



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PLAYA LA
MOYA, PARROQUIA GUASUNTOS, CANTÓN ALAUSÍ,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

MURILLO MISHQUERO ANA PAOLA

RIOBAMBA- ECUADOR

2018

©2018, Ana Paola Murillo Mishquero

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES****ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PLAYA LA MOYA, PARROQUIA GUASUNTOS, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, de responsabilidad de la señorita Ana Paola Murillo Mishquero, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

Ing. Danny Daniel Castillo Vizuet

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Carlos Renato Chavez Velasquez

ASESOR DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ana Paola Murillo Mishquero declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 02 de febrero 2018



Ana Paola Murillo Mishquero

CI. 060534477-9

Yo, Ana Paola Murillo Mishquero soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



ANA PAOLA MURILLO MISHQUERO

DEDICATORIA

A mi Dios todo-poderoso

A mi amada y ejemplar madre María Isabel Mishquero que ha sido el pilar fundamental en mi vida; ejemplo de lucha dedicación y constancia para quien no me alcanza las palabras para agradecer su apoyo incondicional, bondad, amor y comprensión. Presentándote este detalle te agradezco por ser luz en mi vida, gracias por enseñarme tantos valores y a estar cerca de Dios.

A mis queridos hermanos Sebastián y Deysi, mi Sobrinita Raphaela con los que juntos compartimos cada experiencia en el aprendizaje de la vida, porque me quedo con todos esos momentos de dicha y felicidad con ustedes mis hermanos y sobrinita mi orgullo, por ser las personas que con su amor, bondad, ternura me cuidan y ven por mí.

Gracias a la vida que me ha dado tanto y por darme una segunda oportunidad, porque me ha indicado a valorar cada minuto y cada segundo que estoy aquí. Por vivir a plenitud porque aprendí que nada es imposible si lo hago desde el amor. Tal vez todo lo que haga sea nada para la vida en sí, pero estos son mis anhelos, escalones y Everest que seguiré subiendo no para saber más sino para ignorar menos.

Estoy agradecida eternamente por tanto me siento feliz porque cada día estoy alcanzando las metas que me he propuesto. No por ser mejor que cada persona sino por ser mejor cada día y aprender hacer una hija, hermana, novia, sobrina, amiga de buenos valores y sobre todo a ser humilde, para compartir con los que me rodean.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios y mis Virgencitas del Carmelo y de Agua Santa que por ser luz e infinita bondad me permiten existir y disfrutar de lo maravillosa que es la vida a pesar de los momentos difíciles que sin su bendición jamás habría podido superar.

A mi madre por ser esa persona que siempre ha confiado en mí, que ha sido ejemplo de amor, constancia, esmero, trabajo y fortaleza, que ha sabido guiarme por el camino del bien con sus consejos y sabiduría; a José López por darme consejos de padre, apoyo y amor incondicional; a mi hermano Sebastián por ser un hombre bondadoso y lleno de amor, y que jamás ha soltado mi mano; a mi hermana Deysi por cuidar de mí y darme tan lindo regalo el de ser tita y a mi bella sobrinita Raphy por darme el amor más puro del mundo; son el tesoro que Dios me regalo, nunca perdieron la confianza y nunca dejaron de brindarme su apoyo y fueron un soporte incondicional. A mi papí Byron Murillo por darme un amor puro y apoyarme.

*A mis grandes amigas, Mary Cajías que más que amigas somos hermanas, has sido una inspiración no solo de amistad sino espiritual y profesional; Alexita Proaño que con su amor y contexto me ha enseñado y brindado más que un entrenamiento de vida el amor a la vida y que debo disfrutar y gastarme mi **"ticket de vida"**, además que los **NO son "Nuevas Oportunidades"** que no deje de intentar y que por eso debo aprovechar al máximo lo que la vida me da, a que debo **"soltar"** para recibir con las dos manos; Michu Segovia y Dianita Rojas siendo mis hermanas de tribu me han enseñado que la verdadera amistad sí existe. A mi tito Héctor por ser más que mi tito has sido un padre, un amigo y un colega de cocina, más que eso me has dado un valor de amor que donde comen uno comemos todos.*

A mi novio Israel por darme un amor y apoyo incondicional, por ser esa persona que me ha enseñado amar y a confiar, porque te invite a mis sueños sin que te sientas obligado a soñar conmigo. Eres el resultado del amor y confianza, gracias por apoyarme a escalar mis Everest. Agradezco mucho a tu familia Gaibor Montero por abrirme las puertas de su casa y de sus corazones y darme la oportunidad de conocerlos DIOS les pague.

A mi profesor Ing. Danny Daniel Castillo Vizuete Msc. que más que un profesor ha sido un amigo ejemplo a seguir por sus virtudes, sueños y anhelos, por darme sus buenos consejos que han aportado mucho en mi vida y que me ha enseñado que antes de un título o una profesión debo tener humildad y sencillez. A que todo es alcanzable solo

debemos seguir requisitos que la vida nos da. A que debemos ser útiles en la vida, a que todos necesitamos de todos.

A mi asesor Ing. Carlos Renato Chávez Velasquez Msc., por brindarme sus conocimientos en las aulas, gracias por sus comentarios y sugerencias siempre bien plasmadas y acogidas desde las prácticas hasta el trabajo final.

Por otro lado, quiero agradecer a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por ser la Institución donde adquirí los más valiosos conocimientos tanto académicos como aquellos que te ayudan a enfrentar a un mundo lleno de retos y sueños por cumplir.

Al cuerpo catedrático y administrativo de la Facultad de Recursos Naturales, por ser los cultivadores de semillas fértiles en cada uno de los alumnos de la facultad, con sus conocimientos, sabiduría, amor y orgullo al enseñar. A todos y cada uno de mis maestros les doy las gracias.

*A todos ustedes... De corazón:
¡Dios les pague y les bendiga siempre!!!!*

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
<i>Tabla de contenidos</i>	<i>ix</i>
<i>Índice de tablas</i>	<i>xi</i>
<i>Índice de gráficos</i>	<i>xiii</i>
DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PLAYA LA MOYA, PARROQUIA GUASUNTOS, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO	2
II. INTRODUCCIÓN	2
A. IMPORTANCIA	2
B. JUSTIFICACIÓN	3
III. OBJETIVOS	4
A. GENERAL	4
B. ESPECÍFICOS	4
IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. TURISMO	5
1. Sistema turístico	5
2. Tipos de turismo	6
3. Producto turístico	7
B. ESTUDIO DE MERCADO	8
4. Mercado	9
5. Universo	9
6. Muestra	9
7. Encuesta	9
8. Perfil del cliente	9
9. Demanda	9
10) Oferta	10
11) Competencia	10
C. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO	10
D. ESTUDIO AMBIENTAL	10
E. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO	11
F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	11
1. Componentes del análisis económico	11
2. Componentes del análisis financiero	13
V. MATERIALES Y MÉTODOS	15
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	15
1. Localización	15
2. Ubicación geográfica	15
3. Delimitación del área	16
4. Características climáticas	16
5. Clasificación ecológica	16

6. Hidrografía.....	16
B. MATERIALES Y MÉTODOS.....	17
1. Materiales.....	17
2. Equipos.....	17
C. METODOLOGÍA.....	17
1. Objetivo 1: Determinar la viabilidad comercial.....	17
2. Objetivo 2: Elaborar la viabilidad técnica productiva, legal y ambiental del producto	19
3. Objetivo 3: Determinar la viabilidad económica financiera.....	20
VI. RESULTADOS	22
A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL	22
1. Análisis de la demanda.....	22
2. Análisis de la oferta.....	32
3. Análisis de la competencia.....	32
4. Confrontación oferta vs. demanda	33
5. Demanda insatisfecha.....	33
6. Demanda objetiva.....	33
7. Plan mercadotécnico del proyecto.....	34
8. Requerimientos para el área comercial	41
B. ELABORACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA PRODUCTIVA, AMBIENTAL Y LEGAL ADMINISTRATIVA DEL PRODUCTO	42
1. Estudio técnico productivo.....	42
2. Estudio ambiental.....	54
3. Estudio legal administrativo.....	58
C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA - FINANCIERA	71
1. Viabilidad financiera.....	71
2. Viabilidad económica.....	74
VII. CONCLUSIONES.....	76
VIII. RECOMENDACIONES	77
IX. RESUMEN	78
X. SUMMARY.....	79
XI. BIBLIOGRAFÍA	80
XII. ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
Tabla 1.	Universo de estudio.....	22
Tabla 2.	Distribución de las encuestas.	23
Tabla 3.	Género de las personas encuestadas.....	23
Tabla 4.	Edad de las personas encuestadas.	24
Tabla 5.	Conocimiento de la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.	24
Tabla 6.	Visita a la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.	25
Tabla 7.	Conocimiento de La Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.	25
Tabla 8.	Aceptación de implementación del Complejo Turístico en la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas	26
Tabla 9.	Fin de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	26
Tabla 10.	Actividades que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.....	27
Tabla 11.	Espacios de encuentro común adicionales que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.....	28
Tabla 12.	Días de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	28
Tabla 13.	Horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	29
Tabla 14.	Pago costo mínimo de ingreso al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	30
Tabla 15.	Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones a las personas encuestadas.	30
Tabla 16.	Perfil del turista de origen nacional.....	31
Tabla 17.	Determinación de la demanda potencial.	32
Tabla 18.	Proyección de la demanda potencial.	32
Tabla 19.	Competencia complementaria.	32
Tabla 20.	Determinación de la demanda insatisfecha.	33
Tabla 21.	Proyección de la demanda insatisfecha.	33
Tabla 22.	Determinación de la demanda objetiva.	34
Tabla 23.	Proyección de la demanda objetiva.	34
Tabla 24.	Activos diferidos para el área comercial.	41
Tabla 25.	Promoción y publicidad para el área comercial.	41
Tabla 26.	Consumo aparente de clientes nacionales.	42
Tabla 27.	Consumo aparente de turistas nacionales por actividades.....	42
Tabla 28.	Consumo aparente por actividad de ciclismo.	42
Tabla 29.	Consumo aparente por actividad de cabalgata.	42
Tabla 30.	Consumo aparente por actividad de camping.....	43
Tabla 31.	Consumo aparente por actividad de escalada.....	43
Tabla 32.	Consumo aparente por actividad de otras actividades.....	43
Tabla 33.	Talento humano para el área productiva.	52
Tabla 34.	Activos fijos para el área productiva.....	52
Tabla 35.	Materias primas, materiales e insumos para el área productiva.	52
Tabla 36.	Estudio Ambiental.....	54

Tabla 37. Manual de funciones del administrador.	68
Tabla 38. Manual de funciones del conserje.	69
Tabla 39. Activos fijos para el área administrativa.	69
Tabla 40. Activos diferidos para el área administrativa.	70
Tabla 41. Permisos de funcionamiento para el área administrativa.	70
Tabla 42. Servicios básicos para el área administrativa.	70
Tabla 43. Inversiones	71
Tabla 44. Fuentes de financiamiento.....	71
Tabla 45. Pago de la deuda.....	72
Tabla 46. Depreciación de activos fijos.	72
Tabla 47. Amortización de activos diferidos.....	72
Tabla 48. Estructura de costos y gastos.....	73
Tabla 49. Presupuesto de ingreso	73
Tabla 50. Estado de resultados	73
Tabla 51. Flujo de caja	74
Tabla 52. Evaluación económica.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
Gráfico 1.	Género de las personas encuestadas.....	23
Gráfico 2.	Edad de las personas encuestadas.	24
Gráfico 3.	Conocimiento de la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.	25
Gráfico 4.	Visita a la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.	25
Gráfico 5.	Conocimiento de la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.....	26
Gráfico 6.	Aceptación de implementación del Complejo Turístico en la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.	26
Gráfico 7.	Fin de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	27
Gráfico 8.	Actividades que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.	27
Gráfico 9.	Espacios de encuentro común adicionales que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.....	28
Gráfico 10.	Días de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	29
Gráfico 11.	Horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.....	29
Gráfico 12.	Compañía de viaje de las personas encuestadas.....	30
Gráfico 13.	Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones a las personas encuestadas.....	31
Gráfico 14.	Logotipo Parque Lineal “Playa La Moya”.....	34
Gráfico 15.	Portada de la página web.....	37
Gráfico 16.	Diseño de la página web.	38
Gráfico 17.	Diseño Volantes	40
Gráfico 18.	Ubicación geográfica de La Playa La Moya.	44
Gráfico 19.	Diseño del producto	47
Gráfico 20.	Flujograma Proceso del servicio de ciclismo.....	48
Gráfico 21.	Flujograma Proceso del servicio de escalada.....	49
Gráfico 22.	Flujograma Proceso del servicio de cabalgata	50
Gráfico 23.	Flujograma Proceso del servicio de camping.....	51
Gráfico 24.	Estructura Orgánica.....	65

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PLAYA LA MOYA, PARROQUIA GUASUNTOS, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El turismo a nivel mundial es catalogado como una de las principales industrias generadoras de divisas y es considerado como asunto público (Jafari, 2005) por su generación de empleo, riqueza y desarrollo, a través de la realización de actividades que implican un gasto turístico (FITUR, 2009) estableciendo un sistema que abarca un proceso de interacción de múltiples actores, como lo indica CODESPA (2011) entre ellos las comunidades, entidades públicas -organismos reguladores de la actividad turística- y privados -agencias de turismo- además de los lugares considerados espacios cargados de significados y simbolizaciones (Meethan, 2001) garantizando el manejo adecuado de los recursos (FEPTCE, 2008) con conciencia social sobre el valor del entorno (Vera & Ivars, 2003). El crecimiento y gran dinamismo del turismo internacional lo sitúan como uno de los fenómenos sociales y económicos más destacados del siglo pasado (Contreras, 2009), de éste modo hoy en día, la comunidad internacional reconoce que, con una adecuada planificación, el turismo contribuye al desarrollo económico y al alivio de la pobreza (Ehrhardt, 2007).

En los últimos años, ha despertado el interés de los gobiernos en países de desarrollo por su capacidad de generar divisas, favorecer la inversión pública y privada, el desarrollo de empresas locales y la creación de empleo, en términos relativos estimando el 6% y 7% del número total de empleos - directos e indirectos- en todo el mundo (Machado *et al.*, 2011). Tomando en cuenta que no debe ser percibido en sí mismo como una solución a los problemas del subdesarrollo, sino más bien como una alternativa de desarrollo local, es decir, una actividad necesariamente compatible con el medio ambiente y con el medio social en el que se inserta (Monreal 2002).

Ecuador es un país megadiverso, declarado potencia turística poseedor de ecosistemas y culturas vivas, en la actualidad sus procesos de desarrollo están bajo los principios de la sostenibilidad – ambiental, económica, social y cultural- en el caso ecuatoriano, el turismo es el cuarto sector productivo que contribuye al producto interno bruto (PIB) del país, un eje fundamental para el cambio de la matriz productiva mediante la diversificación de ingresos no petroleros (MCPEyC, 2014). El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales, es así que el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya

para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres, el patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas (MINTUR, 2015).

La provincia de Chimborazo es una vasta región llena de rincones naturales y culturales aptos para atraer turistas de cualquier parte del mundo, la compleja situación que vive el ser humano en las zonas rurales de la provincia de Chimborazo ha generado la idea de plantear una alternativa de desarrollo eco-turístico sustentable, es así que debido a la poca afluencia de turistas nacionales y extranjeros a atractivos naturales importantes de la provincia de Chimborazo, genera la necesidad de proponer un desarrollo turístico sustentable el cual involucre diversas actividades teniendo como protagonistas a los miembros de las comunidades y pequeños pueblos (Erazo, 2009).

Alausí, es un claro ejemplo de este desarrollo económico y social generado por el ingreso de turistas, estos sectores han podido mejorar su calidad de vida gracias a las actividades económicas que ha provocado el turismo, por ejemplo la apertura de agencias, creación de fuentes de empleo, así como motiva la creación de nuevas empresas como bares, restaurantes y tiendas de artesanías (Carrasquero 2004).

B. JUSTIFICACIÓN

Un desarrollo turístico sostenible y responsable es una estrategia que permita contribuir a las comunidades rurales a alcanzar el buen vivir, apreciando a las mismas como un elemento esencial para el éxito del turismo en el apremio de que sean quienes tomen el protagonismo en la planificación y gestión de las actividades turísticas, además que puedan adaptarse a los cambios y abran su mentalidad (López & Sánchez, 2009) con la adopción de buenas prácticas que garanticen la reducción y manejo de impactos negativos sobre el ambiente y la sociedad (Linares & Garrido, 2014).

Con estos antecedentes, la parroquia rural Guasuntos perteneciente al cantón Alausí, es un lugar ideal para la generación de alternativas turísticas sostenibles que contribuyan al desarrollo turístico del territorio, cantón y provincia; el diseño de un producto turístico para el Complejo Turístico “Playa La Moya”, permitirá dinamizar la economía comunitaria, promover el desarrollo local, preservar su entorno para contribuir al buen vivir y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Comprendiendo un diseño de un producto turístico que engloba el estudio de mercado, estudio técnico productivo -ingeniería del proyecto-, estudio ambiental, estudio legal – administrativo y el estudio económico – financiero, los mismos que determinaron la factibilidad de implementación. La comunidad La Moya posee un atractivo denominado “Playa La Moya”, mismo que cuenta con un invaluable atractivo natural y paisajístico convirtiéndose en escenario sustancial para atender la demanda insatisfecha de la creación de un producto turístico a nivel rural, para conseguir la recuperación y puesta en valor del entorno. Finalmente será un sitio ideal en el que se pueda construir una cultura de convivencia, intercultural y recreativa, fomentando la competitividad sistémica del territorio y concibiendo un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios.

III. OBJETIVOS

A. GENERAL

Diseñar un producto turístico en la Playa La Moya, parroquia Guasuntos, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

B. ESPECÍFICOS

1. Determinar la viabilidad comercial del producto.
2. Elaborar la viabilidad técnica productiva, ambiental del producto.
3. Determinar la viabilidad económica y financiera del producto.

IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

Según la OMT, (2012) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. En contraste con esa concepción, Mathieson y Wall (1982), mencionan que el turismo es realizar desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos. De acuerdo al análisis económico, el turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse (Rodríguez, 1983).

En conclusión, la visión del turismo del siglo XXI nos proyecta a consumidores más informados, más cultos y exigentes, con reconocida vocación ambientalista, que buscan una mayor autenticidad del producto que le permita vivir su tiempo de ocio en escenarios naturales, limpios y bien conservados, disfrutar de la realización de actividades, vivir experiencias inolvidables (Alvarez, 2010).

1. Sistema turístico

El sistema turístico se encuentra constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. Entramado de relaciones en torno al desarrollo del turismo, los cuales dinamizan su funcionamiento. Desde la faceta del modelo oferta-demanda, el sistema se origina en el encuentro entre estos agentes a través de un proceso de venta denominado producto turístico. El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura (Boullón, 1997).

El mismo se encuentra compuesto por los siguientes elementos:

a. Atracciones y actividades

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto atraen el interés del visitante (Carrasquero, 2004).

b. Infraestructura

Comprende a los elementos básicos para el desarrollo del turismo como construcciones subterráneas y de superficie, como red de abastecimiento de agua corriente, sistemas de drenaje, sistemas eléctricos, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, y estacionamientos, parques, iluminación nocturna, instalaciones de marinas y muelles (Valencia, 2012).

c. Planta turística

Comprende el conjunto de bienes o servicios tangibles que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo (Tierra, 2009).

d. Superestructura

Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Baca, 2007).

2. Tipos de turismo

a. Agroturismo

Una forma de turismo desarrollada en el medio rural con la particularidad de llevarse a cabo en explotaciones agrarias y ser desempeñada por agricultores, ofrece al visitante la oportunidad de conocer y participar en las actividades tradicionales agrarias, estas explotaciones pueden o no ofrecer alojamiento, restauración, degustación de productos típicos, vender productos locales, organizar cursos o talleres para que jóvenes y adultos descubran la forma de cultivar, criar ganado, conservar productos, entre otros. (Borja, 2003).

b. Ecoturismo

Generalmente contribuye a mejorar el área como resultado de la actividad, con aportaciones monetarias y/o tiempo y trabajo. El viajar a áreas naturales relativamente poco perturbadas o contaminadas, con el objetivo específico de estudiar, admirar, gozar los paisajes, su flora y fauna silvestres, así como cualquier manifestación cultural (tanto pasada como presente) encontrada en estas áreas. Por lo tanto, implica una apreciación científica, estética o filosófica, sin que el turista sea necesariamente un científico, artista o filósofo profesional (Lascurain, 1987).

c. Turismo de aventura

También conocido como: turismo deportivo, turismo de adrenalina o turismo de reto, es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayak, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivo, senderismo, caminatas, entre otras actividades (Garzón, 2014).

d. Turismo comunitario

El turismo rural, que nosotros entendemos como aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado, e íntimamente relacionados con el medio rural, presenta múltiples manifestaciones, lo que ha llevado a algunos a proponer distintos tipos o formas de turismo que se desarrollan en dicho espacio, y que no son, más que distintas manifestaciones de un mismo hecho (Cuesta, 1996).

e. Turismo cultural

El turismo cultural tiene por objeto la comprensión de la historia del hombre a través del tiempo, por medio del conocimiento de su patrimonio material e inmaterial; en este sentido el turismo cultural, busca fortalecer las identidades del país, de una determinada ciudad, comunidad o sector (Álvarez, 2010).

f. Turismo de naturaleza

El turismo basado en la naturaleza es todo tipo de turismo que se da en áreas naturales (Burton, 1998). La Organización Mundial de Turismo, (2000) lo define como: viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local.

3. Producto turístico

La OMT, (1998) define al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor al que llamamos turista. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que el ..individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas (Luque, 2009).

El diseño del producto refuerza la consciencia de los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociar de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes (Machado y Hernández, 2009).

a. Condiciones del producto turístico

Según Nicolau, (2010), para que el producto turístico tenga éxito es necesario que cumpla los siguientes aspectos:

- **Ser tangible:** Al momento que el turista pretende contratar los servicios de un determinado paquete turístico, primero busca información previa a dicho paquete, reduciendo así la incertidumbre.
- **Caducidad:** Los productos turísticos no son almacenables, por lo que se consumen en el momento programado o se pierden.
- **Agregabilidad:** El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad.
- **Heterogeneidad:** Permite en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", aunque estén más o menos estandarizados de antemano o "estandarización heterogénea", no sólo se individualiza el producto de forma consciente sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.
- **Simultaneidad de producción y consumo:** Los productos turísticos primero son, comprados y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente.
- **Planificación, coordinación y control:** En el área del Marketing, gestores financieros, a los técnicos y a los especialistas en recursos humanos.

B. ESTUDIO DE MERCADO

"Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace que uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado" (Ocampo, 2002). En este sentido se considera estudio de mercado a la herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos que requieren ser analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado (Contreras, 2009).

4. Mercado

Conjunto de consumidores que comparten una necesidad o función y que están dispuestos a satisfacerla a través del intercambio. Claro es que serán objeto potencial de intercambio todos los productos-productos sustitutivos, que el consumidor estime que pueden satisfacer esa necesidad (Munuera, 2010). La investigación nos provee la información sobre el perfil de nuestros posibles clientes, incluyendo sus datos demográficos y psicológicos. Estos datos son características específicas de nuestro grupo objetivo, necesarias para desarrollar un buen plan de mercado dirigido a nuestro público primario (García, 2006).

5. Universo

Es cualquier colección finita o infinita de elementos o sujetos. En estadística es el nombre específico que recibe particularmente en la investigación social la operación dentro de la delimitación del campo de investigación que tienen por objeto la determinación del conjunto de unidades de observaciones que van a ser investigadas (Boullón, 1997).

6. Muestra

Es una técnica usada en estadística que es indispensable en la investigación científica para seleccionar a los sujetos a los que les aplicaremos las técnicas de investigación elegidas, según el enfoque en que se trabaje (cuantitativo, cualitativo o mixto), en la mayoría de los proyectos de investigación utilizamos una muestra (Berganza y Ruiz, 2005).

7. Encuesta

Es un método de la investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizan para obtener datos precisos de las personas encuestadas (Callejo, 2001).

8. Perfil del cliente

Cliente es uno de los aspectos fundamentales que se tiene en cuenta siempre en toda entidad económica, pues en ellos radica su oportunidad de crecimiento y desarrollo (Callejo, 2001).

9. Demanda

Iglesias, (1998) manifiesta que la demanda se encuentra compuesta de todas aquellas personas que de forma individual o colectiva que se ven influenciados o motivados por los productos o servicios del mercado. De otra manera Bernard, (2005) dice que el estudio de la demanda, permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante

herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

10) Oferta

Se considera oferta a la cantidad de bienes, servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecen constantes (Núñez, 2011).

11) Competencia

A decir de Kidman, (2014) la competencia significa rivalidad entre empresas que participan en un mercado aplicando sus mejores estrategias de manera que pueden minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales.

C. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO

El objetivo fundamental de integrar la parte técnica en un estudio de viabilidad es diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles, se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos con la calidad que satisfaga a los clientes y competitividad en el mercado (Ocampo, 2002). Hernández, (1997) alude que: “con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en torno al proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado.

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas: ¿Cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?.

D. ESTUDIO AMBIENTAL

Toda actividad humana causa cambios en el ambiente y es de esperar que los productos de turismo también los causen. Con objeto de poder tomar las mejores decisiones de manejo sobre estos, la Evaluación de Impacto Ambiental EIA ha sido propuesta y reconocida como un instrumento que contribuye a decidir si son justificables o no, los cambios que puedan producirse en el ambiente y la cultura por consecuencia de las actividades de un producto. En los casos cuyos cambios se consideren negativos, los proponentes deberán aplicar una serie de medidas para evitar, controlar o reducir sus impactos (Salas, 2005).

El estudio de impacto ambiental culmina en la realización de la manifestación de impacto ambiental de las obras civiles, a través de estudios detallados del entorno donde se desarrollará el proyecto, esta manifestación debe presentarse previo a la realización del proyecto tal y como se establece en la legislación ambiental ecuatoriana, con la finalidad de identificar claramente los posible impactos que este causara y sus medidas de mitigación (Hernández, 1997).

E. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo legal contienen los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de inversión, los cuales generan información para adelantar el ciclo del producto y constituyen la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con respecto a este. Busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa o un proyecto, para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación (Domínguez, 2012).

F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico - financiero de un producto, está hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. Consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectiva de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas en el momento oportuno (Drukarczyk, 2008).

1. Componentes del análisis económico

Según la guía metodológica para la formulación de proyectos propuesta por Muñoz, (2011) un análisis económico debe contar con las siguientes componentes:

a. Activo fijo

“Comprende el conjunto de las cuentas que registran los bienes de cualquier naturaleza que se posea, con la intención de emplearlos en forma permanente para el desarrollo del giro normal de la empresa” (Miño, 2012).

b. Activo diferido

Son gastos pagados por anticipado para el funcionamiento de la microempresa, tanto en su proceso de constitución como en el de adecuaciones e instalaciones (Miño, 2012).

c. Capital de trabajo

Constituye todos aquellos recursos disponibles en una empresa para la normal operación de la misma desde el inicio de su funcionamiento. Esta forma parte de los activos corrientes. El capital cubrirá los gastos en que incurre la empresa, como es la compra de materia prima y de materiales directos, pago de mano de obra, además podrá cubrir los gastos de administración y ventas, hasta que se normalice el flujo de ingresos por ventas, que para el proyecto serán tres meses (Jouve y Arias, 2012).

d. Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Existen varias fuentes de financiación en las empresas y se puede categorizar según lo indica Drukarczyk, (2008) de la siguiente manera: según su plazo de vencimiento, según su procedencia y según sus propietarios.

e. Cálculo de depreciación

Según Spiller y Gosman (1998) el cálculo de depreciación tiene en cuenta estos cuatro conceptos importantes: el valor a depreciar, el valor a recuperación, la vida útil de los activos fijos.

f. Amortización

Es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda. Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo Ehrhardt (2007).

g. Presupuestos de costos y gastos

La palabra presupuesto se deriva del verbo presuponer, que significa "dar previamente por sentado una cosa. Los costos que implican desembolso en efectivo (flujo de caja) en el proyecto son: materia

prima (materiales directos), materiales indirectos, suministros y servicios, manos de obra directa, manos de obra indirecta, costos indirectos de producción. Asimismo, Solís *et al.*, (2011) manifiesta que los gastos deberán dividirse en los siguientes rubros: costo primo, gastos de prestación de servicios, gastos de administración y ventas y gastos financieros.

h. Presupuesto de ingresos

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo (Miño, 2012).

i. Estado de resultados

Conocido como balance de pérdidas y ganancias, es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera la utilidad (pérdida) se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias (Miño, 2012).

j. Flujo de caja

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa (Brealey, 2008).

2. Componentes del análisis financiero

Siguiendo la metodología propuesta por Muñoz, (2011) propone que para el análisis financiero existen indicadores como son:

a. Tasa interna de retorno (TIR)

Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero (Ehrhardt y Brigham, 2007).

b. Valor actual neto (VAN)

También conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Se determinan los

beneficios netos anuales de cada uno de los años de la vida útil del proyecto, resaltando de los beneficios los costos, ese resultado se le debe restar de la inversión del año cero. La diferencia entre la suma invertida en el proyecto y el capital total que se disponga para invertir en general, se invierte a la tasa de interés de oportunidad utilizada en el cálculo (RANKIA, 2012).

c. Relación beneficio costo (RBC)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. También conocida como índice neto de rentabilidad. Según el análisis costo-beneficio, un proyecto o negocio será rentable cuando la relación costo beneficio es mayor que la unidad (Baca, 2007).

d. Periodo de recuperación del capital (PRC)

Es una de las técnicas más sencillas y una de las más utilizadas en el análisis de alternativas, esta técnica no incluye el valor del dinero a través del tiempo que se puede definir como el tiempo que transcurre para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión (Caldas, 1995).

V. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la Playa La Moya, ubicada en la comunidad La Moya, perteneciente a la parroquia Guasuntos, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

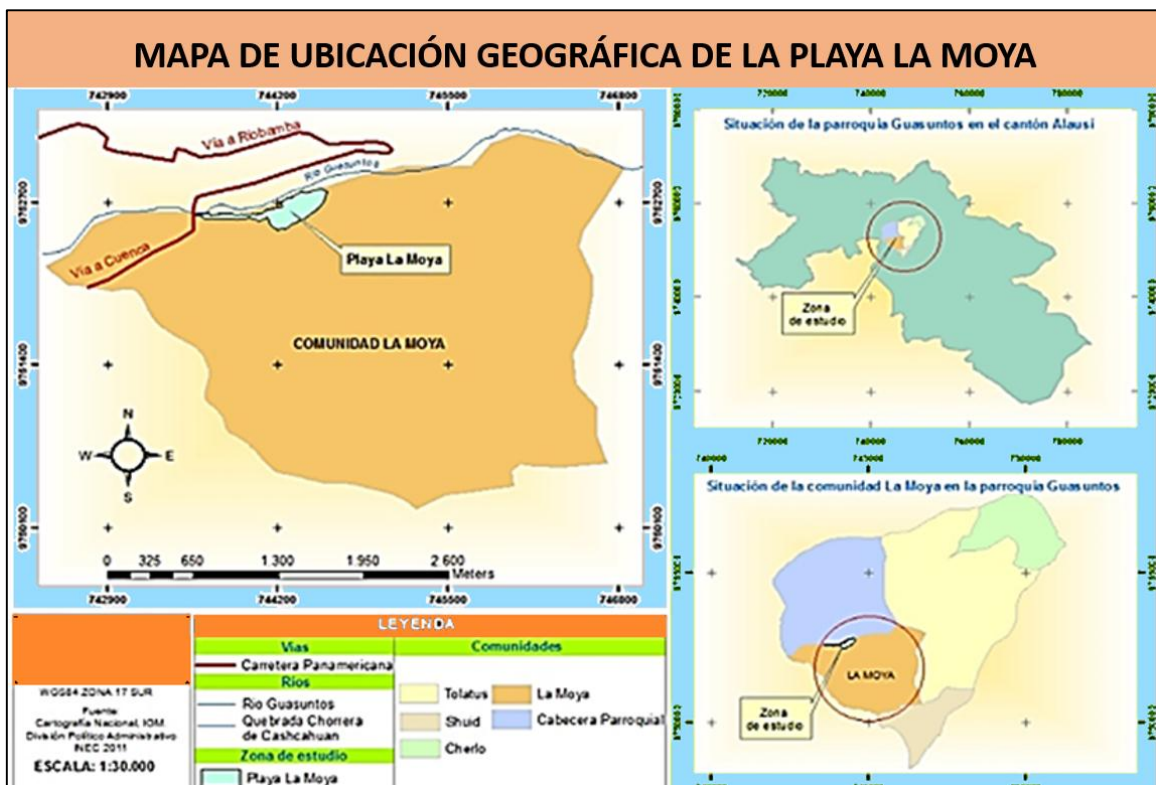


Figura 1. Ubicación geográfica de La Playa la Moya
Elaborado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2. Ubicación geográfica

La Playa La Moya de la parroquia Guasuntos, se encuentra ubicada en las siguientes coordenadas proyectadas en UTM Zona 17 S.

Datum WGS84:

X: 743433 E

Y: 9752591 N

Altitud: 2580 m.s.n.m.

3. Delimitación del área

Sus límites son los siguientes:

Norte: cabecera parroquial de Guasuntos

Sur: parroquia Pumallacta

Este: parroquia Achupallas

Oeste: Comunidad de Nizag (IGM, 2011).

4. Características climáticas

Temperatura: 6 – 14 ° C

Precipitación: existe una bimodalidad en cuanto a las precipitaciones, con picos de lluvia en los meses de enero – abril y mayor sequedad alrededor de julio – agosto, precipitaciones de 1000 – 1500 mm/año.

La Moya, presenta una estación seca, presentando brechas que dan paso a los sistemas hidrográficos que juegan un papel importante sobre los elementos climáticos del lugar, al permitir o impedir la entrada de los vientos húmedos que determinan el patrón de las precipitaciones.

Además, los vientos soplan por las mañanas de sur a norte y por la tarde de noreste a sureste. En los meses de junio y julio, agosto y septiembre los vientos son fríos. De otro modo, en el mes de mayo el aire es seco.

Clima: caracterizado por vertientes occidentales por la influencia de la cordillera de los Andes.

Humedad relativa: 70%

5. Clasificación ecológica

Según la clasificación de Holdrige (1982) la comunidad La Moya ecológicamente pertenece a la zona de vida estepa espinoso montano bajo y piso templado sub andino (b.h.M; e.e.M.B).

6. Hidrografía

El lugar cuenta con vertientes naturales, el río más importante que atraviesa el Valle La Moya es el río Guasuntos, mismo que nace de las vertientes de los páramos de Atapo, recibe afluentes del río Achupallas, para luego unirse con el Chanchan y entregar sus aguas al río Guayas el cual desemboca en el océano Pacífico. Sus características son escaso caudal, corriente rápida en época de lluvias, sus aguas bañan La Playa La Moya.

B. MATERIALES Y MÉTODOS

1. Materiales

- Borrador
- Carpetas
- CD's
- Esferos
- Hojas papel bond
- Libreta de campo
- Minas
- Pilas
- Portaminas
- Tinta de impresora

2. Equipos

- Computadora
- Impresora
- Memoria USB
- GPS
- Cámara fotográfica

C. METODOLOGÍA

La presente investigación se llevó a cabo mediante la compilación de información primaria (talleres con grupos focales, observación de campo y entrevistas), con participación activa de los pobladores de la comunidad La Moya, además de la recopilación de información secundaria (documental) aplicando métodos de investigación tales como el analítico, descriptivo, exploratorio y prospectivo.

Se detallan a continuación los pasos que se siguieron para el cumplimiento de los objetivos:

1. Objetivo 1: Determinar la viabilidad comercial

Para el estudio de mercado se realizó el estudio de la oferta, demanda y la confrontación oferta vs competencia.

a. Análisis de la oferta sustitutiva (competencia)

Se realizó el estudio de la oferta actual, para determinar la competencia en la comunidad de La Moya de la parroquia Guasuntos o el área de influencia del cantón Alausí.

b. Análisis de la demanda

Para el estudio de la demanda se consideró:

1) Universo de estudio

Se definió el universo de estudio en base a los turistas nacionales que visitaron el cantón Alausí y Chunchi.

2) Cálculo de la muestra

Del universo se tomó una muestra y se aplicó la fórmula estadística de Canavos.

3) Recopilación, análisis y sistematización de la información

La técnica que se utilizó para recolectar la información sobre la demanda turística fue la entrevista; mediante la aplicación de un cuestionario, para lo cual consideramos las variables sociodemográficas, con sus respectivos indicadores como: edad, género, procedencia, ocupación. Además de las variables psicográficas con sus indicadores como: frecuencia de viaje, estacionalidad, principales servicios demandados, actividades requeridas, formas de pago, etc.

Seguidamente la información levantada fue procesada y sistematizada para determinar las características de la demanda.

4) Determinación del perfil del turista

Después de sistematizar las encuestas se determinó los gustos y preferencias de los turistas actuales y potenciales que visitarán la Playa la Moya.

c. Confrontación de la oferta - demanda

Considerando al número total de turísticas que visitan del cantón Alausí y Chunchi por año se analizó la demanda insatisfecha, mismo que se realizó considerando los datos del estudio de mercado; tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional.

d. Estudio mercadotécnico

Se desarrolló el plan mercadotécnico en donde se definió:

1) Producto

Se definieron estrategias de posicionamiento, después del estudio de mercado. De igual manera la marca o imagen del producto.

2) Precio

Después del análisis de costos de cada uno de los paquetes, se definió el precio por rangos de pax de acuerdo a las condiciones de mercado; así como las políticas de cobro y formas de pago.

3) Plaza

Una vez definido el producto, es necesario buscar un posicionamiento en el mercado, es decir por medio un plan de comercialización.

4) Promoción

Se plantearon estrategias de promoción, después de conocer los resultados en las encuestas donde se determinó los medios de promoción.

2. Objetivo 2: Elaborar la viabilidad técnica productiva, legal y ambiental del producto

a. Viabilidad técnica productiva

Se diseñó el producto, considerando los datos obtenidos en el estudio de mercado en cuanto a necesidades, gustos y preferencias de los turistas. Para la determinación técnica del producto se considerará:

1) Tamaño de la planta turística

El tamaño de la planta turística se obtuvo de acuerdo al análisis de la demanda insatisfecha y de la demanda objetiva. Para esto consideraremos espacio, actividades, necesidades de los turistas y servicios.

2) Localización

Se identificó la ubicación de donde se creará el producto, macrolocalización y microlocalización.

3) Diseño del producto turístico

En base a los gustos y preferencias obtenidos de los turistas encuestados se elaborará el producto turístico, considerando los servicios (recursos) de alojamiento, alimentación, guianza y requerimientos, proveedores locales y complementarios, considerando los estándares de calidad.

De igual manera se consideró accesibilidad a los atractivos turísticos, disponibilidad de servicios básicos, vialidad, personal capacitado.

b. Viabilidad legal - administrativa

1) Estudio legal

Se identificó que tipo de producto se creará y que ley sustenta la creación y continuidad del mismo.

2) Estudio administrativo

El estudio administrativo se determinó en los siguientes aspectos:

Organigrama estructural: mediante el cual se definió la estructura de operación del producto turístico.

Organigrama funcional: con el cual se determinaron las responsabilidades como directivos, operadores, en una forma organizada y adecuada.

Manual de funciones: será como una guía para quienes están encargados de operar, dar funcionamiento a la planta turística, por lo que es necesario que cada uno de las personas conozcan sus responsabilidades, sus restricciones, condiciones y derechos.

c. Viabilidad ambiental

Se analizaron los componentes que inciden en la actividad turística como: suelo, aire, tierra, agua; como también los impactos socio culturales del proyecto.

3. Objetivo 3: Determinar la viabilidad económica financiera

a. Evaluación financiera

Se establecieron:

- Activo fijo, diferido y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Presupuesto de costo y gastos
- Costos
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto
- Punto de equilibrio

b. Evaluación económica

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión que se definió mediante el cálculo y análisis de:

- **Tasa interna de retorno (TIR):** donde se identificó la rentabilidad del capital invertido.
- **Valor actual neto (VAN):** donde se obtuvo el flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- **Relación beneficio – costo:** se definió la relación de ganancias o pérdidas entre estos factores.
- **Período de recuperación del capital:** se determinó el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

VI. RESULTADOS

A. VIABILIDAD COMERCIAL

1. Análisis de la demanda

a. Universo de estudio

Tabla 1. Universo de estudio

Receptores de turismo	Turistas Nacionales
Alausí	47 460
Chunchi	2 515
Total	49 975

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador y Departamento de Turismo del cantón Chunchi (2016).

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Se definió el universo de estudio conformado por el número total de turistas nacionales que llegaron a los principales puntos receptores de turismo en el cantón Alausí en el año 2014 haciendo uso del tren que corresponde a 47 460 turistas según datos proporcionados por la Empresa Ferrocarriles del Ecuador, asimismo, por los turistas nacionales que visitaron el cantón Chunchi por placer, negocios y otras actividades en el año 2012 que corresponde a 2 515 turistas datos proporcionados por el Departamento de Turismo del cantón Chunchi.

Cálculo de la muestra:

Fórmula:

$$n = \frac{N(q * p)}{\left[(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 \right] + (p * q)}$$

$$n = \frac{(49975 * 0.25)}{\left[(49975 - 1) * \left(\frac{0,08}{1,75} \right)^2 \right] + 0.25}$$

$$n = 119 \text{ encuestas}$$

n	= Tamaño de la muestra
N	= Universo de estudio
p	= Probabilidad de ocurrencia
q	= Probabilidad de no ocurrencia
e	= Margen de error
z	= Nivel de confianza

b. Segmentación del mercado

Mercado nacional

Este segmento de mercado estuvo conformado por todos los turistas nacionales que llegaron a los principales puntos receptores de turismo del cantón Alausí haciendo uso del tren en el año 2014 y los turistas nacionales que visitaron el cantón Chunchi en el año 2012, sean hombres o mujeres de cualquier edad por placer, negocios y otras actividades.

c. Distribución de las encuestas

Tabla 2. Distribución de las encuestas.

Receptores de turismo	Turistas Nacionales	Porcentaje	Total encuestas
Alausí	47 460	95%	113
Chunchi	25 15	5%	6
Total	49 975	100%	119

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

d. Diseño del instrumento

Se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento la guía de entrevista destinada a los turistas nacionales que llegaron a los principales puntos receptores de turismo de los cantones Alausí y Chunchi.

e. Información obtenida

1) Turistas nacionales

a) Género

Tabla 3. Género de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	60	50
Femenino	59	50
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

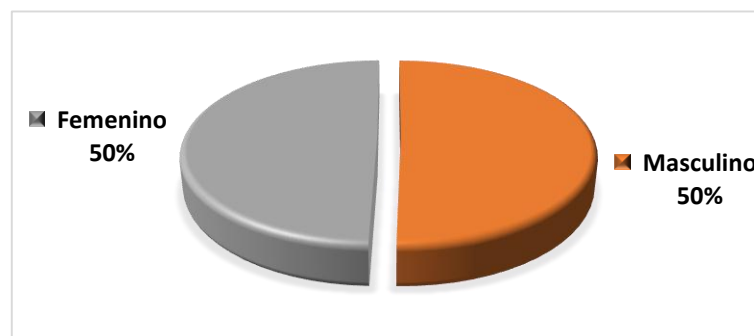


Gráfico 1. Género de las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 50% corresponden al género masculino, mientras que el 50% al género femenino.

b) Edad

Tabla 4. Edad de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
15 – 25 años	12	10
26 – 35 años	28	23
36 – 45 años	40	34
46 – 55 años	24	20
Mayor a 55 años	15	13
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

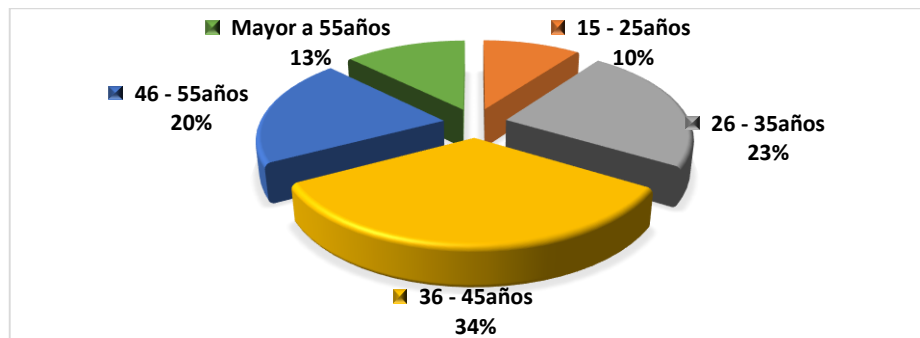


Gráfico 2. Edad de las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 10% está entre los 15 a 25 años, el 23% entre los 26 a 35 años, el 34% entre los 36 a 45 años, asimismo el 20% está entre los 46 a 55 años, finalmente el 13% corresponde a mayor a 55 años.

c) Conocimiento de la parroquia Guasuntos

Tabla 5. Conocimiento de la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	83
No	20	17
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

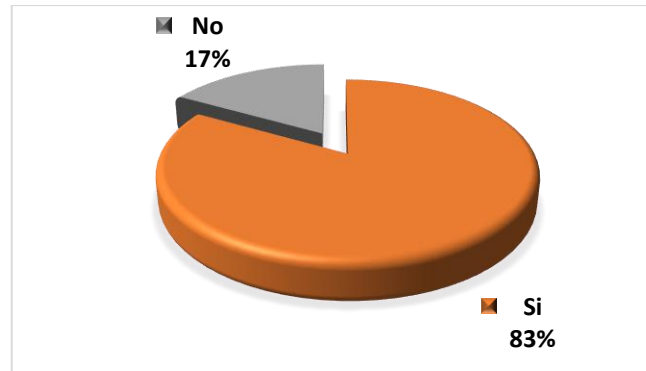


Gráfico 3. Conocimiento de la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 83% conocen la parroquia Guasuntos mientras que un 17% no conocen la parroquia.

d) Visita a la parroquia Guasuntos

Tabla 6. Visita a la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	92
No	10	8
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

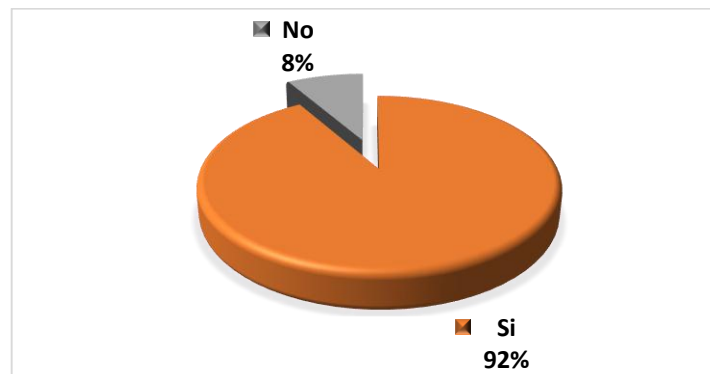


Gráfico 4. Visita a la parroquia Guasuntos por parte de las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 92% le gustaría visitar la parroquia Guasuntos mientras que el 8% no tienen interés en visitar la parroquia.

e) Conocimiento de La Playa La Moya ubicada en la parroquia Guasuntos.

Tabla 7. Conocimiento de La Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.

CONOCE O HA ESCUCHADO SOBRE LA PLAYA LA MOYA		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	59
No	49	41
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

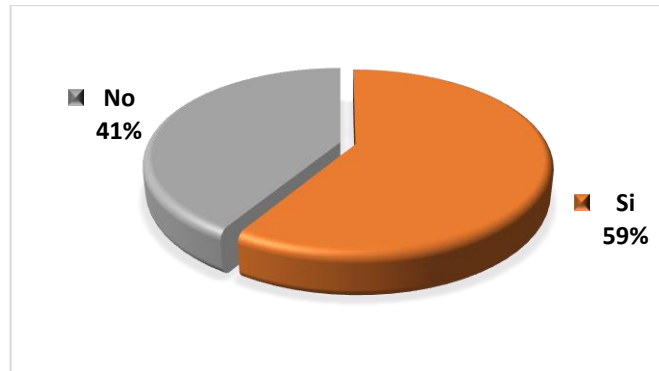


Gráfico 5. Conocimiento de la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 59% conocen La Playa La Moya mientras que un 41% no conocen la misma.

f) Aceptación de implementación del Complejo Turístico en la Playa La Moya.

Tabla 8. Aceptación de implementación del Complejo Turístico en la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	96
No	5	4
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

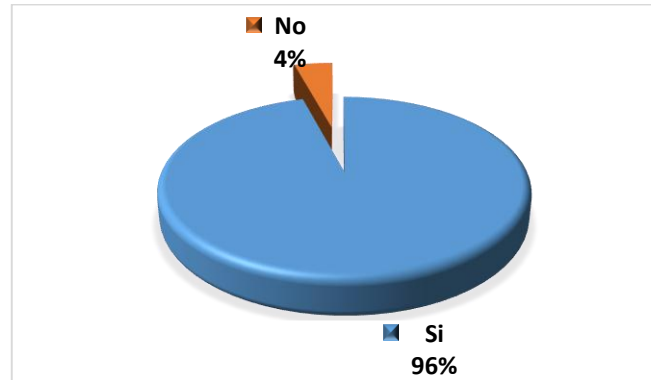


Gráfico 6. Aceptación de implementación del Complejo Turístico en la Playa La Moya por parte de las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el 96% le gustaría que el Complejo Turístico en la Playa La Moya se implemente, por otra parte, un 4% no le gustaría que se implemente.

g) Fin de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya”.

Tabla 9. Fin de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Educativos	16	13

Recreativos	72	61
Ambientales	22	18
Otros	9	8
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

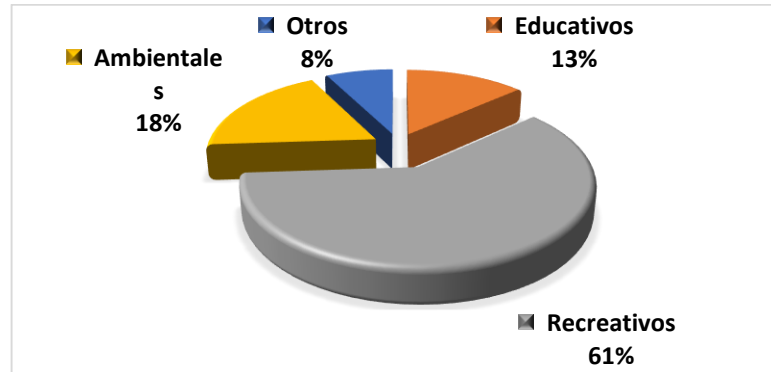


Gráfico 7. Fin de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados desean que los fines de implementación del Complejo Turístico “Playa La Moya” sean el 61% recreativos, 18% ambientales, 13% educativos y el 8% con otros fines.

h) Actividades que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya”.

Tabla 10. Actividades que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Ciclismo	28	23
Cabalgata	17	14
Camping	21	18
Escalada	34	29
Otras	19	16
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

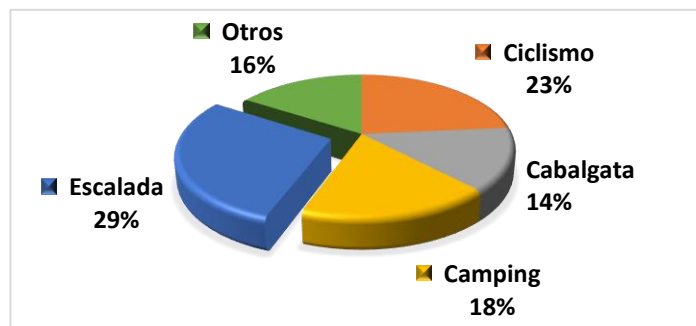


Gráfico 8. Actividades que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados las actividades que les gustaría realizar son el 29% escalada, 23% ciclismo, 18% camping, 16% otras actividades, finalmente el 14% les gustaría cabalgata.

i) Espacios de encuentro común adicionales que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya”.

Tabla 11. Espacios de encuentro común adicionales que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Concha acústica	28	24
Parqueadero	24	20
Comedor popular	16	13
Canchas deportivas	19	16
Espacios verdes	26	22
Otros	6	5
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquer

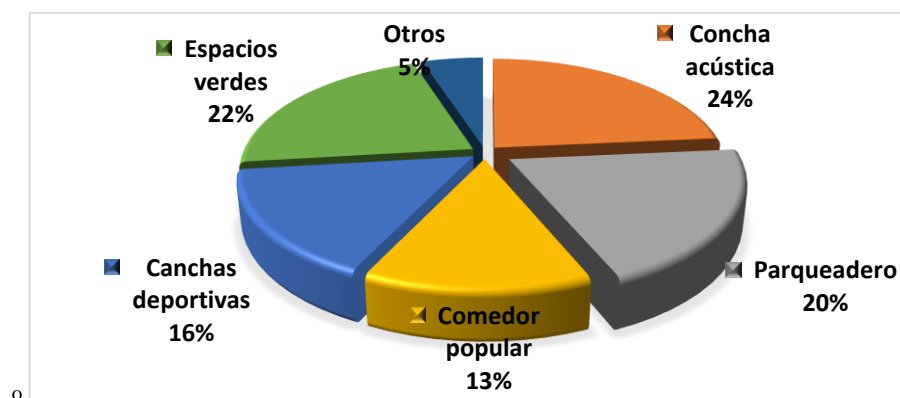


Gráfico 9. Espacios de encuentro común adicionales que les gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya” a las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados les gustaría que se implementen espacios de encuentro común como concha acústica en un 24%, espacios verdes en un 22%, parqueadero en un 20%, canchas deportivas en un 16%, comedor popular en un 13% y finalmente otros espacios de encuentro común en un 5%.

j) Días de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya”

Tabla 12. Días de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	5	4
Martes	4	3
Miércoles	5	4
Jueves	13	11
Viernes	22	19
Sábado	25	21

Domingo	45	38
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquer

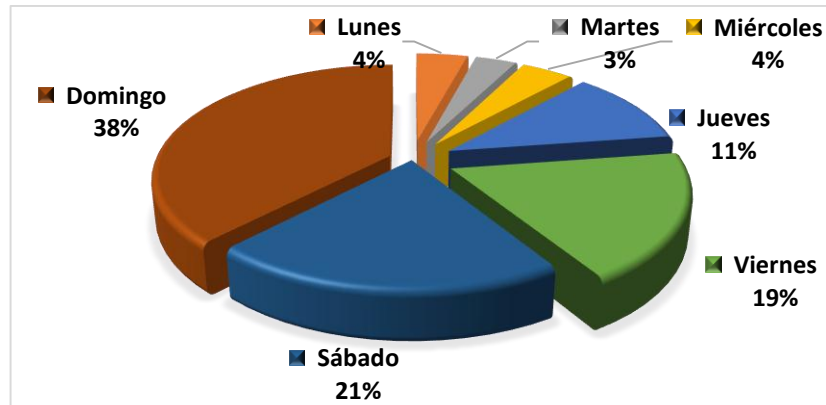


Gráfico 10. Días de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados visitarían el Complejo Turístico “Playa La Moya” los domingos en un 38%, sábados en un 21%, viernes en un 19%, jueves en un 11%, miércoles y lunes en un 4% respectivamente, por último los días martes en un 3%.

k) Horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya”

Tabla 13. Horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
7 am - 6 pm	39	33
8 am - 6 pm	45	38
9 am - 6 pm	29	24
Otros	6	5
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquer

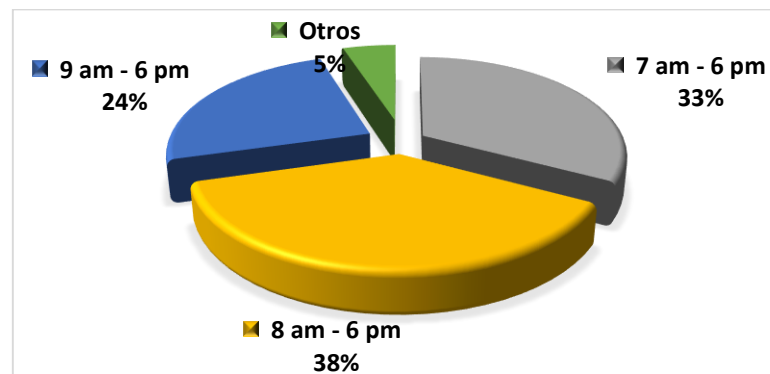


Gráfico 11. Horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados en relación a los horarios de visita al Complejo Turístico “Playa La Moya” les gustaría en un 38% de 8 am – 6 pm, un 33% de 7am – 6 pm, un 24% de 9 am – 6 pm, finalmente un 5% desean otros horarios de visita.

l) Pago costo mínimo de ingreso al Complejo Turístico “Playa La Moya”.

Tabla 14. Pago costo mínimo de ingreso al Complejo Turístico “Playa La Moya” por parte de las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	67
No	39	33
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

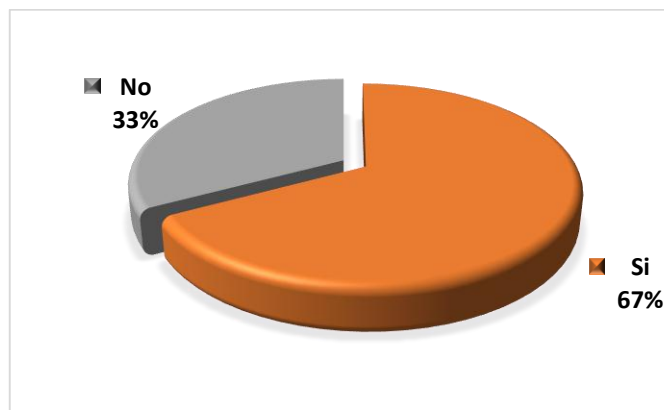


Gráfico 12. Compañía de viaje de las personas encuestadas.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados un 67% si pagaría por un costo mínimo de ingreso al Complejo Turístico “Playa La Moya”, mientras que un 33% no lo haría.

m) Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones.

Tabla 15. Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones a las personas encuestadas.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Internet	36	30
Radio	19	16
Tv	8	7
Prensa escrita	11	9
Material publicitario impreso	29	24
Otros	16	14
Total	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

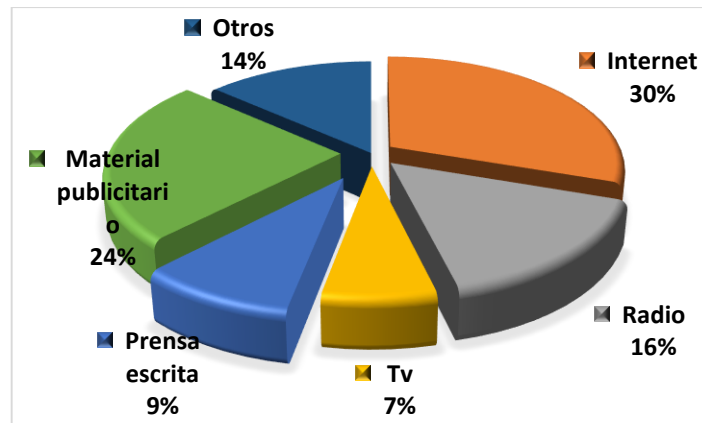


Gráfico 13. Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones a las personas encuestadas.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Del total de encuestados el tipo de publicidad por la que les gustaría informarse de las actividades y promociones corresponde el 30% por internet, 24% material publicitario impreso, 16% radio, 14% otros medios, 9% prensa escrita, de otro modo el 7% por la Tv.

f. Perfil del turista

Tabla 16. Perfil del turista de origen nacional.

1	Género	Masculino	50%
		Femenino	50%
2	Edad	36 - 45 años	34%
3	Conoce Guasuntos	Si	83%
4	Visitar Guasuntos	Si	92%
5	Conoce la Playa La Moya	Si	59%
6	Aceptación de implementación Complejo Turístico	Si	96%
7	Fin de implementación Complejo Turístico	Recreativos	61%
		Ambientales	18%
8	Actividades	Ciclismo	23%
		Cabalgata	14%
		Camping	18%
		Escalada	29%
		Otras	16%
9	Espacios de encuentro común	Concha acústica	24%
		Parqueadero	20%
		Comedor popular	13%
		Canchas deportivas	16%
		Espacios verdes	22%
		Otros	5%
10	Días de visita	Domingo	38%
		Sábado	21%
		Viernes	18%
11	Horarios de visita	8 am – 6 pm	38%
12	Pago costo mínimo de ingreso	Si	67%
13	Medio de publicidad	Internet	30%
		Material publicitario impreso	29%
		Radio	16%

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

g. Demanda potencial

Para la determinación de la demanda potencial se tomó en cuenta el porcentaje de los turistas nacionales interesados en visitar el Complejo Turístico “Playa La Moya”, siendo los resultados los siguientes:

Tabla 17. Determinación de la demanda potencial.

DP	= 49 975 * 96%
DP	= 47 976

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Consecuentemente se proyectó la demanda a 5 años, utilizando la fórmula del incremento compuesto, considerando el índice de crecimiento poblacional en el 2010 que corresponde al 1.6% de acuerdo a los datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Co = Demanda potencial (47 976 turistas nacionales)

i = Índice de crecimiento poblacional (1.6%)

n = Año a proyectarse (1 – 5)

Tabla 18. Proyección de la demanda potencial.

Nº	AÑO	TURISTAS NACIONALES	DEMANDA TOTAL
0	2018	47 976	47 976
1	2019	48 744	48 744
2	2020	49 524	49 524
3	2021	50 316	50 316
4	2022	51 121	51 121
5	2023	51 939	51 939

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2. Análisis de la oferta

Por ser un producto turístico muy específico como es el Complejo Turístico Playa La Moya, el presente trabajo no requiere la realización del apartado en mención.

3. Análisis de la competencia

Para el proyecto se tomó en cuenta únicamente la competencia complementaria a razón de que no existen productos/servicios similares a los que se pretenden ofertar, por lo cual, se consideró el siguiente emprendimiento que se lo presenta a continuación:

Tabla 19. Competencia complementaria.

NOMBRE	CATEGORÍA	SERVICIOS QUE OFERTA
	Centro de Turismo Comunitario	Alimentación

Centro de Turismo Comunitario Tolte Pistishí Nariz del Diablo.	· Cabalgata
	· Sendero
	· Biking
	· Fotografía
	· Granjas

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

4. Confrontación oferta vs. demanda

Fórmula:

$$DI = DP - C$$

DI = Demanda insatisfecha

DP = Demanda potencial

C = Competencia

Tabla 20. Determinación de la demanda insatisfecha.

DI	= 47 976 - 0
DI	= 47 976

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

5. Demanda insatisfecha

Por lo mencionado en el análisis de la competencia para el presente proyecto la demanda insatisfecha es igual a la demanda potencial, es decir representa para el año cero 47 976.

Tabla 21. Proyección de la demanda insatisfecha.

Nº	AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA TOTAL
0	2018	47 976	0	47 976
1	2019	48 744	0	48 744
2	2020	49 524	0	49 524
3	2021	50 316	0	50 316
4	2022	51 121	0	51 121
5	2023	51 939	0	51 939

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

6. Demanda objetiva

Fórmula:

$$DO = DI * CM$$

DO = Demanda objetiva

DI = Demanda insatisfecha

CM = Captación de mercado (%)

Tabla 22. Determinación de la demanda objetiva.

DO	= 47 976 * 70%
DO	= 33 583

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

El presente proyecto pretende captar el 70% del mercado que corresponde a **33 583** turistas nacionales, debido a que no existen productos similares en el territorio.

Tabla 23. Proyección de la demanda objetiva.

Nº	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (70%)
0	2018	47 976	33 583
1	2019	48 744	34 121
2	2020	49 524	34 666
3	2021	50 316	35 221
4	2022	51 121	35 785
5	2023	51 939	36 357

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

7. Plan mercadotécnico del proyecto

a. Nombre

El presente proyecto se ha denominado *Parque Lineal Playa La Moya* considerando criterios de originalidad, significancia y fácil recordación.

b. Logotipo

**Gráfico 14.** Logotipo Parque Lineal “Playa La Moya”.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

c. Colores

Verde: es un color que se identifica con la naturaleza, permite la conexión con ella y aporta sentimientos de frescura, armonía, crecimiento y fertilidad.



Café: es un color que se identifica con la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia.

Celeste: es un color que se identifica con el agua y el cielo es un color derivado del azul un poco más claro, aporta sentimientos de frescura y pureza.

Amarillo: es un color que aporta la felicidad, fertilidad e intuición. Es un color brillante y aporta sentimientos de alegría.

d. Figuras

Rio: representa una pequeña corriente de agua que fluye.

Montaña: representa los espacios naturales que están presentes en la zona.

Sol: representa la principal fuente de luz y energía.

Persona: representa el disfrute de los visitantes del lugar.

e. Slogan

El slogan que identifica al *Parque Lineal Playa La Moya*, formulado en base a las actividades definidas en el proyecto es:

Descanso, naturaleza y aventura en un solo lugar

f. Publicidad

Los medios publicitarios han sido creados en función al análisis de la demanda, por lo cual se presenta la siguiente propuesta:

1) Internet

El internet se constituye en el medio que permitirá al proyecto difundirse con gran facilidad, pues su éxito por impacto es mayor que la radio y televisión. En cuanto al diseño del Portal web, contará con los servicios y actividades que ofrecerá el *Parque Lineal Playa la Moya*.

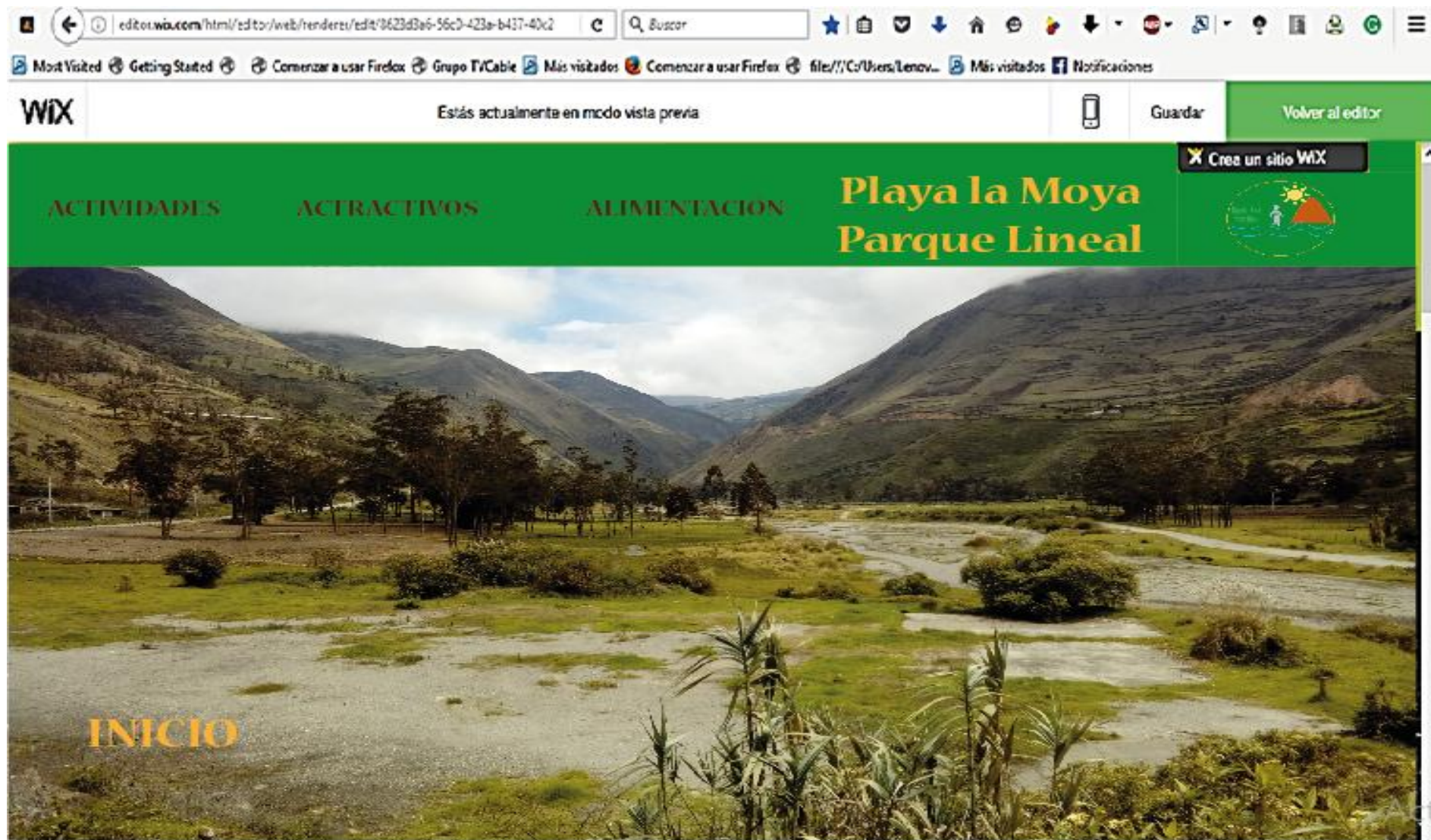


Gráfico 15. Portada de la página web.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

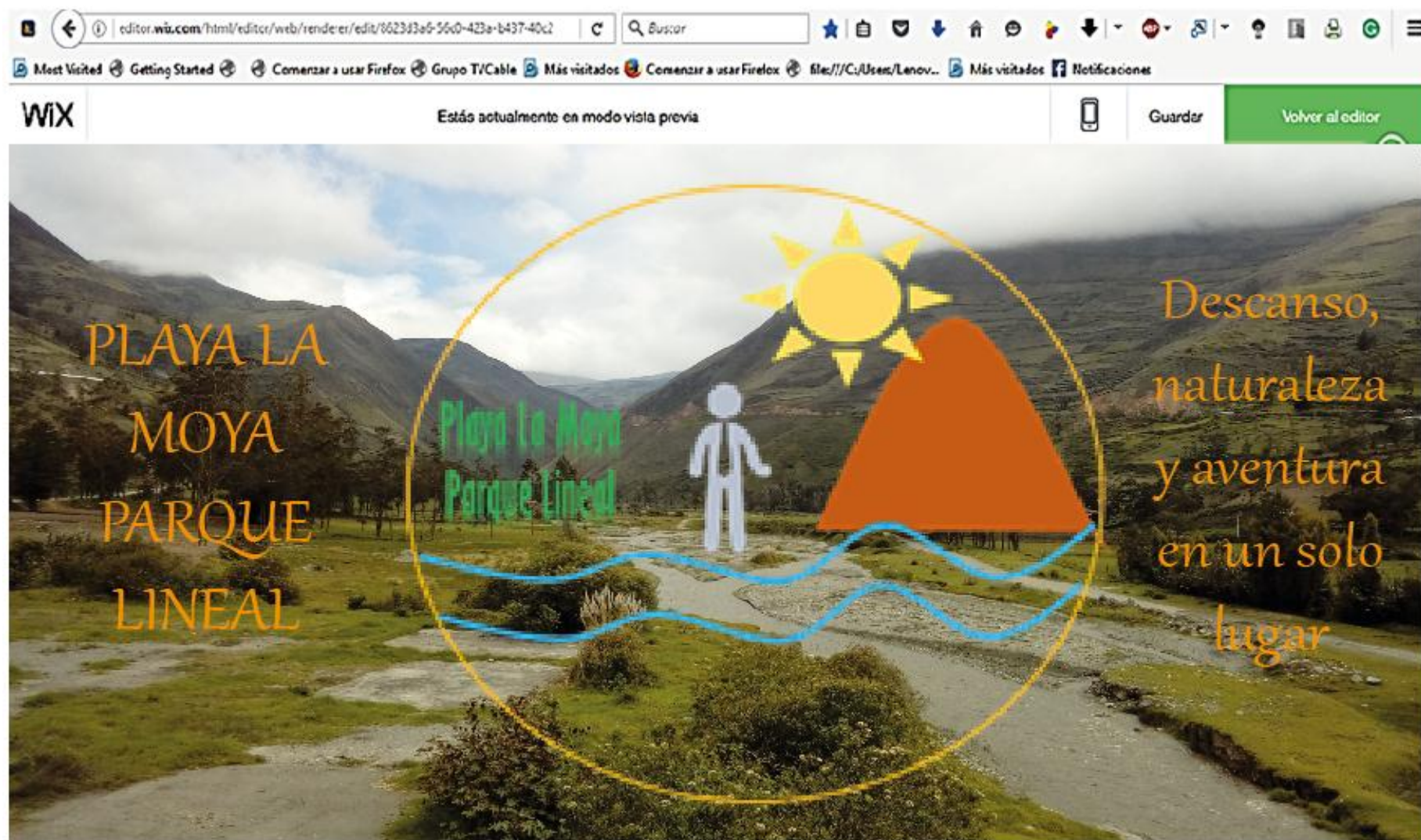


Gráfico 16. Diseño de la página web.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

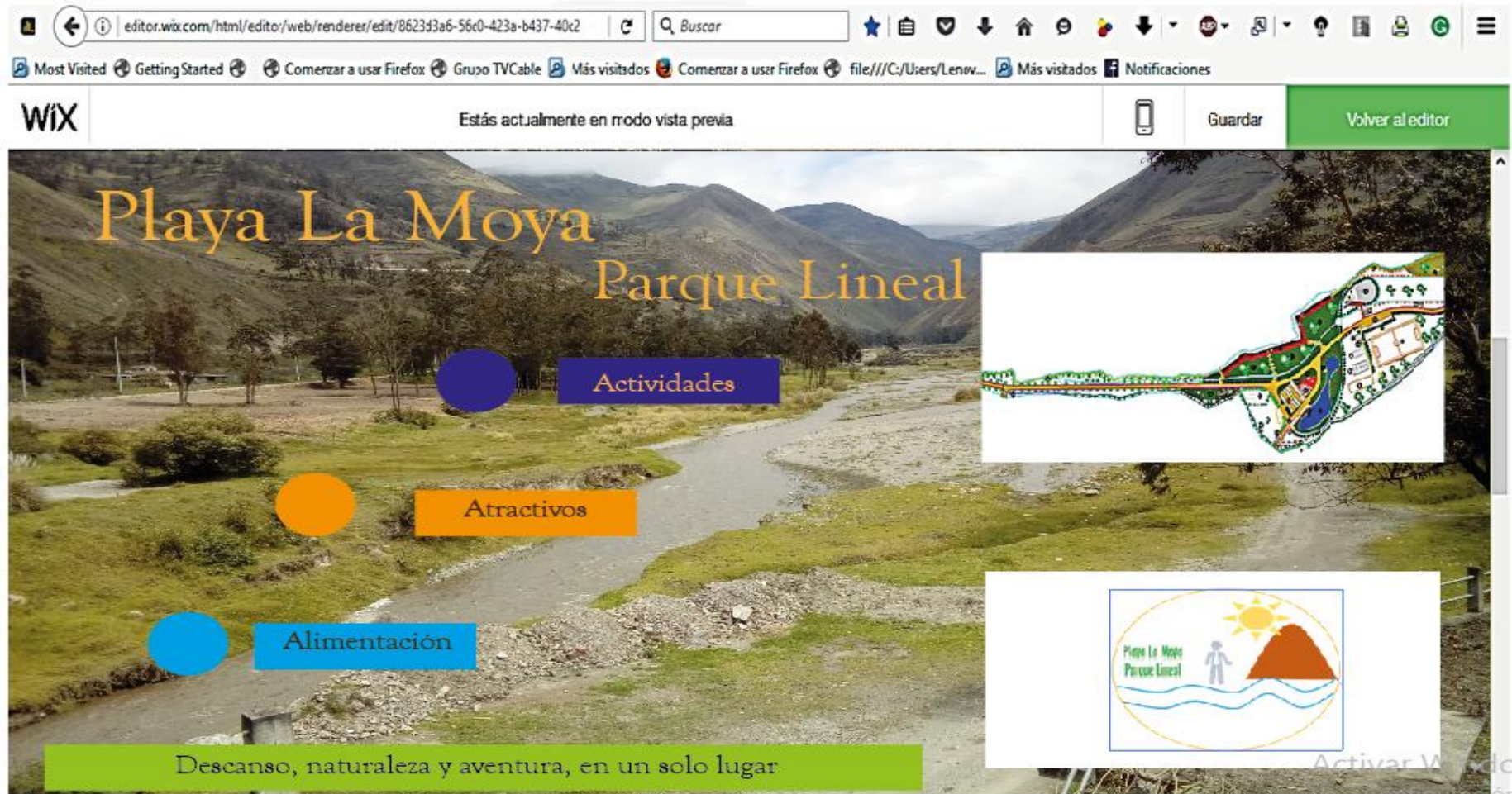


Gráfico 16. Diseño de la página web.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2) Medios publicitarios impresos

PLAYA LA MOYA PARQUE LINEAL



Gráfico 17. Diseño Volantes
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

3) Radio

Spot publicitario



Si estás buscando pasar los mejores días junto a tu familia en un lugar de ensueño El Parque Lineal “Playa La Moya” es tu mejor opción, ubicado en la parroquia Guasuntos, cantón Alausí. Te ofrecemos servicios de calidad inspirados en el descanso, naturaleza y aventura. Además, de espacios de encuentro común acondicionados para el disfrute y confort.

No lo esperes más y descubre la maravilla de El Parque Lineal “Playa La Moya” un lugar pensado para tu satisfacción.

8. Requerimientos para el área comercial

a. Activos diferidos

Tabla 24. Activos diferidos para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Cuñas radiales	2	mes	90	180
Lona de promoción	2	unidad	100	200
Capacitación al personal	1	mes	500	500
TOTAL				880

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

b. Promoción y publicidad

Tabla 25. Promoción y publicidad para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Página web	1	unidad	300	300
Trípticos	1000	unidad	1	1000
Cuñas radiales	2	mes	90	180
TOTAL				1 480

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

B. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO, LEGAL Y AMBIENTAL

1. Estudio técnico productivo

a. Consumo aparente por clientes

Tabla 26. Consumo aparente de clientes nacionales.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	33 583	16 792	8 396	2 799	1 399	700	92
2019	34 121	17 060	8 530	2 843	1 422	711	93
2020	34 666	17 333	8 667	2 889	1 444	722	95
2021	35 221	17 611	8 805	2 935	1 468	734	96
2022	35 785	17 892	8 946	2 982	1 491	746	98
2023	36 357	18 179	9 089	3 030	1 515	757	100

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

b. Consumo aparente por producto (actividades)

Tabla 27. Consumo aparente de turistas nacionales por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índices de actividades				
		Ciclismo	Cabalgata	Camping	Escalada	Otras
		23%	14%	18%	29%	16%
2018	33583	7724	4702	6045	9739	5373
2019	34121	7848	4777	6142	9895	5459
2020	34666	7973	4853	6240	10053	5547
2021	35221	8101	4931	6340	10214	5635
2022	35785	8230	5010	6441	10378	5726
2023	36357	8362	5090	6544	10544	5817

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

1) Consumo aparente por actividad de ciclismo.

Tabla 28. Consumo aparente por actividad de ciclismo.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	7724	3862	1931	644	322	161	21
2019	7848	3924	1962	654	327	163	22
2020	7973	3987	1993	664	332	166	22
2021	8101	4050	2025	675	338	169	22
2022	8230	4115	2058	686	343	171	23
2023	8362	4181	2091	697	348	174	23

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2) Consumo aparente por actividad de cabalgata.

Tabla 29. Consumo aparente por actividad de cabalgata.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	4702	2351	1175	392	196	98	13
2019	4777	2388	1194	398	199	100	13
2020	4853	2427	1213	404	202	101	13
2021	4931	2465	1233	411	205	103	14
2022	5010	2505	1252	417	209	104	14
2023	5090	2545	1273	424	212	106	14

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

3) Consumo aparente por actividad de camping.

Tabla 30. Consumo aparente por actividad de camping.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	6045	3022	1511	504	252	126	17
2019	6142	3071	1535	512	256	128	17
2020	6240	3120	1560	520	260	130	17
2021	6340	3170	1585	528	264	132	17
2022	6441	3221	1610	537	268	134	18
2023	6544	3272	1636	545	273	136	18

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

4) Consumo aparente por actividad de escalada.

Tabla 31. Consumo aparente por actividad de escalada.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	9739	4870	2435	812	406	203	27
2019	9895	4947	2474	825	412	206	27
2020	10053	5027	2513	838	419	209	28
2021	10214	5107	2554	851	426	213	28
2022	10378	5189	2594	865	432	216	28
2023	10544	5272	2636	879	439	220	29

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

5) Consumo aparente por actividad de otras actividades.

Tabla 32. Consumo aparente por actividad de otras actividades.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	5373	2687	1343	448	224	112	15
2019	5459	2730	1365	455	227	114	15
2020	5547	2773	1387	462	231	116	15
2021	5635	2818	1409	470	235	117	15
2022	5726	2863	1431	477	239	119	16
2023	5817	2909	1454	485	242	121	16

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

c. Dimensionamiento y localización

1) Localización

El Parque Lineal Playa La Moya se desarrolló dentro de La Playa la Moya, que se encuentra en la comunidad La Moya, perteneciente a la parroquia Guasuntos, cantón Alausí.

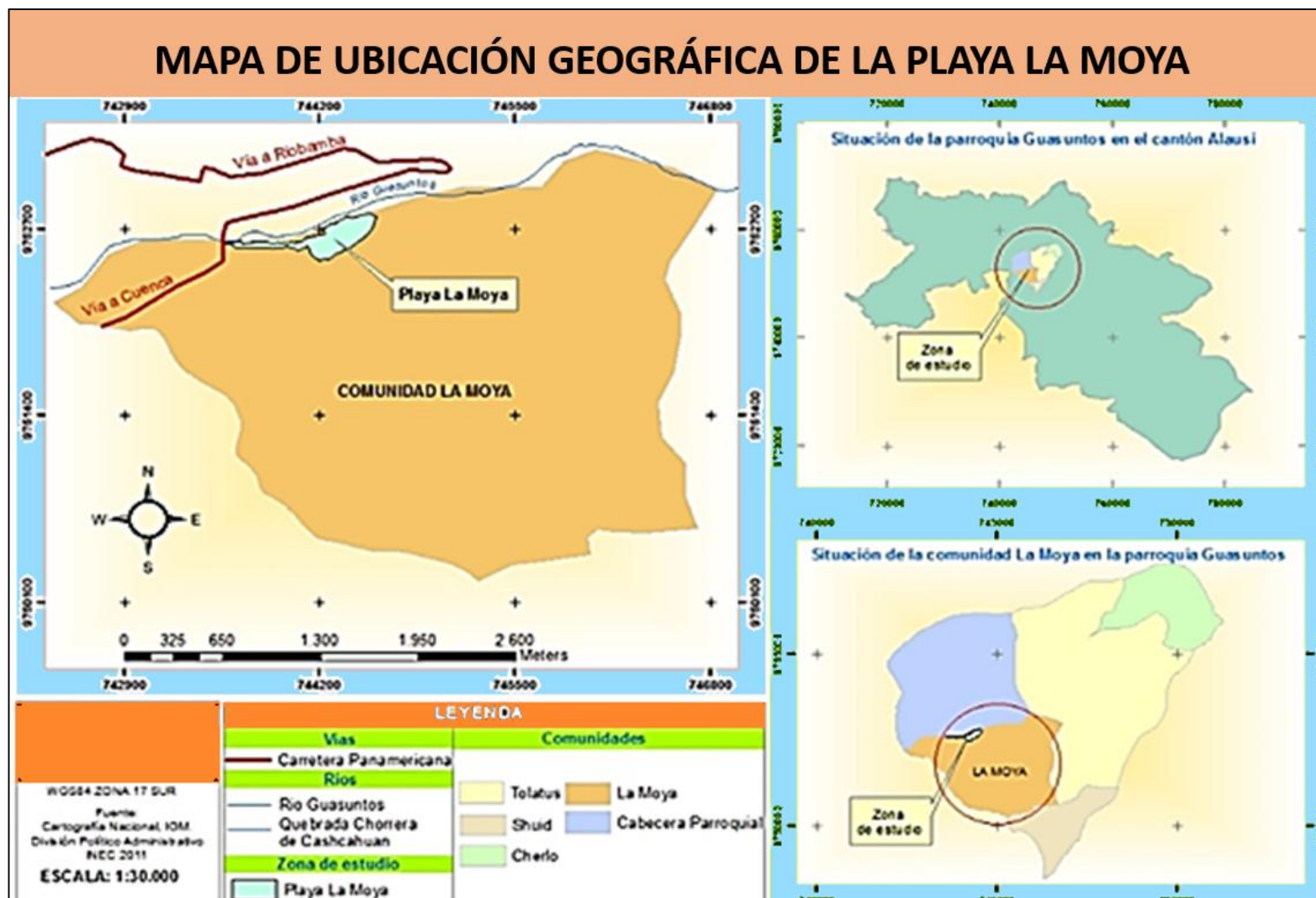


Gráfico 18. Ubicación geográfica de La Playa La Moya.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Ubicación geográfica

EL Parque Lineal Playa La Moya, se encuentra ubicado en las siguientes coordenadas proyectadas en UTM Zona 17 S.

Datum WGS84:

X: 743433 E; **Y:** 9752591 N; **Altitud:** 2580 m.s.n.m

d. Diseño del producto

La Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce dentro de los elementos básicos para garantizar un ambiente sano en las ciudades la disponibilidad, la calidad, la seguridad y la accesibilidad a los espacios verdes públicos. De hecho, recomienda que las ciudades dispongan entre 10m² y 15m² de área verde por habitante (WHO, 2012). Por ello resulta imprescindible la creación de espacios físicos, que incluyan parques públicos y zonas verdes, pues no solo contribuyen a que se diversifique el uso del suelo y se aproveche de manera eficiente sino que se ofrezca una mejor calidad de vida a la población y se considere como parte esencial del atractivo del territorio (OECD, 2012).

Por consiguiente, los parques lineales tienen un amplio antecedente en el plano internacional. Se remontan al siglo XIX, es así que a partir de 1960 se empieza a hablar del concepto de greenways que se ha hecho tangible en varios países a través de implementación de vías verdes o lo que se ha denominado como parques lineales. Son una respuesta a las presiones físicas y psicológicas derivadas de los procesos de urbanización (Searns, 1995). Asimismo, contienen elementos lineales que son planeados, diseñados y manejados. Considerados espacios multifuncionales con potencial para brindar alternativas ecológicas, recreacionales, culturales, estéticas que son compatibles con el uso sostenible del territorio (Anhern, 1995).

Estos, poseen características distintivas: es un espacio lineal, y como tal ofrece una función de movimiento y transporte; forma parte de un paisaje como un todo y supone la conexión entre diferentes espacios; es un espacio multifuncional considerado como un complemento de la planeación física y paisajística de espacio rural (Mayorga, 2013).

El Parque Lineal “Playa La Moya” se instaure como un espacio público para la conexión, para el disfrute de la ciudadanía y la recreación activa y pasiva al aire libre en contacto con la naturaleza, mientras se pensó en el peatón, la movilidad y el medio ambiente como los protagonistas de esta nueva visión. Además de ser un entorno físico y simbólico que ayude a construir y dar sentido a la vida cotidiana de la ciudadanía, ya que el espacio público además de constituirse como una materialidad, debe responder a una necesidad del individuo como parte de un colectivo (Borja & Zaida, 2003).

Consecuentemente, a la aplicación de la entrevista a turistas nacionales que vienen a los principales puntos receptores de turismo de los cantones Alausí y Chunchi, se realizó un análisis técnico de mercado resultado del mismo se ha denominado esta iniciativa como *Parque Lineal "Playa La Moya"*, de tipo recreativo con un 61% de aceptación en las encuestas, ya que permitirá la práctica, concepción, diseño y construcción apta para el despliegue de actividades que no requieren de un espacio oficial o reglamentado, también es un espacio que genera interés por sus atractivos naturales, su facilidad de acceso y el aprovechamiento de los recursos como por ejemplo ecosistemas, especies animales, vegetales y sitios geomorfológicos desde un ámbito educativo y recreativo.

Para que su implementación sea efectiva, se identificaron varios parámetros que aportarán al manejo y mantenimiento eficaz del mismo, como por ejemplo es recomendable que el parque lineal tenga una apertura de 8h00 am a 18h00 pm, por seguridad de la población y permitiendo que el área de conserjería pueda realizar las actividades de limpieza y mantenimiento, también es recomendable ejecutar las actividades planificadas dentro del parque de forma adecuada y con mayor atención los días viernes, sábado y domingo, ya que son los días en que los turistas visitarán con mayor frecuencia el lugar y se ha determinado que el ingreso al parque tendrá un valor mínimo el cual cubrirá con los gastos de mantenimiento de las instalaciones.

Su implementación facilitará elevar los niveles de participación de la niñez y la juventud en actividades recreativas/educativas, la integración y participación familiar/comunitaria, brindando un ambiente de formación donde niños, niñas y jóvenes desarrollen todas las potencialidades cognoscitivas y motrices, fomentando hábitos y valores para ser mejores ciudadanos y ofreciendo actividades que permitan el buen aprovechamiento del tiempo libre para el mejoramiento de la calidad de vida. Misma que requiere un acceso universal y permanente a bienes superiores, así como la promoción del ambiente adecuado para alcanzar las metas personales y colectivas.

La constitución del estado ecuatoriano sustenta la importancia de generar espacios públicos de encuentro por medio del Art. 24.- las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural y el Art. 74.- las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

En este sentido, el Parque Lineal apunta a un objetivo que va mucho más allá del aprovechamiento físico y recuperación ambiental de la zona, implica una transformación del espacio territorial y de los procesos sociales que se desarrollan en su zona de influencia. Para ello, se han integrado 16 espacios de encuentro común/recreación, 9 espacios para servicios y 5 que pertenecen a otros espacios, dándonos un total de 30 iniciativas productivas y de desarrollo que se presentan a continuación:

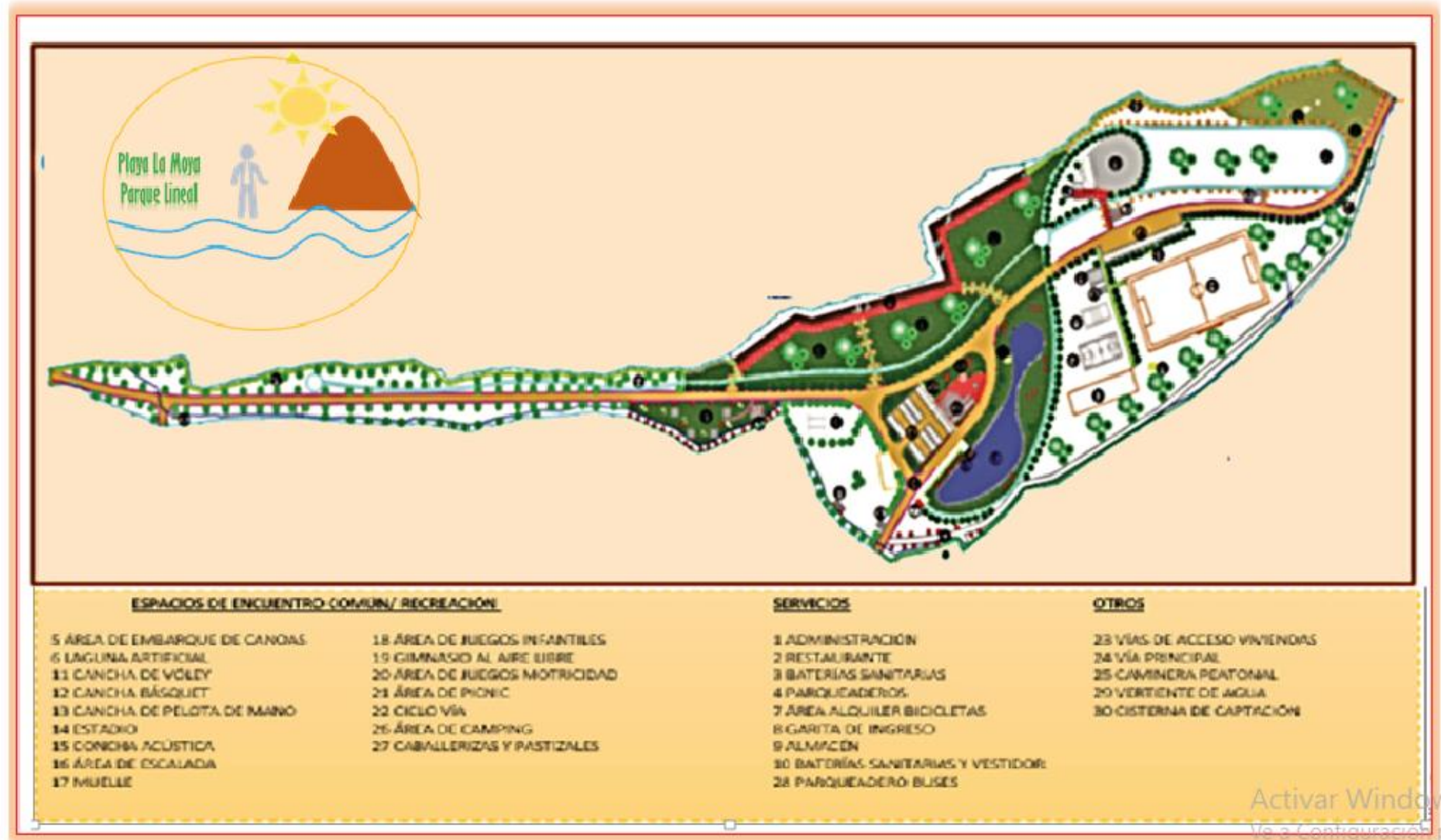
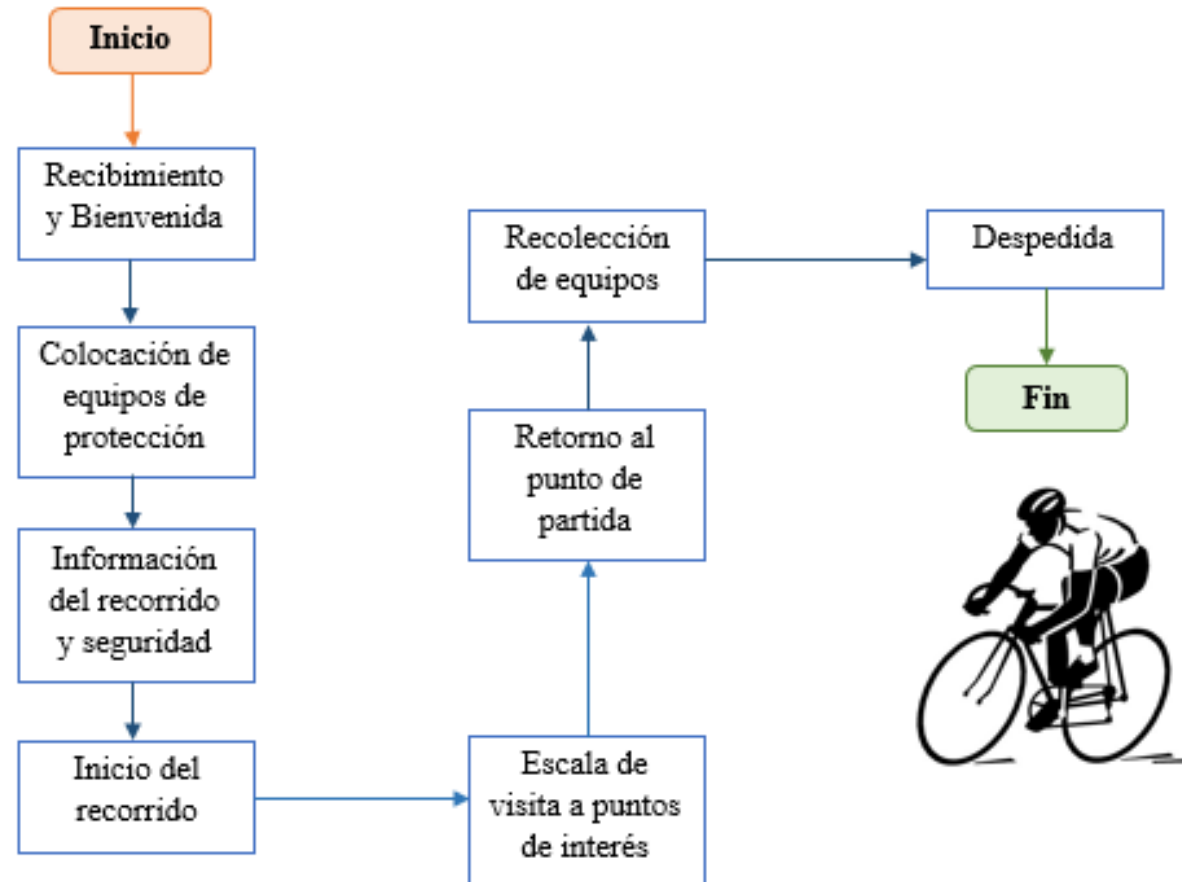


Gráfico 19. Diseño del producto
 Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

e. Flujogramas de procesos

1) Servicio de ciclismo



0

Gráfico 20. Flujograma Proceso del servicio de ciclismo.

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2) Servicio de escalada

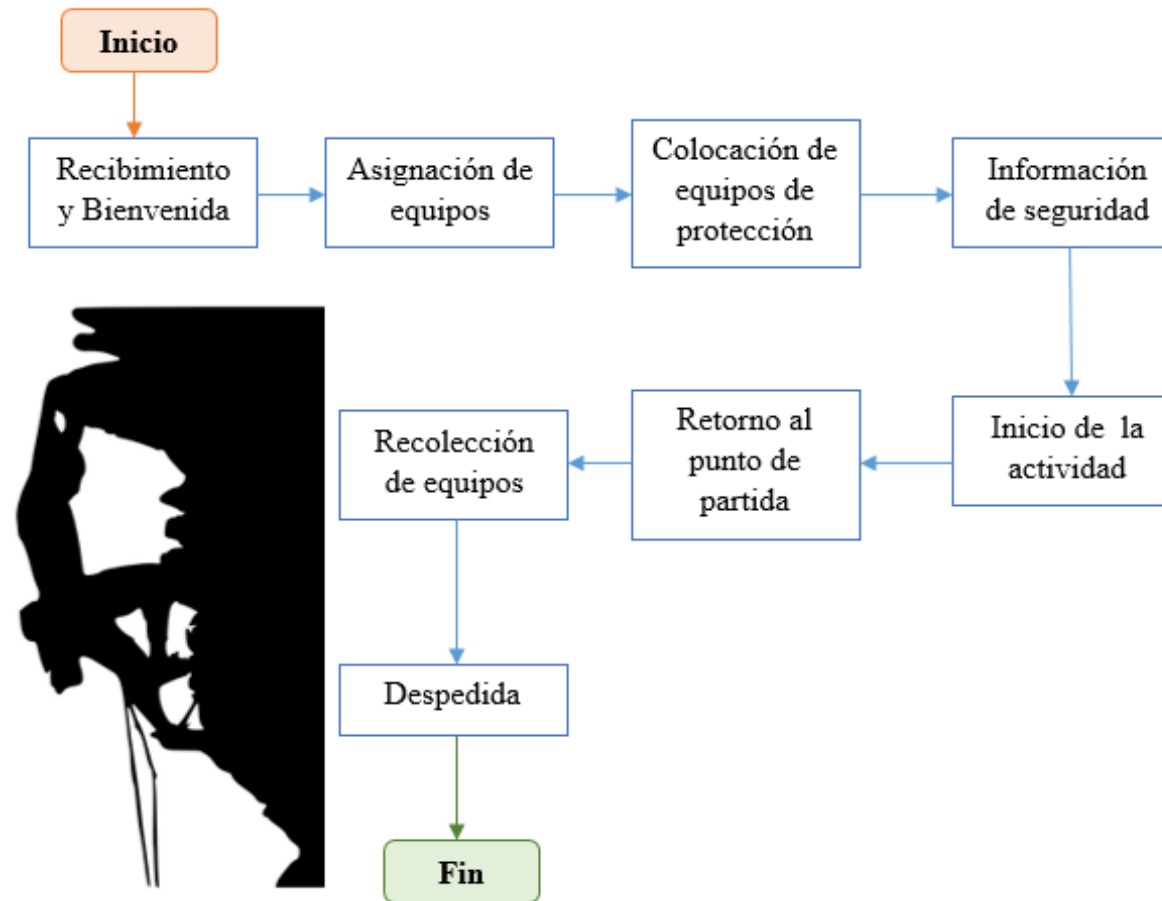


Gráfico 21. Flujograma Proceso del servicio de escalada.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

3) Servicio de cabalgata

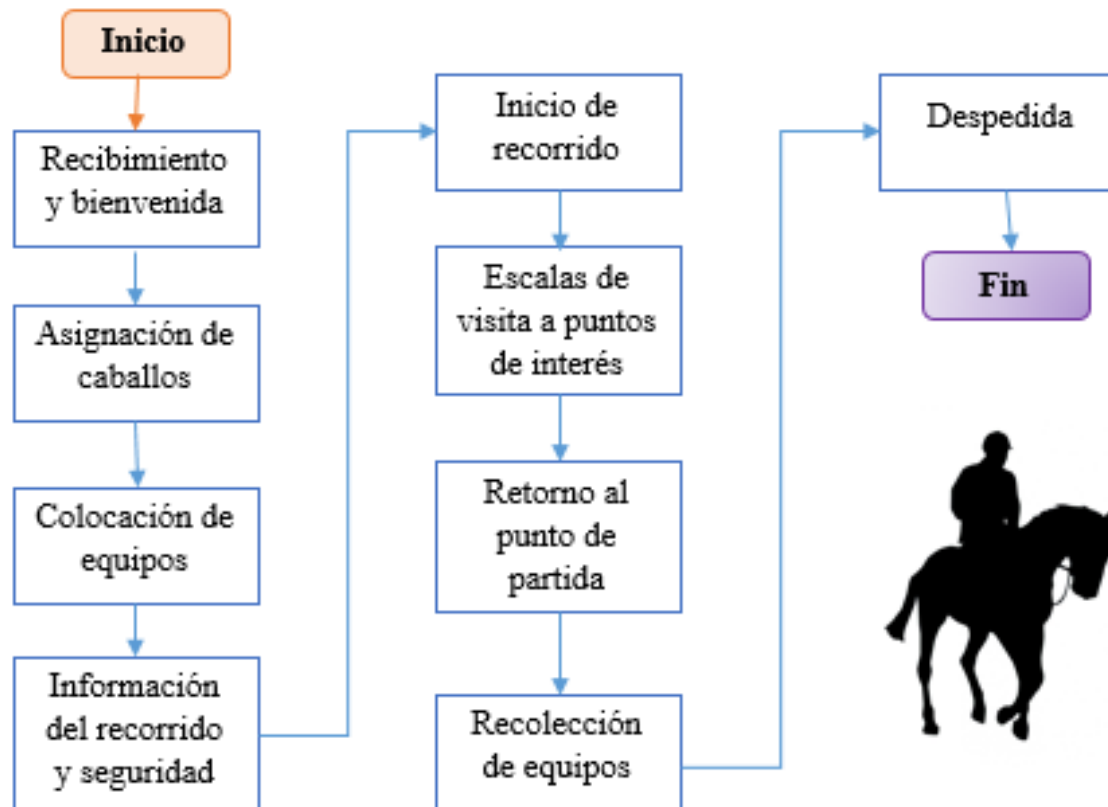


Gráfico 22. Flujograma Proceso del servicio de cabalgata
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

4) Servicio de camping

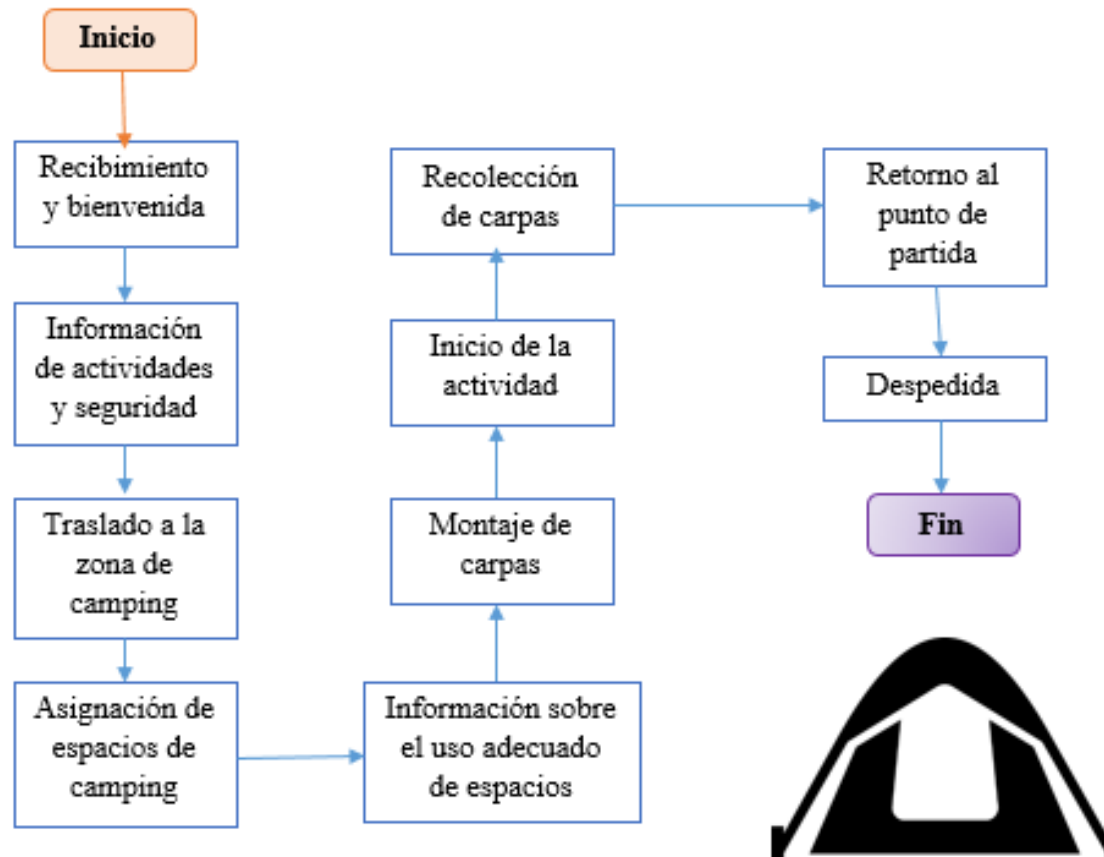


Gráfico 23. Flujograma Proceso del servicio de camping

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

f. Requerimientos para el área productiva

1) Talento humano para el área productiva

Tabla 33. Talento humano para el área productiva.

MANO DE OBRA DIRECTA				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Administrador	1		400	6094
Personal de aseo y limpieza / Conserje	1		366	5607,12
TOTAL				11 701,12

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2) Activos fijos para el área productiva

Tabla 34. Activos fijos para el área productiva.

ACTIVOS FIJOS DE BIENES MUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Maquinarias y equipos				
Conos	25	unidad	4	100
Carro chocones acuáticos	4	unidad	900	3600
Amplificador	1	equipo	700	700
Parlantes	3	equipo	120	360
Sogas de seguridad	2	rollo	60	120
Canoas	4	unidad	800	3200
Boki toki	2	juegos	60	120
Podadora	1	unidad	350	350
Cocina industrial	1	unidad	1500	1500
Refrigeradora	1	unidad	1200	1200
SUB TOTAL				11 250
b. Muebles y enseres				
Contenedor de basura ecológico	6	Unidad	10	60
SUB TOTAL				60
TOTAL BIENES MUEBLES				11 310
ACTIVOS FIJOS DE BIENES INMUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Construcciones y edificaciones				
Ejecución de obra parque lineal civil y arquitectónica	1	global	1858291,76	1858291,76
Ejecución del plan de manejo ambiental	1	global	13500	5000
SUB TOTAL				1 863 291,76
TOTAL BIENES INMUEBLES				1 863 291,76

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

3) Materias primas, materiales e insumos

Tabla 35. Materias primas, materiales e insumos para el área productiva.

Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Insumos				
Escobas	10	unidad	10	100
Trapeadores	6	unidad	4	24

Recogedores	8	unidad	8	64
Fundas de basura	4	paquetes	4,5	18
Detergentes	2	fundas	6	12
Guantes	4	pares	3	12
Indumentaria para el conserje y administrador	4	camisetas	10	40
Mascarillas	10	unidad	0,25	2,5
TOTAL				272,5

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2. Estudio ambiental

Tabla 36. Estudio Ambiental

Objetivo: Desarrollar un diagnóstico ambiental que permita identificar de manera eficaz los posibles impactos durante la ejecución del proyecto para asegurar un control óptimo de los procesos que permitan la reducción y minimización de los efectos y/o impactos ambientales generados durante la construcción del Complejo Turístico “Playa de la Moya”.

Lugar de Aplicación: Parroquia Guasuntos, Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Costo Total: \$5000,00 USD

Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medio de Verificación	Plazo (meses)
Calidad del suelo	Contaminación por mala disposición de los residuos sólidos	Los materiales sobrantes, provenientes de las labores de limpieza, deben ser retirados en forma inmediata de las áreas de trabajo, y depositados en los rellenos sanitarios o escombreras debidamente autorizadas por el GAD Parroquial Rural de Guasuntos.	Actas entrega recepción de residuos en la escombrera autorizada	Registro de generación de residuos sólidos Informes de campo Registro fotográfico	12
		Se llevará una adecuada gestión y disposición final de residuos generados por las actividades de construcción	100% cumplimiento al Plan de Manejo de desechos % cumplimiento = (registros de entrega –recepción de residuos realizados/ registros de entrega – recepción de residuos planificados) *	Registro de Entrega – Recepción de residuos mensual.	12

		Evitar el vertimiento de residuos y/o desperdicios sólidos u oleosos directamente en el suelo, cauces de agua o sumideros. Se deberá asegurar un buen funcionamiento de los equipos utilizados en la obra con el objeto de evitar escapes de combustibles y sustancias nocivas que contaminen o dañen el entorno.	$\% \text{ cumplimiento} = (\text{mantenimientos realizados} / \text{mantenimientos planificados}) * 100$	Registros de mantenimiento de maquinaria y vehículos Libro de obra Informe de campo	12
		Cualquier derrame de combustible o sustancia oleosa deberá ser limpiado de inmediato con material absorbente como aserrín o arena. El material absorbente utilizado y el suelo contaminado deberán ser almacenados temporalmente en un tanque plástico con tapa para su posterior entrega a un gestor de residuos peligrosos autorizado por el Ministerio de Ambiente.	$\% \text{ cumplimiento} = (\text{derrames tratados con gestor calificado} / \text{derrames ocurridos}) * 100$	Registro de entrega- Certificado de entrega de residuos contaminados al Gestor Calificado con la respectiva cadena de custodia Informes de campo Registros fotográficos	12
Calidad del suelo, agua y aire	Contaminación por mala disposición de los residuos peligrosos	Las áreas de almacenamiento de desechos peligrosos, estarán aisladas de la lluvia y la escorrentía, y tendrán suficiente espacio para permitir el movimiento de personal. Deberán estar debidamente señaladas.	100 % cumplimiento en construcción del área de almacenamiento de desechos peligrosos.	Libro de obra Informes de campo	12
			100% de señales colocadas en zonas de riesgo	Registros fotográficos	

Calidad del suelo, agua y aire Talento humano		Charlas quincenales acerca de las medidas de Seguridad y Salud Ocupacional	% cumplimiento = (charlas ejecutadas / charlas planificadas) * 100	Registros de asistencia Registros fotográficos Informes	12
	Contaminación en aire, suelo, agua	Entrega de Folletos didácticos de los diferentes planes contenidos en el Plan de Manejo Ambiental, además de su difusión	% cumplimiento = (folletos entregados / folletos planificados) * 100	Registros de entrega de folletos Registro fotográfico	12
	Riesgos de ocurrencia de accidentes	Eventos de inducción	100% de los trabajadores conocen y aplican los aspectos básicos de la obra y Plan de Manejo Ambiental % cumplimiento = (inducciones ejecutadas / inducciones planificadas) * 100	Registro de asistencia a inducciones Libro de obra	12
Entorno social	Quejas y reclamos	Eventos de información a la comunidad	% cumplimiento = (charlas de socialización e información a la comunidad realizadas / charlas de socialización e información a la comunidad planificadas) * 100	Registros mensuales de asistencia Registros fotográficos Informes	12
		Realización de simulacros de emergencias	% cumplimiento = (simulacros realizados / simulacros planificados) * 100	Registros fotográficos Informes de simulacros	12

		Implementación de un botiquín de primeros auxilios, y camilla.	100% de cumplimiento de la implementación del botiquín y camilla, con las respectivas señalizaciones	Libro de obra Registro fotográfico	1
Seguridad y Salud Ocupacional	Negligencia en alguna actividad por falta de información.	Instalar la señalización en las áreas de trabajo que garantice la seguridad de todo el personal de trabajo. Las señales más utilizadas son las preventivas, reglamentarias e informativas.	Señalización de la obra	Registros fotográficos.	12
Seguridad de los trabajadores	Seguridad de los trabajadores	Se controlará la conservación de las señales en los lugares en que fueron colocadas.	Letreros en buen estado	Fotografías	12

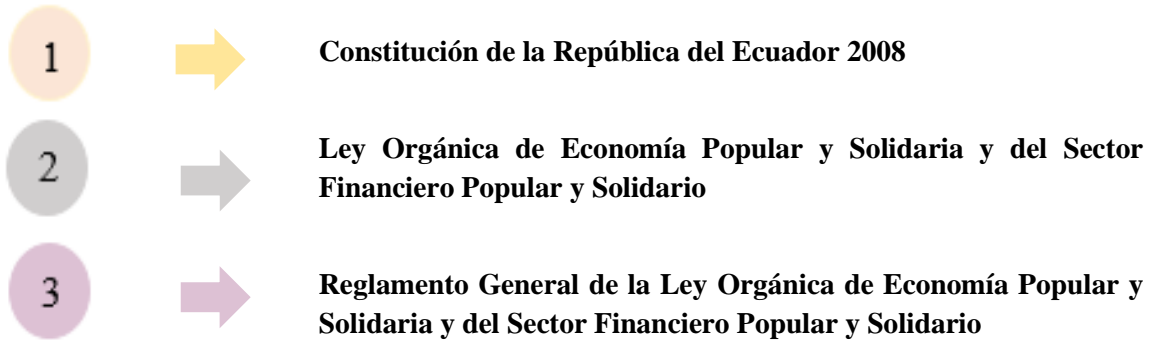
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

3. Estudio legal administrativo

1) Tipo de organización

a) Análisis de leyes

Para definir el tipo de organización se ha hecho un análisis de las leyes que se muestran a continuación:



CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. **El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria,** y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Capítulo I

De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 15.- Sector Comunitario.- Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

Art. 16.- Estructura interna.- Las organizaciones del Sector Comunitario adoptarán, la denominación, el sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, garantizando su modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.

Art. 17.- Fondo Social.- Para el cumplimiento de sus objetivos, las organizaciones del Sector Comunitario, contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno. También formarán parte del fondo social, las donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, éstos no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la donación.

Capítulo I

Del Fomento

Art. 132.- Medidas de fomento.- El Estado establecerá las siguientes medidas de fomento a favor de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley:

- **Contratación Pública.-** El ente rector del sistema nacional de contratación pública de forma obligatoria implementará en los procedimientos de contratación pública establecidos en la Ley de la materia, márgenes de preferencia a favor de las personas y organizaciones regidas por esta Ley, en el siguiente orden: Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria; y Unidades Económicas Populares. La Feria Inclusiva será uno de los procedimientos de contratación que las entidades contratantes utilizarán para priorizar la adquisición de obras, bienes o servicios normalizados o no normalizados provenientes de las personas y organizaciones sujetas a esta Ley. El ente rector de las compras públicas en coordinación con el Instituto establecerá las obras, bienes y servicios normalizados y no normalizados que deberán ser adquiridos a través de Feria Inclusiva y otros procedimientos.
- **Formas de Integración Económica.-** Todas las formas de Integración Económica, se beneficiarán de servicios financieros especializados; y, servicios de apoyo en: profesionalización de los asociados, asesoría de procesos económicos y organizativos, acreditaciones y registros, y acceso a medios de producción.
- **Financiamiento.-** La Corporación y la banca pública diseñarán e implementarán productos y servicios financieros especializados y diferenciados, con líneas de crédito a largo plazo destinadas a actividades productivas de las organizaciones amparadas por esta ley. Las instituciones del sector público podrán cofinanciar planes, programas y proyectos de inversión para impulsar y desarrollar actividades productivas, sobre la base de la corresponsabilidad de los beneficiarios y la suscripción de convenios de cooperación. Los recursos serán canalizados a través de las organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario.
- **Educación y Capacitación.-** En todos los niveles del sistema educativo del país, se establecerán programas de formación, asignaturas, carreras y programas de capacitación en temas relacionados con los objetivos de la presente Ley, particularmente en áreas de la producción y/o comercialización de bienes o servicios.
- **Propiedad Intelectual.-** La entidad pública responsable de la propiedad intelectual, apoyará y brindará asesoría técnica, para la obtención de marcas colectivas, y otros instrumentos de orden legal que incentiven la protección de los conocimientos colectivos, saberes ancestrales, obtenciones vegetales y otras creaciones intelectuales.

- **Medios de pago complementarios.-** Las organizaciones que conforman la Economía Popular y Solidaria podrán utilizar medios de pago complementarios, sea a través de medios físicos o electrónicos, para facilitar el intercambio y la prestación de bienes y servicios, dentro de las prescripciones establecidas en la Ley, su Reglamento y las regulaciones que para el efecto emita el órgano regulador competente.
- **Difusión.-** El Instituto gestionará espacios en los medios de comunicación públicos y privados a nivel local y nacional que permitan incentivar el consumo de bienes y servicios ofertados por las personas y organizaciones de la economía popular y solidaria.
- **Seguridad Social.-** Se garantiza el acceso de las personas naturales, amparadas por esta Ley, al derecho a la seguridad social a través de distintos regímenes que serán establecidos en la ley de la materia considerando la naturaleza de su actividad.
- **Equidad.-** Se establecerán las medidas apropiadas para promover la equidad y transparencia en los intercambios comerciales entre el sector de la economía popular y solidaria y los demás sectores, principalmente de los productos vinculados a la seguridad alimentaria, evitando la persistencia de prácticas de abuso del poder económico.
- **Delegación a la economía popular y solidaria.-** El Estado podrá delegar de manera excepcional a la economía popular y solidaria la gestión de los sectores estratégicos y servicios públicos.

Art. 133.- Gobiernos Autónomos Descentralizados.- Los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley, incluirán en su planificación y presupuestos anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, e impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros. Los Gobiernos Autónomos en el ámbito de sus competencias, determinarán los espacios públicos para el desarrollo de las actividades económicas de las personas y las organizaciones amparadas por esta Ley.

Art. 134.- Las Municipalidades conformando regímenes de administración en condominio, con comerciantes minoristas, podrán construir mercados, centros de acopio, silos y otros equipamientos de apoyo a la producción y comercialización de productos y servicios. El régimen de administración en condominio entre las Municipalidades y de los comerciantes minoristas se regulan mediante Ordenanza.

Art. 135.- Las Municipalidades podrán mediante Ordenanza regular la organización y participación de los pequeños comerciantes en actividades productivas, comerciales o de servicios que permitan la incorporación y participación de estos sectores en la dinamización de la economía local, para lo cual, propiciarán la creación de organizaciones comunitarias para la prestación de servicios o para la producción de bienes, la ejecución de pequeñas obras públicas, el mantenimiento de áreas verdes urbanas, entre otras actividades.

Art. 136.- Para la prestación de los servicios públicos de competencia municipal, las empresas públicas municipales podrán propiciar la conformación de organizaciones comunitarias para la gestión delegada de dichos servicios. La delegación de estos servicios públicos se regulará mediante Ordenanzas. En las áreas rurales sus directorios tendrán entre sus miembros a un delegado técnico de las Juntas Parroquiales de cada jurisdicción o de la mancomunidad de las Juntas Parroquiales en las que preste el servicio.

Capítulo II

De la Promoción

Art. 137.- Medidas de promoción.- El Estado establecerá las siguientes medidas de promoción a favor de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley:

- Promoverá la asociación a través de planes y programas públicos;
- Propenderá a la remoción de los obstáculos administrativos que impidan el ejercicio de sus actividades;
- Facilitará el acceso a la innovación tecnológica y organizativa;
- Fomentará el comercio e intercambio justo y el consumo responsable;
- Implementará planes y programas, destinados a promover, capacitar, brindar asistencia técnica y asesoría en producción exportable y en todo lo relacionado en comercio exterior e inversiones;
- Impulsará la conformación y fortalecimiento de las formas de integración económica tales como cadenas y circuitos;
- Implementará planes y programas que promuevan el consumo de bienes y servicios de calidad, provenientes de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley;
- Incorporará progresivamente al Sector Financiero Popular y Solidario al Sistema Nacional de Pagos administrado por el Banco Central del Ecuador;
- Las demás previstas en la ley.

Capítulo III

De los Incentivos

Art. 138.- Políticas.- El Estado diseñará políticas de fomento tendientes a promover la producción de bienes y servicios y conductas sociales y económicas responsables de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley y podrá otorgar tratamientos diferenciados, en calidad de incentivos, a favor de las actividades productivas, los que serán otorgados en función de sectores, ubicación geográfica u otros parámetros, de acuerdo a lo que establezca el Reglamento.

Art. 139.- Hecho Generador de Tributos.- Los actos solidarios que efectúen con sus miembros las organizaciones a las que se refiere esta Ley, como parte del ejercicio de las actividades propias de su objeto social, no constituyen hechos generadores de tributos; en cambio, los actos y demás operaciones que efectúen con terceros, están sujetos al régimen tributario común. Las utilidades que pudieran provenir de operaciones con terceros y que no sean reinvertidos en la organización, gravarán Impuesto a la Renta, tanto para el caso de la organización, cuanto para los integrantes cuando éstos los perciban.

Art. 140.- Homologación de créditos.- Los préstamos que otorguen las cooperativas de ahorro y crédito en beneficio de sus socios, que tengan como finalidad la adquisición, reparación o conservación de vivienda, tendrán el mismo tratamiento tributario contemplado para los préstamos que otorga el Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda.

Art. 141.- Incentivos por responsabilidad ambiental.- El Estado incentivará a las personas y organizaciones sujetas a esta Ley, para que sus actividades se realicen conforme a los postulados del desarrollo sustentable establecidos en la Constitución y contribuyan a la conservación y manejo del patrimonio natural.

REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Sección I

Constitución

Art. 5.- Requisitos organizaciones comunitarias.- Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

Capítulo I

De los beneficios

Art. 128.- Medidas de acción afirmativa.- Los ministerios, secretarías de Estado, instituciones financieras públicas, institutos públicos de investigación, capacitación, fomento y promoción y las demás entidades que conforman la Administración Central así como las universidades, los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de sus competencias, diseñarán e implementarán, en favor de las personas y organizaciones parte de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, medidas de acción afirmativa, tales como, márgenes de preferencia, flexibilización de requisitos y entrega de garantías, simplificación de trámites, mejores condiciones de pago y otros que permitan el acceso en condiciones favorables a:

- Líneas de crédito otorgadas por las instituciones financieras públicas;
- Fondos concursables
- Financiamiento y cofinanciamiento de proyectos productivos y de capacitación;
- Seguro agrícola, ganadero, pesquero artesanal y acuícola, subsidiado por el Estado;
- Sistemas simplificados de tributación establecidos por ley o por el ente estatal competente;
- Planes, programas y proyectos habitacionales y de infraestructura productiva.

Art. 129.- Factores que deben considerar las medidas de acción afirmativa.- Las medidas de acción afirmativa que adopten las entidades de la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, al amparo de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y este reglamento deberán observar en su formulación, direccionamiento e implementación factores étnicos, socioeconómicos, y de pertenencia a grupos de atención prioritaria.

Art. 130.- Compras públicas.- El Instituto Nacional de Contratación Pública, sobre la base del estudio y análisis que realice el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, establecerá periódicamente las obras, bienes y servicios, normalizados o no, provenientes de las personas y organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, que serán adquiridos mediante feria inclusiva y otros procedimientos de contratación pública constantes en la normativa pertinente.

Art. 131.- Apoyo financiero.- El Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional, anualmente, presupuestarán los recursos financieros que en calidad de préstamos, serán canalizados, en condiciones preferenciales y prioritariamente a los organismos de integración amparados por la ley, previa presentación de los correspondientes proyectos cumpliendo los requerimientos de la entidad financiera.

Art. 132.- Cofinanciamiento.- El Instituto, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, el Ministerio de Industrias y Productividad y otras entidades del Ejecutivo que, en el marco de sus competencias, concedan apoyo financiero con fines productivos, incorporarán anualmente en sus presupuestos, recursos destinados para el cofinanciamiento de proyectos productivos y desarrollo e implementación del subsidio al seguro agrícola, ganadero, pesquero y acuícola de las organizaciones de la economía solidaria, en el ámbito de las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional y enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo. El cofinanciamiento efectuado por entidades del sector público se lo ejecutará cumpliendo con lo dispuesto en el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y se lo canalizará a través de organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario.

Art. 133.- Criterios.- Las entidades del sector público que concedan financiamiento y cofinanciamiento, a las organizaciones amparadas por la ley, priorizarán en su otorgamiento los programas y proyectos que promuevan la inclusión social y se articulen con lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo, en lo que corresponda a la economía popular y solidaria, de conformidad con las normas dictadas por cada entidad en las que se privilegiará la generación de empleo, la participación de migrantes, la participación de mujeres jefes de familia; incorporación de valor agregado en los bienes y servicios objeto del proyecto, entre otros.

Art. 134.- Programas de capacitación.- La Secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional, en coordinación con el Instituto, en su Plan Anual de Capacitación y Formación Profesional para Grupos de Atención Prioritaria y Actores de la Economía Popular y Solidaria, incluirá programas de capacitación especializados en procesos económicos, organizativos, acreditación, registros, promoción e inteligencia de mercados y trámites de importación y exportación, entre otros temas, en el marco de las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional.

Art. 135.- Medios de pago complementarios.- La utilización de medios de pago complementarios, se efectuará, exclusivamente al interior de las organizaciones no pertenecientes al Sector Financiero Popular y Solidario. Los medios de pago complementarios, no tienen poder liberatorio, por consiguiente, no podrán generar rendimiento financiero, ni ser utilizados para operaciones de crédito, garantías, ni ser sujetos de depósitos en entidades financieras, ya que no constituyen moneda de curso legal, pues ésta, se encuentra restringida al ámbito geográfico del domicilio de la organización comunitaria.

Conclusión: El Parque Lineal La Moya por el análisis fundamentado en:

Constitución de la República del Ecuador 2008.

- 1 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.
- 2 Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.
- 3 Se recomienda constituirse bajo la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, por las siguientes razones:
 - La Ley de Economía Popular y Solidaria en su Art. 8 manifiesta que: las Formas de Organización.- están conformadas en los **Sectores Comunitarios**, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares; por esta razón el presente proyecto ya cuenta con su personería jurídica. Porque la **Playa La Moya** se encuentra geográficamente dentro de la comunidad La Moya cuenta ya con la personería jurídica otorgada por el órgano pertinente.
 - Por las medidas de fomento enunciadas en el Art. 132 de la Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria.
 - Por las medidas de promoción enunciadas en el Art. 137 de la Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria.
 - Por los incentivos enunciados en el Art. 138 al Art. 141 de la Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria.
 - Por los beneficios enunciados en el Art. 128 al Art. 135 del reglamento general.

2) Requisitos para la creación

Los requisitos para la creación del Parque Lineal La Moya se encuentra en el Art. 5 del reglamento General de La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, que hace referencia a los **Requisitos de organizaciones comunitarias**, por lo cual para el presente proyecto no se necesita la creación de una nueva forma de organización debido a que el parque se encuentra dentro de la comunidad La Moya y puede funcionar bajo esa figura legal.

3) Estructura orgánica / modelo de gestión

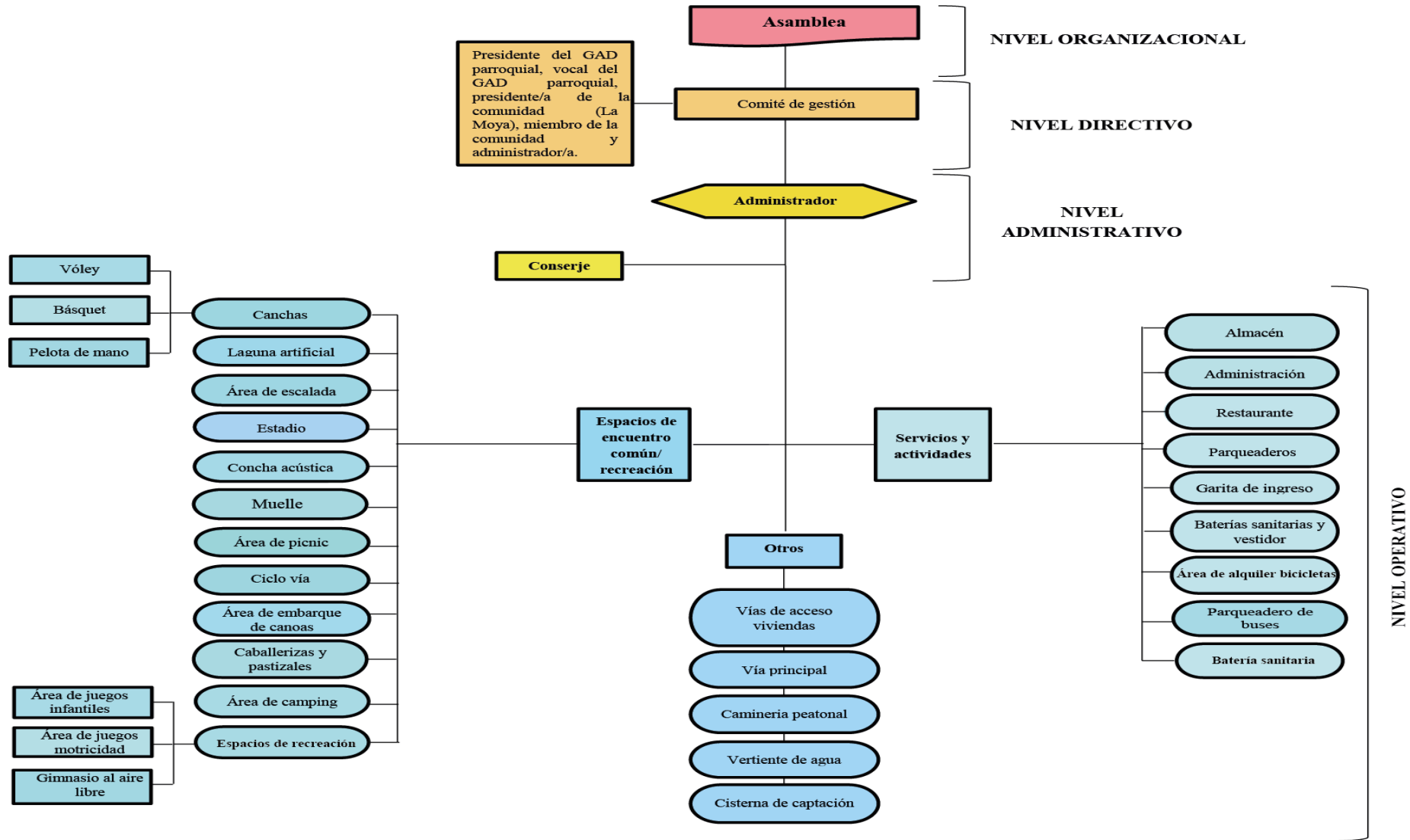


Gráfico 24. Estructura Orgánica.
Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

a) Nivel organizativo

La Asamblea General, se encuentra constituida por las personas que conforman la comunidad La Moya, quienes a su vez conforman la parroquia Guasuntos, bajo los mismos principios y fines. Es el máximo organismo de representatividad y decisiones entre las cuales está fijar el objetivo, las políticas y el cumplimiento de los estatutos por la cual fue creada.

b) Nivel directivo

El directorio es un órgano técnico de administración, gestión y fiscalización, por lo que de la especialidad e independencia de sus miembros dependerá en gran medida de lo acertado de sus decisiones, y la objetividad y eficacia de su fiscalización sobre la gerencia del Parque Lineal Playa La Moya. Con independencia nos referimos a que el administrador/a no dependa de las y los socios, que no posea intereses en el desarrollo del emprendimiento y que sus decisiones no estén sometidas o afectas a relaciones de amistad o parentesco. Está conformado por el presidente del GAD parroquial, un/una vocal del GAD parroquial, presidente/a de la comunidad (La Moya), miembro de la comunidad y administrador/a. El nivel directivo, gestiona, maneja y controla las diversas acciones para lograr los objetivos del proyecto y actividades previstas por la Asamblea General a corto, mediano y largo plazo.

c) Nivel administrativo

Desempeñará el papel de supervisor y fiscalizador en la operatividad de los espacios de encuentro común y servicios/actividades, bajo los principios y políticas establecidos por la Asamblea General, para garantizar la eficiente y calidad de lo promocionado. Además velará por el mantenimiento y cuidado de la infraestructura, bienes y sitios de interés concernientes al Parque Lineal Playa La Moya. Mantendrá un permanente control de calidad y abastecimiento oportuno de materia prima e insumos. El administrador/a mediante la coordinación de forma directa con los delegados de cada área de servicio, asegura la calidad total del servicio a ofertar y velará por la correcta ejecución de las operaciones y servicios, mediante la capacitación oportuna y permanente. Su cargo es técnico, operativo y administrativo, razón por la cual es un cargo que se gana bajo concurso a nivel comunitario. Lo integra el o la administrador/a de la comunidad. El Administrador/a es responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y disposiciones, económicas, laborales, promocionales, ambientales y socioculturales, que hayan sido concebidas en la Asamblea General.

d) Nivel operativo

En este nivel, se genera la prestación los espacios de encuentro común y servicios/actividades, por lo que la coordinación, debe ser eficiente y eficaz en cada una de las áreas; además, por tratarse del

nivel que directamente se relacionará con el público, es responsabilidad de cada uno de los delegados garantizar a través de su trabajo, una experiencia satisfactoria en los visitantes y turistas, para lo cual, cada uno de sus miembros deberán capacitarse y adquirir suficientes conocimientos y destrezas, logrando así una formación especializada que les permita ofrecer servicios basados en estándares de calidad. Está constituido por las socias y socios de la comunidad que labora en la prestación de los espacios de encuentro común y actividades, en cada área.

4) Manual de cargos y funciones

Tabla 37. Manual de funciones del administrador.

Título del puesto:	Administrador
Áreas de responsabilidad:	Administrativa
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar la operación de actividades/servicios desde el punto de vista de planeación, dirección, organización y funcionamiento. • Administrar el área financiera del Parque Lineal con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad del proyecto. • Preparar, revisar y aprobar presupuestos de las diferentes áreas y secciones con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos. • Promover políticas de mercadeo y venta local, nacional e internacionalmente. • Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano. • Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforman el proyecto. • Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento del proyecto ante el comité de gestión. • Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del proyecto, especialmente en servicio al cliente que permitan el fortalecimiento de la imagen del Parque Lineal. • Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación con el cuidado del entorno ecológico y la responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad. <p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados. • Administración especializada en servicios. • Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros. • Informática y sistemas específicos de calidad de servicios. • Aspectos legales básicos pertinentes a la administración del Parque Lineal. • Técnicas básicas de liderazgo y gestión de personal. <p>Otras ocasionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en el nivel organizativo o directivo en caso de ser requerido <p>Dependencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área administrativa 	

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

Tabla 38. Manual de funciones del conserje.

Título del puesto:	Conserje
Áreas de responsabilidad:	Todas
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en el área en la limpieza y la organización general de las instalaciones del área asignada. • Limpieza y mantenimiento de chanchas y demás espacios del Parque Lineal. • Responsable de los equipos y equipamiento del área recreativa. • Responsable de mantener la organización dentro del Parque Lineal. • Cumplir las metas individuales que le sean asignadas y los compromisos que ellas conlleven, conforme a la naturaleza del cargo. • Realizar otras tareas afines y complementarias, conforme a lo asignado por su superior inmediato. <p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de mejora continúa. • Técnicas de liderazgo. • Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de distracción. • Autoorganización • Disciplina <p>Otras ocasionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en las demás áreas abiertamente en caso de requerirlo. <p>Dependencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área Operativa 	

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

5) Requerimientos para el área administrativa

a) Activos fijos para el área administrativa

Tabla 39. Activos fijos para el área administrativa.

ACTIVOS FIJOS DE BIENES MUEBLES				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
a. Muebles y enseres				
Sillas de oficina	2	unidad	80	160
Escritorio	2	unidad	120	240
Archivadores	2	unidad	80	160

SUB TOTAL				560
b. Equipos de computo				
Computadora	1	unidad	800	800
Copiadora / impresora	1	unidad	250	250
SUB TOTAL				1050
c. Suministros de oficina				
Carpetas colgantes	8	Decena (10 carpetas)	2	16
Caja registradora	1	Unidad	150	150
Boletos	6	Resma	3,3	19,8
Agendas	4	Paquete (2 agendas)	4	16
Perforadora	1	unidades	2,5	2,5
Calculadora	1	unidades	4	4
Grapadora	1	unidades	2	2
Esferos	6	unidades	0,5	3
Caja de grapas	10	caja(50 grapas)	60	600
SUB TOTAL				813,3
TOTAL				2423,3

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

b) Activos diferidos para el área administrativa

Tabla 40. Activos diferidos para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Elaboración de estudios de factibilidad	1	estudio	59670,2	59670,2
TOTAL				59670,2

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

c) Permisos de funcionamiento para el área administrativa

Tabla 41. Permisos de funcionamiento para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de Bomberos del Cantón Alausí	1	permiso	25	25
Permiso ambiental	1	permiso	0	0
Permiso de uso de suelo	1	permiso	40	40
Patente Municipal de funcionamiento	1	patente	30	30
TOTAL				95

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

d) Servicios básicos para el área administrativa

Tabla 42. Servicios básicos para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto mensual	Gasto anual
a. Servicios básicos				
Agua	12	planilla	15	180
Luz	12	planilla	20	240
Teléfono	12	planilla	35	420
TOTAL				840

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

C. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

1. Viabilidad financiera

a. Inversiones

Tabla 43. Inversiones

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Activos fijos	1 877 025,06
Maquinarias y equipos	11250
Muebles y enseres	620
Equipos de computo	1050
Vehículos	0
Construcciones y edificaciones	1 863 291,76
Terrenos	0
Suministros de oficina	813,3
Activos diferidos	60 550,2
Cuñas radiales	180
lona de promoción	200
capacitación al personal	500
Elaboración de estudios de factibilidad	59 670,2
Capital de trabajo	12 541,12
Mano de obra directa	11 701,12
Mano de obra indirecta	0
Sueldos y salarios	0
Servicios básicos	840
TOTAL	1 950 116,38

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

b. Fuentes de financiamiento

Tabla 44. Fuentes de financiamiento.

Denominación	Uso	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	1 885 525		1 885 525
Maquinarias y equipos	11 250		11 250
Muebles y enseres	620		620
Equipos de computo	1050		1050
Vehículos	0		0
Construcciones y edificaciones	1 871 792		1 871 792
Terrenos	0		0
Suministros de oficina	813		813
Activos diferidos	60 550,2	60 550	
Cuñas radiales	180	180	

lona de promoción	200	200	
capacitación al personal	500	500	
Elaboración de estudios de factibilidad	59 670	59 670	
Capital de trabajo	12 541,12	0	12541
Mano de obra directa	11701		11701
Mano de obra indirecta	0		0
Sueldos y salarios	0		0
Servicios básicos	840		840
TOTAL	1 958 616,38	60550	1 898 066

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

c. Pago de la deuda

Capital	C=	18 98066
Tiempo en años	t=	5
Tasa nominal unitario	j=	
Periodos de capitalización	m=	50
Tasa efectiva	i=	11%
Número de periodos de pago	n=	

Tabla 45. Pago de la deuda

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interes	Cuota
CUOTA 1	1 898 066	379 613	1 518 453	208 787	588 401
CUOTA 2	1 518 453	379 613	1 138 840	167 030	546 643
CUOTA 3	1 138 840	379 613	759 226	125 272	504 886
CUOTA 4	759 226	379 613	379 613	83 515	463 128
CUOTA 5	379 613	379 613	0	41 757	421 371
				0	

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

d. Depreciación de activos fijos

Tabla 46. Depreciación de activos fijos.

Denominación	Valor bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto	Valor de salvamento
Maquinarias y equipos	11250	10	1125	5625	5625
Muebles y enseres	620	10	62	310	310
Equipos de computo	1050	2	525	2625	-1575
Vehículos	0				
Construcciones y edificaciones	1 871 792	20	93 589,588	467 947,94	1 403 844
TOTAL	1 884 711,76	42,00	95 301,59	476 507,94	1 408 203,82

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

e. Amortización de activos diferidos

Tabla 47. Amortización de activos diferidos.

2018	2019	2020	2021	2022	2023
60 550	12 110,04	12 110,04	12 110,04	12 110,04	12 110,04

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

f. Estructura de costos y gastos

Tabla 48. Estructura de costos y gastos.

Denominación	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	11973,6	12488,5	13585,6	15414,6	18241,8	22515,9
Mano de obra directa	11701,1	12204,3	13276,4	15063,8	17826,7	22003,5
Materias primas/materiales e insumos	272,5	284,2	309,2	350,8	415,2	512,4
Gastos administrativos	96236,6	96276,8	96362,5	96505,3	96726,1	
Sueldos y salarios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Servicios básicos	840,0	876,1	953,1	1081,4	1279,7	1579,6
Permisos	95,0	99,1	107,8	122,3	144,7	178,6
Depreciaciones	95301,6	95301,6	95301,6	95301,6	95301,6	95301,6
Suministros de oficina	813,3	848,3	922,8	1047,0	1239,1	1529,4
Gastos en ventas	1480,0	1543,6	1679,2	1905,3	2254,8	2783,1
Promoción y publicidad	1480,0	1543,6	1679,2	1905,3	2254,8	2783,1
Gastos Financieros		167029,8	125272,4	83514,9	41757,5	0,0
TOTAL	109 690,2					

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

g. Ingresos

Tabla 49. Presupuesto de ingreso

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Por entradas	16791,6	17513,6	19052,2	21617,1	25582,0	31576,0
Precio	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Clientes	33583	35027	38104	43234	51164	63152
Arriendo de restaurant	2400	2400	2400	2400	2400	2400
Precio	50	50	50	50	50	50
Clientes	48	48	48	48	48	48
Arriendo del área de embarque de canoas	240	240	240	240	240	240
Precio	20	20	20	20	20	20
Clientes	12	12	12	12	12	12
Arriendo por baterías sanitarias	480	480	480	480	480	480
Precio	10	10	10	10	10	10
Clientes	48	48	48	48	48	48
Arriendo por parqueaderos	240	240	240	240	240	240
Precio	10	10	10	10	10	10
Clientes	24	24	24	24	24	24
Arriendo por caballerizas	120	120	120	120	120	120
Precio	10	10	10	10	10	10
Clientes	12	12	12	12	12	12
Arriendo por concha acústica	300	300	300	300	300	300
Precio	150	150	150	150	150	150
Clientes	2	2	2	2	2	2
TOTAL	20 571,6	21 293,64	22 832,19	25 397,12	29 362,04	35 355,97

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

h. Estado de resultados

Tabla 50. Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	20571,6	21293,63	22832,19	25397,12	29362,03	35355,97
Costos de producción	11973,62	12488,48	13585,58	15414,56	18241,83	22515,94

Utilidad bruta	8597,98	8805,15	9246,60	9982,55	11120,20	12840,02
Gastos administrativos	96236,58	96276,79	96362,46	96505,28	96726,06	0
Gastos ventas	1480	1543,64	1679,24	1905,31	2254,78	2783,08
Utilidad operativa	-89118,60	-89015,27	-88795,10	-88428,04	-87860,64	10056,94
Gastos financieros	0	167029,82	125272,36	83514,91	41757,45	0
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	-89118,60	-256045,10	-214067,47	-171942,95	-129618,09	10056,94
Impuestos	-12476,60	-35846,31	-29969,44	-24072,01	-18146,53	1407,97
Utilidad antes de repartición utilidades	-76642,00	-220198,78	-184098,02	-147870,94	-111471,56	8648,97
Repartición de utilidades	-3832,10	-11009,93	-9204,90	-7393,54	-5573,57	432,44
Utilidad neta	-72809,90	-209188,849	-174893,12	-140477,39	-105897,98	8216,52

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

i. Flujo de caja

Tabla 51. Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Inversiones	1 958 616,38					
Valor de salvamento						1 408 203,82
Capital de trabajo						12 541,12
Utilidad neta		-72 809,90	-209 188,84	-174 893,12	-140477,39	-105 897,98
Depreciaciones		95 301,59	95 301,59	95 301,59	95301,59	95 301,59
Flujo de caja	-1 958 616,38	22 491,68	-113 887,26	-79 591,53	-45175,80	-10 596,39
Factor de actualizacion	de 1	0,9524	0,9070	0,86	0,82	0,78
Flujo de caja actualizado	-1 958 616,38	21 420,65	-103 299,10	-68 754,16	-37166,24	-8302,55
		Sumatorias	-81 878,45	-150 632,61	-187798,86	-196 101,41

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

2. Viabilidad económica

Tabla 52. Evaluación económica

PRC	no se recupera hasta los próximos 5 años
RBC	N/A ¹
VAN	N/A
TIR	N/A

Realizado por: Ana Paola Murillo Mishquero

El proyecto presenta una inversión de \$ 1950116,38 de los cuales se estima que la junta parroquial de Guasuntos en su fase inicial invierta un monto de \$ 60550,20 que representan los activos diferidos del proyecto, restando una cantidad de \$1'898.066,00 que necesitan ser financiados.

Se estima también que los ingresos para el proyecto son por concepto de: entradas, pago de arriendo de restaurant, embarque de canoas, baterías sanitarias, caballerizas, concha acústica y parqueaderos, donde se estima un cantidad de \$ 20571,60; mismo que servirá para cubrir la mano de obra directa del área productiva que representan \$11701,10 además de otros gastos necesarios para el

¹ N/A= no aplica

funcionamiento del parque lineal como pago de servicios básicos, suministros de oficina, promoción y publicidad.

Finalmente la viabilidad económica financiera muestra cantidades negativas ya que es importante recalcar que el proyecto del parque lineal Playa la Moya se realiza con el objetivo de brindar una alternativa de distracción recreación familiar a pobladores principalmente de Guasuntos, Alausí, Chunchi, Riobamba, Cuenca, Quito y Guayaquil, así como también a la ciudadanía en general del pueblo ecuatoriano, y dinamizar la economía de la comunidad y de la parroquia Guasuntos a través de la generación de fuentes de empleo la cual directamente el proyecto hará la contratación de 2 personas e indirectamente 12, en las diversas áreas planteadas en su modelo de gestión. Finalmente por sus características de concepción el proyecto no recuperará la inversión inicial sin embargo se propone una gran aporte al desarrollo social, ambiental y económico en la generación de fuentes de empleos directos e indirectos para el territorio, es decir cumple con el principio de la sostenibilidad.

VII. CONCLUSIONES

A través del estudio de mercado se logró determinar una aceptación del 96% por parte de las personas que visitarían la parroquia Guasuntos, así también se visualizó las principales actividades que los turistas preferirían realizar en el parque, además de los medios publicitarios para información.

A través de la viabilidad técnica- productiva se pudo determinar el tamaño del proyecto de acuerdo a la demanda objetiva existente, así también se diseñó el producto que se pretende ofertar, finalmente se determinaron los requerimientos del área productiva.

Con el estudio de impacto ambiental se determinó que el proyecto no generará impactos negativos de manera significativa, los impactos que se generen serán solventados con medidas de mitigación y buenas prácticas ambientales.

En el estudio administrativo legal se analizó la creación de la empresa, la normativa legal vigente, así como también se diseñó la estructura orgánica y el manual de cargos y funciones de los empleados.

En el estudio económico financiero se determinó la inversión del proyecto, las fuentes de financiamiento, pago de la deuda, la depreciación de activos fijos, la amortización de activos diferidos, la estructura de costos y gastos, el presupuesto de ingresos, el estado de resultados y el flujo de caja.

VIII. RECOMENDACIONES

Se recomienda la socialización inmediata de éste trabajo de investigación a las autoridades del Gobierno Autónomo Parroquial Rural Guasuntos, con la finalidad que la información sea clara y puedan empoderarse para lograr un proceso de cambio.

Así también, se recomienda que las instituciones públicas que tengan competencias relacionadas a turismo, dispongan de información actualizada para realizar las diferentes propuestas de planes, programas y proyectos.

Realizar las gestiones pertinentes a través del Gobierno Autónomo Parroquial Rural para la obtención de fondos para la implementación del proyecto ya que el mismo contribuye al desarrollo de la localidad.

IX. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es: diseñar un producto turístico en la Playa la Moya, parroquia Guasuntos, cantón Alausí, provincia de Chimborazo; con la finalidad de convertir al territorio rural en un lugar de distracción y recreación familiar, garantizando dinamizar la economía local de la comunidad y la parroquia Guasuntos a través de la generación de empleos. Dentro de la viabilidad comercial se determinó los gustos y preferencias de los turistas nacionales e internacionales, de los cuales se proyecta captar el 70% de la cuota de mercado es decir un total de 33 583 turistas anuales. En la viabilidad técnica se diseñó la propuesta turística "Parque Lineal Playa La Moya" considerando a este espacio como un lugar de descanso, naturaleza y aventura en un solo lugar, el mismo será difundido por medios publicitarios como la página web a través del internet, medios publicitarios impresos y radio. En la viabilidad ambiental no se causan impactos negativos en magnitud sin embargo se formularon medidas de minimización. En la viabilidad administrativa se fundamenta en el nivel organizacional, directivo, administrativo y operativo; de igual forma el producto turístico debe constituirse bajo la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria como un Sector Comunitario. Finalmente la viabilidad económica financiera el proyecto presenta una inversión inicial de \$1950116,38 USD, la misma no será recuperada debido a las características de concepción del proyecto social, ambiental y económico como principio de sostenibilidad. En conclusión el diseño del producto turístico en la Playa la Moya convertirá al territorio en un lugar de esparcimiento con una oferta innovadora.

PALABRAS CLAVES: Producto turístico, Playa la Moya, actividades turísticas, Parque lineal



X. SUMMARY

The present investigation proposes: to design a tourist product in La Moya Beach, parish Guasuntos, canton Alausí, county of Chimborazo; with the purpose of transforming to the rural territory into a place of distraction and family recreation, guaranteeing to energize the local economy of the community and the parish Guasuntos through the generation of employments. Within the commercial viability it was determined the likes and preferences of the national and international tourists, from which it is projected to obtain 70% of the market quota, it means a total of 33 583 tourists annually. In the technical viability, the tourist proposal "Lineal Park La Moya Beach" was designed; regarding this space as a place for rest, nature and adventure in a single place. This site will be diffused by advertising means such as its the web site, printed advertisements forms and radio. In the environmental viability, significant negative impacts are not caused; however, measures of minimization were formulated. In the administrative viability, it is based in the organizational, directive, administrative and operative level. Additionally, the tourist product must be constituted under the Organic law of Popular and Solidary Economy as a Community Sector. Finally, regarding the financial economic viability, the project presents an initial investment of \$1950116,38 USD, which will not be recovered due to the characteristics of conception of the social, environmental and economic project as principle of sustainability. In conclusion the design of the tourist product in La Moya Beach will transform the territory into an recreation place with an innovative offer.

Keywords: Tourist product, La Moya Beach, tourist activities, Lineal Park.



XI. BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, S. (2010). *Turismo cultural*. Recuperado de: <http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>
2. Anhern, J. (1995). *Greenways as a planning strategy*. Article published at Elsevier.
3. Baca, G. (2007). "Fundamentos de ingeniería económica. M. G. Hill Ed. 4ta Edición México.
4. Berganza, M., & Ruiz, J. (2005). *Investigar en Comunicación*. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación" M. G. Hill Ed. Madrid.
5. Bernard, G. (2005). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 20 de octubre del 2017. Disponible en: sisman.utm.edu.ec/libros/.../09/.../8448169298.pdf
6. Borja, J & Zaida, M. (2003). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona, España: Electra.
7. Boullón, R. (1997). *Planificación del espacio turístico*. Recuperado el 20 de octubre del 2017. Disponible en: <http://felipezunigageotur.blogspot.com/2009/11/glosario-de-terminos.html>
8. Brealey, M. (2008). *Flujo de caja*. Recuperado en 20 de octubre del 2017. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja
9. Burton, F. (1998). *Can ecotourism objectives be achieved?*, *Annals of Tourism Research*, vol. 25, núm. 3, p. 756.
10. Caldas, M. (1995). *Preparación y evaluación de proyectos*. Tercera edición. Quito Ecuador: Facultad de ciencias económicas. Universidad Tecnológica Equinoccial. Centro de Investigación de la Escuela de Comercio Exterior.
11. Callejo, J. (2001). *Modelos de comportamiento del consumidor*. Recuperado el 20 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.upf.edu/pra/es/3382/20351.html>
12. Carrasquero, D. (2004). *Estudio de mercado y de factibilidad de producto*. Recuperado n 20 de octubre del 2017. Diponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
13. CODESPA (2011). *Modelo de Gestión del Turismo Rural Comunitario: Una Experiencia Regional Andina*. Lima – Perú"
14. Contreras, C. (2009). *Mercado turístico*. Recuperado el 21 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado>
15. Cuesta, J. (1996). *El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*. *Estudios turísticos*(132), p. 45-60.
16. Drukarczyk, J. (2008). *Fuentes de financiamiento y usos de fondos*. Recuperado el 21 de octubre del 2017. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Financiacion>
17. Ehrhardt, M., & Brigham, E. (2007). *Finanzas corporativas: Cengage Learning Editores*.

18. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario Del Ecuador (FEPTCE, 2008): *Notas para una guía teórica y metodológica sobre cultura, identidad, interculturalidad, patrimonio y turismo comunitario*.
19. Organización Mundial del Turismo, (FITUR, 2009). *Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la Economía Global*. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 7(2). pp. 137-140.
20. García, G. (2006). *Guía para elaborar planes de negocio*. Quito-Ecuador.
21. Garzón, J. (2014). *Turismo de aventura*. Recuperado el 21 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.natadventure.com/blog-de-turismo-de-aventura/item/1-el-turismo-de-aventura-concepto-y-definicion.html>
22. Hernández, E. (1997). *Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación*. (E. Trillas Ed.). México.
23. Iglesias, F. (1998). *Demanda. Empresas y comunicación empresarial*. Revista latina de comunicación social la auditoria de la comunicación interna.
24. Jafari, J. (2005). *El turismo como disciplina científica*. Política y sociedad. Madrid
25. Jouve, V., & Arias, G. (2012). *Capital de trabajo*. Recuperado el 21 de octubre del 2017. Recuperado el 22 de octubre del 2017. Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/5924/6/17897_5.pdf . Ecuador
26. Kidman, A. (2014). *El análisis de la competencia*. Revista electrónica Crece Negocios. Colombia
27. Lascurain, H. (1987). *The future of ecotourism*. Mexico Journal. Mexico
28. Linares, H & Garrido, G. (2014). *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*. Revista de turismo y patrimonio cultural. 12(2). pp. 453-466.
29. López, G & Sánchez, S. (2009). *Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador*. REVESCO, nº 99. (2009). pp. 85-103.
30. Luque, Y. (2009). *Definición del turismo*. Recuperado el 22 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
31. Machado Ch., Esther L., Hernández & Aro Y. (2011). *Del turismo contemplativo al turismo activo*. El Periplo Sustentable. Recuperado el 22 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193415512005>.
32. Machado, E., & Hernández, Y. (2009). *Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: www.teoríaaypraxis.uqroo.mx/pdf

33. Mathieson y Wall (1982). *Concepto de Turismo*. (En Línea). Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/munguia_a_y/capitulo2.pdf
34. Mayorga, N. (2013). *Experiencias de parques lineales en Brasil: espacios multifuncionales con potencial para brindar alternativas a problemas de drenaje y aguas urbanas*. Inter-American Development Bank.
35. Meethan, K. (2001). *Tourism in global society: place, culture, consumption*. New York: Palgrave. New York
36. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC, 2014).
37. Miño, S. (2012). *Estudio financiero*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1429/6/CAPITULO%205.pdf>
38. Monreal, P. (2002). *El turismo como industria cultural*. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos, 3, pp. 213-236.
39. Munuera, J. (2010). *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección mercado* (pp. 67). España.
40. Muñoz, E. (2011). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo y ecoturismo / Componentes del análisis económico*. Formato para la presentación de proyectos a nivel de estudios de factibilidad y análisis financiero Riobamba-Ecuador.
41. Nicolau, J. (2010). *Condiciones del producto turístico*. (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Alicante). España
42. Núñez, K. (2011). *Oferta*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml>
43. Ocampo, S. (2002). *Costos y evaluación de proyectos* (Primera edición ed.). México.
44. OECD. Compact city policies: a comparative assessment. *OECD Green Growth Studies*. OECD Paris. (2012). Estados Unidos
45. OMT. Organización Mundial de Turismo. (1998). *Concepto de producto turístico*. Ecuador
46. OMT. (2000). *Organización Mundial de Turismo*. Turismo de naturaleza. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos34/turismo-de-naturaleza/turismo-de-naturaleza.shtml#ixzz3bqkZIMSb>
47. OMT. (2012). *Organización Mundial de Turismo*. Definición de turismo. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>

48. RANKIA. (2012). *Valor Actual Neto VAN*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.rankia.com/blog/diccionario-financiero/1554462-van-valor-actual-neto> . España
49. Rodríguez, C. (1983). *Letra con filo. Política y sociedad*(La Habana), p. 77.
50. S, D. (2012). *Estudio administrativo Legal*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/materias/estudio-administrativoproyecto-turistico>
51. Salas, A. (2005). *Estudio ambiental*. (en línea). Recuperado el 25 de marzo del 2012. Disponible en: www.ancos.org/documentos/.../Diagnosticos+estudios+ambientales
52. Searns, R. (2006). *The evolution of greenways as an adaptive urban landscape form*. In: Fabos, J.G., Jack, A. (Eds.), *Greenways: The Beginning of an International Movement*. Elsevier, New York, pp. 65-79. In: Zakaria, K. *Role of urban greenway systems in planning residential communities: a case study from Egypt*. Article published at Elsevier. (1995).
53. Solis, R., Hernández, L., & Amundarain, L. (2011). *Presupuesto y estado de resultados*. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos88/presupuesto-costo-y-gasto/presupuestocosto-y-gasto.shtml>
54. Spiller, E., & Gosman, M. (1998). *Contabilidad financiera: Cálculo de depreciación* McGraw Hill, (pp. 307-314).
55. Tierra, P. (2009). *Texto básico de Planificación Territorial*. Riobamba-Ecuador.
56. Valencia, J. (2012). *El sistema turístico*. Retrieved. Recuperado el 23 de octubre del 2017. Disponible en: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/>
57. Vera, F & Ivars, J. (2003). *Sistema de indicadores aplicado a la planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible in Valdés L*. Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo turístico sostenible. Fundación Universidad de Oviedo.
58. WHO. (2012). *Health Indicators of sustainable cities in the context of the Rio+20 UN Conference on Sustainable Development*. Initial findings from a WHO Expert.

XII. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a turistas nacionales.

Estimado/a:

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, pues la información brindada será de gran ayuda para la creación del producto turístico en la “Playa La Moya” – parroquia Guasuntos – cantón Alausí – provincia de Chimborazo.

Datos Generales:

1. Género

a. Masculino b. Femenino

2. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

a. 15 - 25años b. 26 - 35años c. 36 - 45años

d. 46 - 55años e. Mayor a 55años

3. ¿Conoce usted o ha escuchado acerca de la parroquia Guasuntos del cantón Alausí?

a. Sí b. No

4. ¿Le interesaría visitar la parroquia Guasuntos?

a. Sí b. No

5. ¿Conoce usted o ha escuchado acerca de la Playa La Moya ubicada en la parroquia Guasuntos?

a. Sí b. No

6. ¿Le gustaría que se implemente un Complejo Turístico en la Playa La Moya?

a. Sí b. No

7. ¿Con qué fin le gustaría que se implemente el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

a. Educativos b. Recreativos

c. Ambientales d. Otros (especifique) _____

8. ¿Qué actividades le gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

a. Ciclismo b. Cabalgata c. Camping

d. Escalada e. Otras (especifique) _____

9. ¿Qué espacios de encuentro común adicionales le gustaría que se implemente en el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

- a. Concha acústica b. Parqueadero c. Comedor popular
d. Espacios verdes e. Canchas deportivas f. Espacios verdes
g. Otros (especifique) _____

10. ¿En qué días visitaría con mayor frecuencia el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

- a. Lunes b. Martes c. Miércoles
d. Jueves e. Viernes f. Sábado
g. Domingo

11. ¿En qué horarios a usted le gustaría visitar el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

- a. 7 am - 6 pm b. 8 am - 6 pm
c. 9 am - 6 pm d. Otros (especifique) _____

12. ¿Estaría dispuesto/a a pagar un costo mínimo de ingreso al Complejo Turístico “Playa La Moya”, para garantizar la sostenibilidad económica del mismo?

- a. Sí b. No

13. ¿Por qué medio le gustaría informarse acerca de las actividades y promociones que genere el Complejo Turístico “Playa La Moya”?

- a. Internet b. Radio c. Tv
d. Prensa escrita e. Material publicitario impreso
f. Otros (especifique) _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN