

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA ECONOMÍA



TEMA:

LA INVERSIÓN ECOTURÍSTICA EN EL PARQUE NACIONAL COTOPAXI Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL ÁREA DE INFLUENCIA.

Eco. Álvaro Vayas

AUTOR: María Belén Tufiño Aguilar

AMBATO- ECUADOR


2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Álvaro Vayas en mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema “La inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi y su impacto en el desarrollo económico del área de influencia., considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Trabajo estructurado de manera individual de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de los proyectos de investigación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por el profesor calificador designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, Marzo 2015



Eco. Álvaro Vayas
TUTOR

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el informe investigativo: “La inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi y su impacto en el desarrollo económico del área de influencia. Como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, Marzo 2015



María Belén Tufiño
AUTORA
CI. 1804365110

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Investigación, sobre el tema: “La inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi y su impacto en el desarrollo económico del área de influencia. Elaborado por María Belén Tufiño, la misma que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.


Ambato, Marzo 2015

Para constancia firman



Ing. Roberto Valencia

PROFESOR CALIFICADOR



Econ. David Ortiz

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi vida profesional, por derramar sus bendiciones sobre mí y llenarme de fortaleza para vencer todos los obstáculos, a mis padres, por todo el esfuerzo, sacrificio y por brindarme todo el amor, confianza y apoyo incondicional en cada momento de mi vida e impulsarme a terminar mi carrera, a mi hermana pues ella es el espejo en el cual me quiero reflejar por sus muchas virtudes y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más, a mi esposo, pues es mi compañero de la vida con el que comparto cada una de mis alegrías y tristezas, y juntos seguimos adelante. A mi hijo Santiago Alejandro, pues es mi mayor motivación es el motor fundamental de mi vida quien me da las fuerzas para levantarme día tras día y poder ser un ejemplo para él.

MARÍA BELÉN

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, pues es el que me dio fuerza y fe para creer lo que me parecía imposible terminar, pues siempre me decía mira que te mando que te esfuerces y seas valiente, no temas ni desmayes porque yo estaré contigo a donde quiera que vayas.

A mis padres, que con su ejemplo me han enseñado a no desfallecer, ni rendirme ante nada, a ser perseverantes a través de sus sabios consejos. Quienes han estado corrigiendo mis caminos y celebrando mis triunfos y alegrías.

A mi hermana, quien ha sabido impulsarme a culminar y no rendirme en el camino, quien con sus sabias palabras me insistía en seguir adelante, a no darme por vencida y apoyarme en todo sentido.

A mi esposo, quien siempre estaba al pendiente de mí, y me acompañó en toda la carrera universitaria siendo mi amigo, compañero y ahora compañero de mi vida.

A mi abuelita quien siempre nos tiene presente en cada una de sus oraciones, y ella en las mías, quien juntamente con mi abuelito que físicamente no se encuentra con nosotros pero su corazón y sus bendiciones siempre están junto conmigo, me recuerdan los gratos momentos que compartí desde niña junto con él.

A mi familia, quienes han estado junto a mí cuando más lo necesito, dándome su apoyo incondicional en los momentos más difíciles.

A mi tutor de tesis Eco. Álvaro Vayas, por sus conocimientos, experiencia, paciencia, orientación y ayuda que me brindó para la realización de la tesis, por su apoyo y amistad que me permitieron aprender mucho más de lo estudiado en las aulas.

MARÍA BELÉN

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

| | |
|--|-------|
| Página de título o portada | i |
| Página de aprobación por el tutor | ii |
| Página de autoría de la tesis | iii |
| Página de aprobación del tribunal de grado | iv |
| Índice general de contenidos | vi |
| Resumen Ejecutivo..... | xv |
| Executive Summary..... | xviii |
| INTRODUCCIÒN..... | 1 |

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

| | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1. Tema de Investigación..... | 2 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 2 |
| 1.2.1. Contextualización..... | 2 |
| 1.2.1.1. Macro..... | 2 |
| 1.2.1.2. Meso..... | 3 |
| 1.2.1.3. Micro..... | 5 |
| 1.2.4. Formulación del Problema..... | 7 |
| 1.2.5. Interrogantes..... | 7 |
| 1.2.6. Delimitación..... | 8 |
| 1.3. Justificación..... | 8 |
| 1.4. Objetivos..... | 9 |
| 1.4.1. General..... | 9 |
| 1.4.2. Específicos..... | 9 |

CAPÍTULO II MARCO TEORICO

| | |
|--------------------------------------|----|
| 2.1 Antecedentes investigativos..... | 10 |
| 2.2 Fundamentación Filosófica..... | 12 |

| | |
|---|----|
| 2.3 Fundamentación Legal | 12 |
| Normativa legal que ampara a los centros de turismo comunitario | 13 |
| Fundamentación Teórica | 17 |
| Administración financiera..... | 17 |
| Proyectos de inversión | 17 |
| Estudio de mercado..... | 17 |
| Estructura del análisis..... | 18 |
| Parámetros de la investigación de mercados..... | 18 |
| Objetivos del estudio de mercado..... | 19 |
| Clasificación | 19 |
| Identificación del producto o servicio | 20 |
| Clasificación del producto o servicio | 20 |
| Concepto de demanda | 21 |
| Clases de demanda..... | 21 |
| Pronostico dela demanda | 22 |
| Análisis cuantitativo de pronósticos | 22 |
| Demanda potencial y demanda efectiva | 23 |
| Análisis de la oferta | 24 |
| Principales tipos de oferta..... | 25 |
| Factores que influyen en la oferta..... | 25 |
| Oferta externa..... | 26 |
| Determinación de la demanda potencial insatisfecha | 26 |
| Canales de comercialización | 26 |
| Estrategias de comercialización..... | 27 |
| Comercialización del producto..... | 27 |
| Canales de distribución y su naturaleza..... | 28 |
| Estudio técnico | 29 |
| Objetivo general | 29 |
| Determinación del tamaño de la planta e instalaciones físicas | 29 |
| Localización de la planta y otras instalaciones físicas..... | 30 |
| Importancia para la decisión para la localización | 30 |
| El tamaño del proyecto y la demanda | 30 |

| | |
|--|----|
| El tamaño del proyecto y los suministros e insumos | 31 |
| Localización del proyecto..... | 31 |
| Alcance de la localización..... | 31 |
| Métodos de la localización..... | 31 |
| Ingeniería del proyecto | 33 |
| Descripción del producto | 33 |
| Proceso de producción | 34 |
| Análisis de las tecnologías disponibles | 34 |
| Descripción del proceso de producción | 34 |
| Distribución de la planta..... | 34 |
| Análisis económico | 36 |
| Clases de inversión | 36 |
| Presupuesto de inversión | 36 |
| Fuentes internas de financiamiento | 36 |
| Fuentes externas de financiamiento | 37 |
| Determinación de los costos | 37 |
| Costos de producción | 37 |
| Gastos..... | 38 |
| Capital de trabajo..... | 38 |
| Punto de equilibrio..... | 38 |
| Evaluación económica..... | 39 |
| Valor presente neto (VPN)..... | 39 |
| Tasa interna de rendimiento (TIR) | 39 |
| Periodo de recuperación de capital..... | 40 |
| Promoción turística | 40 |
| Turismo Integrador | 40 |
| Globalización financiera..... | 41 |
| Economía | 41 |
| Desarrollo económico | 41 |
| Clases de desarrollo económico | 41 |
| Desarrollo sustentable. | 42 |
| Desarrollo sostenible. | 42 |

| | |
|---|----|
| Factores | 42 |
| Factores determinantes del desarrollo económico | 43 |
| Elementos del desarrollo económico | 44 |
| Ciclo económico | 45 |
| Cima. | 45 |
| Shocks..... | 46 |
| - Recuperación. | 46 |
| - Brecha de producción..... | 46 |
| 2.5 Hipótesis..... | 46 |
| 2.6 Señalamiento de variables..... | 46 |

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

| | |
|---|----|
| 3.1 Modalidad Básica de la investigación. | 47 |
| 3.1.1 Investigación de campo | 47 |
| 3.1.2 Investigación bibliográfica | 47 |
| 3.2 Nivel o tipo de Investigación | 47 |
| 3.2.1 Investigación Exploratoria | 47 |
| 3.2.2 Investigación Descriptiva | 48 |
| 3.2.3 Investigación Correlacional | 48 |
| 3.3 Población y Muestra | 48 |
| Población..... | 48 |
| Muestra | 49 |
| 3.5 Plan de recolección de información | 52 |
| 3.6 Plan de procesamiento de la información | 52 |

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|---|----|
| 4.1 Análisis | 53 |
| 4.2 Interpretación..... | 53 |
| 4.3 Verificación del chi- cuadrado..... | 74 |

| | |
|-----------------------------|----|
| Modelo Lógico | 75 |
| Nivel de Significación..... | 75 |

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|---------------------------|----|
| 5.1 Conclusiones | 79 |
| 5.2 Recomendaciones | 80 |

CAPÍTULO VI LA PROPUESTA

| | |
|--|----|
| Título:..... | 82 |
| 6.1. Datos informativos | 82 |
| Equipo Responsable..... | 82 |
| Beneficiarios | 82 |
| 6.2 Antecedentes de la propuesta | 83 |
| 6.3 Justificación | 85 |
| 6.4. Objetivos..... | 86 |
| Objetivo general | 86 |
| Objetivos específicos..... | 86 |
| 6.5 Análisis de factibilidad..... | 86 |
| 6.6. Fundamentación | 87 |
| Estudio de mercado..... | 87 |
| Estudio técnico | 87 |
| Estudio Económico | 87 |
| 6.7 Modelo operativo | 87 |
| I ETAPA..... | 88 |
| Análisis del entorno | 88 |
| Demanda..... | 89 |
| INGENIERÍA DEL PROYECTO | 94 |
| Diseño organizacional | 96 |

| | |
|---|-----|
| Evaluación financiera..... | 100 |
| TIR | 101 |
| 6.8 Administración de la propuesta..... | 104 |
| 6.9. Evaluación de la propuesta..... | 104 |
| Bibliografía..... | 105 |
| Anexos..... | 106 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Grafico N° 01.- turismo | 2 |
| Gráfico N° 02.- Preferencias de visita atractivos turísticos nacionales | 4 |
| Gráfico N° 03.- Árbol de problemas | 7 |
| Gráfico N° 04.- Categorías Fundamentales | 14 |
| Gráfico N° 05.- Variable Independiente: Inversión eco turística | 15 |
| Gráfico N° 06.- Variable dependiente: Desarrollo económico | 16 |
| Gráfico N° 07.- Demanda potencial efectiva | 24 |
| Gráfico N° 08.- canales de comercialización..... | 27 |
| Gráfico N° 09.- Inversión en el Desarrollo..... | 54 |
| Gráfico N° 10.- Inversión Ecoturístico | 55 |
| Gráfico N° 11.- Desarrollo de las Inversiones | 56 |
| Gráfico N° 12.- Visita de turistas | 57 |
| Gráfico N° 13.- Nuevos Proyectos | 58 |
| Gráfico N° 14.- Organización de una nueva inversión..... | 59 |
| Gráfico N° 15.- Ingresos | 60 |
| Gráfico N° 16.- Mejoramiento | 61 |
| Gráfico N° 17.- Calidad de vida | 62 |
| Gráfico N° 18.- Desarrollo económico..... | 63 |
| Gráfico N° 19.- Servicios | 64 |
| Gráfico N° 20.- Desarrollo comunitario..... | 65 |
| Gráfico N° 21.- Ingresos | 66 |
| Gráfico N° 22.- Gasto | 67 |
| Gráfico N° 23.- Plan de inversión..... | 68 |
| Gráfico N° 24.- Satisfacer los requerimientos | 69 |
| Gráfico N° 25.- Destinos turísticos | 70 |
| Gráfico N° 26.- Imagen eco turístico | 71 |
| Gráfico N° 27.- Desarrollo económico..... | 72 |
| Gráfico N° 28.- Migración de los habitantes..... | 73 |
| Gráfico N° 29.- GRÁFICO DE VERIFICACIÓN..... | 78 |
| Gráfico N° 30.- modelo operativo..... | 88 |

| | |
|--|----|
| Gráfico N° 31.- proyección de cobertura en el mercado..... | 90 |
| Gráfico N° 32.- proyección de la oferta de visitantes..... | 92 |
| Gráfico N° 33.- demanda potencial insatisfecha | 93 |
| Gráfico N° 34.- diseño organizacional..... | 96 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla N° 01.- Inversión en el Desarrollo | 54 |
| Tabla N° 02.- Inversión Ecoturístico..... | 55 |
| Tabla N° 03.- Desarrollo de las Inversiones | 56 |
| Tabla N° 04.- Visita de turistas..... | 57 |
| Tabla N° 05.- Nuevos Proyectos..... | 58 |
| Tabla N° 06.- Organización de una nueva inversión | 59 |
| Tabla N° 07.- Ingresos..... | 60 |
| Tabla N° 08.- Mejoramiento | 61 |
| Tabla N° 09.- Calidad de vida | 62 |
| Tabla N° 10.- Desarrollo económico | 63 |
| Tabla N° 11.- Servicios | 64 |
| Tabla N° 12.- Desarrollo comunitario | 65 |
| Tabla N° 13.- Ingresos..... | 66 |
| Tabla N° 14.- Gasto | 67 |
| Tabla N° 15.- Plan de inversión | 68 |
| Tabla N° 16.- Satisfacer los requerimientos | 69 |
| Tabla N° 17.- Destinos turísticos..... | 70 |
| Tabla N° 18.- Imagen eco turístico..... | 71 |
| Tabla N° 19.- Desarrollo económico | 72 |
| Tabla N° 20.- Migración de los habitantes | 73 |
| Tabla N° 21.- Frecuencias observadas | 76 |
| Tabla N° 22.- Frecuencias esperadas..... | 77 |
| Tabla N° 23.- Tabla de contingencia..... | 77 |

| | |
|---|-----|
| Tabla N° 24.- Demanda | 89 |
| Tabla N° 25.- Proyección de la demanda..... | 90 |
| Tabla N° 26.- OFERTA | 91 |
| Tabla N° 27.- Proyección De La Oferta..... | 92 |
| Tabla N° 28.- DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA | 93 |
| Tabla N° 29.- PLAN DE INVERSIÓN | 97 |
| Tabla N° 30.- CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO | 98 |
| Tabla N° 31.- FINANCIAMIENTO | 98 |
| Tabla N° 32.- INGRESO POR VENTAS | 99 |
| Tabla N° 33.- Balance de situación inicial | 99 |
| Tabla N° 34.- FLUJO DE CAJA | 100 |
| Tabla N° 35.- Costo beneficio | 102 |
| Tabla N° 36.- Periodo de recuperación de la inversión | 103 |
| Tabla N° 37.- ESTADO DE RESULTADOS | 103 |

Índice de Cuadros

| | |
|--|----|
| Cuadro N° 01.- Variable Independiente: Inversión eco turística | 50 |
| Cuadro N° 02.- Variable dependiente: Desarrollo Económico..... | 51 |

Índice de Flujograma

| | |
|--|----|
| Flujograma N° 01.- Flujo de atención al cliente..... | 95 |
|--|----|

Resumen Ejecutivo

La problemática de la región está determinada debido a que no existe un adecuado servicio turístico, el cual se presenta en base a factores de resistencia, de tal manera que no generar inversión turística limita el desarrollo integral, en este sentido en la metodología se efectuó una investigación de campo en el cual se encuestó a los habitantes para conocer las falencias existentes en el medio, lo cual permitió concluir que no existe apertura a nuevas inversiones en el área turística lo cual afecta al desarrollo económico y por ende no se promueve la dinamización de los recursos, de tal manera que la propuesta va orientada a generar un cambio paradigmático, el mismo que promueva y genere trabajo en base a la organización, unión y asociatividad, para así lograr una mejor calidad de vida y por ende establecer una mayor demanda en el medio.

Palabras claves: inversión, gestión, desarrollo, economía. Demanda, oferta, calidad de vida.

Executive Summary

The problems of the region is determined because there is no adequate tourist service, which is presented on the basis of resistance factors , so do not generate tourism investment limits the overall development in this regard in the methodology made la research field in which the inhabitants was surveyed to meet existing shortcomings in the middle , which led to the conclusion that there is openness to new investments in tourism which affects economic development and thus energizing is not promoted resources , so that the proposal is aimed at creating a paradigm shift , the same that promotes and generate work based on the organization , union and partnership in order to achieve a better quality of life and thus establish greater demand between.

Keywords: investment, management, development, economy. Demand, supply, quality of life.

INTRODUCCIÓN

El generar alternativas de cambio permitirán mejorar la calidad de vida y el desarrollo económico será maximizado para potencializar los recursos y entonces poder acceder a emprendimientos y está determinada por los siguientes capítulos:

El Capítulo I contiene la Contextualización, Macro, Meso y Micro, Análisis Crítico, Prognosis, Formulación del Problema, Interrogantes, Delimitación del Objetivo de Investigación, Justificación, Objetivo General y Específicos.

El Capítulo II se analizará el Marco Teórico, que inicia con Antecedentes Investigativos, Fundamentos Filosóficos, Hipótesis y Señalamiento de Variables.

El Capítulo III abarca la metodología que será utilizada se tomará en cuenta un diseño de investigación basada en la indagación de campo y bibliografía documental, que será la modalidad básica de investigación, población y muestra operacional de variables, técnicas e instrumentos, recolección y procesamiento de la información.

El Capítulo IV se refiere al análisis e interpretación de resultados obtenidos en la investigación. Presenta cuadros con frecuencias, porcentajes de cada pregunta para obtener conclusiones parciales que servirán para la verificación de la hipótesis.

El Capítulo V se refiere a las Conclusiones y Recomendaciones una vez logrados los resultados obtenidos de la investigación teórica como práctica.

El Capítulo VI presenta una Propuesta de elaboración de una Guía Didáctica para la elaboración creación de un plan de inversión.

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1. Tema de Investigación

La inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi y su impacto en el desarrollo económico del área de influencia.

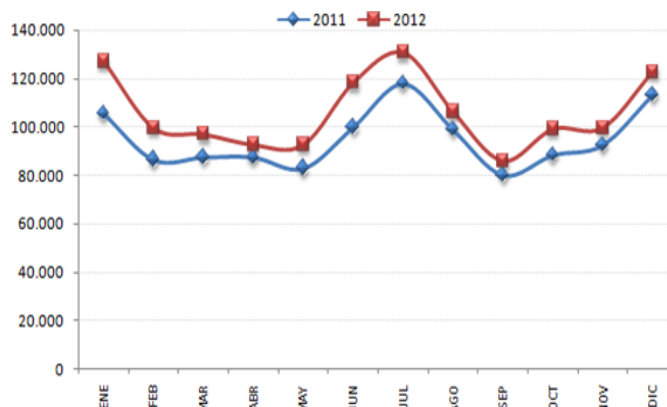
1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macro

El desarrollo del Parque Nacional Cotopaxi de una manera ha sido beneficiado por la inversión ecoturística por parte del Estado, pero en los últimos años el mismo ha sido dejado de lado, y por ende su impacto en el área de influencia ha disminuido. Según Ministerio del Medio Ambiente,(2012) *“el 34,46% extranjeros visitan áreas naturales en el país al año 2011 y por ende ha generado 849,7 millones de dólares de ingresos por turismo al año.”* Por este motivo se observa que el turismo es una fuente significativa de ingresos y por la misma razón se debería tomar medidas para que pueda seguir existiendo un incremento del mismo.

Grafico N° 01.- Turismo



Fuente:

(<http://www.turismo.gov.ec//2013, 2013>)

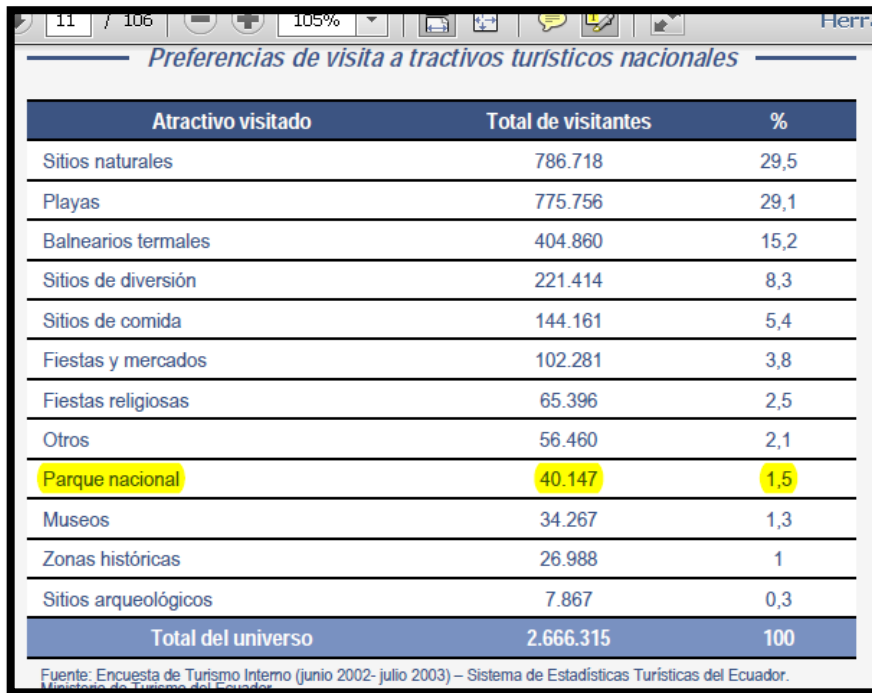
Se establece entonces que existe una alta influencia de la visita extranjera en el país, pero se orienta con más énfasis a la región sierra e insular, o cual determina la problemática es decir no existe un adecuado servicio comunitario en la región central lo cual genera la inexistencia de inversión eco turística en otras regiones del país limitando esto el desarrollo económico del área de influencia y afectando la calidad de vida de los habitantes.

1.2.1.2. Meso

Según Ministerio del Medio Ambiente, (2011) *“la concentración de la demanda nacional y extranjera está bordeando los 3,85%”*. Sabemos que entre las ciudades preferidas para visitar está Cotopaxi, y se debe a sus atractivos turísticos en especial al Parque Nacional Cotopaxi. Aunque el Parque Nacional Cotopaxi es una de las áreas más pequeñas del Sistema Nacional de áreas protegidas y también es una de las más preferidas de visita de atractivos turísticos nacionales.

El Parque Nacional Cotopaxi cuenta con 33.393 hectáreas al que se le reconoce la importancia del turismo, gracias al potencial de sus recursos naturales, escénicos, culturales y el beneficio que representa para el desarrollo del país y la provincia de Cotopaxi. Según PLANDETUR 2020 (2013) señala que uno de sus objetivos sería *“Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.”* Puesto que si se quiere observar la calidad de vida del área de influencia debemos mejorarla y coordinar para que todos los esfuerzos realizados se mantengan a largo plazo es decir pueda ser sostenibles y sustentables.

Gráfico N° 02.-Preferencias de visita atractivos turísticos nacionales



| Atractivo visitado | Total de visitantes | % |
|---------------------------|---------------------|------------|
| Sitios naturales | 786.718 | 29,5 |
| Playas | 775.756 | 29,1 |
| Balnearios termales | 404.860 | 15,2 |
| Sitios de diversión | 221.414 | 8,3 |
| Sitios de comida | 144.161 | 5,4 |
| Fiestas y mercados | 102.281 | 3,8 |
| Fiestas religiosas | 65.396 | 2,5 |
| Otros | 56.460 | 2,1 |
| Parque nacional | 40.147 | 1,5 |
| Museos | 34.267 | 1,3 |
| Zonas históricas | 26.988 | 1 |
| Sitios arqueológicos | 7.867 | 0,3 |
| Total del universo | 2.666.315 | 100 |

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.
Ministerio de Turismo del Ecuador.

Elaborado por: Sistema de estadísticas turísticas del Ecuador

Según la Avilés ,Efrén, (2012) En la provincia de Cotopaxi la economía se basa principalmente en la agricultura y en la ganadería, y se destaca por su producción de granos, leche y sus derivados, su lengua indígena Cotopaxi significa «Trono de la Luna», y en su folklore se destacan los danzantes de Pujilí, en la fiesta de Corpus; y La Mama Negra, en el mes de septiembre.

Se observa entonces que la problemática esta generada por varios factores uno de ellos es la desorganización en los servicios comunitarios lo cual conlleva a que no exista inversión eco turística para todas las áreas generando esto un bajo desarrollo económico y por ende no se potencializan los recursos internos.

1.2.1.3. Micro

En la investigación de Fundación Páramo, (2007) *“La zona de influencia directa es la parroquia rural de Mulaló (Provincia de Cotopaxi) y la parroquia urbana de Machachi (provincia de Pichincha), Existe una diferencia sustancial en dotación de servicios básicos y educación entre ambas parroquias, donde la Parroquia de Mulaló muestra mayores deficiencias, tal vez por el hecho de ser rural a diferencia de Machachi que es cabecera cantonal. Existen poblaciones aledañas de menor tamaño que se encuentran en la zona de influencia directa como son al Sur: Santa Rita, San Agustín, San Ramón, Ticatilin; y en el lado Norte las poblaciones de Güitig, San Miguel, El Pedregal, Loreto de El Pedregal y Rumipamba.”*

Se determina entonces que se da la problemática también, por cuanto se presenta niveles de migración a las grandes ciudades, impidiendo esto la apropiación de su cultura de sus tradiciones, afectando a la imagen de la localidad y a su desconocimiento en la región y en el país, de tal manera que no existe una amplia demanda de visitantes el cual se refleja en la limitación de ingresos económicos.

Se determina entonces que el no generar un servicio comunitario integral ocasiona que no exista inversión eco turística, para maximizar la promoción del Parque Nacional Cotopaxi, lo cual conlleva a que se establezca una distribución poco equitativa de los recursos y entonces se limita el desarrollo económico y a las poblaciones aledañas de menor tamaño generen una mejor calidad de vida.

Por tanto el no estructurar un cambio de visión a una cultura de trabajo interno en base a los recursos sustentables del medio ambiente limita el acceso a nuevas formas de vida, en el cual no se potencializa la educación y la salud de tal manera que los habitantes no mejorar su nivel en ningún factor mencionado limitando su desarrollo social.

1.2.2. Análisis crítico

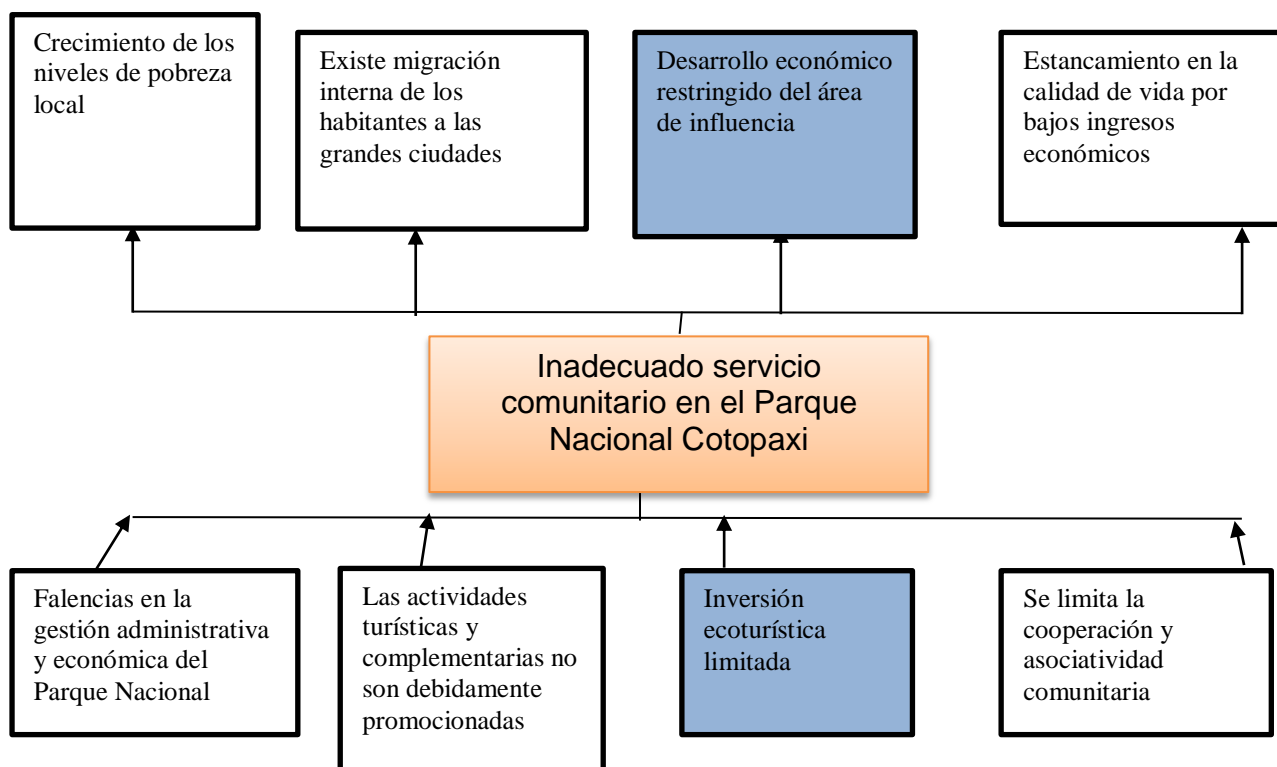
La problemática del inadecuado servicio comunitario en el Parque Nacional Cotopaxi, ha sido ocasionada porque se evidencia que la deficiente gestión administrativa y financiera que se ejecuta no permite generar recursos para poder realizar actividades de comercialización turística, lo cual conlleva a que se evidencie el crecimiento de los niveles de pobreza local en los habitantes de la región.

Otro factor importante es que las actividades turísticas y complementarias no son debidamente promocionadas, es decir no existe publicidad para generar conocimiento del parque limitando esto su visita de turista internos y externos, lo que da lugar a exista migración interna de los habitantes a las grandes ciudades.

Por tanto la inversión eco turística es limitada, generando esto un desarrollo económico restringido del área de influencia y por ende no se posee ventajas turísticas competitivas en el entorno.

Finalmente se evidencia que se limita la cooperación y asociatividad comunitaria en los habitantes, de tal manera que se da pasó al estancamiento en la calidad de vida por bajos ingresos económicos, ya que no existen fuentes internas de trabajo.

Gráfico N° 03.- Árbol de problemas



1.2.4. Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto de la inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi en el desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Cuáles son los factores que limitan la generación de inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi?
- ¿De qué manera el bajo desarrollo económico afecta la calidad de vida de los habitantes de la región de influencia?
- ¿Cómo mejorar la inversión ecoturística en el Parque Nacional Cotopaxi para fortalecer el desarrollo económico de la zona de influencia?

1.2.6. Delimitación

Campo: Economía

Área: Microeconomía

Aspecto: Inversión ecoturística, desarrollo económico

Delimitación Espacial: La presente investigación se va a desarrollar en comunidad de Santa Rita.

Delimitación Temporal: La presente investigación evaluará el desarrollo económico del área de influencia del Parque Nacional Cotopaxi los últimos dos años y la parte operativa de campo se desarrollará el primer trimestre del 2014.

Delimitación Poblacional: En la presente investigación los elementos de observación lo constituyen las poblaciones que se encuentran ubicadas en comunidad de Santa Rita.

1.3. Justificación

La presente investigación es importante porque se pretende generar nuevas alternativas en la calidad de vida de los habitantes de la región de influencia del Parque Nacional Cotopaxi como Mulaló (Provincia de Cotopaxi), Santa Rita, San Agustín, San Ramón, Ticatilin; y en el lado Norte las poblaciones de Gütig, San Miguel, El Pedregal, Loreto de El Pedregal y Rumipamba, mediante proyectos y planes de inversión que potencialicen el aprovechamiento de los recursos y que estos se reflejen en el mejoramiento del desarrollo económico para así poder acceder a la dinamización económica.

La importancia radica al momento de que se genere una gestión financiera sólida e integral mediante una inversión innovadora la cual a

través de la integración y compromiso interno permita acceder a un eco turismo comunitario consistente en el cual exista apoyo de cada uno de los habitantes y entonces poder acceder a fomentar y crear fuentes de empleo.

Es novedosa la investigación porque se pretende generar una inversión mediante la alta demanda de los visitantes y así poder acceder a fuentes económicas seguras para poder proyectar la imagen del Parque Nacional Cotopaxi como eje de desarrollo económico, fomentando una actividad turística sostenible interna y externamente.

La factibilidad está orientada por el compromiso abierto de los habitantes para poder establecer un cambio direccional a las actividades turísticas mediante integración y cooperación al desarrollo económico individual y colectivo.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Determinar el impacto de la inversión económica en el Parque Nacional Cotopaxi en el desarrollo económico del área de influencia para el mejoramiento de la calidad de vida de la población involucrada.

1.4.2. Específicos

- Determinar los factores que limitan la inversión en el Parque Nacional Cotopaxi para el mejoramiento de la calidad de vida comunidad de Santa Rita.
- Establecer los elementos que limitan el desarrollo económico de la población para el fortalecimiento de su actividad económica.
- Proponer una alternativa de solución para el mejoramiento económico de la comunidad de Santa Rita.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Para el proceso investigativo se generó un análisis de los siguientes trabajos:

De Cúpo, Maritza (2010, pág. 85) se manifiesta que: “Para el desarrollo del presente proyecto se propuso: Diseñar el producto turístico para la Operación de Turismo Comunitario CEDIBAL (filial de la CORDTUCH), comunidad de Balda Lupaxi Bajo, parroquia Columbe, cantón Colta, provincia de Chimborazo; proponiéndose identificar y analizar el potencial turístico de la zona incluyendo requerimientos, necesidades (FODA); con el estudio de mercado considerando características de la oferta y demanda, realizando una confrontación entre ambas; determinando el perfil del turista potencial para estructurar el producto turístico comunitario. Obteniendo una demanda objetivo de mercado de 656 turistas para el 2010, desarrollando la planta turística necesaria, los paquetes y rutas turísticas, los servicios y los productos complementarios.

Establecer la unidad de gestión del emprendimiento comunitario definiendo el personal necesario, estableciendo funciones y procedimientos para la prestación de servicios turísticos; precisando estrategias de promoción y comercialización del producto en función de Marketing Mix considerando: producto, precio, plaza y promoción, teniendo como demanda potencial al turista extranjero; efectuando el análisis económico y financiero, tomando en consideración: el costeo de obras, la TIR , el Valor Actual Neto y el Punto de Equilibrio, logrando identificar la viabilidad del proyecto. Concluyendo que la comunidad posee potencial turístico, pudiendo desarrollarse de forma sostenible, una vez terminando el diseño del producto turístico comunitario; ejecutando esta investigación la Operación de Turismo Comunitario CEDIBAL y la

comunidad de Balda Lupaxi Bajo optimizan el patrimonio cultural y natural de la localidad, contribuyendo a su planificación; recomendando impulsar la elaboración de diversos estudios, capacitaciones y acciones que aporten a la planificación su desarrollo.”

En este contexto, para diseñar el producto turístico de la Operación de la zona en estudio con su FODA, su mercado, la oferta y demanda, el perfil del turista potencial, con sus resultados se establece la unidad de gestión de emprendimiento que no es sino el proceso emprendido por una o más personas para coordinar las actividades laborales y la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos, con el adecuado uso de los recursos disponibles, con la adecuada presentación de servicios turísticos, con sus estrategias para su comercialización con el Marketing Mix, las 4 P, identificando sus variables y todo aquello que aporte a la planificación para su desarrollo.

De Godoy, Elena (2012, pág. 74) se manifiesta que: “La presente investigación contiene el plan de tesis, el mismo que describe el diagnóstico situacional de la parroquia 6 de Julio de Cuellaje la cual es una parroquia rural del Cantón Cotacachi perteneciente a la Provincia de Imbabura.

Dentro de la caracterización de la zona se menciona que, Cuellaje es un pueblo pintoresco lleno de gente amable e innumerables atractivos naturales como la reserva ecológica Cotacachi - Cayapas. El Plan de Desarrollo Turístico Comunitario, destaca la creación de un “Centro de Información y Desarrollo Turístico Parroquial”, el cual tendrá como objetivo dar a conocer las diferentes opciones de lugares que se puede visitar con una completa información. Por último se puntualizan las principales conclusiones y en base de estas las debidas recomendaciones, convirtiéndose en directrices a través de las cuales se podrán cumplir los objetivos y metas trazados en la investigación.”.

El turismo comunitario hoy en día es una fuente de ingresos para los pueblos, en donde se pueda aprovechar de la mejor manera sus recursos realizando un plan de desarrollo turístico comunitario que consiste en “enseñar a pescar” a la población y no en “darle pescado”. La segunda

medida pertenecería al asistencialismo, mientras que la primera pretende potenciar las capacidades de la gente y promover la autosuficiencia.

2.2 Fundamentación Filosófica

En el desarrollo del trabajo investigativo se tomó en consideración el paradigma crítico propositivo, en el cual mediante la crítica del problema, es decir del inadecuado servicio comunitario en el Parque Nacional Cotopaxi, se generar alternativas de cambio para fortalecer y aprovechar cada uno de los recursos.

Es decir se determina porque nos e genera un sistema de inversión el cual potencialice cada uno de los recursos y por ende se limita la calidad de vida, de tal manera que el desarrollo económico no es sostenible, necesitando un cambio en el cual las oportunidades de mejoramiento permita generar mayor accesibilidad a mejorar su sistema de vida de la localidad.

2.3 Fundamentación Legal

En el aspecto legal para el presente estudio se basará en la Ley de Turismo y en los reglamentos amparados en la constitución del país de acuerdo a las normas establecidas por los ministerios del ramo.

LEY DE TURISMO

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

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

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

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

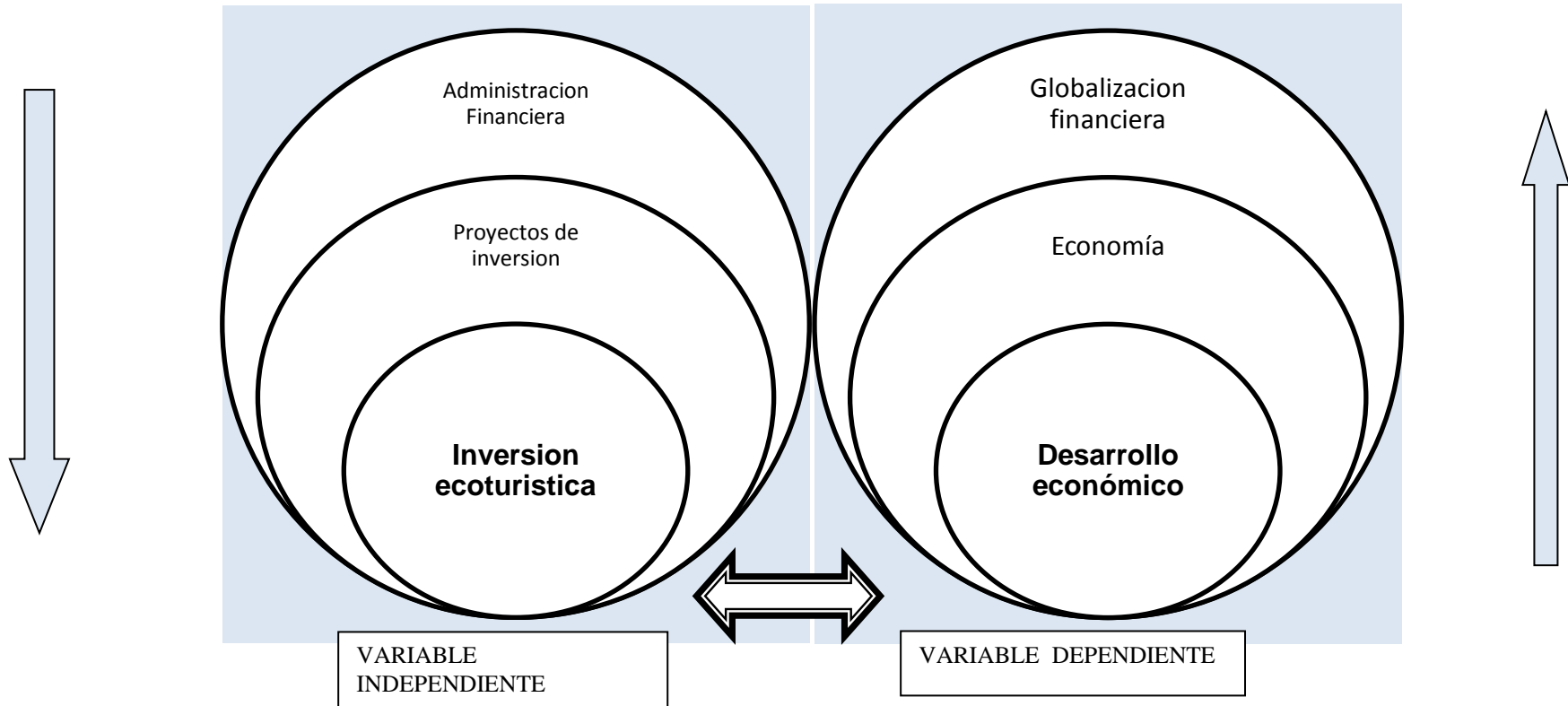
Normativa legal que ampara a los centros de turismo comunitario

Conforme lo establece el Art.1 del Reglamento de Turismo Comunitario, que señala: “Definición.- Se entiende por Turismo Comunitario la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.”

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

Categorías Fundamentales

Gráfico N° 04



Fuente Investigación de campo

Elaborado por: María Belén Tufiño

Gráfico N° 05.- Variable Independiente: **Inversión eco turística**

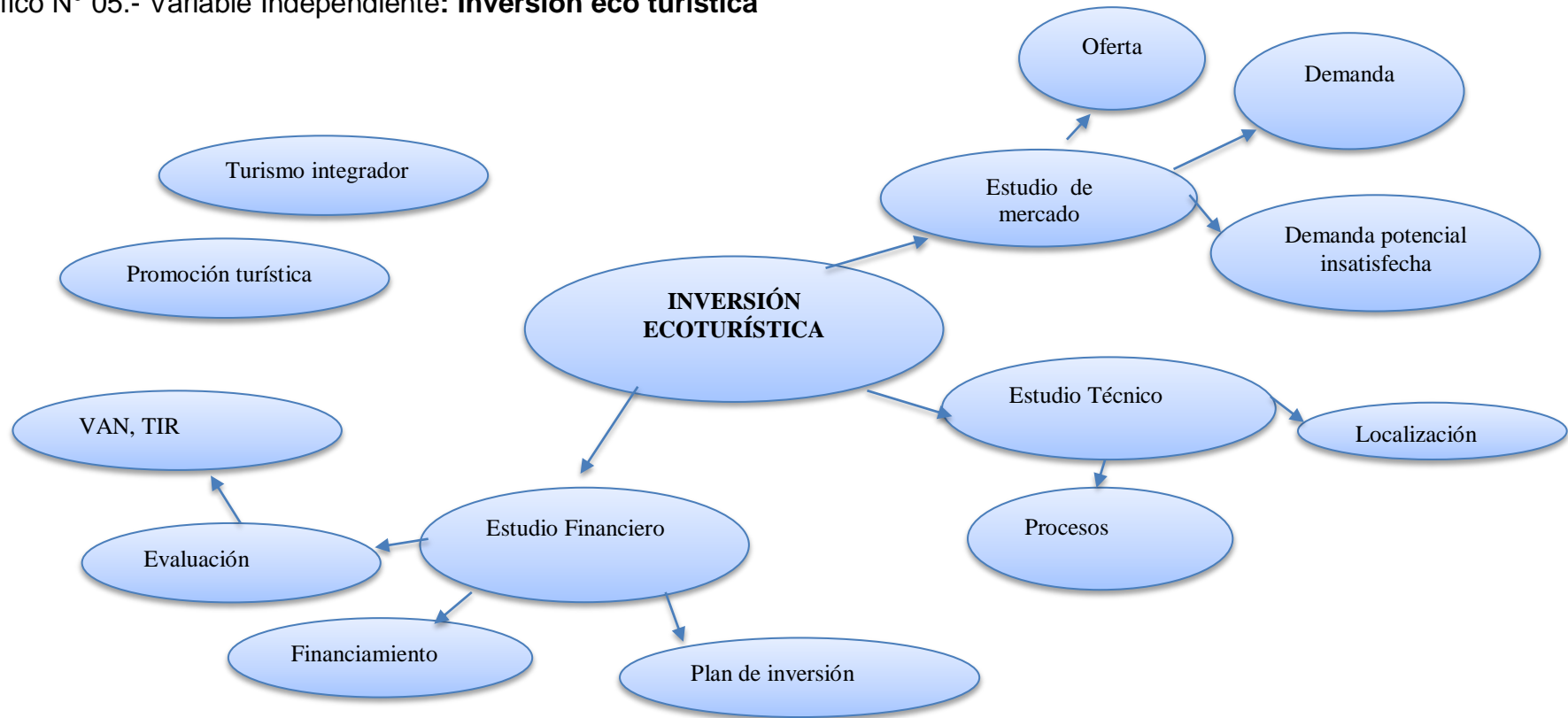
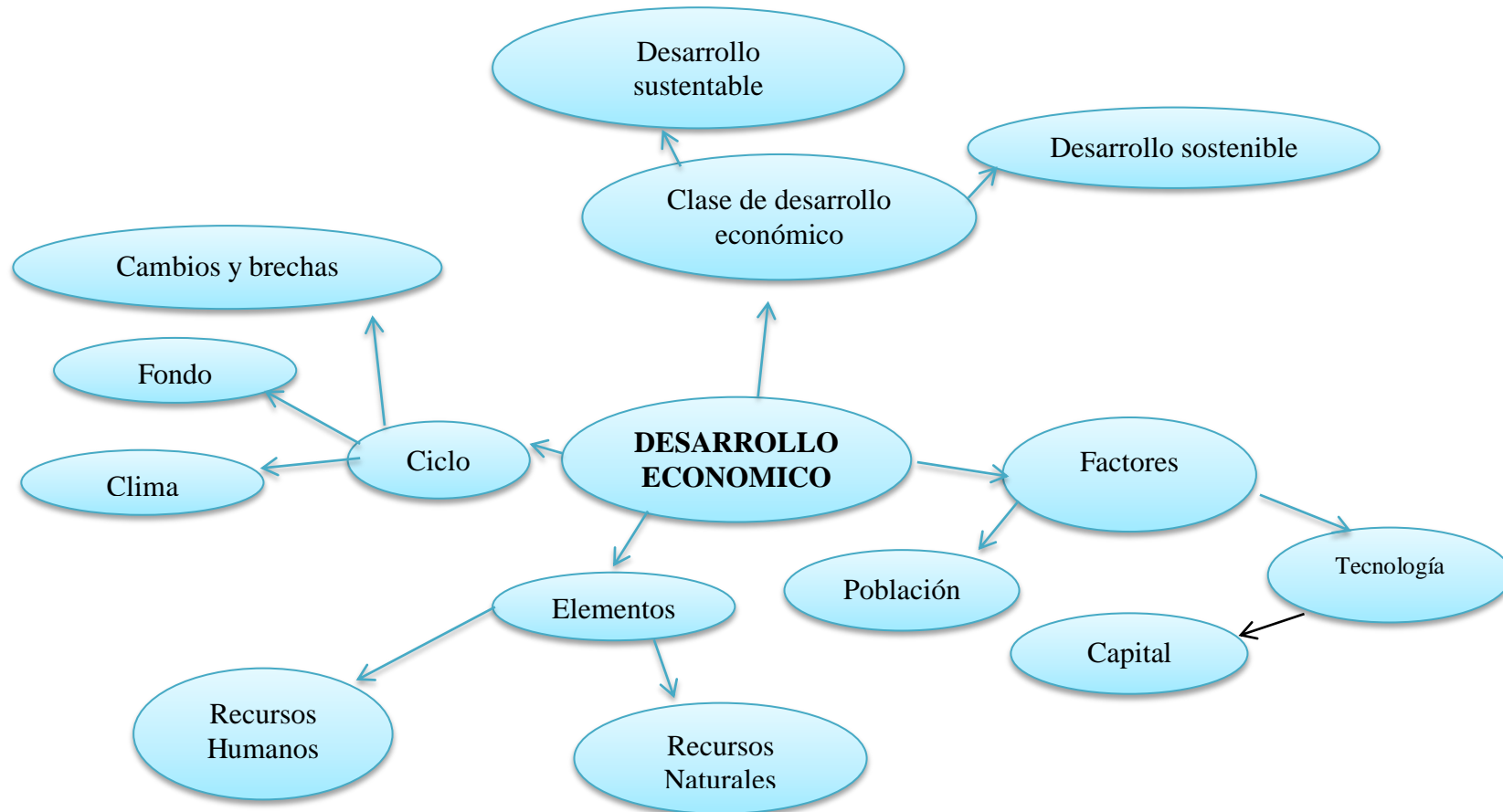


Gráfico N° 06.- Variable dependiente: **Desarrollo económico**



Fundamentación Teórica

Administración financiera

Declara Brigham, Eugene, (2009, pág. 4). "la administración financiera es importante en cualquier tipo de empresas, ya que genera la dinamización de la gestión en el orden económico, mediante responsabilidad social para mejorar la inversión."

Proyectos de inversión

Para Araujo, David (2012). Tiene la finalidad de generar, evaluar, comparar y seleccionar alternativas de inversión eligiendo la más eficiente, para satisfacer una necesidad específica en consecuencia, la actividad de formular o elaborar proyectos presupone por una parte, el conocimiento actualizado de la técnica y la tecnología en una denominada rama de actividad económica, para la cual se requiere precisar las acciones existentes; por la otra, requiere el análisis de la demanda del producto objeto del proyecto, para que, con base en ambos tipos de información se determine la viabilidad del proyecto.

Estudio de mercado

Indica Baca, Gabriel, (2010, pág. 12). "Es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización."

Estructura del análisis

Para Baca, Gabriel, (2010, pág. 13). La evaluación de mercados genera información para efectuar la satisfacción de las necesidades y en este tipo de estudio la decisión final está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un impedimento para el trabajo.

La investigación contempla las siguientes actividades:

- La compilación de la investigación será metódica
- b) El procedimiento de recolección de datos debe ser integral.
- c) la información recabada debe ser válida.
- d) la toma de decisiones debe estar sustentada en información real.

Parámetros de la investigación de mercados

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 123). Los parámetros más comunes que una investigación de mercados deben considerar son los relacionados con:

- **Penetración de mercado.** Contiene la caracterización de ofertantes y demandantes. Existe un análisis del perfil competitivo.
- **Pronóstico de ventas.** Que se forman de las estimaciones de especialistas y directivos, realizadas para anticipar lo que con mayor posibilidad los competidores para colocar el producto en el entorno.

- **Magnitud.** Genera información sobre los informes de la industria en referencia a la oferta y la demanda.

Objetivos del estudio de mercado

Indica Araujo, David, (2012, pág. 23) El estudio de mercado tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente identificados, en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto. Adicionalmente, a través del estudio de mercado se pretende:

- Determinar las condiciones en que se efectuarían las ventas previstas.
- Identificar los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto.
- Localización geográfica de los principales competidores y centros de consumo.

Clasificación

Dice Araujo, David, (2012, pág. 26). El mercado, de acuerdo con su estructura, puede clasificarse en monopolístico, monopólico, oligopólico, oligopsónico y de libre competencia o libre mercado.

- **Monopolístico.** Se refiere a la existencia en el mercado de un solo vendedor de cierto producto o servicio
- **Monopólico.** Corresponde a la existencia de un solo comprador de cierto bien o servicio

- Oligopólico. Comprende un pequeño grupo de vendedores que acapara la demanda de cierto artículo o servicio existente en el mercado.
- Oligopsólico. Se produce cuando un reducido número de compradores de determinada mercancía o servicio cubre el mercado.
- Libre competencia. Se integra por el libre mercado de bienes y servicios, donde la iniciativa privada no tiene restricciones para operar, sujetándose solo a las leyes comerciales y económicas competitivas.

Identificación del producto o servicio

Dice Araujo, David, (2012, pág. 27). La caracterización del producto o servicio permite un detalle sistemático de sus atributos, en el cual se da a conocer sus características en el mercado para la elección por los potenciales clientes.

Clasificación del producto o servicio

Para Araujo, David, (2012, pág. 27) "Con los datos de la identificación y descripción del producto o servicio, este puede clasificarse atendiendo los siguientes criterios:

- Uso o consumo
- Efecto en el consumidor
- Densidad económica
- Normatividad

Concepto de demanda

Dice Araujo, David, (2012, pág. 30). La demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población. Aquí conviene hacer una distinción del tipo de demanda que usualmente se presenta en un mercado: puede ser demandada potencial y demanda efectiva.

Clases de demanda

Declara Baca, Gabriel, (2010, pág. 42) En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- a) Demanda de bienes sociales y nacionalmente necesarios, que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento en base a sus necesidades.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es el prácticamente llamado consumo de santuario, como la adquisición de productos de uso personal.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda continua, está determinada por su duración a largo plazo en el mercado.
- b) Demanda cíclica o estacional es la que en alguna forma se relaciona en base a un consumo temporal, de acuerdo al tiempo.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) Demandas de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

b) Demanda de bienes intermedios o industriales, que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

Pronóstico de la demanda

Dice Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 125). "La medición de la demanda de un mercado en particular requiere ante todo que tengamos en claro cuál o cuáles segmentos de ese mercado se verán afectados por los resultados del proyecto".

Análisis cuantitativo de pronósticos

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 127). Muchas empresas preparan sus pronósticos con base en datos de comportamiento de su negocio en el pasado, y su fundamento son los patrones estadísticos y los cambios que estos tienen a lo largo del tiempo. Podemos dividir los análisis cuantitativos del pronóstico en métodos de series de tiempo y en métodos causales.

A continuación se presenta una descripción de cada componente:

a) Tendencia. Cuando se considera un periodo bastante largo, una serie de tiempo, es muy probable que se presente un comportamiento con una trayectoria creciente o decreciente, de tal manera que por lo general puede ser representada en forma más o menos aproximada por uno o más modelos estadísticos que permitan establecer una tendencia.

Existen dos razones para determinar la tendencia en una serie de tiempo: la primera es medir las desviaciones de los datos respecto a la tendencia. Dichas desviaciones consisten en movimientos estacionales cíclicos e irregulares.

La segunda es estudiar la tendencia para establecer el efecto de los factores relacionados con la trayectoria de la serie,

comparar la tendencia con otras, describir que efectos tienen los movimientos de la tendencia en las fluctuaciones cíclicas y tratar de pronosticar el comportamiento de esta en el futuro.

b) Movimientos estacionales. Son un conjunto de datos que se repiten con cierto grado de regularidad en una serie de tiempo.

Existen varios tipos de movimientos periódicos, incluyendo los que se repiten en forma diaria, semanal, mensual o trimestral (de donde surge el termino estacional) o anual.

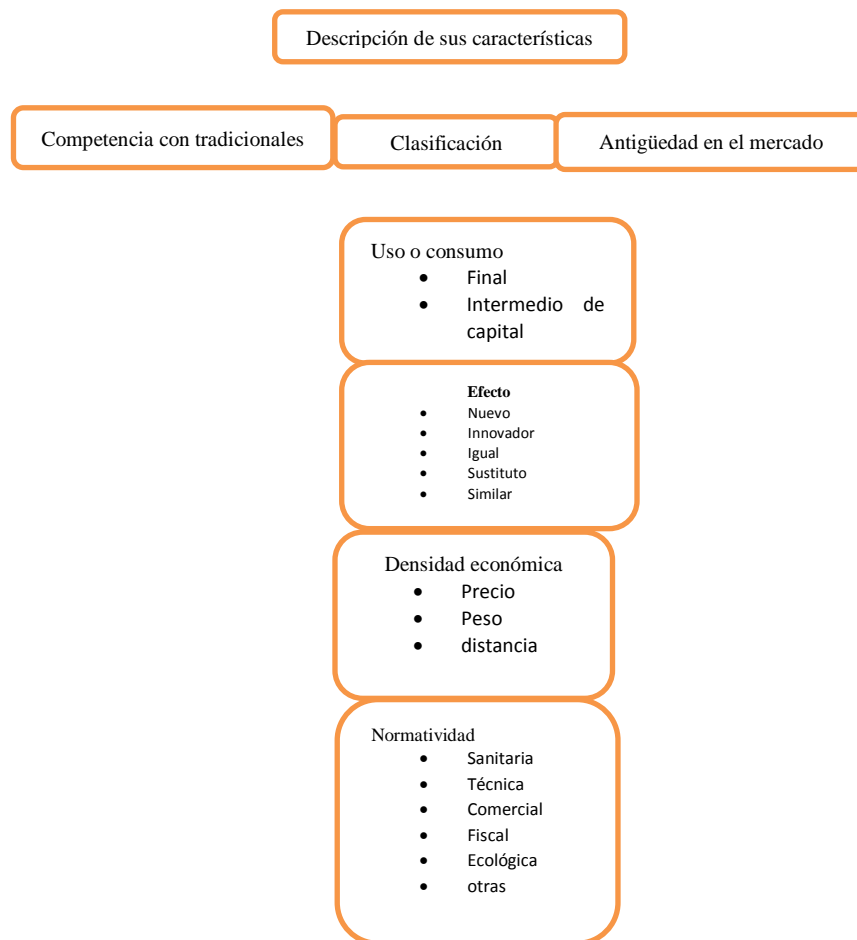
c) Movimientos irregulares. Consisten en variaciones inesperadas e imprescindibles en los valores de los datos causadas por el azar y situaciones inusuales.

Demanda potencial y demanda efectiva

Dice Araujo, David (2012, pág. 30). La demanda real. Por ejemplo, la demanda potencial diaria de leche es la cuantificación de los requerimientos de la población infantil, para la cual la leche es una necesidad evidente; pero también lo es para la población adulta que la requiere, aunque en menor grado.

No obstante, no toda la población cuenta con el nivel de ingresos suficientes para adquirir el producto lácteo; por tanto, la demanda real generalmente es menor que la potencial.

Gráfico N° 07.- Demanda potencial efectiva



Análisis de la oferta

Dice Baca, Gabriel, (2010, pág. 41). El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos esos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.

Principales tipos de oferta

Declara Baca, Gabriel, (2010, pág. 41) Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta. En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

a) Oferta competitiva o de mercado libre, en ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo lo debido a que existe tal cantidad que productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinado por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

b) Oferta oligopólica (del griego oligo, poco) Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no solo es riesgoso si no que en ocasiones resulta hasta imposible.

c) Oferta monopolica es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más de 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

Factores que influyen en la oferta

Para Araujo, David, (2012, pág. 45). "La producción ofertada que se pone a disposición de los demandantes se ve afectada por variables que también deben ser analizadas gradualmente, explicando la oferta histórica hasta llegar a concluir con la magnitud de la oferta actual y la información necesaria para proyectar la oferta futura".

Oferta externa

Declara Araujo, David, (2012, pág. 46) Se habla de oferta externa cuando parte o la totalidad del volumen de la oferta es atendida por la producción externa, vía importaciones. Es necesario cuantificar la oferta externa y analizar las condiciones concretas en que se dan las importaciones. Con este estudio se podrá dimensionar una demanda insatisfecha que puede ser atendida por un nuevo proyecto de inversión. En el caso de la producción, dentro del proyecto de inversión, tenga como propósito fundamental la situación de las importaciones, se hará imprescindible un análisis minucioso de ellas que incluya la cantidad y precios en que son ofrecidas, así como la política del gobierno respecto de estas importaciones y de la propia situación.

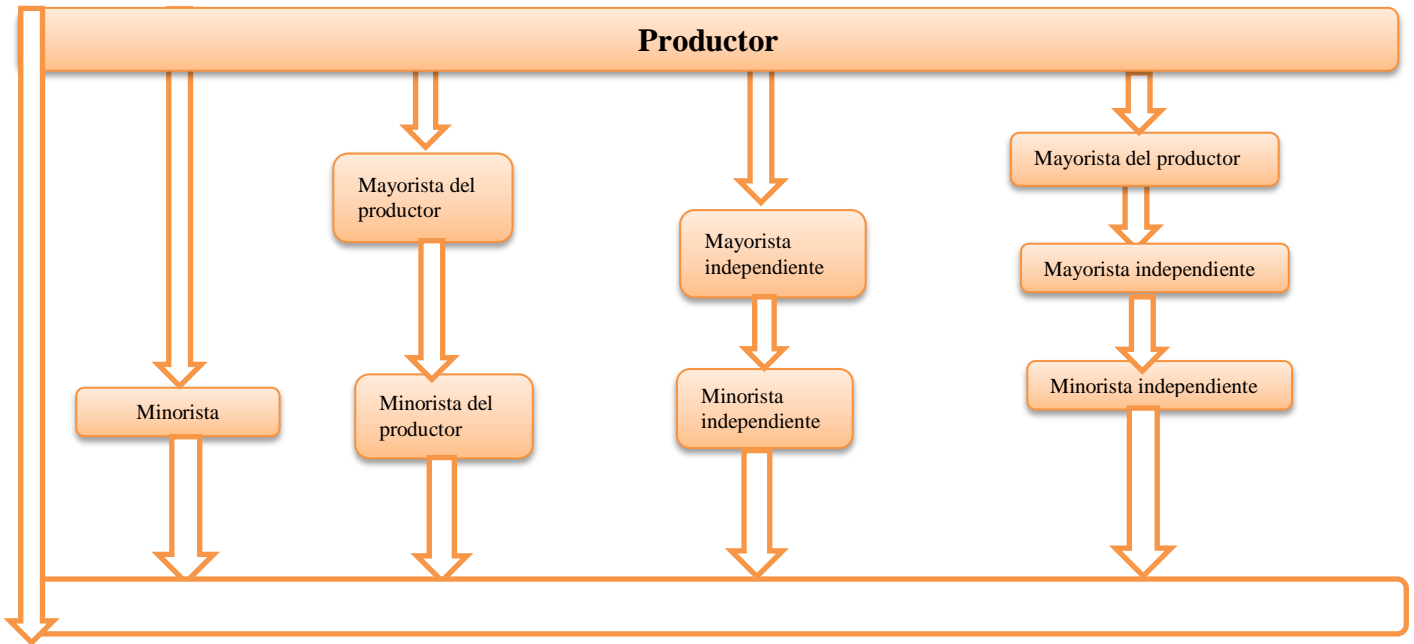
Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Dice Baca, Gabriel, (2010, pág. 43). "Es que la cantidad de bienes o servicios que los potenciales consumidores adquieran en el futuro, para generar satisfacción en el entorno.

Canales de comercialización

Para Araujo, David, (2012, pág. 49). Se denomina canal de comercialización el trayecto y los agentes involucrados en la intermediación que hace posible que el producto llegue a manos del cliente. Los canales de comercialización son:

Gráfico N° 08.- canales de comercialización



Estrategias de comercialización

Para Araujo, David, (2012, pág. 54). "Las estrategias de comercialización permiten colocar en el mercado una imagen que genera demanda y consumo para satisfacción de necesidades como producto, precio y distribución así como publicidad y promoción.

Comercialización del producto

Dice Baca, Gabriel, 2010, (2010, pág. 48). El estudio en que la empresa podrá vender directamente al público el producto, con lo cual evitan toda la parte de la comercialización. Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización representa.

Canales de distribución y su naturaleza

Para Baca, Gabriel, (2010, pág. 49). En la distribución cada intermediario está determinado por los factores de logística los mismos que permitan potencializar los recursos empresariales.

1.- Canales para productos de consumo popular

1A. Productores- consumidores. Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluye las ventas correo. Aunque por esta vía el producto cuesta menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad ni todos los consumidores están dispuestos a ir a hacer directamente la compra.

1B. Productores-minoristas-consumidores. Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.

1C. Productores-mayoristas-minoristas-consumidores. El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se dan en las ventas de medicina, ferretería, madera etc.

1D.Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores. Aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su lugar de origen. De hecho, el agente en sitios tan lejanos lo entrega en forma similar al canal y en realidad queda reservado para casi los mismos productos, pero entregado en zonas muy lejanas.

2. Canales de productos industriales

2A. Producto-usuario industrial. Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor.

2B. Productor-distribuidor industrial- usuario industrial. El distribuidor es el equivalente al mayorista. La fuerza de ventas de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores. El canal se usa para vender productos no muy especializados, pero solo de uso industrial.

2C. Productor-agente-distribuidor- usuario industrial. Esa misma situación del canal 1D, es decir, se usa para realizar ventas en lugares muy lejanos.

Estudio técnico

Indica Baca, Gabriel, (2010, pág. 73). “Es la determinación de recursos materiales, humanos y financieros que permitan colocar los productos y servicios al alcance del consumidor”.

Objetivo general

Según Araujo, David, (2012, pág. 58). En esta parte del estudio se pretende dar a conocer la transformación de cada uno de los recursos direccionados a colocar el bien o servicio en el entorno, para lo cual se utiliza recursos empresariales que están implícitos en la gestión administrativa.

Determinación del tamaño de la planta e instalaciones físicas

Declara Ocampo, Eliseo (2012, pág. 144). “La capacidad de producción esta orientada por la demanda en el mercado, sus especificaciones y sus requerimientos en base a proceso debidamente sistematizados”.

Localización de la planta y otras instalaciones físicas

Para Ocampo, Eliseo (2012, pág. 146). Por lo general, para generar una óptima localización es de vital importancia tomar en consideración elementos como distribución acceso vial en el caso de la ubicación de los almacenes de distribución, combinar ambos criterios, pues se busca minimizar los costos y maximizar los tiempos de entrega.

Importancia para la decisión para la localización

Dice Ocampo, Eliseo (2012, pág. 147). El fenómeno de la globalización impone criterios novedosos para localizar la infraestructura de un proyecto, puesto que con la internacionalización de los, mercados se ha generado una presión para investigar nuevos nichos de mercado. Además, se debe considerar que las condiciones que imponen las empresas de clase mundial, como la minimización de costos, calidad certificada por ISO-9000, mejores comunicaciones entre los países, competencia internacional, incentivos e inversiones y transferencia de capitales a nivel mundial. La localización de la planta o de las otras instalaciones requeridas para operar el proyecto tiene efectos importantes en el comportamiento de los costos fijos y variables, por lo que impacta también en los beneficios y en la factibilidad de las futuras ventajas competitivas de la empresa.

El tamaño del proyecto y la demanda

Para Baca, Gabriel, (2010, pág. 86).”La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso”.

El tamaño del proyecto y los suministros e insumos

Declara Baca, Gabriel, (2010, pág. 88). El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de este insumo. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberán alistar todos los proveedores de materias primas e insumos y se anotaran los alcances de cada uno para suministrar estos últimos.

Localización del proyecto

Para Araujo, David, (2012, pág. 64). “E1 estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”.

Alcance de la localización

Según Araujo, David, (2012, pág. 64). La selección de alternativas para ubicar un proyecto se realiza en dos etapas. En la primera se analiza y decide la zona, región o ciudad donde se localizara la planta, y en la segunda se analiza y elige el sitio, el terreno o predio específico, considerando los factores básicos, como costos, topografía y situación de los terrenos propuestos. La primera etapa se define como estudio de macro localización y la segunda como estudio de micro localización.

Métodos de la localización

Indica Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 148). Existen varios métodos para seleccionarla ubicación de la infraestructura de un proyecto, y aquí presentaremos los más utilizados tenemos:

a) Método de ponderación por puntos

Consiste en asignar valores en forma ponderada a determinados factores que se consideran importantes para la localización, los cuales se califican de acuerdo con la escala convenida por los directivos de la empresa para tal efecto. Este método permite utilizar factores muy diversos, dependiendo de las características que los tomadores de las decisiones deseen evaluar, como niveles de educación, seguridad física o emocional, ambiente profesional, nivel de vida de la comunidad, actividades culturales etc.

La aplicación del método requiere seis pasos:

1. Elaborar la relación de los factores a evaluar.
2. Determinar los pesos de cada factor, de manera que reflejen las expectativas del proyecto.
3. Convenir la escala de calificación para cada factor, por factor; por ejemplo, 0-10.
4. Calificar, por parte de los tomadores de la decisión, cada ubicación factible de acuerdo con cada uno de los factores considerados.
5. Multiplicar cada factor por su peso y sumar los resultados de cada ubicación considerada.
6. Recomendar la ubicación que obtenga la mayor puntuación.

b) Método del punto de equilibrio para la localización

Consiste en utilizarla metodología del análisis costo-volumen-utilidad para la ubicación considerada, efectuar una evaluación comparativa del comportamiento de los costos fijos y variables, y esquematizarlos en una gráfica común, en la que se pueda observar la que tiene el costo total menor para determinado volumen de fabricación.

c) Métodos de la ubicación centroide

Consiste en minimizar los costos del transporte de las materias primas hacia la planta, de los productos terminados hacia los clientes o una combinación de ambos, dependiendo de cuales de estos costos sean más significativos para el proyecto. El método considera la ubicación de los proveedores, consumidores o, ambos, y el costo de los transportes —que es directamente proporcional a la distancia y al volumen transportado—.

Por ejemplo, este método de localización optimiza los costos de transporte de las empresas, cuyo negocio se basa en la estrategia de distribución seleccionada, como la industria refresquera, cervecera, de pan de caja, envío de paquetería etc.

d) Método del modelo de transporte

El propósito básico de este método es hallar el mejor plan de envíos desde un conjunto de orígenes (centros de oferta) hasta un conjunto de destinos (centros de demanda), a partir de la determinación del óptimo de la suma de los costos de producción más los costos del transporte de los artículos entre las fábricas y los clientes.

Ingeniería del proyecto

Declara Baca, Gabriel, (2010, pág. 89). “Da a conocer los procedimientos internos que generan la producción y comercialización del producto con la finalidad de optimizar recursos a la satisfacción de necesidades.”

Descripción del producto

Dice Araujo, David, (2012, pág. 79). Se da a conocer las características tangibles e intangibles que llaman la atención de usuario para acceder a su lealtad mediante atributos distintivos que permitan diferenciación”.

Proceso de producción

Para Araujo, David, (2012, pág. 79). “La elección de los procesos productivos esta conexo a la tecnología, acorde a requerimientos de negociación.

Análisis de las tecnologías disponibles

Dice Araujo, David, 2012, (2012, pág. 80). Se indican como distintivos a:

- Capacidad de procesos
- Capacidad de transformación de productos
- Costo de inversiones
- Costos de transformación de la materia prima e insumos

Descripción del proceso de producción

Para Araujo, David, (2012, pág. 82) el proceso está estipulado en elementos como.

- Forma del sistema productivo en cada dirección productiva.
- Que existan estacionalidades o series de producción diferente y no simultánea, por ejemplo: el empleo de instalaciones industriales para diferentes series o lotes de producción.

Distribución de la planta

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 159). La distribución física dela infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueven la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer al menor costo los requisitos de:

1. Calidad del medio ambiente laboral.
2. Diseño de productos.
3. Capacidad de cada sección de la planta.
4. Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
5. Restricciones de construcción en la localidad.

Se deben considerar la secuencia de los procesos, ubicación de la maquinaria y equipos por área de trabajo, el manejo de materiales (terrestre y aéreo) y almacenes, pasillos de circulación, áreas de servicio de mantenimiento o para el personal, flujo de información, entorno y estética.

Podemos considerar que existen seis tipos básicos de distribución de instalaciones, dependiendo de las necesidades del proyecto:

- 1. Orientación del proceso.** Por lo general se utiliza en pequeños talleres de producción intermitente.
- 2. Orientación del producto.** Trata de alcanzar la mejor utilización de los recursos humanos y del equipamiento en sistemas de producción continua.
- 3. Instalaciones fijas.** Orientado a las necesidades de los proyectos monumentales como presas, barcos, autopistas o grandes edificios. Parte importante de este enfoque es que el producto se mantiene fijo y los trabajadores y equipo van a su lugar a trabajar.
- 4. Orientado a oficinas.** Los espacios y equipo para funcionarios y empleados se distribuyen de acuerdo con la jerarquía de la función y el flujo de la información para la toma de decisiones.
- 5. Orientado al almacenamiento de artículos.** Trata de optimar los requerimientos de espacio y el manejo de materiales.
- 6. Orientado a servicios, detallistas o ambos.** Los requerimientos de las áreas de estar, pasillos o ubicación de los anaqueles buscan satisfacer al cliente.

Análisis económico

Para Baca, Gabriel, (2010, pág. 137). "Es la determinación de recursos financieros, al cual permita acceder a la operatividad del proyecto en el mercado generando esto un proceso financiero sinérgico al cumplimiento de la inversión efectuada.

Clases de inversión

Dice Araujo, David, (2012, pág. 102). Las clases de inversión son las siguientes:

- **Inversión circulante.-** es el flujo de efectivo para la adquisición de materiales para colocar el proyecto en el mercado.
- **Inversión fija.-** se determina como la adquisición de equipos y materiales que intervienen en los proceso de transformación.
- **Inversión diferida.-** está constituida por una inversión por los gastos de constitución e instalación del proyecto en el mercado.

Presupuesto de inversión

Dice Araujo, David, (2012, pág. 101). "El proyecto requiere de elementos como maquinaria, terreno, edificios, instalaciones, herramientas, el transporte hasta el sitio donde se ubicara la planta y otros gastos de instalación."

Fuentes internas de financiamiento

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 169). "Los requerimientos de financiación está determinado como elementos que complementan la puesta en marcha del proyecto el cual puede ser interno y externo y así operar con la inversión en el entorno comercial.

Fuentes externas de financiamiento

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 170). "El estudio financiero de un proyecto se basara en un principio en el estudio técnico y de mercado preparados previamente por los directivos relacionados, ya que definirán los requerimientos financieros internos y externos para el proyecto, pronosticaran montos, investigaran posibles fuentes de financiamiento, analizaran los costos y adaptaran la factibilidad del mismo."

Determinación de los costos

Para Baca, Gabriel (2010, pág. 139). "Costo es el desembolso de efectivo para una actividad de transformación en el proyecto y entonces generar satisfacción de necesidades en el medio.

Costos de producción

En los costos de producción se tomaran en referencia factores como:

- Adquisición de materia prima
- Adquisición de insumos
- Pago mano de obra directa
- Pago de mano de obra indirecta
- Pago de gastos administrativos
- Pago de mantenimiento de maquinaria

Gastos

Indica Araujo, David, (2012, pág. 109), que los gastos se clasifican en:

- Gastos de venta.- son los elementos que antevienen en la colocación del producto en el mercado como publicidad, logística.
- **a) Gastos administrativos**-son los que intervienen en el proceso de gestión comercial como papelería, asesorías.
- Gastos financieros.- está determinado al momento de genera el proceso e financiación y son los intereses que se pagan.

Capital de trabajo

Indica Araujo, David, (2010, pág. 145). Es el activo circulante se compone básicamente de tres rubros: valores e inversiones, inversiones y cuentas por cobrar. A continuación se describe cada uno de ellos y se da la pauta para su cálculo:

- a) Valores e inversiones.** Este concepto sustituye al antiguo de caja y bancos.
- b) Inventarios.** En la sección “Calculo de las áreas de la planta” ya se han mencionado los tipos de inventario que existen y que es muy difícil, si no imposible, establecer una fórmula general para calcular el inventario del producto en proceso y del producto determinado, por lo que aquí solo se habla del inventario de materia prima.
- c) Cuentas por cobrar.** Este rubro se refiere a que cuando una empresa inicia sus operaciones, normalmente dará crédito a la venta de sus primeros productos.

Punto de equilibrio

También dice Baca, Gabriel (2010, pág. 148). “permite generar un análisis entre los ingresos generados por las ventas y los gastos para el proceso

lo cual da a conocer factores de equilibrio del proyecto en el mercado, en el cual e iguala ingresos y egresos”.

Evaluación económica

Dice Ocampo, Eliseo (2012, pág. 207). Por lo general, a las personas interesadas en invertir su dinero en algún proyecto, en especial los empresarios y ejecutivos de negocios, les es de gran ayuda, para tomar su decisión de conocer las técnicas, que les permitan comparar y elegir entre diferentes opciones de inversión de capitales, dado que normalmente se inclinaran por aquellas que más conviene desde el punto de vista económico. Los procesos de toma de decisiones son cada vez más importantes y complejos, debido en particular al desarrollo de la innovación tecnológica que ha reducido el periodo de vida útil de los proyectos, ya que en un corto plazo pueden aparecer nuevas y mejores soluciones técnicas para el mismo problema, lo que también puede significar el éxito o fracaso de un negocio. La justificación económica permite tomar una decisión final sobre la realización del proyecto.

Valor presente neto (VPN)

Para Baca, Gabriel, (2010, pág. 182). “Es el importe económico generado por el descuento de la tasa de interés para establecer un flujo efectivo que permita tomar la decisión de invertir en el proyecto”.

Tasa interna de rendimiento (TIR)

Declara Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 213) Existen métodos diferentes para analizar y evaluar un proyecto de inversión desde el punto de vista económico, el primero que explicaremos es el de tasa interna de rendimiento o TIR. Comencemos por dar su

definición, que nos dice que la tasa interna de rendimiento es la tasa de interés pagado sobre el saldo que se debe de una inversión, de tal forma que el plan de pago se hace que el saldo no pagado sea igual a cero cuando se efectúa el último pago.

Periodo de recuperación de capital

Para Ocampo, Eliseo, (2012, pág. 217). “Una definición general para este concepto es que el periodo de recuperación de capital o periodo de reembolso es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos, sobre una inversión, igualen el valor de los costos de inversión. Otras definiciones más particulares incluyen criterios como la depreciación, los impuestos sobre la renta y otros.”

Promoción turística

Según Ocampo, Eliseo, (2008, pág. 170). Los objetivos de la promoción son:

- Analizar el modelo de mezcla promocional.
- Consultar el programa de promoción de un destino turístico y comparar e identificar los elementos de la mezcla no incluidos.
- Identificar y seleccionar, de la relación de objetivos de la promoción de ventas, alguno que pretenda lograrse en el programa analizado.
- Analizar el modelo para venta profesional de convenciones, agregar actividades de marketing con detalle para cada fase y opinar sobre la posibilidad de aplicarlo a algún caso turístico específico.

Turismo Integrador

Para Valenzuela, Juan, (2005, pág. 102) dice que: es un sistema que pretende generar la utilización de los recursos naturales para acceder a

visitas de campo en el cual se genere sensibilización del turista e integrarlo a la comunidad como eje de desarrollo económico.

Globalización financiera

Indica Viteri, Galo, (2011, pág. 15). Indica que es la manifestación de creciente dependencia mutua entre los países del mundo ocasionado por el crecimiento de las transacciones trasfronterizas del flujo de capital.

Economía

Según (David Begg, Stanley Ficher, 2006, pág. 40) manifiesta que:

Economía es el estudio de como decide la sociedad que, como y para qué va a producir, estudia la conducta en la producción, el intercambio y el use de bienes y servicios. El problema económico fundamental para la sociedad es cómo conciliar el conflicto entre los deseos casi ilimitados de bienes y servicios de la gente y la escasez de recursos (trabajo, maquinaria y materia prima) con los que pueden producir estos bienes y servicios.

Desarrollo económico

Según Vicente Fretes C, Marcelo M. Guigale y otros (2006). Estas metas abarcan las áreas de pobreza, desnutrición, salud materno, infantil, educación, equidad de género y sostenibilidad medio ambiental, no existe datos completos para proyectar el grado de cumplimiento de todas las metas.

Clases de desarrollo económico

Según Cesar Calvache, (2008), manifiesta que: Existe desarrollo económico cuando la población de un país experimenta una mejora en su bienestar durante un largo periodo de tiempo. Ligado a este concepto surge el subdesarrollo para caracterizar a un país por su nivel de desarrollo, se considera el mayor o menor bienestar que su población ha alcanzado, en relación con el de otros países. Una mejora en el bienestar

de la población implica no solo mayor ingreso per cápita promedio, sino mejores condiciones de vida para todos los habitantes de la misma. La evaluación del desarrollo de un país debe considerar el crecimiento económico del mismo y las transformaciones de su estructura socio-económica y política.

Desarrollo sustentable.

Es un desarrollo que satisfacen las necesidades del presente, es el desarrollo que mejora la atención de la salud, la educación y el bienestar social, también es el crecimiento en beneficio de la población actual y futura utilizando bien los recursos renovables y no renovables, con la participación de la comunidad en las decisiones tanto políticas como económicas.

Desarrollo sostenible.

Cuando se conserva o repara recursos renovables, pero es difícil llegar al desarrollo sustentable sin la colaboración con la comunidad para llegar a él.

Factores

Según Tacsan Chen, (2007, pág. 260) manifiesta que: Un país en desarrollo posee un grado relativo de pobreza mayor que uno desarrollado, es factible que un país que muestra tasas de crecimiento elevadas en su producción, posee focos importantes de pobreza.

El desarrollo económico entraría connotaciones de elevados niveles de consumo dentro de un marco de distribución igualitaria de la riqueza entre los miembros de la sociedad, como es el caso de Brasil que es un país con tasas y niveles altos de producción, no se pueden considerar como desarrollados ya que la riqueza no se reparte equitativamente y existen algunas áreas de pobreza extrema.

Factores determinantes del desarrollo económico

Para Tacsan Chen, (2007, pág. 265) existen algunos factores que han sido analizados como centrales en la determinación del éxito o fracaso económico de los países, algunos de ellos son:

- a) La población es un factor de producción fundamental para crecer. Un país sin recursos humanos no puede producir, la superpoblación puede tener efectos adversos sobre el crecimiento y el desarrollo, ya que una población excesivamente joven y con bajo perfil educativo puede tener más efectos negativos que positivos.
- b) Si ha atribuido alguna importancia a aspectos como religión y clima. El hecho de algunas religiones protestantes tengan un enfoque más abierto hacia el lucro individual, genera una mayor actividad empresarial. Cierta pasividad ha sido achacada al clima tropical lo que se asegura que ha incidido en un menor ritmo de actividad económica, que pudiera bajar la productividad individual.
- c) El capital es otro factor de producción, su combinación con el factor trabajo genera producción, de cierto modo al capital se le atribuye atributos "diabólicos" y para algunos pensadores, sobre todo los marxistas, es la razón de la disparidad en la distribución del ingreso. Para el marxismo el valor lo genera el factor trabajo.
- d) El libre comercio es otro factor clave en la explicación del desarrollo. La evidencia empírica demuestra que aquellos países que han cerrado las puertas al libre comercio, son los más empobrecidos y menos competitivos. Por el contrario aquellos que se abrieron han logrado elevar sus niveles de competitividad y han generado riqueza nacional.
- e) La tecnología permite producir la misma cantidad de bienes y servicios con menos insumos, o producir más con menos costos. Las innovaciones tecnológicas han señalado a los países avanzados a niveles sin precedentes de inversión y crecimiento, la

tecnología es cara y usualmente importante, por ende es difícil que un país en desarrollo pueda transferirla a su sector productivo y sacarle al máximo provecho social.

- f) La eficiencia de los mercados, en 1 lucha contra los monopolios es otra variable clave para explicar el éxito en la carrera hacia el desarrollo. Un mercado concentrado y poco competitivo, sobre todo si los monopolios prevalecen, implica una concentración de la riqueza y un consumidor cada día más empobrecido y limitado en su poder de decisión sobre que consumir.
- g) La contaminación del ambiente es el resultado tanto de la actividad de producción como de la de consumo. Es totalmente inconveniente que el acto de producir bienes y servicios por parte de una empresa represente costos a la sociedad como tal o a otras empresas productoras.
- h) El papel del Estado es otro aspecto ampliamente debatido, las economías de libre comercio padecen aun de pobreza y desigualdad.

Elementos del desarrollo económico

Según Samuelson Nordhaus (2010, pág. 170) manifiesta que, son cuatro los elementos a mencionar.

1.- Recursos Humanos.

Cuando una población se estabiliza con bajas tasas de natalidad y bajas tasas de mortalidad, una vez que los países incrementan lo suficiente su nivel de riqueza y logra reducir la mortalidad infantil, las personas reducen en forma voluntaria, sus tasas de natalidad, las familias sustituyen la cantidad por la calidad, pues dedican tiempo e ingresos a una mejor educación de menos niños.

2.- Recursos Naturales Los recursos naturales más valioso de los países en desarrollo es la tierra cultivable, gran parte de la fuerza laboral de estos países se emplea en la agricultura.

3.- Formación de capital Los países deben abstenerse del consumo corriente y acometer la fructífera producción indirecta. Pero el obstáculo es que los países pobres están cerca de un nivel de vida de subsistencia, en muchos países en desarrollo el mayor problema es que hay poco ahorro.

4.- Cambio tecnológico e innovaciones La última y más importante rueda es el avance tecnológico, aquí los países en desarrollo tienen una gran ventaja; pueden aprovechar de este desarrollo de los países más avanzados. La tecnología fue desarrollada para cumplir con las condiciones especiales de los países avanzados, una de las tareas claves del desarrollo económico promover el espíritu empresarial.

Ciclo económico

Según Guadalupe Vidal León (2008, pág. 57) manifiesta que: Ciclo económico La inflación y el ciclo económico están íntimamente ligados, porque la inflación se incrementa conjuntamente con el crecimiento de producción y el aumento de la demanda agregada genera mayor inflación. Cuando se espera incrementar la producción para afrontar los periodos de incertidumbre se busca mejorar el nivel de empleo, por lo que el desempleo es una de las mayores preocupaciones de la macroeconomía, el sistema de precios no es suficiente como para que por si solo se controle en el mercado.

Cima.

Es el momento de la máxima expansión de la producción durante el ciclo. Es el tiempo de auge, total empleo e incremento de precios. Fondo. Es el punto más bajo de la producción en el ciclo económico. Es tiempo de

crisis, el ingreso, la productividad y el empleo se reduce, los precios son rígidos o bajos.

Shocks.

Son acontecimientos inesperados que impactan la economía. Pueden ser la causa de los ciclos económicos, depresión de la producción y el empleo, aumenta el desempleo, es el punto más bajo de la crisis.

- Recuperación.

Es el periodo en el cual el empleo crece al igual que la productividad, pero los precios también aumentan. Se encuentra entre el fondo y la cima.

- Brecha de producción.

Es la Línea ondulada que muestra las desviaciones cíclicas de la producción con respecto a la tendencia del ciclo, mide la diferencia entre la producción efectiva y la posible producción potencial.

2.5 Hipótesis

La estructura de un plan de inversión eco turística promoverá el incremento del desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita.

2.6 Señalamiento de variables.

Variable Independiente: Inversión turística

Variable Dependiente: Desarrollo económico

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Modalidad Básica de la investigación.

3.1.1 Investigación de campo

Dice Roberto, Hernández, (2010, pág. 74), que: “Es la exposición sistemática de la problemática en el lugar de los hechos, lo cual permite generar una percepción básica de la problemática.”

Es decir se acudió al Parque Nacional Cotopaxi a sus habitantes y de la región de influencia para conocer las necesidades de cambio.

3.1.2 Investigación bibliográfica

Para Brenal, César(2006).”Consiste en el análisis de la información sobre el tema, con el propósito de establecer relaciones y diferencias sobre el tema objeto de estudio.

3.2 Nivel o tipo de Investigación

3.2.1 Investigación Exploratoria

Para Roberto, Hernández, (2010, pág. 79) manifiesta: “es el análisis de un problema poco estudiado el cual presenta falencias en el entorno”.

En este contexto al ser un problema poco estudiado y analizado sobre la inversión eco turística es importante analizar las causas que lo originan.

3.2.2 Investigación Descriptiva

Para Roberto, Hernández, (2010, pág. 80), manifiesta que: “Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, esto es detallar como son y se manifiestan.”

En este nivel se conoció los aspectos fundamentales que limitan el desarrollo económico en la localidad para generar un cambio.

3.2.3 Investigación Correlacional

Para Roberto, Hernández, (2010, pág. 81) manifiesta que: “Es la relación y asociación de las variables de estudio en el contexto investigado”.

En el proceso de la investigación se establecerá la relación entre la variable independiente inversión eco turística y su impacto en la variable dependiente desarrollo económico de la localidad.

3.3 Población y Muestra

Población

Para Roberto, Hernández, (2010, pág. 54) manifiesta que: “El grupo de trabajo en la investigación determinada como el agregado de personas que se integran en la investigación.”

La investigación por tanto utilizo como población a los habitantes de la región de la Comunidad de Santa Rita, que según el INEC son 200 habitantes.

Muestra

Para César, Bernal (2006, pág. 165). Es un grupo en la población que se elige para generar información en el desarrollo de la exposición en el cual se efectúa la medición y la observación de las variables objeto de estudio, la población fue de 200 personas.

Por tanto se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ.N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 200}{(200 - 1) \frac{(0.05)^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{50}{(0.12) + 0.25}$$

$$n = \frac{50}{0.37}$$

$$n = 135$$

En donde:

N = población

E = error de muestreo

PQ = constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia

K = coeficiente de corrección del error

Se determina entonces con la aplicación de la muestra que se efectuó la encuesta a 396 habitantes para conocer acerca de la problemática presentada.

Operacionalización de variables:

Variable Independiente: Inversión eco turística

Cuadro N° 01

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ITEMS | TÉCNICAS / INSTRUM. |
|--|--|--|--|---|
| <p>Tiene la finalidad de generar, evaluar, comparar y seleccionar alternativas de inversión eligiendo la más eficiente, para satisfacer una necesidad específica en consecuencia, la actividad de formular o elaborar proyectos presupone por una parte, el conocimiento actualizado de la técnica y la tecnología en una denominada rama de actividad económica, para la cual se requiere precisar las acciones existentes; por la otra, requiere el análisis de la demanda del producto objeto del proyecto, para que, con base en ambos tipos de información se determine la viabilidad del proyecto.</p> | <p>Satisfacer necesidad</p> <p>Proceso técnico</p> <p>Viabilidad</p> | <p>Oferta</p> <p>Demanda</p> <p>Localización</p> <p>Organización</p> <p>Inversión</p> <p>Capital e trabajo</p> | <p>Existe inversión en el desarrollo turístico?</p> <p>¿Cuál es el nivel de inversión?</p> <p>¿Según su criterio el desarrollo de las inversiones debe ir orientado a?</p> <p>¿Considera que existe demanda para generar una inversión sostenible en el sector?</p> <p>¿Para acceder a nuevos proyectos existe la infraestructura técnica en la localidad?</p> | <p>Encuesta a los habitantes</p> <p>Instrumento.- el cuestionario</p> |

Variable dependiente: Desarrollo Económico

Cuadro N° 02

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ITEMS | TÉCNICAS / INSTRUM. |
|--|---|--|---|--|
| <p>Es una medición tanto cuantitativa como cualitativa que permite observar las mejores condiciones de vida dentro de la población de una nación tales como la esperanza de vida, acceso a la educación, a la salud.</p> | <p>Medición cuantitativa</p> <p>Medición cualitativa</p> <p>Condiciones de vida</p> | <p>Inversión privada Inversión pública</p> <p>Empleo Sueldos</p> <p>Desarrollo comunitario</p> | <p>¿De qué factores depende la organización de una nueva inversión?</p> <p>¿Cómo califica el actual desarrollo económico?</p> <p>¿De qué elemento depende el desarrollo económico de la región?</p> <p>¿Para acceder a una mejor calidad de vida en el sector se debe?</p> <p>¿Para acceder a mejorar el desarrollo económico se debe establecer?</p> | <p>Encuesta a los habitantes Instrumento.- el cuestionario</p> |

3.5 Plan de recolección de información

Para Roberto, Hernández,(2010). La construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de la información y plan para el procesamiento de información.

La recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario.

3.6 Plan de procesamiento de la información

El proceso está establecido por las siguientes actividades:

- La revisión y consistencia de la información. En el cual la recolección está basada en la visita de campo.
- Clasificación de la información, es decir se efectúa una depuración.
- Agrupación por tendencias relevantes
- Codificación y tabulación para transportarlo al programa estadístico.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis

En el proceso de la investigación de campo se estableció las encuestas, de tal manera que el procesamiento de la información fue estructurado mediante la utilización del programa estadístico SPSS para agrupar la información y generar la validación de los datos recolectados, los mismos que fueron realizados el día 17 de enero del año 2015 a las 10:00, con la autorización de la jefe del parque, de tal manera que el propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuesta a las interrogantes de la investigación, lo cual se estableció mediante la presentación estadística de la información. En este contexto dicha información permitió conocer las necesidades de cambio en el sector para potencializar los recursos y generar una integración asociativa en la localidad.

4.2 Interpretación

Este aspecto del proceso se realiza confrontando los resultados del análisis de los datos con las hipótesis formuladas y relacionando dichos resultados con la teoría y los procedimientos de la investigación, por tanto el factor importante en la interpretación cualitativa está sustentada en la problemática investigada para así conocer las necesidades organizacionales. Por tanto en el análisis se evidencia que es importante establecer un cambio direccionado a mejorar la calidad de vida de los habitantes el mismo que sea sustentado en referentes de integración para acceder a una mejor sostenibilidad en el medio y por ende generar una alta demanda de los visitantes ya que se proyectará una imagen de calidad turística en el sector.

1.- ¿Considera Ud. que existe inversión en el desarrollo eco turístico del Parque Nacional Cotopaxi?

Inversión en el Desarrollo

Tabla N° 01

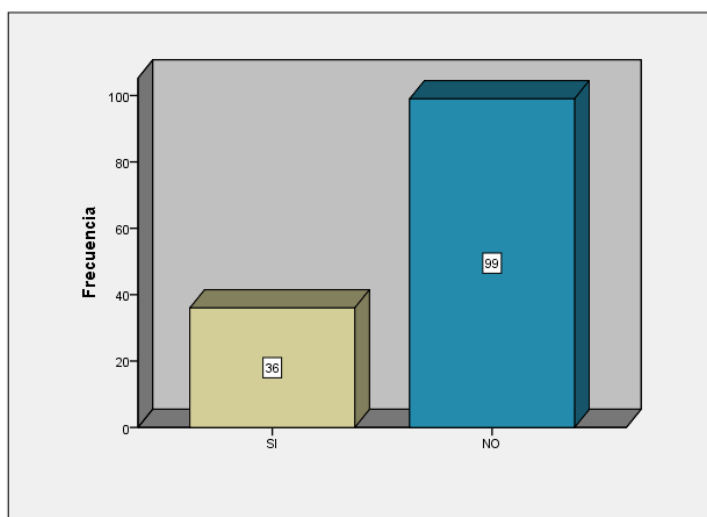
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 36 | 26,7 | 26,7 | 26,7 |
| Válido NO | 99 | 73,3 | 73,3 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Inversión en el Desarrollo

Gráfico N°09



Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 26% manifiestan que si existe inversión en el desarrollo eco turístico del Parque Nacional Cotopaxi y el 73,3% manifiestan que no existe inversión.

Se determina entonces que la mayoría de los encuestados indican que no existe desarrollo eco turístico, que se limita la proyección de los atributos turísticos, afectando al desarrollo comunitario.

2.- ¿Cuál cree Ud. que es el nivel de inversión eco turística que se realiza en el Parque Nacional?

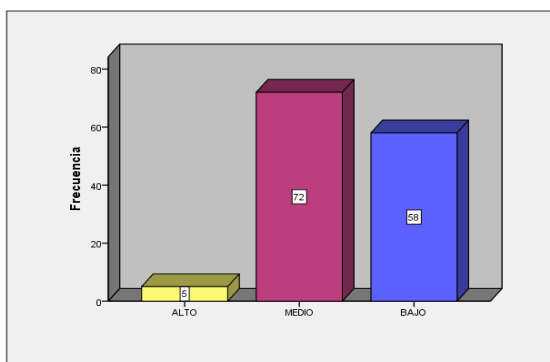
Tabla N° 02
Inversión Ecoturística

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| ALTO | 5 | 3,7 | 3,7 | 3,7 |
| MEDIO | 72 | 53,3 | 53,3 | 57,0 |
| BAJO | 58 | 43,0 | 43,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°10

Inversión Eco turística



Análisis e interpretación

Según el total de personas encuestadas el 3,7% creen que la inversión eco turística es alta, el 53,3% cree que es media y el 43% cree que la inversión es baja.

La mayoría de las personas encuestadas declaran que el nivel de inversión es medio, no existe un direccionamiento ni público ni privado para generar inversión lo cual conlleva a que exista desempleo y el estancamiento sea en altos niveles.

3.- ¿Según su criterio el desarrollo de las inversiones en el Parque Nacional Cotopaxi debe ir orientado a

Desarrollo de las Inversiones

Tabla N° 03

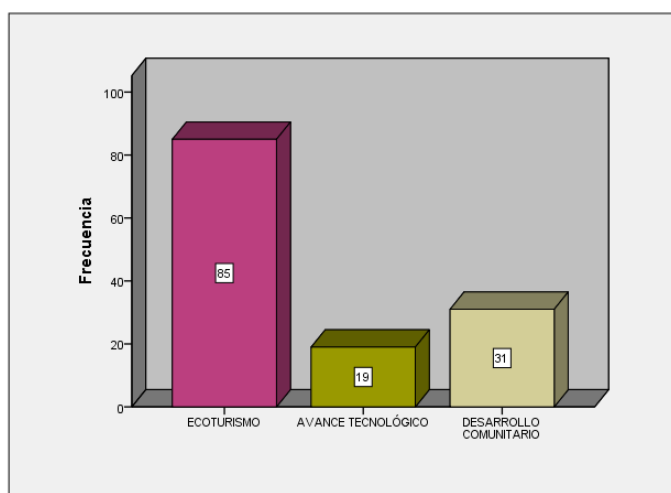
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| ECOTURISMO | 85 | 63,0 | 63,0 | 63,0 |
| AVANCE TECNOLÓGICO | 19 | 14,1 | 14,1 | 77,0 |
| DESARROLLO COMUNITARIO | 31 | 23,0 | 23,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 11

Desarrollo de las Inversiones



Análisis e interpretación

El 63% del total de personas encuestadas manifiestan que las inversiones en el parque Cotopaxi debe estar orientado al Ecoturismo un 14,1% manifiestan que debe estar orientado al avance tecnológico, y el 23% del total de encuestados manifiestan que debe estar orientado al desarrollo comunitario. Para la mayor parte de los encuestados, la inversión se debe orientar a generar ecoturismo, y explotar cada uno de los recursos de la localidad para evitar migración a las grandes ciudades y generar nuevas fuentes de empleo.

4.- ¿Considera Ud. que la visita de los turistas al sector genera inversión para el desarrollo eco turístico del Parque Nacional Cotopaxi?

Visita de turistas

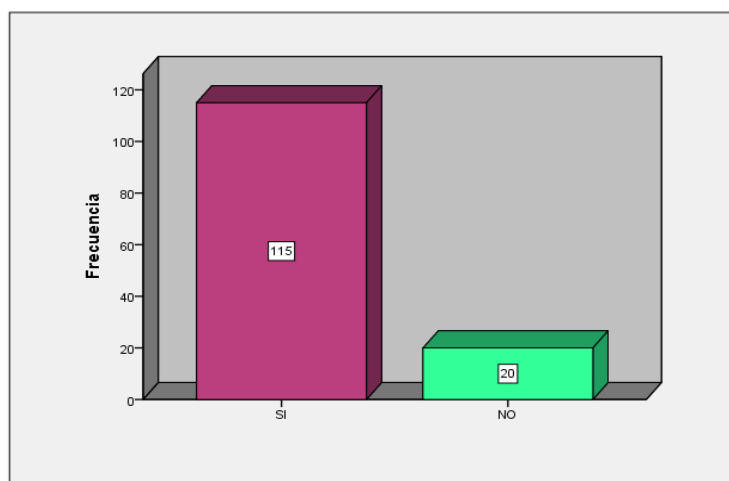
Tabla N° 04

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 115 | 85,2 | 85,2 | 85,2 |
| Válidos NO | 20 | 14,8 | 14,8 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

**Gráfico N°12
Visita de turistas**



Análisis e interpretación

Según el total de personas encuestada el 85,2% consideran que sí, que existe inversión en el desarrollo eco turístico del Parque Nacional Cotopaxi y el 14,8% consideran que no existe inversión.

Los encuestados en su mayoría manifiestan que las visitas de los turistas si generan ingresos, de tal manera que es importante que se fortalezca este sector para que la comunidad desarrolle emprendimiento y generar desarrollo económico sostenible.

5.- ¿Cree Ud. que para acceder a nuevos proyectos, existe la infraestructura técnica necesaria de la localidad?

Nuevos Proyectos

Tabla N° 05

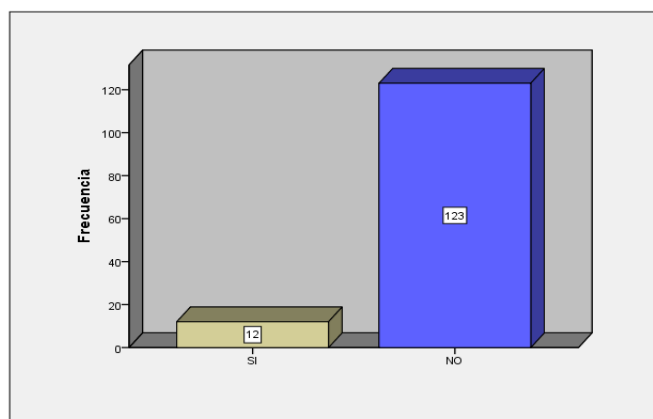
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 12 | 8,9 | 8,9 | 8,9 |
| Válidos NO | 123 | 91,1 | 91,1 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°13

Nuevos Proyectos



Análisis e interpretación

El 8,9% del total de personas encuestada manifiestan que si existe la infraestructura técnica necesaria de la localidad pero el 91,1% del total de encuestados creen que no.

Para la mayoría de los encuestados, no existe la infraestructura para poder proyectar una imagen de satisfacción al turista, lo cual limita las visitas y por ende el habitante no puede mejorar sus ingresos en base a nuevas oportunidades de trabajo.

6.- ¿De qué factores considera Ud. que depende la organización de una nueva inversión?

Organización de una nueva inversión

Tabla N° 06

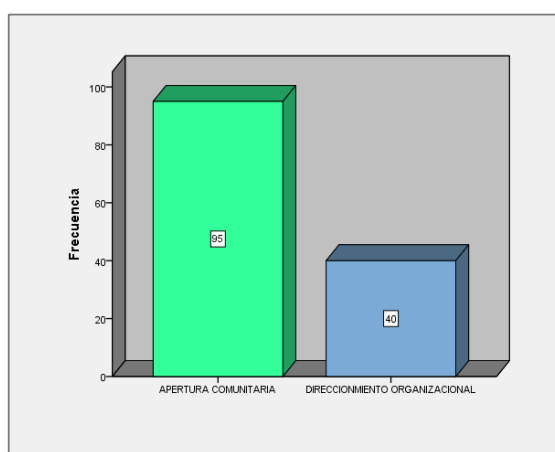
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| APERTURA COMUNITARIA | 95 | 70,4 | 70,4 | 70,4 |
| Válidos DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL | 40 | 29,6 | 29,6 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 14

Organización de una nueva inversión



Análisis e interpretación

Según el total de personas encuestadas el 70.4% manifiestan que depende de la apertura comunitaria, y un 29,6% manifiestan que depende del direccionamiento organizacional

Indican la mayoría de los encuestados, que la nueva inversión depende de la apertura comunitaria, es decir, de que exista compromiso y visión de cambio de los habitantes para poder generar empleo mediante integración comunitaria.

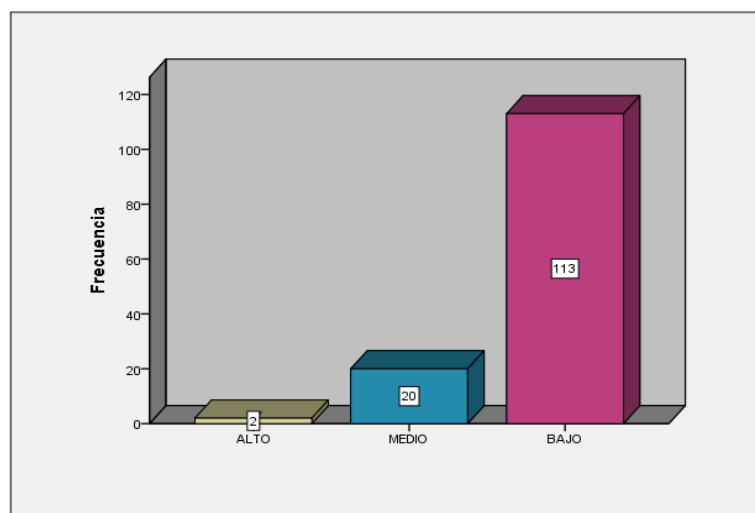
**7.- ¿Cómo considera Ud. que son sus ingresos al momento?
Ingresos**

Ingresos
Tabla N° 07

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| ALTO | 2 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| MEDIO | 20 | 14,8 | 14,8 | 16,3 |
| BAJO | 113 | 83,7 | 83,7 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

**Gráfico N°15
Ingresos**



Análisis e interpretación

El 1,5% del total de persona encuestadas manifiestan que sus ingresos al momentos son altos el 14,8 manifiestan que son medios y un 83,7%, manifiestan que los ingresos son bajos.

Por tanto la mayoría de los encuestados señalan, que los ingresos son bajos, no existen fuentes dinamizadoras de la economía, lo cual genera en la comunidad apatía por mantenerse en la región y por eso salen a las grandes ciudades en busca de empleo.

8.- ¿Qué aspectos mejorarían sus ingresos?

Mejoramiento

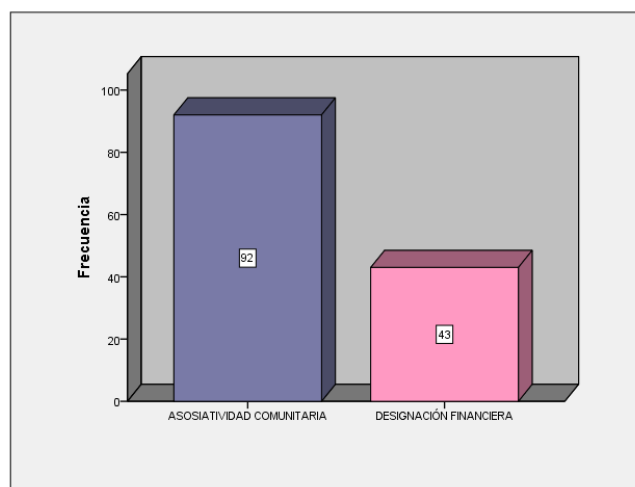
Tabla N° 08

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| ASOCIATIVIDAD COMUNITARIA | 92 | 68,1 | 68,1 | 68,1 |
| Válidos DESIGNACIÓN FINANCIERA | 43 | 31,9 | 31,9 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°16
Mejoramiento



Análisis e interpretación

El 68.1% del total de personas encuestadas consideran que lo que mejorarían sus ingresos es la asociatividad comunitaria y el 31,9% consideran que es la designación financiera. Indican la mayoría de los habitantes que para mejorar los ingresos tanto individuales como colectivos es importante genera asociatividad. Es decir integración de cada uno de los habitantes en busca a mejores oportunidades de trabajo explotando los atributos de la localidad.

9.- ¿Para acceder a una mejor calidad de vida en el sector se debe realizar?

Calidad de vida

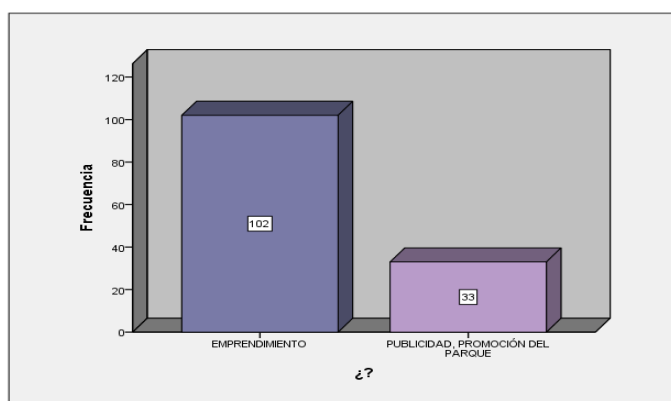
Tabla N° 09

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| EMPRESARIADO | 102 | 75,6 | 75,6 | 75,6 |
| Válidos PUBLICIDAD, PROMOCIÓN DEL PARQUE | 33 | 24,4 | 24,4 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°17

Calidad de vida



Análisis e interpretación

Según el 75,6% del total de personas encuestadas manifiestan que para acceder a una mejor calidad de vida en el sector se debe realizar emprendimiento, y el 24,4% manifiesta que debe realizar publicidad del parque.

Para los encuestados, es importante que se genere emprendimiento para así acceder a una mejor calidad de vida ya que se puede explotar las habilidades y destrezas de cada habitante y enfocarlas al desarrollo social.

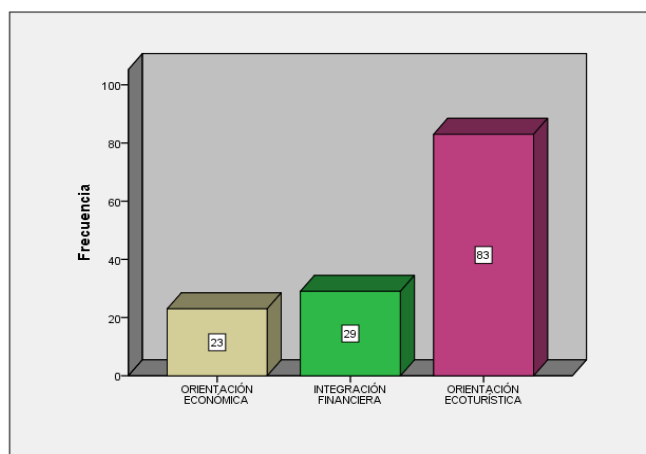
10.- ¿Para poder mejorar el desarrollo económico se debe establecer una?

Desarrollo económico
Tabla N° 10

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| ORIENTACIÓN ECONÓMICA | 23 | 17,0 | 17,0 | 17,0 |
| INTEGRACIÓN FINANCIERA | 29 | 21,5 | 21,5 | 38,5 |
| ORIENTACIÓN ECOTURÍSTICA | 83 | 61,5 | 61,5 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 18
Desarrollo económico



Análisis e interpretación

El 17% del total de personas encuestadas manifiestan que para poder mejorar el desarrollo económico se debe establecer una orientación económica, un 21,5% manifiesta que se debe a la integración financiera, y el 61,5% manifiesta que se debe a la orientación eco turístico.

Manifiestan los encuestados, que para mejorar el desarrollo económico la orientación y la clave es el ecoturismo ya que no han sido bien direccionado de tal manera que no existe oportunidades de mejoramiento interno y externo afectando a la comunidad.

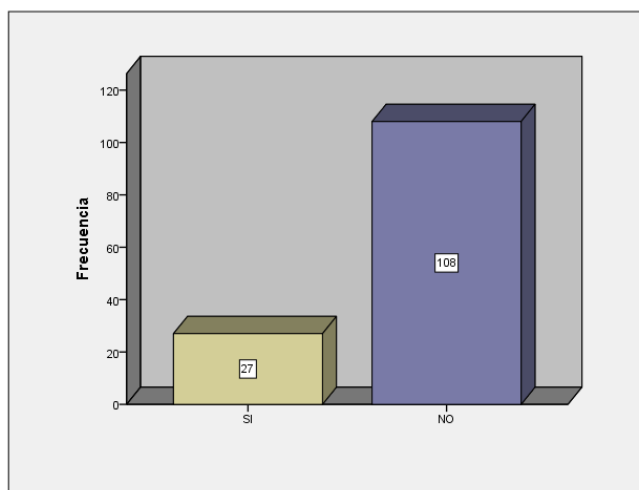
11.- ¿Conoce Ud. los servicios que proporciona el Parque Nacional Cotopaxi?

Servicios
Tabla N° 11

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 27 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| Válidos NO | 108 | 80,0 | 80,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 19
Servicios



Análisis e interpretación

El 20% del total de personas encuestadas manifiestan que Si conocen los servicios que proporcionan el parque y el 80% manifiesta que no conoce de ello.

Indican los encuestados, que no se conocen de forma clara los servicios que se ofertan en el parque por tanto se limitan las visitas de los turistas y ellos escogen nuevas alternativas afectando al desarrollo económico ya que no es potencializado.

12.- ¿Piensa Ud. que la inversión eco turística es suficiente para el desarrollo comunitario?

Desarrollo comunitario

Tabla N° 12

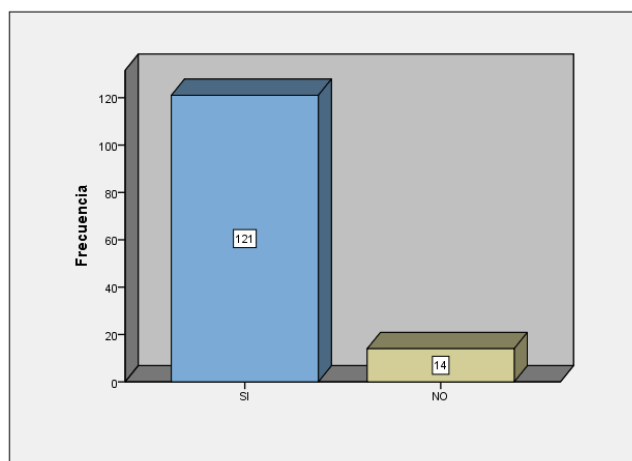
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 121 | 89,6 | 89,6 | 89,6 |
| Válidos NO | 14 | 10,4 | 10,4 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 20

Desarrollo comunitario



Análisis e interpretación

Según el 89,6% del total de personas encuestadas piensan que la inversión eco turística es suficiente para el desarrollo comunitario y el 10,4% manifiestan que no es suficiente para el desarrollo comunitario.

Es importante para la mayoría de los encuestados que se genere una inversión eco turística sostenible de tal manera que se fundamente el emprendimiento mediante un cambio de direccionamiento comunitario para que este sea estratégico.

13.- ¿Considera Ud. que sus ingresos le permiten satisfacer sus necesidades básicas?

Ingresos

Tabla N° 13

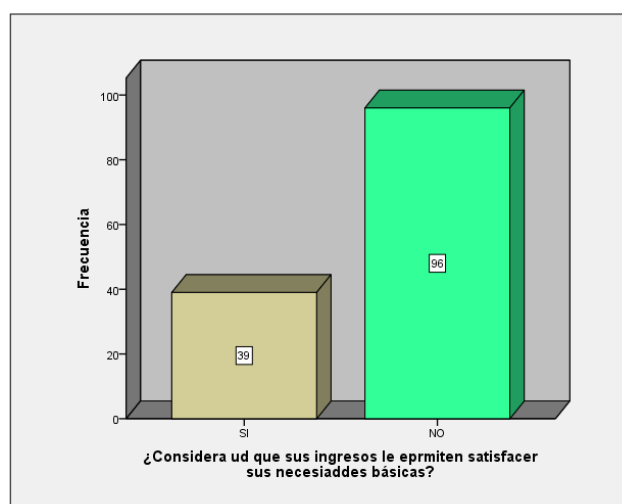
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 39 | 28,9 | 28,9 | 28,9 |
| Válidos NO | 96 | 71,1 | 71,1 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°21

Ingresos



Análisis e interpretación

El 28,9% del total de personas encuestadas consideran que sus ingresos si le permiten satisfacer sus necesidades básicas, y el 71,1% del total de encuestados manifiestan que no satisfacen sus necesidades

Indican la mayoría de los encuestados que para satisfacer las necesidades básicas es importante fortalecer la fuente de ingresos, el cual puede ser mediante inversión sostenible y equilibrada

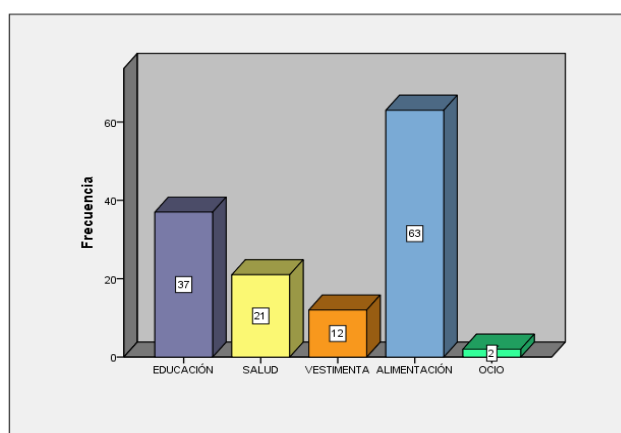
14.- ¿En que gasta sus ingresos?

Gasto
Tabla N° 14

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| EDUCACIÓN | 37 | 27,4 | 27,4 | 27,4 |
| SALUD | 21 | 15,6 | 15,6 | 43,0 |
| VESTIMENTA | 12 | 8,9 | 8,9 | 51,9 |
| ALIMENTACIÓN | 63 | 46,7 | 46,7 | 98,5 |
| OCIO | 2 | 1,5 | 1,5 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°22
Gasto



Análisis e interpretación

El 27,4% manifiesta que se gasta sus ingresos en educación, el 15,6% se lo gasta en salud un 8,9% se lo gasta en vestimenta, el 46,7% se lo gasta en alimentación y el 1,5% de encuestados se lo gasta en ocio.

Indican los encuestados que ellos gastan sus ingresos en su mayoría en la alimentación, este es un rubro que no conlleva una alta demanda de recursos financieros, por tanto se debe mejorar la fuente de ingresos para que cada rubro sea eficientemente atendido.

16.- ¿Cree Ud. que un plan de inversión fomentaría las visitas eco turísticas?

Plan de inversión

Tabla N° 15

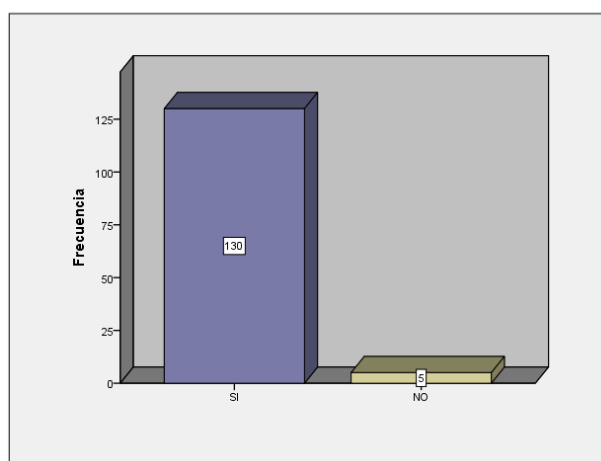
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 130 | 96,3 | 96,3 | 96,3 |
| Válidos NO | 5 | 3,7 | 3,7 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°23

Plan de inversión



Análisis e interpretación

Un 96,3% del total de personas encuestadas creen que un plan de inversión si fomentaría las visitas eco turística, y el 3,7% del total de encuestados creen que no lo fomentaría

Para los encuestados, la generación de un plan de inversión permitirá un mejor crecimiento en las visitas ya que se proyectara una imagen de integración y eficiencia turística y comunitaria.

17.- ¿Considera Ud. que se analiza correctamente la demanda para satisfacer los requerimientos?

Satisfacer los requerimientos

Tabla N° 16

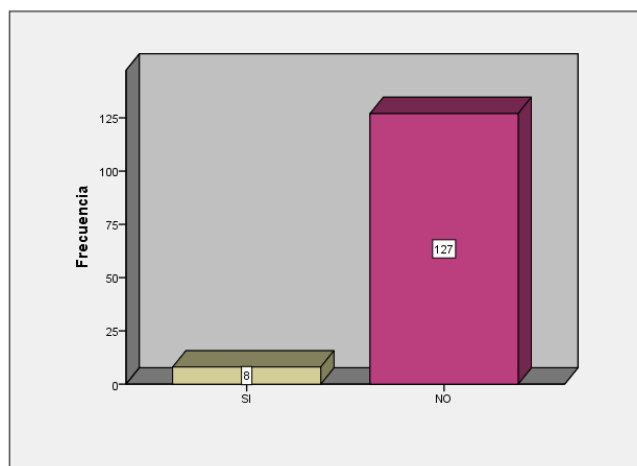
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 8 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| Válidos NO | 127 | 94,1 | 94,1 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°24

Satisfacer los requerimientos



Análisis e interpretación

El 5,9% del total de personas encuestadas consideran que si analiza correctamente la demanda para satisfacer los requerimientos, y el 94,1% consideran que no analizan correctamente.

Indican los encuestados en su mayoría que no se analizan eficientemente las necesidades de los turistas por tanto no existe demanda lo cual limita el perfil de ingresos lo cual no permite la captación de recursos externos para sustentar el desarrollo económico y comunitario en direccionamiento.

18.- **¿Conoce Ud. los destinos turísticos a promocionar por el Parque Nacional Cotopaxi?**

Destinos turísticos

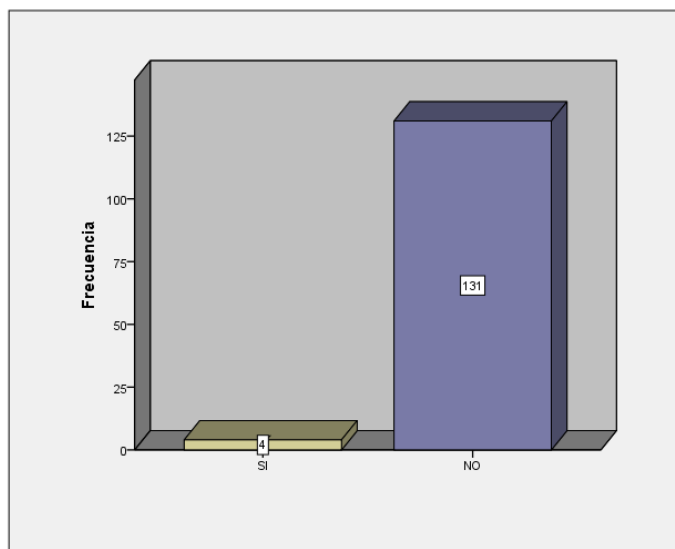
Tabla N° 17

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 4 | 3,0 | 3,0 | 3,0 |
| Válidos NO | 131 | 97,0 | 97,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°25
Destinos turísticos



Análisis e interpretación

El 3% del total de personas encuestadas si conoce los destinos turísticos del parque y el 97% no conoce sobre los destinos turísticos del Parque Cotopaxi. Para los encuestados, no se conoce específicamente los destinos del parque, por tanto el turista limita su visita y por ende no existe ingresos ya que no se proyecta una imagen de asociatividad en el entorno dando lugar al estancamiento en la región.

19.- ¿Cree Ud. que se debe realizar un proyecto de una imagen eco turística en el mercado?

Imagen eco turístico

Tabla N° 18

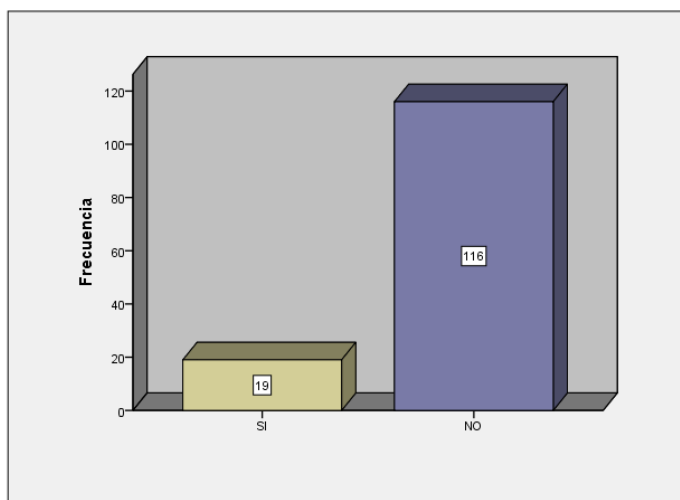
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 19 | 14,1 | 14,1 | 14,1 |
| Válidos NO | 116 | 85,9 | 85,9 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N°26

Imagen eco turístico



Análisis e interpretación

El 14,1% del total de personas encuestadas creen que Si se debe realizar un proyecto de una imagen eco turística en el mercado, y el 85,9% creen que No se debe realizar.

Indican los encuestados, que se debe colocar en el medio una imagen de turismo en base a la potencialización de los recursos para así acceder a una mejor demanda e inversión en el entorno turístico.

20. ¿Considera Ud. que el parque debe ser mejorado para generar desarrollo económico?

Desarrollo económico

Tabla N° 19

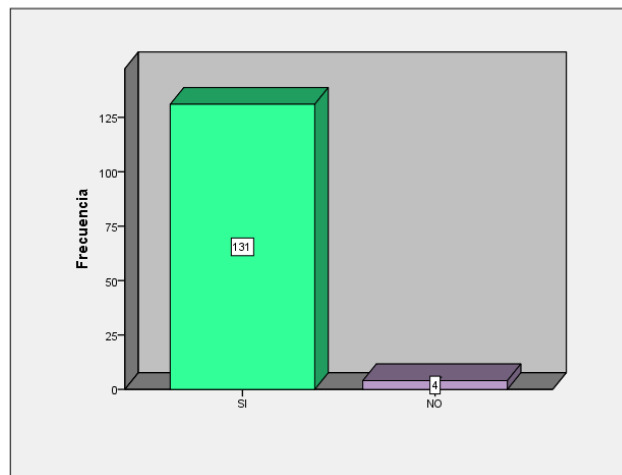
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 131 | 97,0 | 97,0 | 97,0 |
| Válidos NO | 4 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 27

Desarrollo económico



Análisis e interpretación

El 97% del total de persona encuestadas creen que el parque si debe ser mejorado pero el 3% del total de encuestados creen que no debe ser mejorado.

Es importante que se mejore el parque mediante la ampliación de servicios de tal manera que el visitante comunique en su entorno los beneficios de la visita al Parque Nacional Cotopaxi y colocarlo como referencia de calidad.

21.- ¿Piensa Ud. que existe migración de los habitantes del Parque Nacional Cotopaxi a otros sectores?

Migración de los habitantes

Tabla N° 20

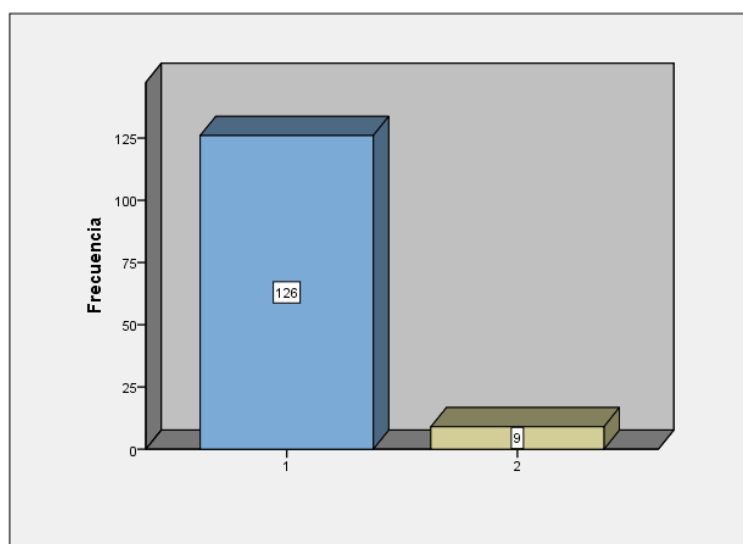
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 126 | 93,3 | 93,3 | 93,3 |
| Válidos NO | 9 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Gráfico N° 28

Migración de los habitantes



Análisis e interpretación

El 93,3% del total de personas encuestadas creen que Si existe migración de los habitantes de parque Cotopaxi y el 6,7% creen que no existe migración de los habitantes del parque.

Para un grupo considerable de los encuestados, indican que existe migración de turistas a otros sectores lo cual limita el ingreso de capitales e inversión al parque y por ende el desarrollo económico se ve afectada.

4.3 Verificación del chi- cuadrado

En la verificación de la hipótesis se utilizó el método de la chi-cuadrado para relacionar las variables de estudio, mediante el siguiente procedimiento:

Para el proceso de verificación se utilizó dos preguntas las cuales fueron correlacionadas:

Pregunta N° 04

¿Considera Ud. que la visita de los turistas al sector genera inversión en el desarrollo eco turístico del Parque Nacional Cotopaxi

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 115 | 85,2 | 85,2 | 85,2 |
| Válidos NO | 20 | 14,8 | 14,8 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

20. ¿Considera Ud. que el parque debe ser mejorado para generar desarrollo económico?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| SI | 131 | 97,0 | 97,0 | 97,0 |
| Válidos NO | 4 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| Total | 135 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Belén Tufiño

Modelo Lógico

Ho = La estructura de un plan de inversión eco turística no promoverá el incremento del desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita.

H1= La estructura de un plan de inversión eco turística si promoverá el incremento del desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita.

Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabaja es del 5%.

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada o teórica

α = 0.05 = 5%

Nivel de confianza = 95% = 0.95

| Grados de Libertad | | | | |
|--|----------|---|-------------|---|
| $gl = (f - 1) (c - 1)$ | | | | |
| gl = | Filas | 2 | $(2 - 1) =$ | 1 |
| | Columnas | 2 | $(2-1) =$ | 1 |
| gl = | 1 | * | 1 | |
| gl = | 1 | | | |

Nivel de Significación

Grado de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

Frecuencias observadas Tabla N° 21

| Frecuencias Observada | | | |
|--------------------------------|------------|-----------|-----------------|
| Preguntas | SI | SI | Subtotal |
| | NO | NO | |
| INVERSIÓN | 115 | 20 | 135 |
| DESARROLLO ECOTURÍSTICO | 131 | 4 | 135 |
| Total | 246 | 24 | 270 |

Frecuencias esperadas
Tabla N° 22

| FRECUENCIAS ESPERADAS | | | | | | |
|-------------------------|---|-----|---|-----|---|--------------|
| INVERSIÓN | (| 135 | * | 246 |) | 270 = 123,00 |
| | | / | | | | |
| DESARROLLO ECOTURÍSTICO | (| 135 | * | 24 |) | 270 = 12,00 |
| | | / | | | | |
| DESARROLLO ECOTURÍSTICO | (| 135 | * | 246 |) | 270 = 123,00 |
| | | / | | | | |
| DESARROLLO ECOTURÍSTICO | | 135 | * | 24 |) | 270 = 12,00 |
| | | / | | | | |

Tabla de contingencia
Tabla N° 23

| Tabla de Contingencia | | | | | |
|-----------------------|------------|---------------|--------|----------------------|-------------------------|
| Preguntas | O | E | O - E | (O - E) ² | (O - E) ² /E |
| INVERSIÓN | 115 | 123,00 | - 8,00 | 64,00 | 3,00 |
| | 20 | 12,00 | 8,00 | 64,00 | 0,00 |
| DESARROLLO ECONÓMICO | 131 | 123,00 | 8,00 | 64,00 | 0,94 |
| | 4 | 12,00 | - 8,00 | 64,00 | 0,00 |
| Total | 270 | 270,00 | | | 3,94 |

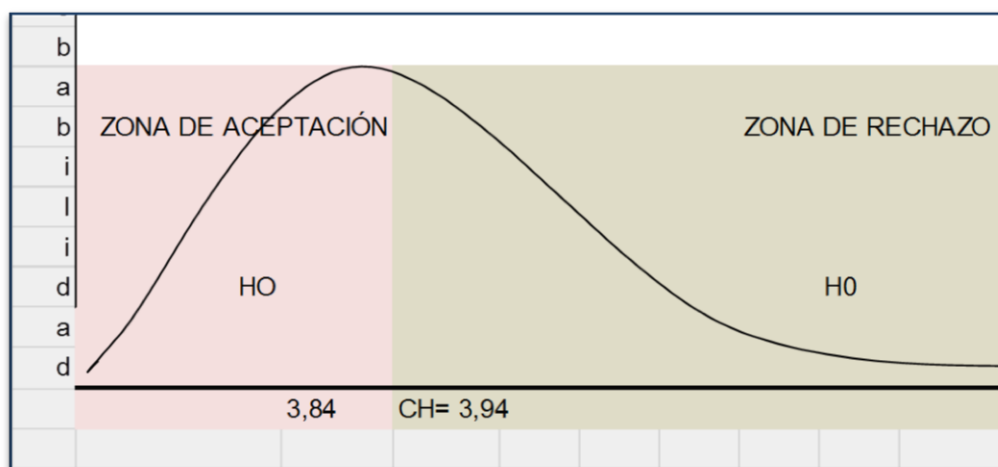
$$gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (1) (1)$$

$$gl = 1$$

GRÁFICO DE VERIFICACIÓN
Grafico N° 29



Se concluye que se rechaza H_0 y entonces que se acepta la hipótesis H_1 , la cual indica que La estructura de un plan de inversión eco turística si promoverá el incremento del desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Respecto al objetivo específico número uno, el cual indica: “Determinar los factores que limitan la inversión en el Parque Nacional Cotopaxi para el mejoramiento de la calidad de vida del área de influencia”.
 - Se determina en la investigación que el 70.4% de las personas encuestadas indican que los factores que limitan la inversión son la falta de asociatividad en la región, lo cual no permite generar una mayor participación organización y así potencializar la integración productiva y comercial en beneficio de la localidad.

- En referencia al segundo objetivo específico que indica “Establecer los elementos que limitan el desarrollo económico de la población del área de influencia para el fortalecimiento de su actividad económica”.
 - Se establece para el 96.3 % que los elementos que limitan el desarrollo económico es la falta de visión por el cambio, no se cuenta con programas de emprendimiento que fomenten el desarrollo de ingresos en la localidad.

- Finalmente respecto al tercer objetivo específico el cual dice: “Estructurar un plan de inversión económico para el incremento del desarrollo económico del Parque Nacional Cotopaxi y del sector del área de influencia”.
 - Para el 97% de los encuestados no existe un plan de inversión que dinamice cada uno de los recursos en la comunidad lo cual limita el desarrollo económico, el nivel de calidad de vida y la integración social.
 - En este contexto se determina que si influye la inversión en el desarrollo económico y en la calidad de vida de la comunidad.
 - Existe estancamiento de los habitantes debido que no existe apertura a un cambio mediante inversión sostenible en el medio.

5.2 Recomendaciones

De tal manera que se recomienda lo siguiente:

- Se debe generar un cambio paradigmático a la orientación de las inversiones, con la finalidad de acceder a una mejor participación colectiva en la región y así acceder a un mejor desarrollo comunitario y poder potencializar cada uno de los recursos en la localidad.
- Es recomendable se cambie de visión con la finalidad de generar emprendimiento para el desarrollo económico, no solo individual sino colectivo, ya que eso permitirá el acceso a nuevas formas de vida sin salir de la localidad y potencializando los recursos del Parque Nacional Cotopaxi.

- Desarrollar un plan de inversión orientado a integrar a la colectividad de manera que se exploten recursos y habilidades de la comunidad y así fomentar empleo, el mismo que vaya orientado a mejorar la calidad de vida del habitante sin necesidad de migrar a las grandes ciudades y así poder fortalecer la imagen turística del Parque Nacional Cotopaxi.
- Es de vital importancia potencializar la generación de inversión interna para que se pueda desarrollar fuentes de empleo mitigar la migración a las grandes ciudades y mejorar el desarrollo económico.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Título:

Estructura de un Plan de inversión para la creación de un Patio Gastronómico Turístico en la comunidad de Santa Rita.

6.1. Datos informativos

Institución Ejecutora: Parque Nacional Cotopaxi

Ejecución de la investigación: La propuesta será ejecutada en el segundo semestre del año 2015

Costo: será de \$12.754,50 dólares.

Equipo Responsable

El equipo responsable de la organización del parque gastronómico turístico, serán los miembros de la asociación, encabezados por su directorio, los mismos quienes manejarán el desarrollo en el mercado del proyecto en el Parque Nacional Cotopaxi, hemos recibido total apertura de la directiva de la comunidad y uno de los miembros de la directiva es el Señor Vicepresidente Jorge Guanoliza quien conjuntamente con el presidente brindan toda su apertura y están dispuestos a trabajar por la comunidad de Santa Rita.

Beneficiarios

Los beneficiarios del proyecto son los habitantes, ya que mediante una nueva inversión se potencializaran los recursos internos, generando oportunidades de desarrollo en el entorno turístico, lo mismo que ayudara

a posicionar una imagen de eficiencia turística y comunitaria en el medio y entonces así poder acceder a una mejor calidad de vida.

Por tanto la organización, la dirección y la ejecución del proyecto permitirán acceder a un desarrollo sostenible en el cual la asociatividad sea el eje transversal del desarrollo generando estos ingresos, fuentes de empleo y una amplia cobertura en el medio con la promoción de los recursos naturales

6.2 Antecedentes de la propuesta

En la actualidad no existe un proyecto de factibilidad de la propuesta para un Parque gastronómico turístico, que permita promocionar una imagen de sabor, desarrollo e innovación, lo cual limita el acceso a nuevas oportunidades de desarrollo, de tal manera que no se establece una integración como punto de partida, para poner en marcha un proyecto de factibilidad que mejore la calidad de vida de los habitantes y por ende el desarrollo económico se ve minimizado.

De tal manera que no existe una alternativa de cambio que permita que los habitantes se comprometan a generar un nuevo estilo de vida potencializando los recursos naturales, lo cual conlleva a que existe falencias en la calidad de vida y entonces apoyar al desarrollo económico desde nuevas alternativas de solución en el cual se genere participación e integración.

En este contexto se ha evidenciado la migración en busca de fuentes de trabajo ya que existe desconocimiento de nuevas alternativas, de emprendimiento de socialización de integración, lo que no permite trabajar en equipo y establecer un liderazgo socio económico en la región.

Por tanto la limitación económica no permite cumplir con la satisfacción de sus necesidades lo que da lugar a que los habitantes vivan en un

constante descontento social sin generar cambio y por ende no se establece que ningún eje de desarrollo como: social, de salud y económico sea mejorado viviendo en la marginación permanente del resto de la localidad.

No existe en los habitantes un cambio de visión para llegar a generar integración y así llegar a cumplir objetivos individuales y colectivos lo que afecta a la imagen de la región y entonces no se genera una alta demanda de turista minimizando el ingreso de las divisas y entonces no se puede proyectar una imagen de eficiencia social apoyada en habitantes comprometidos al desarrollo integral.

Como hemos ido observando, en el Parque Nacional Cotopaxi existe una gran afluencia de visitantes ya sean nacionales o extranjeros que llegan día tras día a visitar el mismo, por la entrada denominada Caspi se genera el 90% de los ingresos totales, dando así una visión para generar el desarrollo de Santa Rita, que es la comunidad que se encuentra a la entrada del Parque Nacional Cotopaxi, considerando así que se llegaría a generar un muy buen desarrollo económico en la zona de influencia.

Por lo cual los habitantes de Santa Rita están dispuestos a salir adelante con este plan de inversión enfocado a la gastronomía puesto que en estos momentos viven el día a día buscando ideas para que la comunidad salga adelante, y están dispuestos a trabajar duro para que no se genere más migración de habitantes hacia otros sectores dejando así a este sector abandonado dando una imagen distinta a lo que es en verdad Santa Rita. Con esto se quiere mejorar la entrada Norte del Parque Nacional Cotopaxi y aprovechar la afluencia de gente que día a día se genera, por lo cual también gracias a la ayuda de la actual Jefe del Parque Ing. Fernanda Navas hemos podido determinar los picos de gente que se genera en el año, dando así a conocer este proyecto a uno de sus colaboradores el Sr. Iván Valverde quien es el encargado de Programas de Turismo y Uso

público para que brinde su apoyo a la comunidad y pueda salir adelante con su desarrollo económico y fortalecer así la entrada principal y con mayor afluencia de gente, para poder generar otro aspecto y punto de vista a los turistas que a diario circulan por esta comunidad para ingresar al Parque Nacional Cotopaxi.

6.3 Justificación

El cambio de las tendencias organizacionales ha generado una estrecha vinculación con la colectividad, lo cual fortalece el crecimiento y desarrollo organizacional y económico, por tanto establecer un plan de factibilidad para la creación del Parque Gastronómico turístico Nacional Cotopaxi permitirá no solo generar un desarrollo económico, sino que se coloca en el mercado una imagen de integración en la sociedad mediante la difusión acerca de la gastronomía del sector y el impulso turístico de tal manera que el visitante interno y externo satisfaga sus necesidades.

De tal manera que la importancia está determinada en orientar recursos financieros hacia la potencialización de los recursos, por tanto la asociación permitirá aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento, para entonces el nivel social y económico será elevado para la región de influencia.

Es novedoso por cuanto se integrará la utilización de los recursos que la comunidad de Santa Rita posee, como lo son sus terneros, vacas lecheras, borregos, habas, choclos, truchas, mellocos entre otros, los mismos que serán potencializados para que exista una sinergia social, en el cual habitantes y turistas permitan generar desarrollo económico sostenible.

Es factible por cuanto existe la apertura de cada uno de los habitantes, directivos para mejorar el desarrollo social, turístico y económico y

orientar los recursos obtenidos al progreso de la región y consolidarse como referente de calidad turística y tecnológica.

6.4. Objetivos

Objetivo general

Establecer un Plan de inversión para la creación de un Patio Gastronómico Turístico en la comunidad de Santa Rita.

Objetivos específicos

- Establecer el estudio de mercado para conocer la demanda turística para posicionar la imagen del Parque Nacional Cotopaxi como referente de calidad turística.
- Definir la estructura organizacional para el manejo del plan de inversión y para potencializar los recursos.
- Determinar el plan de inversión para la promoción de los recursos naturales y el mejoramiento del desarrollo económico.

6.5 Análisis de factibilidad

La propuesta es factible organizacionalmente, porque tanto los directivos como los habitantes generan su apertura para mejorar el desarrollo económico, promocionar los recursos y posicionar a la región como referente de innovación calidad y servicios turísticos diferenciadores.

La factibilidad legal esta determina en el momento en que se cumpla con el servicio al usuario de forma integral, mediante el cumplimiento de las leyes de turismo y de mejoramiento el buen vivir.

La factibilidad financiera está determinada en la sistematización de los recursos financieros y como se orienten en la presentación de los servicios al mercado.

6.6. Fundamentación

Estudio de mercado

Gómez Arreola Juan Manuel. (2002). Los objetivos del estudio de mercado son: Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado; determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios; conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios, en donde de ser insostenible cualquiera de estos aspectos a nuestros objetivos, de entrada se tronaría la factibilidad del proyecto en cuestión. (Pág. 55).

Estudio técnico

Dice Hernández Villalobos Abraham (2004). "Permite generar un manejo operativo de la utilización de los recursos para procesarlos y colocarlos en el mercado para satisfacción de necesidades."

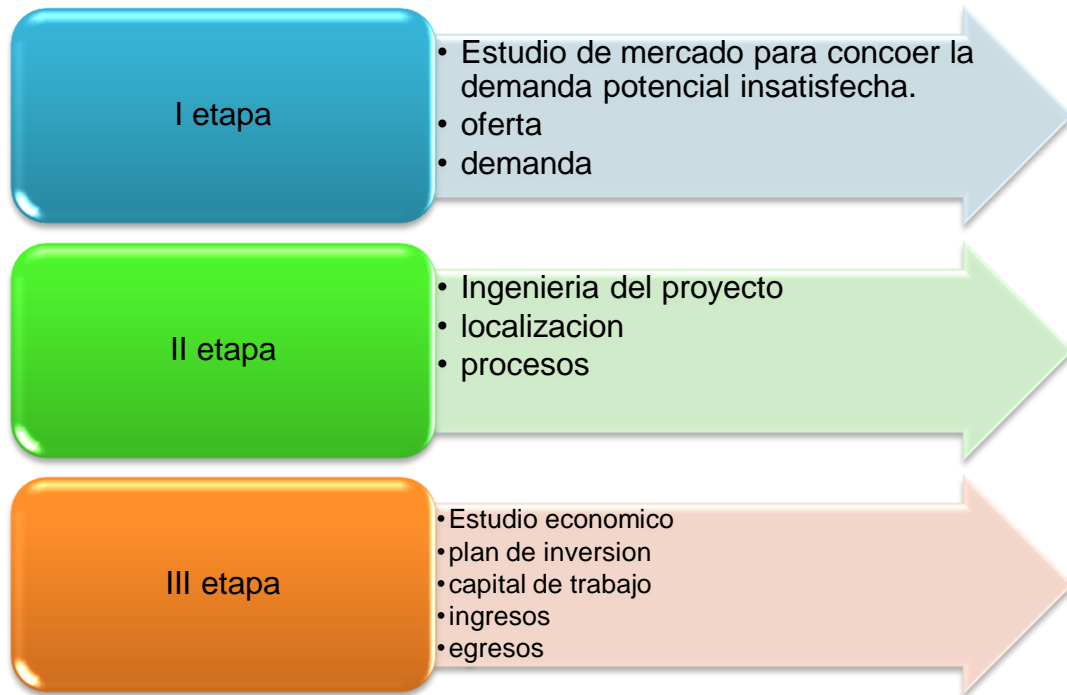
Estudio Económico

Dice BACA Urbina, Gabriel (2002). El objetivo de éste estudio, es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera.

6.7 Modelo operativo

El modelo operativo está determinado por las siguientes actividades

Gráfico N° 30.- modelo operativo



I ETAPA

Para el desarrollo de la etapa se ha considerado los siguientes factores:

- Análisis del entorno
- Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Análisis del entorno

El gobierno de Ecuador se está tomando muy en serio el desarrollo turístico por ese motivo el gobierno del presidente Rafael Correa ha cuadruplicado el presupuesto para ese sector. En el 2012, el presupuesto para el Ministerio de Turismo fue de 40 millones de dólares, desde este año y hasta el 2017 se incrementará a 150 millones anuales. Esta información fue proporcionada por el ministro de Turismo, Vinicio Alvarado, en el marco de la inauguración del Travel Mart Latin America 2013, (TMLA), que se desarrollará desde el 18 al 20 de septiembre en

esta capital. Alvarado manifestó que el presupuesto hasta el 2017 superará los 660 millones de dólares. Esto, sin contar con los recursos invertidos en obras como puertos, aeropuertos y carreteras, destacó el ministro.

Demanda

La demanda está determinada por los visitantes, el cual en su base histórica fue de:

Demanda
Tabla N° 24

| AÑOS | Xi Habitantes | Yi Demanda | Xi Yi Total demanda |
|-------------|------------------|---------------|---------------------------|
| 2008 | 168.499 | 1 | 168.499 |
| 2009 | 171.195 | 2 | 342.390 |
| 2010 | 173.934 | 3 | 521.802 |
| 2011 | 176.717 | 4 | 706.868 |
| 2012 | 179.545 | 5 | 897.723 |
| 2013 | 182.417 | 6 | 1.094.503 |
| 2014 | 185.336 | 7 | 1.297.351 |

Fuente: www.proecuador.gob.ec
Elaborado por. La autora

$$n = 7$$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2}$$

Y= valor de la variable
 a: ordenada de origen

X: representa el tiempo

b: valor de la pendiente de la recta de regresión

a = 176806,11

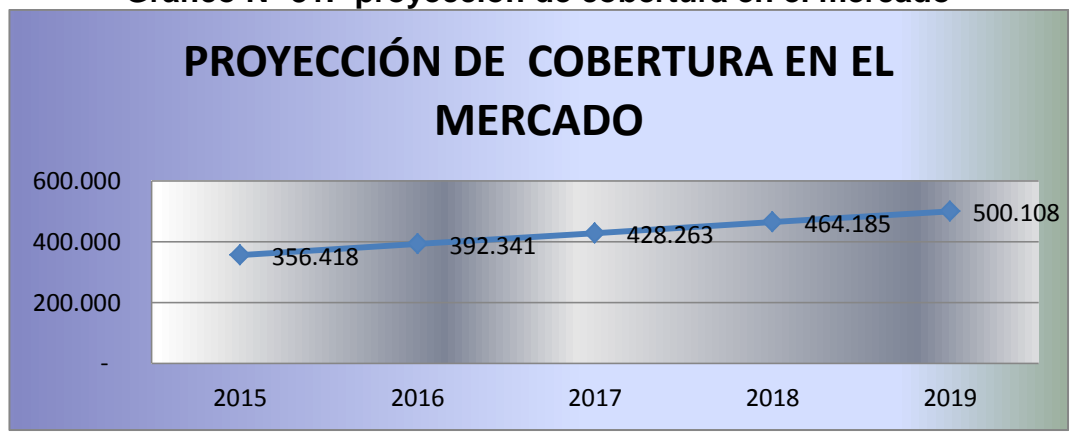
b = 35922,41

Y = a + b.x

**Proyección de la demanda
 Tabla N° 25**

| | |
|---------------------------|----------------|
| Y₂₀₁₅ = | 356.418 |
| Y₂₀₁₆ = | 392.341 |
| Y₂₀₁₇ = | 428.263 |
| Y₂₀₁₈ = | 464.185 |
| Y₂₀₁₉ = | 500.108 |

Gráfico N° 31.- proyección de cobertura en el mercado



Se determina entonces que la demanda en el mercado turístico es creciente lo cual genera una apertura para la operatividad del proyecto en el mercado, de tal manera que existe una gran cobertura en el medio para colocar los servicios gastronómicos en el entorno local y regional.

En tanto que la oferta está determinada por la competencia es decir el perfil competitivo de quienes ofertan los mismos servicios en el entorno.

OFERTA
Tabla N° 26

| AÑOS | Xi Habitantes | Yi Frecuencia | Xi Yi Total habitantes |
|-------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------|
| 2008 | 62.508 | 1 | 62.508 |
| 2009 | 63.508 | 2 | 127.016 |
| 2010 | 64.524 | 3 | 193.573 |
| 2011 | 65.557 | 4 | 262.227 |
| 2012 | 66.606 | 5 | 333.028 |
| 2013 | 67.671 | 6 | 406.027 |
| 2014 | 68.754 | 7 | 481.278 |

Fuente: www.proecuador.gob.ec

Elaborado por. La autora

N=7

$$a = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2}$$

a = 65589,69

b = 13326,12

Y = a + b.x

Y= valor de la variable

X: representa el tiempo

a: ordenada de origen

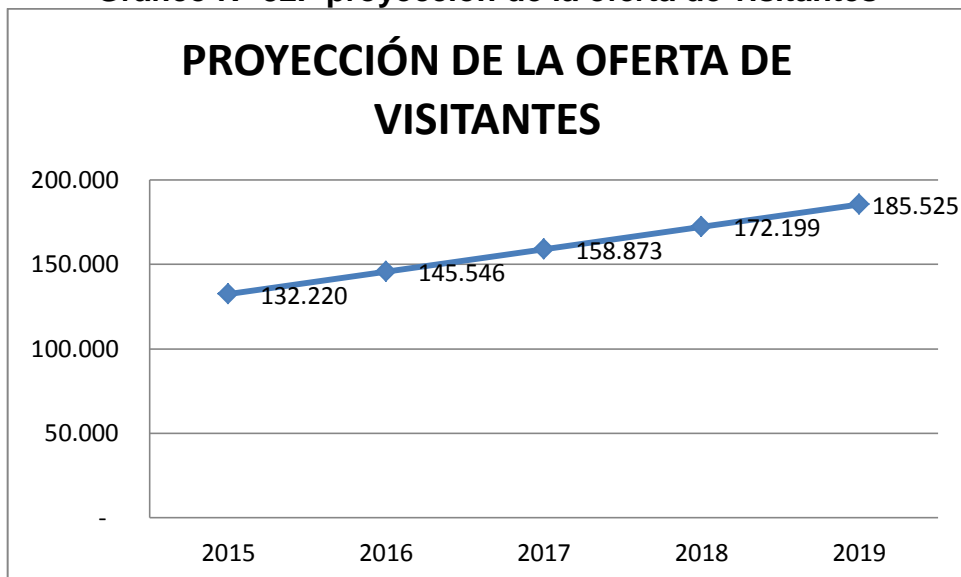
b: valor de la pendiente de la recta de regresión

Con la aplicación de la formula permitió proyectar la oferta:

Proyección De La Oferta
Tabla N° 27

| | |
|-------------|----------------|
| 2015 | 132.220 |
| 2016 | 145.546 |
| 2017 | 158.873 |
| 2018 | 172.199 |
| 2019 | 185.525 |

Gráfico N° 32.- proyección de la oferta de visitantes

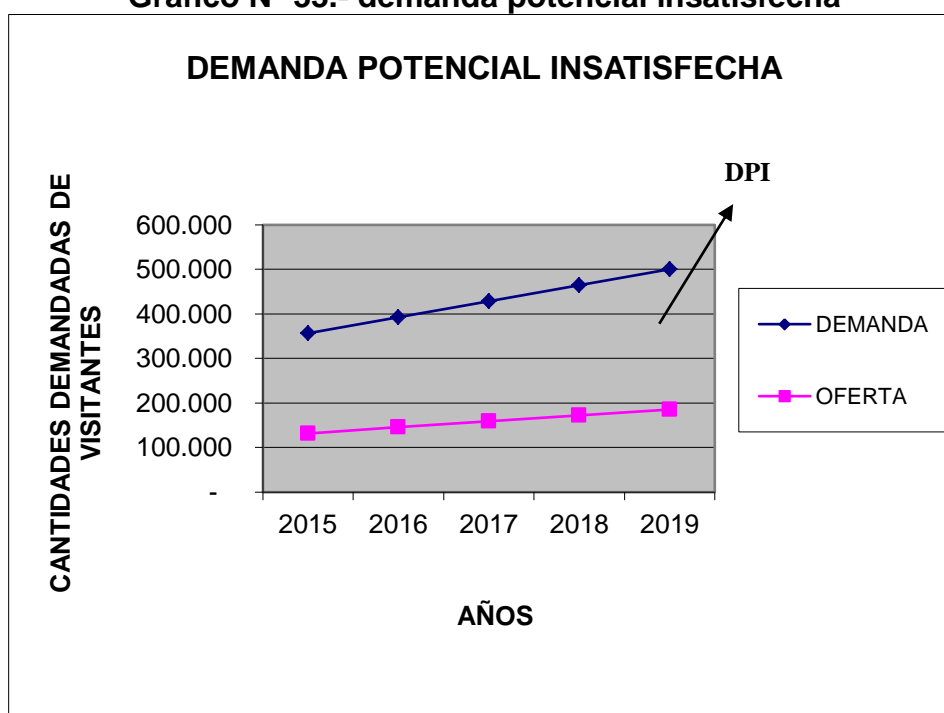


Existe una baja cobertura de los servicios turísticos en la región, lo cual da la posibilidad de establecer una nueva inversión con bases diferenciadoras que permitan generar satisfacción en el medio, debido a que no existe una especialización en los ofertantes generando esto la apertura del mercado para poder colocar al patio gastronómico como referente de desarrollo social y económico.

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
Tabla N° 28

| AÑOS | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA | ATENCIÓN AL MERCADO |
|------|---------|---------|--------------------------------|---------------------|
| 2015 | 356.418 | 132.220 | 224.198 | 44.839,57 |
| 2016 | 392.341 | 145.546 | 246.794 | 49.358,83 |
| 2017 | 428.263 | 158.873 | 269.390 | 53.878,09 |
| 2018 | 464.185 | 172.199 | 291.987 | 58.397,34 |
| 2019 | 500.108 | 185.525 | 314.583 | 62.916,60 |

Gráfico N° 33.- demanda potencial insatisfecha



Se evidencia entonces que existe demanda potencial insatisfecha para generar un nuevo proyecto y así colocar la imagen de Parque Nacional

Cotopaxi, como referente de innovación y calidad turística. Lo cual nos indica que también es nuestro mercado potencial para poder generar mayores ganancias y por lo mismo aumentar el desarrollo económico de la zona de influencia.

Podemos señalar que cuando hay mayor afluencia de gente como en los feriados se puede generar mayor demanda de nuestros productos, y así podríamos generar mayores ganancias ya que con esto observamos que la demanda no es fija y se van generando cambios constantes.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

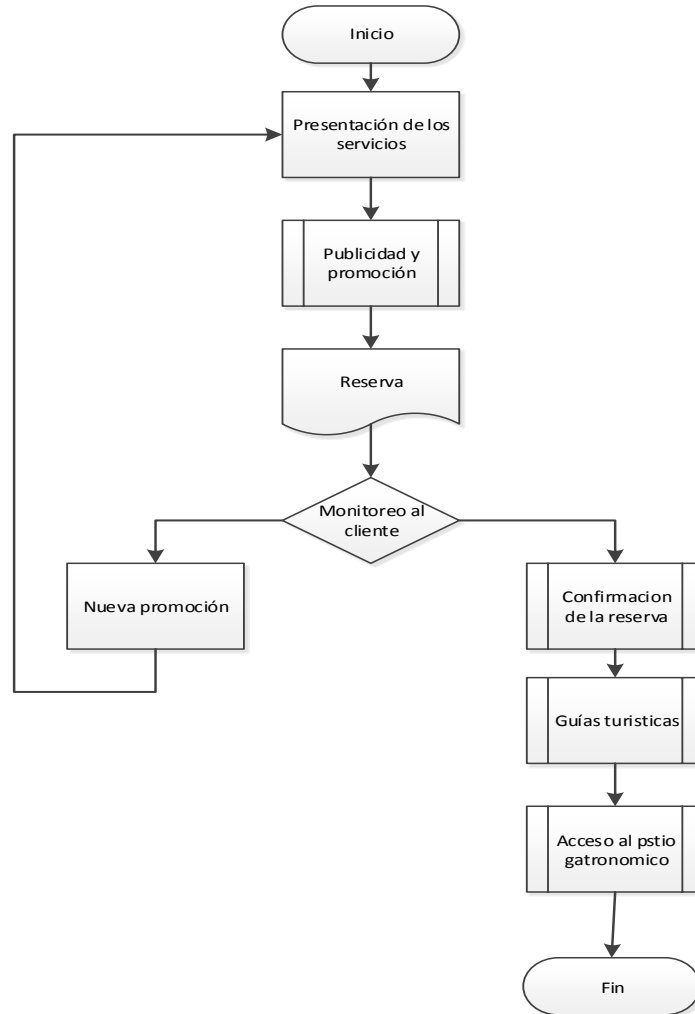
El proyecto estará enmarcado en el desarrollo eco turístico mediante innovación y desarrollo, para lo cual el servicio estará determinado por las siguientes actividades:

- Alimentación
- Servicio al cliente en actividades gastronómicas

Cuando nos referimos a alimentación queda claro que vamos a desarrollar al máximo los recursos que poseemos y aprovechar en su totalidad para que no se genere mayores desperdicios y en el caso del borrego se pueda obtener una ganancia hasta de la lana del mismo que en su caso no sería parte de la gastronomía sino que podríamos generar artesanías de la misma.

Y con relación del servicio al cliente en actividades gastronómicas, queremos brindar la mejor atención para que una vez que los turistas pasen por nuestras zonas gastronómicas y se deleiten con nuestra comida puedan regresar y dar recomendaciones a las demás personas que se encuentren cerca del sector generando así una publicidad de persona a persona.

FLUJO DE ATENCION AL CLIENTE EN EL PATIO GASTRONÓMICO



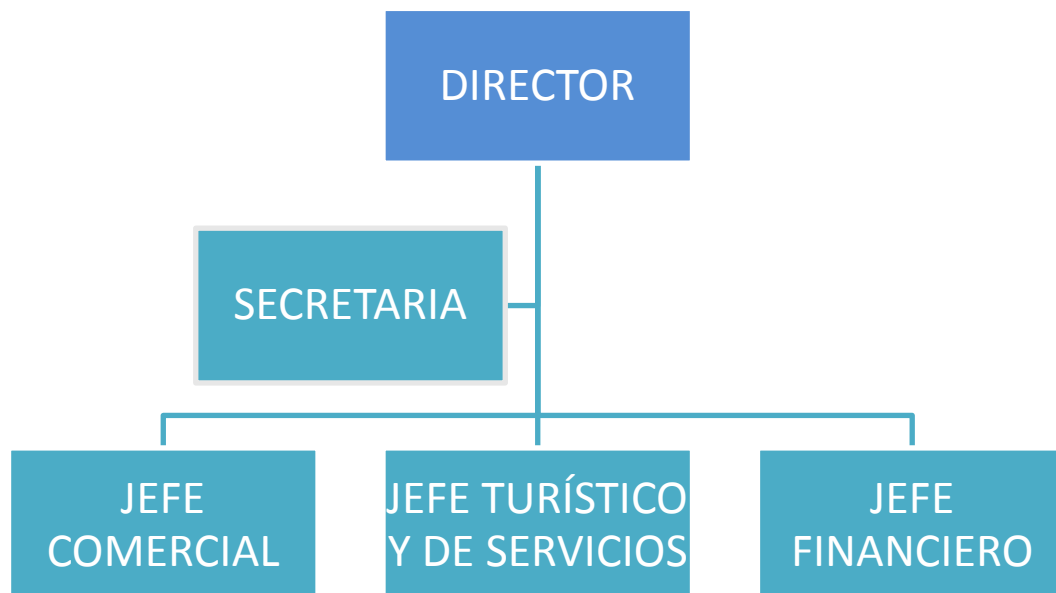
En el flujo se presenta entonces que el menú que se colocará en el mercado serán degustados por turistas nacionales y extranjeros, y por lo mismo tendrán muy buena aceptación ya que por tratarse de carne de borrego asada, yahuarlocro, chocolate en leche, desayunos con huevos de gallina runa, mote, choclo, habas cocinadas, y trucha; debido a que la comunidad se dedica a la cría y cosecha de estos alimentos para los turistas es de su agrado poder contar con estos deliciosos platos originales de Santa Rita.

Diseño organizacional

El servicio del patio gastronómico se enfoca a presentar la colocación de alimentos típicos de la zona lo cual permita acceder a un turista satisfecho aprovechando los recursos del entorno y proyectando una imagen de asociatividad.

El diseño organizacional mantendrá la siguiente estructura:

Gráfico N° 34.- Diseño Organizacional



En el sentido organizacional, se determina que existirá una jerarquía organizacional, en el cual los habitantes son referente de trabajo en equipo ya que ellos serán los encargados del direccionamiento de los recursos para tender al mercado turístico.

PLAN DE INVERSIÓN
Tabla N° 29

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | TOTAL (USD) |
|-----------------|---|-----------------------|---------------------|
| | ACTIVO FIJO | | |
| 1 | OBRA CIVIL Y CONSTRUCCION | \$ 8.500,00 | \$ 8.500,00 |
| | TOTAL ACTIVO FIJO | | \$ 8.500,00 |
| | ACTIVO DIFERIDO | | |
| | Licencias | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| | Gastos de instalación | \$ 850,00 | \$ 850,00 |
| | Imprevistos 5%(de los activos diferidos) | \$ 1.542,50 | \$ 1.542,50 |
| | Total Activo diferido | | \$ 3.892,50 |
| | CAPITAL DE TRABAJO | | |
| | Capital de trabajo operativo | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| | Capital de trabajo administrativo | \$ 312,00 | \$ 312,00 |
| | Total capital de trabajo | | \$ 362,00 |
| | TOTAL | | \$ 12.754,50 |

El plan de inversión para el proyecto del parque tecnológico y turístico demanda de \$12754.50 dólares para ponerlo en el mercado, el cual está establecido en activos fijos, infraestructura para atender a turistas internos y externos.

Para colocar los servicios en el mercado se establece la necesidad de capital e trabajo operativo y administrativo para generar la satisfacción de los usuarios, el cual está determinado de la siguiente manera:

CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO

Tabla N° 30

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL (USD) |
|-------------------------|----------|----------------|--------------|
| MENAJE DE COCINA | 1 | 50,00 | 50,00 |
| TOTAL | | | 50,00 |

| DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | TOTAL (USD) |
|--------------------------|----------------|---------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | 312,00 | 312,00 |
| TOTAL | | 312,00 |

El capital de trabajo está determinado para la utilización de menaje para la prestación de los alimentos y de pago de servicios básicos ya si colocar los alimentos a tiempo en el patio gastronómico.

FINANCIAMIENTO

Tabla N° 31

| DESCRIPCIÓN | TOTAL (USD) | TOTAL (%) |
|--------------------------|------------------|-------------|
| Recursos Propios | | 100% |
| Efectivo | 8.928,15 | 100% |
| Bienes | | |
| Recursos de terceros | | |
| Préstamo privado | 3.826,35 | |
| Préstamo bancario | | |
| TOTAL | 12.754,50 | 100% |

El financiamiento será aporte propio por parte de los integrantes de la comunidad y un préstamo para poder generar el patio gastronómico. Ya

que los habitantes del sector están dispuestos a involucrarse en este plan de inversión para poder salir adelante generando su desarrollo económico con sus propios recursos sin realizar una mayor inversión.

INGRESO POR VENTAS

Tabla N° 32

| PRODUCTOS | TOTAL | TOTAL | TOTAL | TOTAL | TOTAL |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ALIMENTACION | 67.259 | 69.755 | 72.343 | 75.026 | 77.810 |
| TOTAL INGRESO VENTAS | 67.259,3 | 69.754,6 | 72.342,5 | 75.026,4 | 77.809,9 |

Se evidencia entonces que el flujo de caja permitirá cumplir con los requerimientos necesarios para colocar los productos en el mercado y potencializar el turismo:

Balance de situación inicial

Al 31 de enero del 2015

Tabla N° 33

| ACTIVO | | PASIVO | |
|---------------------------|------------------|----------------------------------|------------------|
| CIRCULANTE | | CORTO PLAZO | |
| Caja | 12.754,50 | Cuentas por Pagar | - |
| Cuentas por Cobrar | - | Total Pasivo Corriente | 3.826,35 |
| Inventarios | - | TOTAL PASIVO | 3.826,35 |
| Activo Fijo | - | | |
| | | PATRIMONIO | |
| | | CAPITAL | |
| | | TOTAL PATRIMONIO | 8.928,15 |
| TOTAL ACTIVO | 12.754,50 | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 12.754,50 |

FLUJO DE CAJA
Tabla N° 34

| DESCRIPCION | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| A. INGRESOS OPERACIONALES | | 67.259,36 | 69.754,68 | 72.342,58 | 75.026,49 | 77.809,97 |
| Ingresos por ventas | | 67.259,36 | 69.754,68 | 72.342,58 | 75.026,49 | 77.809,97 |
| B. EGRESOS OPERACIONALES | | 51.785,55 | 54.316,50 | 56.971,80 | 59.757,59 | 5.452,39 |
| Pago a proveedores | | 47.081,55 | 49.435,63 | 51.907,41 | 54.502,78 | 0,00 |
| C. FLUJO OPERACIONAL (A - B) | | 15.473,81 | 15.438,18 | 15.370,78 | 15.268,90 | 72.357,58 |
| D. INGRESOS NO OPERACIONALES | | 7.200,00 | 7.616,46 | 8.057,01 | 8.523,05 | 9.016,04 |
| Aportes de capital | 12.754,50 | | | | | |
| Otros ingresos | | 7.200,00 | 7.616,46 | 8.057,01 | 8.523,05 | 9.016,04 |
| E. EGRESOS NO OPERACIONALES | | 15.501,08 | 15.590,46 | 15.657,32 | 15.699,55 | 62.042,23 |
| Pago de participación de utilidades | | 15.501,08 | 15.590,46 | 15.657,32 | 15.699,55 | 62.042,23 |
| F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E) | | 8.301,08 | 7.974,00 | 7.600,31 | 7.176,50 | 53.026,19 |
| G. FLUJO NETO GENERADO (C + F) | 12.754,50 | 7.172,73 | 7.464,19 | 7.770,47 | 8.092,40 | 19.331,39 |
| H. SALDO INICIAL DE CAJA | 0,00 | 12.754,50 | 19.927,23 | 27.391,41 | 35.161,88 | 43.254,28 |
| I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H) | 12.754,50 | 19.927,23 | 27.391,41 | 35.161,88 | 43.254,28 | 62.585,67 |

Evaluación financiera

En la evaluación financiera se ha tomado en consideración la información financiera del flujo de efectivo para conocer la viabilidad del proyecto en el mercado:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -12754.50 + \frac{7177.73}{(1.12)} + \frac{7464.19}{(1.25)} + \frac{7770.47}{(1.40)} + \frac{8092.40}{(1.57)} + \frac{19331.39}{(1.76)}$$

$$VAN = -12754.50 + \frac{7177.73}{(1.12)} + \frac{7464.19}{(1.25)} + \frac{7770.47}{(1.40)} + \frac{8092.40}{(1.57)} + \frac{19331.39}{(1.76)}$$

$$VAN = -12754.50 + 34068.49$$

$$VAN = \$ 21313.99$$

Se determina que existe viabilidad para ejecutar el proyecto en el mercado debido a que el van es de \$ 21313.99 dólares.

TIR

La recuperación de la inversión está determinada por:

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 0.10 + \left(\frac{0.12 - 0.10}{0.10 + (0.02)} \right) 2.64$$

$$TIR = 58\%$$

De tal manera que la tasa de recuperación será de la inversión del 58%.
Generando una atracción por el proyecto en el entorno.

Costo beneficio

La evaluación permitirá generar un beneficio de.

Costo beneficio
Tabla N° 35

| Inversión | 12.754,50 | Valores descontados |
|-----------------|-----------|------------------------|
| F1 | 7.172,73 | 6.408,68 |
| F2 | 7.464,19 | 5.971,35 |
| F3 | 7.770,47 | 5.550,33 |
| F4 | 8.092,40 | 5.154,39 |
| F5 | 19.331,39 | 10.983,74 |
| Subtotal | | 34.068,49 |
| B/C | | 2,67 |

De tal manera que el beneficio al ser mayor de 1 permite generar un beneficio superior de 2.67 a la inversión efectuada lo cual permitirá un mejor desarrollo económico. Por lo mismo los habitantes del sector se encuentran motivados a desarrollar este proyecto ya que generará una muy buena rentabilidad, y para poder solventar las necesidades con las que al momento cuentas. De tal manera que se genera un impulso para que exista integración de la misma y puedan existir mayores beneficios para que la asociación se conserve y sus miembros puedan aumentar su número y así poder generar importantes cambios dentro y fuera de la comunidad.

El periodo de recuperación de la inversión está determinado al segundo año es decir no existe un largo periodo de tiempo lo cual hace que la inversión sea atractiva.

Periodo de recuperación de la inversión
Tabla N° 36

| Inversión | 12.754,50 | Acumulado |
|------------------|------------------|------------------|
| F1 | 7.172,73 | 7.172,73 |
| F2 | 7.464,19 | 14.636,91 |
| F3 | 7.770,47 | |
| F4 | 8.092,40 | |
| F5 | 19.331,39 | |

ESTADO DE RESULTADOS
Tabla N° 37

| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ingresos por ventas | 67.259,36 | 69.754,68 | 72.342,58 | 75.026,49 | 77.809,97 |
| (-) Costo de Ventas | 47.081,55 | 49.435,63 | 51.907,41 | 54.502,78 | 2.725,14 |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 20.177,81 | 20.319,05 | 20.435,17 | 20.523,71 | 75.084,83 |
| (-) Gastos de venta | 960,00 | 996,10 | 1.033,55 | 1.072,41 | 1.112,73 |
| (=) UTILIDAD NETA EN VENTAS | 19.217,81 | 19.322,96 | 19.401,62 | 19.451,30 | 73.972,10 |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL | 19.217,81 | 19.322,96 | 19.401,62 | 19.451,30 | 73.972,10 |
| (-) Gastos Financieros | 363,72 | 297,37 | 223,88 | 142,50 | 52,38 |
| (-) Otros Egresos | 617,52 | 683,87 | 757,36 | 838,74 | 928,87 |
| (=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES | 18.236,57 | 18.341,72 | 18.420,38 | 18.470,06 | 72.990,86 |
| (-) 15% Participación trabajadores | 2.735,49 | 2.751,26 | 2.763,06 | 2.770,51 | 10.948,63 |
| (=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 15.501,08 | 15.590,46 | 15.657,32 | 15.699,55 | 62.042,23 |
| (=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO | 15.501,08 | 15.590,46 | 15.657,32 | 15.699,55 | 62.042,23 |

Se observa entonces que la colocación de los servicios y productos gastronómicos presenta una utilidad anual de 15.501,08, el cual va creciendo acorde a la demanda.

6.8 Administración de la propuesta

La propuesta será administrada bajo un perfil de gestiona administrativa integral, en el cual se generará mediante la planificación, organización, dirección y control, lo cual permitirá generar en el medio cumplimiento de objetivos y entonces se podrá accederé al desarrollo de la economía de manera sostenible.

6.9. Evaluación de la propuesta

La evaluación de la propuesta está determinada en tres aspectos:

- Evaluación antes del proceso, la cual se efectuó en el momento de detectar la problemática
- Evaluación en proceso, la que durante la etapa de aplicación permitirá conocer aspectos de la ejecución
- Evolución final para conocer los resultados finales de la aplicación de la propuesta.

Bibliografía

Araujo, David. (2012). *Proyectos de inversión: Análisis, formulación y evaluación práctica*. México : Trillas.

Avilés ,Efrén. (2012). *Enciclopedia del Ecuador*. Quito.

Baca, Gabriel. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Brenal, César Augusto. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.

Brigham, Eugene. (2009). *Fundamentos de administración Financiera*. México: Grupo editorial Patria.

César, Bernal. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: PEARSON.

Cópo, Maritza. (2010). *Diseño del Producto Turístico de la operación del turismo comunitario CEDIBAL comunidad Balda*. Riobamba: Escuela Superior del Chimborazo.

Cordero, Javier. (2008). *Marketing Estrategico en Turismo*. México: Trillas.

David Begg, Stanley Ficher. (2006). *Economía*. España: Mc Graw Hill.

Fundación Páramo. (2007). *Plan de desarrollo turístico Parque Nacional Cotopaxi*. Quito.

Godoy, Elena. (2012). *Plan de desarrollo turístico comunitario para la parroquia 6 de Julio de Cuellaje, Cantón Cotacachi*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Guadalupe Vidal León. (2008). *Microeconomía*. España: Gestión.

<http://www.turismo.gov.ec//2013>. (2013). <http://www.turismo.gov.ec//2013>, . Obtenido de <http://www.turismo.gov.ec//2013>, .

- Ministerio del Medio Ambiente. (2011). La experiencia turística en el Ecuador. *cifras esenciales de turismo interno y receptor*, 7.
- Ministerio del Medio Ambiente. (2012). *Estadísticas Turísticas*. Obtenido de servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30
- Ocampo, Eliseo. (2012). *Costo y evaluación de proyectos*. México: CECSA.
- PLANDETUR 2020. (2013). *PLANDETUR* . Obtenido de www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf
- Roberto, Hernández. (2010). *Metodología de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.
- Samuelson Nordhaus. (2010). *Economía*. España: Mc Graw Hill.
- Santiago, Valderrama. (2011). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación*. Perú: San Marcos.
- Tacsan Chen, R. (2007). *Elementos de Macroeconomía*. Costa Rica: EDITORIAL EUNED.
- Valenzuela, Juan. (2005). *Recursos Turísticos*. Santiago de Chile: PEARSON.
- Vicente Fretes C, Marcelo M. Guigale y otros. (2006).
- Viteri, Galo. (2011). *Notas sobre globalización*. México: Gestión.

ANEXOS

MARCO TEORICO REFERENCIAL PARA LA ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

| ORDEN | VARIABLES | DEFINICIONES | INDICADORES |
|-------|-----------|---|--|
| A.- | inversión | <p>Para Araujo, David (2012). Tiene la finalidad de generar, evaluar, comparar y seleccionar alternativas de inversión eligiendo la más eficiente, para satisfacer una necesidad específica en consecuencia, la actividad de formular o elaborar proyectos presupone por una parte, el conocimiento actualizado de la técnica y la tecnología en una denominada rama de actividad económica, para la cual se requiere precisar las acciones</p> | <p>Número de habitantes de la región de influencia La organización es de tipo social servicios que proporciona es el turismo</p> <p>existe en el medio turístico 10 años</p> <p>se analiza la demanda en el entorno para satisfacer requerimientos</p> |

| | | | |
|-----|------------------------|--|---|
| | | <p>existentes; por la otra, requiere el análisis de la demanda del producto objeto del proyecto, para que, con base en ambos tipos de información se determine la viabilidad del proyecto.</p> | |
| B.- | promoción ecoturística | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el modelo de mezcla promocional. • Consultar el programa de promoción de un destino turístico y comparar e identificar los elementos de la mezcla no incluidos. • Identificar y seleccionar, de la relación de objetivos de la promoción de ventas, alguno que pretenda lograrse en el programa | <p>destinos turísticos a promocionar proyección de una imagen ecoturística sólida en el mercado integración de la sociedad con los turistas</p> |

| | |
|--|------------|
| | analizado. |
|--|------------|

| | | | |
|-----|----------------------|--|---|
| C.- | Desarrollo económico | Según Vicente Fretes C, Marcelo M. Guigale y otros (2006). Estas metas abarcan las áreas de pobreza, desnutrición, salud materno, infantil, educación, equidad de género y sostenibilidad medio ambiental, no existe datos completos para proyectar el grado de cumplimiento de todas las metas. | Áreas de mejoramiento calidad de vida de los habitantes cumplimiento de bienestar social y de metas |
|-----|----------------------|--|---|



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA



OBJETIVO: Determinar como incide la estructura de un plan de inversión eco turística promoverá el incremento del desarrollo económico de la comunidad de Santa Rita.

PREGUNTA N°1

¿Considera usted que existe inversión en el desarrollo ecoturístico del Parque Nacional Cotopaxi?

Si

No

PREGUNTA N° 2

¿Cuál cree usted que es el nivel de inversión ecoturística que se realiza en el Parque Nacional Cotopaxi?

Alto

Medio

Bajo

PREGUNTA N° 3

¿Según su criterio el desarrollo de las inversiones en el Parque Nacional Cotopaxi debe ir orientado a?

Ecoturismo

Avance Tecnológico

Desarrollo Comunitario

PREGUNTA Nº 4

¿Considera usted que la visita de los turistas al sector generan ingresos para el mismo?

Si

No

PREGUNTA Nº 5

¿Cree usted que para acceder a nuevos proyectos, existe la infraestructura técnica necesaria de la localidad?

Si

No

PREGUNTA Nº 6

¿De qué factores considera usted que depende la organización para una nueva inversión?

Apertura comunitaria

Direccionamiento Organizacional

PREGUNTA Nº 7

¿Cómo considera usted que son sus ingresos al momento?

Alto

Medio

Bajo

PREGUNTA Nº 8

¿Qué aspectos mejorarían sus ingresos?

Asociatividad Comunitaria

Designación financiera

PREGUNTA Nº 9

¿Para acceder a una mejor calidad de vida en el sector se debe realizar?

Emprendimiento

Publicidad, promoción del Parque

PREGUNTA Nº 10

¿Para poder mejorar el desarrollo económico se debe establecer una?

Orientación Económica

Integración Financiera

Orientación Ecoturística

PREGUNTA Nº 11

¿Conoce usted los servicios que proporciona el Parque Nacional Cotopaxi?

Si

No

PREGUNTA Nº 12

¿Piensa usted que la inversión ecoturística es suficiente para el desarrollo comunitario?

Si

No

PREGUNTA Nº 13

¿Considera usted que sus ingresos le permiten satisfacer sus necesidades básicas?

Si

No

PREGUNTA Nº 14

¿En que gasta sus ingresos?

Educación

Salud

Vestimenta

Alimentación

Ocio

Otros Especifique _____

PREGUNTA Nº 15

¿Cree usted que un plan de inversión fomentaría la inversión ecoturística?

Si

No

PREGUNTA Nº 16

¿Considera usted que se analiza correctamente la demanda para satisfacer los requerimientos existentes?

Si

No

PREGUNTA Nº 17

¿Conoce usted los destinos turísticos a promocionar por el Parque Nacional Cotopaxi?

Si

No

PREGUNTA Nº 18

¿Cree usted que se debe realizar un proyecto de una imagen ecoturística en el mercado?

Si

No

PREGUNTA Nº 19

¿Considera usted que se debe realizar una integración de la sociedad con los turistas?

Si

No

PREGUNTA N° 20

¿Considera usted que el parque debe ser mejorado?

Si

No

PREGUNTA N° 21

¿Piensa usted que existe migración de los habitantes del Parque Nacional Cotopaxi a otros sectores?

Si

No

Gracias por su colaboración.....!!