación Directa Software Financiero
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

A más de la viabilidad del proyecto el software le determina el tiempo de recuperación de la inversión (TRI), que en este caso resulta ser 2 años, tiempo suficiente para que en adelante la utilidad que espera la empresa constituya una gran ganancia. Ver imagen 6.7.3.2.

Imagen 6.6.3.2 Tiempo de recuperación de la inversión



Fuente. Investigación Directa Software Financiero
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

CAPITULO VII

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El entorno natural en el que se encuentra Gonzanamá al estar rodeado por montañas, cordilleras, colinas volcanes, etc. Podría verse afectado posiblemente por la construcción de residencias, edificaciones e infraestructura destinada al turismo. Al elaborar cualquier proyecto de turismo la destrucción de la flora y fauna de los recursos naturales en el lugar a construir, es amenazadora por la diversidad de especies que existen en el lugar.

Por tal motivo, el Estudio de Impacto Ambiental se lo tomará en cuenta como un criterio primordial en la valoración de este proyecto, sin desvalorizar el resto de estudios que se han realizado en este proyecto de factibilidad.

Por lo tanto, para minimizar el impacto que este proyecto pueda causar se ha tomado en cuenta los siguientes indicadores⁴⁵.

7.1 INVENTARIO INICIAL DE RECURSOS NATURALES, FLORA Y

FAUNA:

7.1.1 ESPECIES NO MADERABLES

Principalmente con fines medicinales: hierva luisa, geranio, matico, tilo, toronjil, congona, ruda, manzanillo, menta, cedrón, albahaca, sábila, borraja, mortiño,

⁴⁵ BREMES, Esteban, Evaluación de proyectos e Impacto Ambiental, INCAE San José 2000 p.35

condurango, sangorache, chine, llantén, cola de caballo, chanca piedra, linaza, cascarilla, piñón, moshquera, violeta, romero, ataco.⁴⁶

7.1.2 ESPECIES FORESTALES

En el cantón se encuentra una diversidad de especies forestales como: arupo (*Chyonanthus pubescens*), faique (*Acacia macracantha*), guararo (*Lafoensia punicaefolia*), guangazo, nanume, guabo, chirimoyo, laurel de cera, languapo, guaylo, arabisco, balso pasallo, luma, higuerón, jorupe.

7.1.3 ARBUSTOS

Entre los arbustos más importantes: orozuz (*Glycyrrhiza glabra*), platanillo (*Bocconia frutescens*), cosa cosa (*Lepechinia mutica*), chilca, pepiso, chamana, cacto tusilla, porotillo, cucharillo chico, pico pico, tunas.

7.1.4 FAUNA

Las principales especies de aves y mamíferos que se encuentran en el cantón son: torcazas, pavas de monte, chiroca, sucaco, loro, perdiz, pájaro carpintero, zorro, tigrillo, leoncillo, ardillas, yamala, conejos, entre otros.

Actualmente, debido a la deforestación, al daño en las montañas y su fraccionamiento, la vida silvestre se vuelve difícil, los nichos naturales y extensos han sido destrozados, por los que se encuentran animales que poco se desplazan o no tienen esa capacidad y consecuentemente van desapareciendo o son presa fácil de los destructores y para esto se plantearán posibles medidas de mitigación.

⁴⁶ Inventario de recursos naturales del cantón Gonzanamá 2005

Una vez establecidos los recursos naturales lo siguiente es proponer medidas de mitigación para no alterar en gran variedad los posibles daños causados con la ejecución de este proyecto⁴⁷.

7.1.5 INDICADORES Y MEDIDAS DE MITIGACIÓN

7.2 INTERRELACIONES DIRECTAS EN LA ETAPA DE PRE- INVERSIÓN

7.2.1 EN EL MEDIO SOCIOECONÓMICO AGRARIO

Se informará, detalladamente a todos los pobladores sobre el esquema del Proyecto, las previsiones y el Plan de Manejo del Área en estudio, que garantizará la conservación de las áreas agrícolas, el mejoramiento de calidad de productos alimenticios, la salubridad ambiental y la salud pública.

7.2.2 EN LA GESTIÓN AMBIENTAL DEL VALLE

Se coordinará interinstitucionalmente las acciones necesarias para optimizar esfuerzos y lograr un plan integral dinámico, práctico y sostenido.

7.2.3 EN LA ETAPA DE CONSTRUCCIÓN

⁴⁷ BREMES Esteban, Evaluación de proyectos e Impacto Ambiental, INCAE San José 2000 p. 97-135

Se controlará la generación de polvo y gases durante la apertura y llenado de zanjas.

Se eliminará el desmonte generado, trasladando estos desechos a una zona apropiada.

Se utilizará maquinaria que esté en buen estado o a su vez que sea nuevo, a efectos de evitar niveles de ruido excesivos.

Se establecerá las medidas de seguridad y contingencia necesarias ante posibles accidentes, a fin de, evitar daños físicos y personales.

Las estructuras se deberán construir considerando coeficientes de seguridad que permitan hacer frente a la presencia de desastres naturales, en su diseño se considerarán intensidades y periodos de retorno de sismos e inundaciones⁴⁸.

7.2.4 EN LOS MEDIOS RURALES AGRÍCOLAS

Se realizará las respectivas negociaciones que garanticen la no afectación de tierras agrícolas y de cultivos.

Se considerará el humedecimiento del material y el riego de la vía de acceso para impedir el excesivo levantamiento del polvo.

Se considerara los tratados de agua potable en beneficio de la comunidad.

7.2.5 DISMINUCIÓN DEL PROCESO DE DETERIORO

Para disminuir el efecto negativo de las construcciones, se considerará, realizar las debidas edificaciones con recursos propios de la zona, adaptada en lo más posible a las existentes en este lugar.

7.2.6 RESTAURACIÓN DEL ECOSISTEMA

⁴⁸ Determinaciones y consideraciones acerca del suelo INCAE San Jose, p. 37-43

Para evitar la destrucción de la flora y fauna, el proyecto a realizar se lo efectuará en un lugar adecuado donde no intervenga en gran medida el ecosistema.

7.2.7 TALA DE COBERTURA BOSCOA INCLUYENDO ÁRBOLES FRUTALES

Para evitar la tala de árboles y por ende poder conservar el hábitat natural, se sembrarán especies acorde al paisaje y al entorno natural, pues así, evitaremos arruinar el hábitat natural de la zona.

Cabe indicar que Gonzanamá cuenta con áreas de bosque y vegetación protegidas (ABVP) Santa Rita, con Resolución Ministerial N° 179 de 1988-05-17. Registro Oficial N° 96 de 1988-12-18 de carácter privado.

7.2.8 AUMENTO DE ÁREA DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE.

Gonzanamá cuenta con un sistema de recolección de basura que se basa en reciclar materia orgánica e inorgánica, para lo cual también nos acogeremos a esta normativa.

Para esto, también se implementara estrategias para aprovechar los desperdicios realizando talleres en los que se enseñe como manejar estos desperdicios y como beneficiarse de estos, un claro ejemplo, es la reutilización del papel con los cuales se hacen artesanías que aparte, de ser llamativas aseguran otros ingresos para los pobladores del cantón.

7.2.9 EXCESO DE CONSUMO Y DESPERDICIO DE RECURSOS COMO EL AGUA.

Para mitigar el excesivo consumo y desperdicio de agua se tiene previsto, realizar publicidad visual en puntos estratégicos del complejo concientizando a las personas del uso adecuado de este bien.

7.2.10 ALTO CONSUMO Y DESPERDICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA.

Para la conservación de la energía se tiene previsto utilizar mecheros, con lo cual se ahorrara energía eléctrica y se le brindará al turista un entrono acorde a lo que se está ofreciendo en este complejo, esto, sin lugar a duda incentivará el ahorro de energía que es lo que se quiere.

7.2.11 POLUCIÓN DEL AIRE Y CONTAMINACIÓN ACÚSTICA POR EL TRÁFICO VEHICULAR.

Para evitar este tipo de contaminación se tiene previsto, que el turista utilice nuestro transporte estrella como lo es las carretillas llevadas por caballos.

Para disminuir la contaminación del aire; las cocinas y todo tipo de turbinas que estén ubicadas dentro del complejo, tendrán que pasar por filtros de aire conformadas por ductos en un sistema que evite en mayor medida esta contaminación.

7.2.12 CONTAMINACIÓN DE RÍOS, LAGOS SON AGUAS RESIDUALES NO DEPURADAS Y DESECHOS QUÍMICOS.

Para controlar este tipo de contaminación, se utilizará, procesadoras de agua que hacen que se pueda reutilizar la misma de manera segura y confiable.

7.2.13 CONFLICTOS CON LOS RESIDENTES POR LA APLICACIÓN DE MEDIDAS CONSERVACIONISTAS RESPECTO AL USO DE CIERTOS RECURSOS QUE GENERAN INGRESOS LOCALES, PUDIENDO LLEGARSE AL SABOTAJE DEL TURISMO.

Para evitar y controlar este inconveniente, se tiene previsto realizar talleres de capacitación donde se indicaran los posibles beneficios que conlleva el turismo, de igual forma, se procurará, educar a los pobladores para que generen ingresos con la elaboración de artesanías y otros productos que son representativos de la zona.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES

Gonzanamá ofrece a sus visitantes diversidad, sin embargo la falta de planificación y programas de desarrollo turístico impiden que el cantón siga surgiendo.

El factor turístico en nuestro país se encuentra actualmente en franco crecimiento, sin embargo, las políticas que se han manejado hasta el día de hoy, ha generado un incremento no esperado al planificado, por tal motivo, el turismo en nuestro país se ha quedado estancado por falta de políticas que generen incentivos a los inversionistas y por ende a los turistas.

De manera general, la actividad turística se caracteriza por presentar un alto nivel de encadenamientos intersectoriales que estimulan las inversiones en diversos sectores como la construcción de infraestructura, transporte, locales comerciales, entretenimiento y diversiones, entre otros. El turismo tiene un alto efecto multiplicador en otras actividades económicas, a través de la generación de empleo y divisas.

La participación del turismo en la economía Ecuatoriana. El turismo representa el 4.4% del PIB y es uno de los principales sectores productivos del país. No obstante todavía no alcanza una participación acorde al contexto mundial, que es el 10.9% del PIB.

Gonzanamá cuenta con un significativo patrimonio de áreas naturales que se destacan por su valor protector, escénico, científico y recreacional, por su flora y fauna y sus ecosistemas únicos.

De acuerdo a nuestro mercado meta, los turistas que visitarían el cantón responden a nuestro objetivo, es decir, son mayores de edad entre 18 y 65 años, estudiantes, solteros o casados.

Por el estudio de mercado realizado se determina que el turista es fundamentalmente nacional, que realiza sus viajes por cuenta propia, que su viaje se enfoca en actividades recreacionales y que su frecuencia de visitas vacacionales es preferentemente anual, por lo tanto, corresponde al perfil del segmento de mercado al proyecto.

Es de concluir, que en nuestro estudio de mercado, nuestro cliente potencial se inclina por actividades como: caminatas, visitas guiadas a diversidad de lugares, por esta razón, en promedio el turista estaría dispuesto a hospedarse por 3 días y su disposición a pagar sería hasta 500 USD por cada uno.

El interés por conocer un sitio alternativo que brinde las comodidades y esparcimientos necesarios, hace atractivo el paquete para que los turistas visiten este lugar, como valor agregado al servicio fundamental del complejo.

De los turistas que visitaron Loja al 2008 se puede ver claramente que el 12,58% desearían realizar turismo en Gonzanamá, lo cual aplicado a la demanda potencial de 18523, significaría una demanda insatisfecha al sector por 2330 visitantes. Por lo que, por decisión gerencial se podrá cubrir el 50% de la demanda insatisfecha, es decir de, se podrá atender a 1165 visitantes para el primer año.

Con respecto a la oferta proyectada se puede indicar que para el cantón Gonzanamá y sus zonas de influencia y de acuerdo a los requerimientos de los servicios exigidos por los clientes del mercado meta seleccionado, y por constatación directa se puede afirmar, que no existen lugares que cumplan en su conjunto con todos los beneficios esperados por dicho segmento. En resumen la oferta para el sector específico es nula.

En el estudio técnico se demuestra que Gonzanamá es el sitio indicado para construir este complejo eco-turístico, ya sea por, accesibilidad, recursos, tiempo, paisaje, etc.

Enfocados en la generación de fuentes de trabajo se concluye que para este proyecto se necesitarán de 11 personas, por lo que, afirma que el turismo genera fuentes de trabajo. Debemos indicar que estos puestos de trabajo son fijos.

Toda organización implica estar en orden con la ley, por lo tanto, este proyecto es viable en el sentido, de que, se prestan todas las condiciones necesarias para ejecutar la obra.

Los trabajadores se verán amparados por la ley en vista de que, nuestra organización será pionera en manejo adecuado de personal por lo que, garantiza en el mismo estabilidad, consiguiendo así eficiencia y efectividad en el mismo.

De acuerdo a nuestra investigación de mercado los visitantes invertirían hasta 500 dólares por día, sin embargo, nuestro estudio financiero determina un costo de 300 dólares por paquete que incluye 3 noches y sus respectivas comidas esto por persona. Por lo tanto nuestro cliente será beneficiado con nuestro servicio ya que invertirá menos por un excelente servicio.

El VAN del proyecto es muy alto con lo cual el proyecto debería ser ejecutado.

Se espera una rentabilidad del 20%, pero la máxima rentabilidad que podría ofrecer el proyecto (TIR) es del 81,73%.

El (TUR) representa nuestra máxima rentabilidad, y para este proyecto el mismo es del 52,60%, que como se puede ver es una rentabilidad mucho mayor que la esperada.

En vista de que estamos viviendo en la era de la ecología las medidas mencionadas antes son los lineamientos que se puede seguir para conservar la naturaleza y estado del cantón Gonzanamá respetando culturas y tradiciones que todo proyecto nuevo puede alterar o afectar a la comunidad.

No se debe dejar por alto dentro de este proyecto un plan de seguimiento y vigilancia, que consiste en un conjunto de criterios de carácter técnico, que en base a la predicción realizada sobre los efectos ambientales del proyecto, permitirá realizar a la Administración un seguimiento eficaz y sistemático tanto del cumplimiento de lo estipulado en las medidas de mitigación, como de aquellas otras alteraciones de difícil previsión que pudieran aparecer

Según la particularidad ecológica natural y antrópica del proyecto se debe considerar, por un lado, el ámbito de incidencia directa de las obras del complejo y, por otro lado, el ámbito de incidencia indirecta relacionada con las diversas actividades socioeconómicas que tienen como eje vertebral la flora y fauna del entorno.

Para atenuar los efectos provocadas por las interrelaciones directas, se recomienda actuar en: el medio físico natural y socioeconómico; la gestión ambiental del valle de Gonzanamá; los medios urbanos residenciales; los medios rurales agrícolas; las aguas que discurren por canales de regadío, las aguas subterráneas, el suelo, el aire y los recursos naturales.

Con la generación de empleo la economía de la región tendrá un empuje, la cual beneficiará a todas las personas que están ligadas directa e indirectamente a este proyecto.

El ecoturismo en Gonzanamá no se ejerce por falta de políticas locales que impulsen estos centros de turismo. Por lo que es un factor a favor para poder implementar este complejo en el cantón.

El municipio debería fortalecer el turismo y afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo ya que si no se cuenta con un centro de información adecuado se estaría perdiendo a los posibles potenciales visitantes de este cantón.

Los canales de distribución y comercialización existen en Gonzanamá, sin embargo, la poca importancia que le dan al turismo no da para que los dueños de los establecimientos locales inviertan en promocionar sus microempresas de turismo.

El cantón debe priorizar como producto su amplia biodiversidad y la presencia de entornos naturales de gran atractivo que le confieren singularidad en Ecuador. Adicionalmente la disponibilidad de entornos geográficos diferentes en distancias relativamente cortas permiten ofrecer alternativas comerciales de gran interés.

La mayoría de turistas proviene de la provincia de Loja y parte de la sierra como Cuenca y Quito, esto da un preámbulo para trabajar un poco más en la costa ya el porcentaje de turista es muy poco.

El ecoturismo puede convertirse en el principal producto del turismo nacional sobre todo en la provincia de Loja, sin embargo es necesario que las empresas que llevan a cabo esta actividad operen profesionalmente manteniendo alta calidad en el servicio, observando las normas de protección vigente en nuestro país sobre los ecosistemas y respetando la capacidad de carga de los sitios visitados. Una operación turística manejada bajo criterios sustentables

La oportunidad de crear este complejo eco-turístico está determinada por el interés de las personas en conocerlo. Los atractivos turísticos presentan un gran potencial que no ha sido aprovechado debidamente, tornándose necesario definir un modelo turístico que priorice el turismo ecológico como imagen de un cantón a la vez que se diseñan productos dirigidos hacia diversos objetivos comerciales del turismo tradicional, priorizando sus atractivos naturales que le permiten contar con una ventaja competitiva diferenciada.

El turismo en el país se ha desarrollado fundamentalmente por la iniciativa privada en tanto que el sector público ha participado a través de su regulación y control, si bien su gestión de promoción ha sido limitada por insuficiencia de recursos y carencia de políticas y programas de gestión a largo plazo, actualmente a través

de la importancia otorgada a la actividad y con el nuevo entorno legal y fortalecimiento institucional del Ministerio de Turismo, se espera alcanzar un impulso permanente de promoción e incremento de la inversión en la actividad turística en el país mediante el PLANDETUR.

Motivar la cultura empresarial, apoyo a posibles inversiones, buscar nuevas alternativas como recursos generadores de empleo son entre otros, objetivos específicos que se logran con el ecoturismo.

Con la creación de este complejo se evitará que cada vez más jóvenes y adultos abandonen el cantón buscando en otros sitios mejores oportunidades de empleo, cuando en el cantón existen muchas oportunidades de trabajo que no han sido correctamente explotadas. La falta de empleo es sin lugar a duda uno de los motivos más importantes que llevan a los jóvenes y adultos a marcharse.

8.2 RECOMENDACIONES

Para el desarrollo de la actividad turística en el cantón se requiere diseñar un modelo turístico que incorpore básicamente el diseño de una estrategia que incluya un diagnóstico de las condiciones de infraestructura y servicios, un inventario de recursos turísticos y la definición de productos y objetivos de mercado. Implica la planificación del sector, su organización, establecer los participantes clave, así como la definición de los factores positivos y limitantes para su desarrollo.

La definición de un modelo turístico para Gonzanamá implica el cumplimiento a largo plazo y en forma continua del programa, así como la observación de recomendaciones que viabilicen insertar y mantener a Loja dentro del mercado turístico nacional. Para el diseño del mencionado plan sería recomendable lograr un convenio de capacitación constante y actualizada a través de la participación de consultores especializado.

Se debe promover capacitación turística a través del Ministerio de Turismo e instituciones académicas. Es recomendable establecer convenios para la realización de prácticas en empresas turísticas y organismos oficiales con la finalidad de ofrecer un servicio excelente acorde a lo que se pretende implementar en Gonzanamá.

Incentivar la participación de los gonzanameños en foros sobre ecoturismo y conservación del medio ambiente como un medio de consolidar la imagen conservacionista, con la finalidad de vender el producto comprometido con la protección del medio ambiente.

Promover Gonzanamá en las cámaras de turismo del país con el objetivo de darse a conocer de manera potencial como la alternativa que busca el turista para tomar sus vacaciones.

Diseñar planes de promoción diferenciada que distingan con claridad el turismo tradicional del disfrute de la naturaleza, con el ecoturismo que prioriza el criterio de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos, manteniendo estratégicamente los atractivos del entorno natural como elemento básico de la oferta.

Se debe implementar un sistema de seguridad de los visitantes y evitar actos de violencia contra turistas. Se debe establecer mecanismos de vigilancia preventiva y de información a través del Municipio con el fin de incrementar los índices de seguridad.

A través de los organismos oficiales, promover al cantón Gonzanamá como una alternativa de ecoturismo en Ecuador.

Es recomendable fomentar y mejorar la utilización turística de las áreas protegidas, a través de la creación de fuentes de información y promoción a la vez que se debería mejorar los senderos y señalización al interior de estas áreas, observando siempre una operación que genere el mínimo impacto ambiental.

BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS Y ARTÍCULOS

BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. 2000.

BAUM, Warren C. El ciclo de los proyecto, McGraw-Hill Argentina 2003

BREMES Esteban, Evaluación de proyectos e Impacto Ambiental, INCAE San Jose 2000

CEPAL (2004), "Panorama Social de América Latina".

CONESA Fernández-Vítora, Vicente. "Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental". Ed. Mundi-Prensa. Madrid. 1997. 3ª edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/ TD 194.6.C66.1997.

FRANCESC Josep, Gestión de Empresas de Turismo y Ocio, Esade, Barcelona 2003.

GOMEZ Orea, Domingo. "Evaluación del Impacto Ambiental". Ed. Mundi-Prensa y Editorial Agrícola Española, S.A. Madrid. 1999. 1ª edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/TD 194.4. G6.1999.

HARPER Boyd, Investigación de Mercados, Noriega Editores, México 1990.

KOTLER, Philip, introducción a la Mercadotecnia, México, Diana 2002

LAWRENCE Gitman, Administración Financiera, Pearson Educación, México 2004.

LAWRENCE Gitman, Fundamentos de Inversión, Harla, México 1997.

MALDONADO Carlos, HURTADO Jean-Paul: Códigos de conducta en turismo: tendencias internacionales y perspectivas comunitarias en América Latina, OIT, Ginebra, 2006.ROSS Stephen, Fundamentos de Finanzas Corporativas, McGraw-Hill, México 2001.

MATTHEWS, Lawrence M., Estimación de Costos de Producción, Editorial McGraw-Hill, 1ª Edición, 1984, México, 256 Pág.

SALANET, M.A., Evaluación Económica de proyectos de Inversión, El Ateneo, Buenos Aires 2003.

SAPAG Nassir Y Sapag Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Chile 2005.

SPENDOLINI Michael, Benchmarking, Norma, Colombia 1994.

STANLEY Block, Fundamentos de Gerencia Financiera, Mc Graw-Hill, Colombia 2001.

STEINER Jorge, Planeación Estratégica, Tomo I y II, quinta edición.

VILLAREAL, Arturo, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión Turística, Editorial Norma 1988.

REFERENCIAS DE SITIOS ÚTILES EN LA WEB

www.turismo.gov.ec Ministerio de Turismo del Ecuador

www.explored.com.ec/ecuador/guia.htm

<http://www.redturs.org/> Red de Turismo Comunitario de América Latina.

<http://www.ilo.org> Organización Internacional del Trabajo.

<http://www.world-tourism.org> Organización Mundial del Turismo.

www.pnuma.org Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

www.turismocomunitario.ec

<http://www.biodiv.org/> Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica.

www.unesco.org Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

www.codeso.com

<http://www.europarl.europa.eu> Parlamento Europeo.

<http://www.panda.org> The Global Conservation Organization (WWF).

<http://www.wwf.org.uk> WWF UK

<http://www.cec.org> Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte.

www.mmrree.gov.ec Ministerio de Relaciones Exteriores

ANEXOS.

ANEXO 1 PREGUNTAS DE CONOCIMIENTO

P 1 Conoce usted el cantón Gonzanamá		
si	No	Total Encuestados
65	143	208
31,25	68,75	100,00
P 2 Conoce los destinos turísticos del Cantón		
si	No	Total Encuestados
23	185	208
11,06	88,94	100,00
P3 Interes por conocer el Cantón		
si	No	Total Encuestados
189	19	208
90,87	9,13	100,00

ANEXO 2 PERSONAJES QUE HICIERON HISTORIA EN GONZANAMÁ

Algunos hechos y personajes importantes de Gonzanamá

Año	Hechos Importantes	Personajes Destacados	
		Hombres	Mujeres
1943	Cantonización de Gonzanamá (30 de septiembre)	Manuel León	Dominga León
		Draucín Simancas	Isabelina Vásquez
		Agustín Bravo	Balbina Moreno
		Daniel Ojeda	Beatriz Cueva
		Manuel A. Betancourt	
		Isidro Ayora Cueva	
1964	Llegada de las Madres Dominicanas	P. Jorge A. Quevedo	
1967	Creación del Colegio Técnico Gonzanamá		
	Del Subcentro de Salud, Complejo Ferial	Moisés Ruiz	Prof. Dolores Ludeña
1971	Creación de la Feria agrícola, ganadera y artesanal	Víctor Bravo	
		Jaime Lucio Bravo	
1978	Creación del Jardín de Infantes Juan Bautista A.		Licda. Mónica Jiménez
1979	Creación de la sucursal del BNF	Régulo Bravo	Alejandrina Palacios
		Holger Dávila	
1986	Creación del Colegio Particular Balbina Moreno		Zoila Mendieta de Bravo

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Bairon Piedra

ANEXO 3 MODELO DE ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR EL ESTUDIO DE MERCADO

1.- ¿Cuál es su género-sexo?

Masculino

Femenino

2.- ¿En qué intervalo ubicaría su edad?

18-25 años de edad

46-55 años de edad

26-35 años de edad

56-65 años de edad

36-45 años de edad

65+ años de edad

3.- ¿Cuál es su estado civil?

Solter@

Casad@

Divorciad@

Unión Libre

4.- ¿Cuál es su grado de instrucción?

Bachiller

Maestría

Universitario

Doctorado

Post-Grado

Otro

(Especifique)

5.- ¿De qué ciudad proviene?

6.- ¿Cuál es el motivo de su viaje?

- | | | | |
|------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Vacaciones | <input type="checkbox"/> | Negocios | <input type="checkbox"/> |
| Congresos | <input type="checkbox"/> | Salud | <input type="checkbox"/> |
| Deporte | <input type="checkbox"/> | Por placer y diversión | <input type="checkbox"/> |
| Curiosidad | <input type="checkbox"/> | Visitar a familiares/amigos | <input type="checkbox"/> |

7.- Es el suyo un viaje:

- Organizado por agencia de viaje Por cuenta propia

8.- ¿Qué medios de comunicación utilizó para obtener información de los destinos turísticos?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Televisión/ Radio | <input type="checkbox"/> | Agencias de viaje | <input type="checkbox"/> |
| Revistas / Periódicos | <input type="checkbox"/> | Internet | <input type="checkbox"/> |
| Amigos / Familiares | <input type="checkbox"/> | Guías turísticos | <input type="checkbox"/> |
| Consulados / Embajadas | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |

Especifique)

9.- ¿Con qué frecuencia acude usted a los destinos turísticos?

- | | | | |
|------------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Mensual | <input type="checkbox"/> |
| Semestral | <input type="checkbox"/> | Anual | <input type="checkbox"/> |
| Vacaciones | <input type="checkbox"/> | Otro | <input type="checkbox"/> |

(Especifique)

10.- ¿Qué actividades recreativas realizó con más frecuencia?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| Caminatas | <input type="checkbox"/> |
| Excursiones | <input type="checkbox"/> |
| Visitas guiadas | <input type="checkbox"/> |

- Campamentos
- Centros campestres
- Espectáculos Artísticos / Deportivos
- Discotecas / Night Clubs
- Otros (Especifique)
-

11.- ¿Qué deportes de aventura realiza?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Escalada de montaña | <input type="checkbox"/> | Bicicleta de montaña | <input type="checkbox"/> |
| Rafting | <input type="checkbox"/> | Parapente | <input type="checkbox"/> |
| Paracaidismo | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |
- (Especifique)
-

12.- ¿Cuántos días promedio dedicaría a realizar excursiones en Loja-Gonzanamá?

- | | | | |
|----------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| 1-3 días | <input type="checkbox"/> | 4-6 días | <input type="checkbox"/> |
| 1 semana | <input type="checkbox"/> | Más de una semana | <input type="checkbox"/> |

14.- ¿Cuán interesado estaría en hacer excursiones en Loja-Gonzanamá como visitas a: lagunas, aguas termales, bosques, zonas de reserva natural, otros?

- Muy interesado
- Interesado
- Poco interesado
- No me interesa

15.- Aproximadamente ¿Cuánto es su desembolso durante su estadía en Loja – Gonzanamá?

- | | | | |
|----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Menos de 500 dólares | <input type="checkbox"/> | De 501 a 1000 dólares | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | | |
| | <input type="checkbox"/> | | |

De 1001 a 1500 dólares

De 1501 a 2000 dólares

Más de 2001 dólares

16.- ¿Qué tipo de servicios o excursiones le gustaría realizar en Loja-Gonzanamá?

ANEXO 4 PONDERACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN

FUERZA	Ponderación	Condiciones	Puntaje	Gonzanamá	Sacapalca	Purunuma	A	B	C
Disponibilidad de materias primas	20	Permanente	10	X			200		
		Estacional	5		X	X		100	100
Mercado	20	Crecimiento	10	X			200		
		Estable	6		X	X		120	120
		Decreciente	2						
Disponibilidad de mano de obra	20	Permanente	10	X		X	200		200
		Estacional	5		X			100	
Existencia de infraestructura básica	20	Total	10	X			200		
		Parcial	5		X	X		100	100
		No existe	0						
Seguridad	10	Buena	10	X	X	X	100	100	100
		Regular	5						
Transporte	10	Permanente	10	X			100		
		Regular	5		X	X		50	50
TOTAL	100						900	520	620

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 5 COSTO DE INVERSIÓN DE EQUIPOS Y MAQUINARIA.

Descripción	Cantidad	Costo
Infraestructura complejo eco-turístico		251.270,00
Habitaciones	6	
Sala de uso múltiple	1	
Piscina	2	
Juegos infantiles	1	
Señalización de senderos	1	
Baños dentro de las instalaciones	3	
Canchas deportivas	6	
Sala de masajes	1	
Mini chozas	4	
Sauna	1	
Turco	1	
Hidromasaje	1	
Televisores	6	
Establo	1	
Oficina	1	
Restaurante	1	
Juegos de comedor	25	
Cocinas industriales	2	
Menaje de cocina	1	
Equipo de audio y video	2	
Juego de muebles y enseres	3	
Camas	20	
Juego de sala y comedor	3	
Carretillas	3	
Equipo de mantenimiento	3	
Otros	1	10,800.00
Tanque de reserva de agua de 10,000 galones y turbina		
Total		\$. 278.270.00

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 6 SALARIOS DE LOS EMPLEADOS

#	NOMBRE	CARGO	SUELDO UNIFICADO	11,15% IESS AP PAT	TOTAL REMUN MENSUAL	REMUNER ANUAL	DÉCIMO XIII	DÉCIMO IV	TOTAL REMUNERAC	TOTAL REMUNERAC
1	A	Gerente	600	66,90	666,90	8002,8	220	666,90	8.889,70	740,81
2	B	Secretaria Contadora	400	44,60	444,60	5335,2	220	444,60	5.999,80	499,98
3	C	Cocinero Chef	400	44,60	444,60	5335,2	220	444,60	5.999,80	499,98
4	D	Guía turístico	400	44,60	444,60	5335,2	220	444,60	5.999,80	499,98
5	E	Mercadeo	400	44,60	444,60	5335,2	220	444,60	5.999,80	499,98
6	F	Operadores del complejo	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
7	G	Operadores del complejo	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
8	H	Seguridad	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
9	I	Seguridad	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
10	J	Limpieza	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
11	K	Limpieza	275,00	30,66	305,66	3667,95	220	305,66	4.193,61	349,47
TOTAL			3.850,00	429,28	4.279,28	51.351,30	4.279,28	4.279,28	58.050,58	4.837,55

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 7 ACTIVOS NOMINALES

Activos Nominales	
Detalle	Costo
Gastos de constitución	
Elaboración estatuto	200,00
Registro Notaría Pública	50,00
Afiliación Cam. Nac. Micr.	30,00
Tramite Ruc	10,00
Patente Municipal	120,00
Tramite Sanidad	80,00
Aporte para micr.	150,00
Permiso cuerpo de bomberos	15,00
Impuestos municipales	587,48
TOTAL	1242,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 8 ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos

Detalle	Costo
Terrenos	54000
Edificaciones	109241
Muebles y Enceres	16730
Equipos de Comp. Y electrónicos	7250
Maquinaria	2320
Menajes de S-C.C-B	8306,5
Vehículos	53310
Caballos	1600
TOTAL	252757,5

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 9 EDIFICACIONES

Edificaciones				
	Tamaño(m ²)	Cantidad	Costo USD	Total
Habitaciones	20	6	165	19800,0
Chozas	16	4	150	9600,0
Sala de uso múltiple	80	1	165	13200,0
Piscinas	78	2	200	31200,0
Juegos infantiles	100	1	1250	1250,0
Señalización de senderos	18000	1	500	500,0
Baterías sanitarias	1	12	93	1116,0
Canchas deportivas	1	6	750	4500,0
Sala de masajes	20	1	165	3300,0
Sauna	15	1	175	2625,0
Turco	15	1	175	2625,0
Hidromasaje	1	1	2450	2450,0
Establo	20	1	100	2000,0
Parqueadero	80	1	75	6000,0
Oficina	20	1	165	3300,0
Restaurante	35	1	165	5775,0
TOTAL				109241,0

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 10 MUEBLES Y ENCERES

Muebles y Enceres			
	Cantidad	Costo	Total
Juegos de comedor	25	175	4375
Juegos de sala	1	1230	1230
Archivadores	5	115	575
Comodas	10	80	800
Camas	30	235	7050
Sillas	100	27	2700
Total			16730

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 11 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y ELECTRÓNICOS

Equipos de computación y electrónicos			
	Cantidad	Costo	Total
Computadora	1	480	480
Cocinas	2	530	1060
Refrigeradores	4	550	2200
Televisores plasma	6	395	2370
Equipos de Audio	10	114	1140
TOTAL			7250

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 12 MENAJES

Menajes			
Detalle	Cantidad	Costo	Total
Menaje de cocina	1	2126,5	2126,5
Menaje de dormitorios	30	113	3390
Menaje de sala	1	300	300
Menaje de comedor	30	25	750
Menaje de baños	12	145	1740
TOTAL			8306,5

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 13 VEHÍCULOS

Vehículos			
Detalle	Cantidad	Costo	Total
Camioneta doble cabina	1	19320	19320
Camión	1	24990	24990
Carretas	3	3000	9000
TOTAL			53310

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 14 MAQUINARIA

Maquinaria			
Detalle	Cantidad	Costo	Total
Bomba de agua	1	700	700
Tanque de agua	1	950	950
Compresor	1	670	670
TOTAL			2320

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 15 OTROS

Caballos	1600
----------	------

Fuente. Investigación Directa
Elaborado: Bairon Piedra Herrera

ANEXO 16 PRINCIPALES PRINCIPIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE DE ACUERDO A LA CONFERENCIA MUNDIAL DEL TURISMO REALIZADA EN ESPAÑA ENTRE EL 27 Y 28 DE ABRIL DE 1995.

Carta del Turismo Sostenible

Los participantes en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, reunidos en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 27 al 28 de Abril de 1995 apelan a la comunidad internacional, y en particular INSTAN a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decidores y profesionales en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas, a adoptar los siguientes principios y objetivos de esta declaración:

1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.
2. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.
3. El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos.

4. La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo.

5. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto público como privado. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.

6. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.

7. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basadas en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos.

8. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.

9. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.

10. Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONGs y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.

11. Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes medioambientales.

12. Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística.

13. Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También han de recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto.

14. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de las pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica.

15. Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONGs responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de

investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.

16. La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional.

17. La industria turística, en colaboración con los organismos y ONGs con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas. Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados, informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias.



18. Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas.

19. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables.

20. Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del

turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

ANEXO 17 FORMULARIO DE DECLARACIÓN DEL UNO POR MIL DEL IMPUESTO A LA RENTA SOBRE LOS ACTIVOS FIJOS.

FORMULARIO DE DECLARACION DEL UNO POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS RGNT-006					
					
FONDO MIXTO DE PROMOCION TURISTICA					
FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS BASE LEGAL: Art. 40 Literal "a" Ley de Turismo, Registro oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002 Art 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004					
IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE			100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN		
		AÑO	SERIE		
201	RUC:	202	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN:		
		DIRECCION :			
ESTADO DE SITUACIÓN					
340 ACTIVO FIJO					
ACTIVO FIJO TANGIBLE			ACTIVO FIJO INTANGIBLE		
TERRENOS	341		MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	361	
EDIFICIOS E INSTALACIONES	343		(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	363	
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	345		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE	365	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	347		TOTAL ACTIVO FIJO	369	
VEHÍCULOS	349		CONTRIBUCIÓN CAUSADA 1 X MIL		
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	351		RECARGOS POR MORA		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJO	353		MULTAS		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVOS FIJO	355		TOTAL A PAGAR		
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	359		ESPACIO PARA SELLOS		
<p>Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, a la vez que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en caso de falsedad o perjuicio.</p>					
Nombre del Declarante					
CI:					
Firma:					

