



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y HUMANÍSTICAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autor:

Vilca Llano Darwin Patricio.

Director:

Lic. Mgs. Libia Dolores Almeida Lara.

Latacunga - Ecuador

Enero-2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....
Vilca Llano Darwin Patricio
C.I.050365419-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del trabajo de Investigación sobre el tema:

“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA.”, de Vilca Llano Darwin Patricio, postulante de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica De Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 08 de Enero del 2015

.....
Lic. Msc. Almeida Lara Libia Dolores.
Directora



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Vilca Llano Darwin Patricio, con el título de tesis: **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 27 de Noviembre del 2014

Para constancia firman:

.....
Ing. Walter Navas
PRESIDENTE

.....
Dra. Cecilia Chancusig
MIEMBRO

.....
Ing. Wilson Trávez
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida.

Algunas están aquí conmigo, otras en mis recuerdos y en el corazón. Sin importar en dónde estén o si alguna vez llegan a leer esto, quiero darles las gracias por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado.

A mi Dios, que me ha llenado de bendiciones a lo largo de mi vida, siendo mi guía y mi fuerza para seguir adelante.

A mis padres por su apoyo incondicional quienes supieron guiarme y apoyarme siendo el pilar fundamental en todo momento.

Darwin Vilca

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a las personas más especiales de mi vida: “Mis queridos padres”, por el amor y apoyo incondicional brindado durante mi carrera universitaria, que es un escalón para cumplir mi sueño de llegar a ser un profesional.

Gracias a ellos, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.

“Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí”.

Su hijo que les ama:

Darwin Vilca



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

AUTOR: Vilca Llano Darwin Patricio

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad evaluar el impacto socio-económico originado por el incremento de las operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi; orientado al sector hotelero de la ciudad de Latacunga.

A este trabajo se lo dividido en tres capítulos, los cuales de una manera secuencial y ordenada han ayudado para que la investigación cuente con una fundamentación teórica adecuada y bajo un sistema descriptivo sirvió como referente para poder desarrollar la investigación de mercado.

Para el desarrollo del trabajo se recopiló información tanto a nivel primario como secundario, la información recabada se obtuvo mediante la entrevista, encuestas, observaciones, y otros. De esta manera se encontró que el principal problema es el bajo nivel de estudio del impacto Socio-económico en el sector hotelero por la operación del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

Esta investigación presenta temas como el índice de turismo, niveles de exportación e importación desde el Aeropuerto, como principales técnicas para evaluar el impacto económico y social, de la industria hotelera permitiendo valorar el panorama pasado frente al actual y proponer soluciones de mejora en dichos sectores.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

Academic Unit of Administrative Sciences and Humanities

Latacunga – Ecuador

TOPIC: “MARKETING RESEARCH TO ASSESS THE SOCIOECONOMIC IMPACT PROVIDED BY INCREASING OF OPERATIONS TO THE COTOPAXI INTERNATIONAL AIRPORT IN THE HOTEL SECTOR OF LATACUNGA CITY”.

AUTHOR: Vilca Llano Darwin Patricio

ABSTRACT:

This present research has as purpose evaluated the socio-economic caused by the increase of the Cotopaxi International Airport operation; the hospitality of Latacunga oriented.

This work was divided in three chapters, which has helped to have an adequate theoretical foundation and a descriptive system of a sequential and orderly manner that served as a reference in order to develop market research.

For development this work was collected information primary and secondary level, the information gathered was obtained through interviews, surveys, observations, and others. Thus, it was found that the main problem is the low level of socio-economic impact study on the hospitality industry by operation of the Cotopaxi International Airport.

This research presents themes such as tourism, levels of export and import from the Airport, main techniques to assess the economic and social impact, of the hospitality allowing to assess scenario and propose solutions for improvement in these sectors.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica De Cotopaxi, yo Marcia J. Chiluisa Ch. con cedula de ciudadanía N°-0502214307 **CERTIFICO** que he realizado la respectiva revisión del ABSTRACT; con el tema: **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, cuyo autor es: Vilca Llano Darwin Patricio y la directora de Tesis Lic. Mgs. Libia Almeida Lara.

Latacunga, 28 de Julio del 2014

Docente:

.....
Lic. Ms. Marcia J. Chiluisa Ch.
C.C. 0502214307

INDICE

PORTADA	i
AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
INDICE.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xx

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1.-GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1
1.1.1.-Generalidad de la administración	1
1.1.1.1.-La administración	2
1.1.1.2.-Características.....	3
1.1.1.3.-Proceso administrativo	3
1.1.1.3.1.-Planificar.....	4
1.1.1.3.2.-Organizar	7
1.1.1.3.3.-Dirigir	9
1.1.1.3.4.-Controlar.....	12
1.1.1.4.-Administrador.....	13
1.1.1.4.1.-Meta del administrador.....	14
1.1.1.4.2.-El desempeño organizacional	14
1.1.1.5.-Niveles y roles gerenciales	14
1.1.1.5.1.-Niveles gerenciales	15

1.1.1.5.2.-Roles gerenciales	16
1.1.1.5.3.-Habilidades administrativas.....	18
1.1.1.6.-La gestión	19
1.1.1.6.1.-Gestión administrativa	19
1.1.1.6.2.-Importancia	20
1.1.1.6.3.-Objetivos.....	21
1.1.1.6.4.-Etapas.....	22
1.1.1.6.5.-Plan de gestión administrativa	22
1.1.1.6.6.-Planeación de la gestión administrativa.....	23
1.1.1.6.7.-Ejecución del plan de gestión administrativa	24
1.1.1.6.8.-Control y seguimiento de los resultados.....	24
1.1.1.6.9.-Medios utilizados en la gestión administrativa.....	25
1.2.-GESTIÓN FINANCIERA.....	27
1.2.1.-Generalidades de las finanzas	27
1.2.1.1.-Finanzas	27
1.2.1.2.-Campo de las finanzas	27
1.2.2.-Administración financiera	28
1.2.2.1.-Finanzas versus administración financiera	28
1.2.2.2.-Las finanzas y la estructura organizacional de la empresa	29
1.2.2.3.-Funciones de la administración financiera	30
1.2.3.-Mercados financieros.....	32
1.2.3.1.-Función de los mercados financieros.....	32
1.2.3.2.-Características del mercado financiero.....	33
1.2.3.3.-Clasificación de los mercados financieros.....	34
1.2.4.-La inversión	36
1.2.4.1.- Inversiones reales y financieras	36
1.2.4.2.- El entorno de la inversión.....	36
1.2.4.3.- Proceso de inversión.....	37
1.2.5.-Gestión financiera.....	39
1.2.5.1.- Importancia.....	40

1.2.5.2.- Objetivo	40
1.2.5.3.- Funciones	40
1.2.5.4.- La gestión económico-financiera.....	41
1.2.5.5.- Organización de la información económico-financiera.....	42
1.2.5.6.- Evaluación, control y seguimiento	42
1.2.5.7.- Decisiones del área económico-financiera de una empresa	42
1.2.5.8.- Principios de la gestión económico financiera	43
1.2.5.9.- Procesos de una empresa para realizar una gestión	43
1.3.-GESTIÓN COMERCIAL.....	46
1.3.1.-Introducción al comercio	46
1.3.2.- Comercio	47
1.3.2.1.- Sistema de especialización e intercambio (SE&I).....	48
1.3.2.2.- El comercio como un sistema justo	48
1.3.2.3.- Tipos de comercio.....	49
1.3.2.4.- Términos relacionados con el comercio	50
1.3.3.- Gestión comercial	50
1.3.3.1.- Importancia.....	51
1.3.3.2.- Elementos	51
1.3.3.3.- Comercialización	52
1.3.3.4.- Mercadotecnia.....	52
1.3.3.5.- El mercado, dinero e intercambio.....	53
1.3.3.6.- Funciones del marketing en la empresa.....	54
1.4.-INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	57
1.4.1.-Investigación.....	57
1.4.1.1.- Elementos de la investigación	58
1.4.1.2.- Características de la investigación.....	59
1.4.1.3.- Formas, enfoques y tipos de investigación.....	60
1.4.1.3.1.- Formas de investigación	61
1.4.1.3.2.- Enfoques de la investigación	62
1.4.1.3.3.- Tipos de investigación	63

1.4.2.-Investigación de mercados.....	64
1.4.2.1.-Definición	65
1.4.2.2.-Objetivos de la investigación de mercados.....	66
1.4.2.3.-Importancia	67
1.4.2.4.-Factores condicionantes de la investigación de mercados.....	68
1.4.2.5.- Ciclo de la investigación de mercados.....	69
1.4.2.6.-Tipos de investigación de mercados	70
1.4.2.7.-Proceso de investigación de mercados	71
1.4.2.8.-Etapas de la investigación de mercados.....	71
1.4.2.8.1.- FASE I: Determinar el problema.....	72
1.4.2.8.2.- FASE II: Seleccionar el diseño.....	74
1.4.2.8.3.-FASE III: Ejecutar el diseño	84
1.4.2.8.4.-FASE IV: Comunicación de resultados.....	85

CAPÍTULO II

PARTE I

2.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1.- MARCO INSTITUCIONAL

2.1.1.- Caracterización del Aeropuerto Internacional Cotopaxi	86
2.1.1.1.-Reseña histórica	86
2.1.1.2.-Ubicación geográfica.....	88
2.1.1.3.-Visión.....	89
2.1.1.4.-Misión	89
2.1.1.5.-Valores corporativos.....	89
2.1.1.6 Actividad.....	90
2.1.1.7.- Organigrama estructural del Aeropuerto Internacional Cotopaxi	91
2.1.1.8.-Descripción de servicios	93
2.1.1.9.- Aeropuertos del Ecuador.....	96
2.1.1.10.-Factor económico de la zona	99
2.2.- Marco temporal.....	101

2.3.- Marco espacial.....	101
2.4.- Diseño metodológico.....	101
2.5.- Tipos de investigación	101
2.5.1.- Investigación documental.....	102
2.5.2.- Investigación de campo.....	102
2.6.- Metodología.....	103
2.6.1.- Método inductivo.....	103
2.6.2.- Método analítico.....	103
2.6.3.- Método estructural.....	104
2.6.4.- Investigación documental.....	104
2.7.-Técnicas de investigación.....	104
2.7.1.- Entrevista.....	104
2.7.2.- Observación directa.....	105
2.7.3.- Encuesta.....	105
2.8.-Instrumentos investigación.....	106
2.8.1.- Entrevista estructurada.....	106
2.8.2.- Ficha de observación.....	106
2.8.3.- Cuestionario.....	106
2.9.-Fuentes de información.....	107
2.9.1.- Fuente primaria.....	107
2.9.2.- Fuente secundaria.....	107
2.10.- Análisis FODA	107
2.11.- Unidad de análisis.....	109
2.11.1.- Población y muestra.....	109
2.12.- Análisis e interpretación de resultados	115

PARTE II

3.- DIAGNÓSTICO SEGÚN DATOS HISTÓRICOS	131
3.1.1.- Justificación	131
3.1.2.- Introducción.....	134
3.1.3.- Investigación de mercado	136
3.1.3.1.- Determinar del problema	136
3.1.3.2.- Variables de investigación	138
3.1.4.- Objetivos.....	139
3.1.4.1.- Objetivo general.....	139
3.1.4.2.- Objetivos específicos:.....	139
3.1.5.- Evaluación del impacto socioeconómico	140
3.1.5.1.- Situación productiva del ecuador.....	140
3.1.5.2.- Situación productiva de cotopaxi.....	165
3.1.5.3.- Turismo en la provincia de Cotopaxi.....	168
3.1.6.- Matrices de impacto.....	178
3.1.7.- Comunicación de resultados	183
3.1.7.1.- Informe final de investigación	183
ANÁLISIS GENERAL.....	191
CONCLUSIONES.....	195
RECOMENDACIONES	197
BIBLIOGRAFÍA.....	199
ANEXOS.....	202

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.-1 Oferta de servicios de alojamiento.....	115
GRÁFICO N.-2 Tipo de alojamiento.....	116
GRÁFICO N.-3 Precio por estadía en servicio hospedaje.....	117
GRÁFICO N.-4 Conocimiento del aeropuerto.....	118
GRÁFICO N.-5 Aeropuerto vs industria hotelera.....	119
GRÁFICO N.6 Oferta del servicio.....	120
GRÁFICO N.-7 Incremento de operaciones aéreas.....	121
GRÁFICO N.-8 Incremento de la oferta.....	122
GRÁFICO N.-9 Aumento de clientes.....	123
GRÁFICO N.-10 Beneficios económicos.....	124
GRÁFICO N.-11 Ingreso de extranjeros al Ecuador.....	132
GRÁFICO N.-12 Ingreso de visitantes al Ecuador.....	144
GRÁFICO N.-13 Salida de ecuatorianos al exterior 2012-2013.....	146
GRÁFICO N.-14 Distribución de visitantes por lugares de destino 2013.....	147
GRÁFICO N.-15 Entradas de extranjeros por grupos de Edad.....	148
GRÁFICO N.-16 Salida de ecuatorianos por grupo de edad.....	149
GRÁFICO N.-17 Salida de ecuatorianos por motivo de viaje.....	150
GRÁFICO N.-18 Medio de transporte.....	151
GRÁFICO N.-19 Ingresos por turismo.....	152
GRÁFICO N.-20 Egresos por turismo.....	153
GRÁFICO N.-21 Visitas por modos de transporte.....	154

GRÁFICO N.-22 Ingreso de extranjeros a ciudades del Ecuador.....	155
GRÁFICO N.-23 Demanda turística.....	157
GRÁFICO N.-24 Preferencias de actividad de turistas nacionales.....	158
GRÁFICO N.-25 Estructura del gasto de consumo turístico interno.....	159
GRÁFICO N.-26 Gasto de turismo de negocios; año 2013.....	160
GRÁFICO N.-27 Estructura del consumo turístico.....	161
GRÁFICO N.-28 Exportaciones de productos primarios Ecuador 2013.....	163
GRÁFICO N.-29 Evolución de la balanza turística del Ecuador.....	164
GRÁFICO N.-30 Cifras de la provincia de Cotopaxi.....	166
GRÁFICO N.-31 Estructura PEA Cotopaxi.....	167
GRÁFICO N.-32 Hoteles, restaurantes y agencias de viajes de la región 3.....	172
GRÁFICO N.-33 Salida de Cotopaxenses.....	173
GRÁFICO N.-34 Demanda de pasajeros.....	174
GRÁFICO N.-35 Demanda de carga.....	175
GRÁFICO N.-36 Destinos de productos desde el Aeropuerto Cotopaxi.....	176
GRÁFICO N.-37 Países proveedores que utilizan el Aeropuerto Cotopaxi.....	177
GRÁFICO N.-38 Vuelos de carga 2013.....	178
GRÁFICO N.-39 Provincias que utiliza el Aeropuerto Internacional Cotopaxi.....	179

INDICE DE CUADROS

Cuadro N.-1 Roles gerenciales.....	17
Cuadro N.-2 Tipos de comercio.....	49
Cuadro N.-3 Fuentes de recolección de información.....	76
Cuadro N.-4 Ficha técnica del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.....	92
Cuadro N.-5 Detalles del Aeropuerto de Latacunga.....	92
Cuadro N.-6 Vuelos nacionales ofertados por el Aeropuerto Cotopaxi.....	93
Cuadro N.-7 Vuelos nacionales ofertados por el Aeropuerto Cotopaxi.....	94
Cuadro N.-8 Líneas aéreas de carga y destinos.....	95
Cuadro N.-9 Líneas Chárter.....	95
Cuadro N.-10 Principales Aeropuertos del Ecuador.....	96
Cuadro N.-11 Desarrollo aeroportuario y turístico en Latacunga.....	98
Cuadro N.-12 Servicios de hospedaje.....	100
Cuadro N.-13 Matriz FODA.....	108
Cuadro N.-14 Clasificación del sistema de hospedaje.....	109
Cuadro N.-15 Hostales y hoteles en Latacunga.....	110
Cuadro N.-16 Hostal residencia en Latacunga.....	112
Cuadro N.-17 Pensiones en Latacunga.....	113
Cuadro N.-18 Moteles en Latacunga.....	113
Cuadro N.-19 Matriz entrevista.....	126
Cuadro N.-20 Matriz de impacto económico del Aeropuerto Cotopaxi.....	180
Cuadro N.-21 Matriz de impacto social del Aeropuerto Hacia los Hoteles.....	181
Cuadro N.-22 Matriz de impacto ambiental Aeropuerto Internacional Cotopaxi....	182

Cuadro N.-23 Fortalezas y necesidades aeropuerto.....	184
Cuadro N.-24 Plan de desarrollo aeropuerto.....	185
Cuadro N.-25 Listado de atractivos naturales.....	186
Cuadro N.-26 Listado de atractivos culturales.....	187
Cuadro N.-27 Fortalezas y necesidades turismo.....	187
Cuadro N.-28 Plan de desarrollo turismo.....	188
Cuadro N.-29 Fortalezas y necesidades hoteles.....	189
Cuadro N.-30 Plan de desarrollo hoteles.....	190

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N.-1 Proceso administrativo.....	4
FIGURA N.-2 Niveles gerenciales.....	15
FIGURA N.-3 Modelo de un plan de gestión administrativa.....	23
FIGURA N.-4 Área de las finanzas.....	27
FIGURA N.-5 Finanzas y la estructura organizacional.....	29
FIGURA N.-6 Aspectos de la investigación.....	57
FIGURA N.-7 Formas, enfoques y tipos de investigación.....	60
FIGURA N.-8 Ciclo de la investigación de mercados.....	70
FIGURA N.-9 Etapas de la investigación de mercados.....	72
FIGURA N.-10 Mapa del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.....	88

INTRODUCCIÓN

Los aeropuertos son las infraestructuras del transporte aéreo donde las aeronaves aterrizan, despegan y se estacionan, para proceder al embarque y desembarque de los pasajeros, sus equipajes y la carga, ocupan el primer lugar en las actividades turísticas y de negocios de cada país. La operación aeroportuaria en el Ecuador beneficia a sectores industriales, comerciales, exportadores florícolas, agencias de viajes, turismo, hotelería; por ello es importante valorar los principales impactos sobre la producción, la renta y el empleo que son atribuibles a los aeropuertos dentro de su área de actividad.

Entre los aeropuertos más importantes del país están: Aeropuerto Mariscal Sucre (Quito), Aeropuerto José Joaquín de Olmedo (Guayaquil) y el Aeropuerto Internacional Cotopaxi (Latacunga); sus categoría de internacionales son por el largo de sus pistas.

El Aeropuerto Internacional “Cotopaxi”, se encuentra localizado en el Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi, en el sector Nor-oriental de la ciudad, tiene una pista de pavimento flexible de 3.960m. Toda esta obra civil está orientada al incremento de las operaciones aéreas, el poseer un aeropuerto dentro de la zona centro del país, beneficia a las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Chimborazo; incide directamente en la economía de la población y a los sectores anteriormente mencionados; es necesario realizar un estudio del impacto socio-económico orientado hacia un importante sector de la economía el hotelero, de esta manera se conocerá la información cuantificada, sobre la incidencia de la operación del aeropuerto dentro de su área de operación.

Nuestro estudio se enfatiza en la entrada y salida de turista desde el Aeropuerto Internacional Cotopaxi y el movimiento económico del sector hotelero de la ciudad de Latacunga; pues la terminal aérea incrementa el turismo y permite la expansión de la plurinacionalidad e interculturalidad en la provincia de Cotopaxi.

En el presente trabajo de investigación se utilizaron las siguientes variables la independiente “Operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi” y la dependiente “Impacto Económico En El Sector Hotelero”, para la recopilación de información se aplicaron las técnicas de investigación de campo, tales como la entrevista, encuesta y observación directa, obteniendo información para el análisis e interpretación de datos; trabajando con una población de 55 servicios de hospedaje de la ciudad de Latacunga.

El tema de estudio realizado está dividido en dos capítulos:

CAPÍTULO I. Inicia con el marco teórico referente a la gestión administrativa, gestión financiera, gestión comercial y la gestión de mercado que contiene conceptos breves de la investigación que se pretende realizar, en el cual se enuncian citas textuales de diferentes autores que ayudan a sustentar y fortalecer los conocimientos.

El CAPÍTULO II. Se sustenta en dos partes:

PARTE I: Se da a conocer el análisis e interpretación de datos obtenidos de la encuesta y entrevista realizada a los miembros de los servicios de hospedaje de la ciudad, ayudando a determinar el problema que se está generando actualmente dentro de la misma, también los métodos de investigación, las técnicas de investigación e instrumentos que se utilizaron para detectar las falencias existentes.

PARTE II. Contiene el diagnóstico según datos históricos y la evaluación del impacto socioeconómico originado por el incremento de operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi en el sector hotelero de la ciudad, el cual contiene el análisis del turismo como eje principal para el desarrollo de la investigación.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones una vez culminado el trabajo de investigación, de igual forma las bibliografías consultadas y los anexos, se incluyen formularios de las encuestas aplicadas al personal y entrevista aplicada al jefe de operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1.-GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1.1.1.- Generalidad de la administración

La Administración es una actividad común para cualquier tipo de negocio, organizaciones lucrativas y no lucrativas, organismos políticos, deportivos, religiosos o de diversión, etc., y juega un papel muy importante en la sociedad.

Toda empresa necesita aplicar una metodología en sus actos, y el proceso administrativo es sin duda esa metodología que se exige para la solución de los problemas que surgen en cualquier organización. Esta universalidad se manifiesta no sólo en el concepto de estructura social, sino también en la estructura interna de los organismos, es decir, la administración es universal porque se maneja en todos los niveles internos de la organización.

El *investigador manifiesta* que la Administración está presente en todas las organizaciones tanto públicas como privadas; la metodología y la forma de estudio se la realizan de acuerdo a las funciones administrativas en todos los niveles de la empresa.

1.1.1.1.- La Administración

Para los autores **BATEMAN Thomas y SNELL Scott (2009)**, “La Administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales. Los buenos administradores llevan a cabo estas funciones de forma eficaz y eficiente”. **(Pág.29)**.

Según el autor, **ROBBINS Y DE CENZO (2009)**, indican que “La Administración es una disciplina orientada al cumplimiento de objetivos organizacionales mediante la coordinación del esfuerzo humano y el uso de recursos materiales, financieros y tecnológicos”. **(Pág. 6)**.

Para los autores **GARETK Jones y GEORGE Jennifer (2008)**, “La Administración es la planeación. Organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia. **(Pág. 5)**.”.

Para **FAYOL Henri** un autor muy trascendente, definió operativamente la administración diciendo que la misma consiste en “Prever, organizar, mandar, organizar y controlar”.

El investigador manifiesta que la definición que más se acerca a la administración es de los autores GARETK Jones y GEORGE Jennifer, ya que la administración busca el cumplimiento de los objetivos organizacionales, basados en la eficiencia y eficacia del esfuerzo humano de toda la organización.

1.1.1.2.- Características

✓ *Universalidad*

Se aplica a todo organismo social Público o privado, e internamente en todos los niveles de responsabilidad.

✓ *Especificidad*

Al igual que todas las ciencias del conocimiento además de ser universal, es específica, de acuerdo con las necesidades de cada organismo, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico, es decir; no puede confundirse con otras disciplinas.

✓ *Unidad temporal*

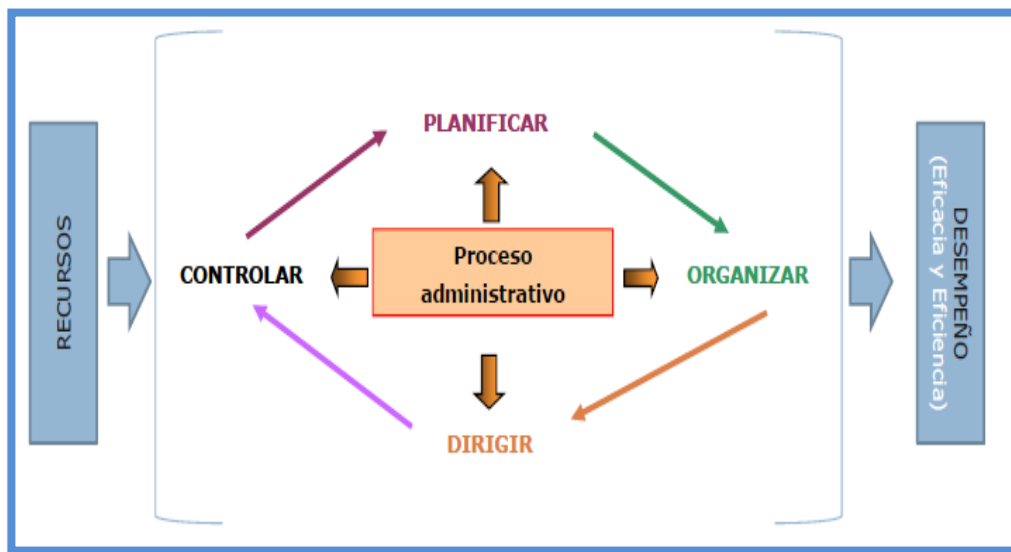
Las fases o etapas de la práctica administrativa se analizan de manera específica, pero se aplican una y todas a la vez. Es decir cuando planeamos estamos también organizando, dirigiendo y controlando; cuando dirigimos planeamos, organizamos y controlamos; y así sucesivamente con las otras etapas.

1.1.1.3.- Proceso Administrativo

La teoría de la administración nació de la necesidad de encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas, y así abrió el camino a toda una escuela sobre

la naturaleza de la alta gerencia. Fayol fue el primero en sistematizar el comportamiento gerencial y aprecio que todas las áreas deben estar planificadas, organizadas, dirigidas y controladas desde los altos cargos administrativos.

**FIGURA N.-1
PROCESO ADMINISTRATIVO**



FUENTE: La Administración de BATEMAN Thomas y SNELL Scott.

Como indica en la Figura N.-1, estos cuatro componentes van a integrar lo que actualmente conocemos como proceso administrativo. Este modelo, creado por Henry Fayol e inspirado en el método científico, tiene como objetivo crear una herramienta con un alto grado de investigación y pensamiento sistematizado.

1.1.1.3.1.- Planificar

Es un proceso que usan los administradores para identificar y seleccionar las metas y los cursos de acción apropiados. Los tres pasos del proceso de planeación son: decir

que metas perseguirá la organización, decidir qué cursos de acción se emprenderán para alcanzar esas metas y decidir cómo distribuir los recursos de la organización para conseguir esas metas. Qué tan bien planeen los administradores determina qué tan eficaz y eficiente es la organización, es decir, su nivel de desempeño.

Según **JONES George (2010)**, manifiesta que Planificar es “Definir metas, establecer estrategias y elaborar planes para coordinar actividades. Decidir qué hacer y cómo hacerlo. Implica priorizar y comprometerse”. **(Pág.9)**.

El resultado de una planificación es una estrategia: “conglomerado de decisiones acerca de las metas que se deben perseguir en la organización, que actividades emprender y como aprovechar los recursos para alcanzar esas metas”.

Según el autor **ROBBINS Stephen (2005)**, menciona que Planear es “¿Qué se va hacer?, incluye la definición de metas, establecimiento de estrategias y desarrollo de planes para coordinar las actividades”. **(Pág.6)**.

El investigador manifiesta que la planificación es formar un plan de acción orientado al logro de los objetivos organizacionales, basado en estrategias claras con previsión al futuro.

El programa de acción

Es un tipo de plan que prioriza las actividades más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. Se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto e involucrar a distintos departamentos y áreas de la empresa, el plan de acción se basa en: Los recursos de la empresa, la naturaleza e importancia de las operaciones en curso, las posibilidades futuras; y, en parte, de las condiciones técnicas, comerciales y financieras.

Actividades importantes de la planeación

✓ Aclarar, amplificar y determinar los objetivos

Para obtener un buen resultado en la realización de un proyecto, es necesario tener claro y preciso los objetivos a conseguir.

✓ Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo

Al tener claros los objetivos a conseguir en la empresa, es bueno establecer reglas o condiciones de lineamiento para conseguir el (los) objetivo (s) propuesto (s).

✓ Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño

Tras haber seleccionado los objetivos, aclarado las normas para llevarlo a cabo; el paso a seguir es realizar un método de trabajo, ya que esto le permite al administrador realizar un proceso ordenado y conciso.

✓ ***Anticipar los posibles problemas futuros***

Todo buen administrador debe tener una visión clara de lo que se quiere conseguir y por consiguiente debe saber que a futuro se pueden presentar fallas en el proceso de la realización del proyecto, esto le ayuda a estar preparado y así solventar con facilidad el problema presentado.

✓ ***Pronosticar***

Desarrollo de proyecciones de los resultados anticipados con base en los cambios y tendencias.

1.1.1.3.2.- Organizar

Es un proceso en que los administradores establecen una estructura de relaciones laborales, de modo que los miembros de la organización interactúen y cooperen en alcanzar las metas que ésta tenga. Organizar consiste en agrupar a las personas en departamentos, de acuerdo con las actividades laborales que desempeñen.

Al organizar, los administradores también trazan las líneas de mando y responsabilidad entre individuos y grupos, y deciden cuál es la mejor manera de coordinar los recursos de la organización, principalmente los recursos humanos.

El resultado de organizar es crear una *estructura organizacional*, que es el sistema formal de relaciones de actividades y rendición de cuentas que coordina y motiva a los miembros para que colaboren en la consecución de las metas organizacionales.

Esta estructura determina la mejor manera de aprovechar los recursos de la organización para crear bienes y servicios.

Según **JONES George (2010)**, indica que Organizar es “Asignar tareas, recursos y responsabilidades. Establecer una estructura de relaciones de modo que los empleados puedan interactuar y cooperar para alcanzar las metas organizativas”. **(Pág.9)**.

Según el autor **ROBBINS Stephen (2005)**, menciona que “Organizar determina las actividades que se necesita hacer, cómo se llevará a cabo y quién lo hará”. **(Pág.7)**.

El investigador manifiesta que organizar es detallar cada una funciones y responsabilidades de los miembros de la organización para su buen funcionamiento.

Actividades importantes de la organización

✓ *Subdividir el trabajo en unidades operativas (dps.)*

“Debe existir un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar”, por eso lo importante de subdividir el trabajo, de esta manera es posible mantener un ambiente ordenado y brindar un mejor servicio al cliente.

✓ *Aclarar los requisitos del puesto*

Al presentar la oferta de determinado empleo, es necesario que el administrador deje claro lo que busca en un empleado, ya que puede ocasionar inconvenientes entre el empleado y la función que le corresponda desempeñar; porque al no estar lo suficientemente capacitado para ello lo más probable es que generen errores que conllevan al mal funcionamiento de la empresa.

✓ *Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro de la empresa*

Es muy desagradable que en una organización se presentaran disputas por el mal manejo de la orden de mando, para evitar esta posición tan incómoda, es muy útil y necesario dejar claro quién es la persona encargada de cada Dpto. y por su puesto el Gerente.

✓ *Proporcionar facilidades personales y otros recursos*

Permitirle al subordinado tener la facilidad de dar la misma atención que le ofrece al trabajo, al hogar; le brinda satisfacción y esto a su vez le permite un mejor desempeño ya que un empleado motivado emocionalmente es un empleado eficiente.

1.1.1.3.3.- Dirigir

Al dirigir los administradores no solo articulan una visión clara que deben seguir los miembros de la organización, sino que también los revitalizan y facultan para que entiendan la parte que representan en la consecución de las metas de la organización.

El liderazgo depende del ejercicio del poder, de la influencia, la visión, el convencimiento y las capacidades de comunicación para coordinar el comportamiento de los individuos y grupos, con el objeto de armonizar sus actividades y esfuerzos, además de adelantar a los empleados a conseguir un desempeño superior.

Según **JONES George (2010)**, manifiesta que Dirigir es “Orientar, guiar y motivar la actuación de cada individuo de la organización con el fin de que ayuden a la consecución de las metas organizacionales”. **(Pág.10)**.

Según el autor **ROBBINS Stephen (2005)**, indica que dirigir es “Supervisar que se estén realizando las actividades conforme a lo planeado, incluye la motivación y mando de los subordinados, selección de los canales de comunicación más efectivos y resolución de conflictos”. **(Pág.8)**.

En el pasado se identificaba esta función como MANDAR y SUPERVISAR (uso de poder y la aplicación de premios y/o sanciones en función del desempeño). Hoy en día, toma más relevancia la MOTIVACIÓN (movilizar a los empleados para que sus acciones sumen a la organización).

El investigador manifiesta que Dirigir es inspeccionar si todo lo que se planeó se está cumpliendo, permite entender a los miembros de la organización que el cumplimiento de las metas es de gran importancia en la empresa.

Actividades importantes de la dirección

✓ *Motivar al personal*

Para que un empleado dé lo mejor de sí, es necesario que exista motivación por parte de su jefe inmediato.

✓ *Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho*

Si en una empresa un empleado aporta con ideas o colabora de tal forma que mejore el funcionamiento de la organización lo justo es que sea recompensado y reconocido, de lo contrario se perderá su entusiasmo.

✓ *Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo*

Un buen lugar de trabajo facilita el desempeño del trabajador y más aún si se desea un mejor progreso de la compañía.

✓ *Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control*

El revisar los resultados de la manera en la que se aplicó la ejecución del plan de acción, permite corregir los errores presentados en el proyecto y plantear soluciones de mejora.

1.1.1.3.4.- Controlar

Al controlar, los administradores evalúan en qué medida la organización consigue sus metas y emprende acciones para sostener o mejorar el desempeño. Por ejemplo, los administradores supervisan el desempeño de individuos, departamentos y la totalidad de la organización, para verificar que cumplen con los criterios deseables de desempeño.

Según **JONES George (2010)**, menciona que el Control es “Vigilar que el desempeño de las actividades se ajusten a lo planificado. En otras palabras, evaluar el desempeño y adoptar, si fuera necesario, medidas correctivas”. **(Pág.10)**.

Según el **autor ROBBINS Stephen (2005)**, manifiesta que controlar es “Vigilar las actividades para asegurar que se estén llevando a cabo conforme se planearon y corregir cualquier desviación significativa”. **(Pág.9)**.

El investigador manifiesta: El Control es muy importante para evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos y planes de la organización es una función encaminada a plantear medidas de corrección y mejora.

Actividades importantes de control

✓ Comparar los resultados con los planes generales

Si queremos saber el logro del objetivo propuesto en el inicio, lo mejor es revisar los resultados y de esta manera saber si fue eficiente o no la técnica que se empleó para lograrlo.

✓ *Comunicar cuales son los medios de medición*

Es de gran importancia comunicar a los miembros directivos de la organización el método que se utilizará para realizar la medida de los resultados porque de esta manera ellos se pueden acoplar al método utilizado.

✓ *Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones*

Al obtener los resultados es importante dar a conocer a los miembros involucrados, y lo mejor es presentarlos de una manera clara donde se muestren “las comparaciones y las variaciones” que tuvo el proyecto.

✓ *Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias*

Al obtener los resultados del proyecto se pueden ver la fallas que se presentaron en el proceso y de esta manera el administrador puede sugerir “acciones correctivas” para que la culminación del proyecto sea la esperada.

1.1.1.4.- Administrador

Son individuos con características comunes que dirigen y supervisan las actividades de otros. Lucen títulos como supervisor, jefe de departamento, gerente divisional, etc. Tienen bajo su responsabilidad el logro de los objetivos de cualquier organización, dan funcionamiento científico en la toma de decisiones basados en la planificación, organización, dirección y control.

1.1.1.4.1.- Meta del administrador

Una de las metas más importantes que trata de alcanzar las organizaciones y sus miembros es proporcionar un bien o servicio que los clientes deseen. La meta principal del director ejecutivo Steve Jobs es dirigir Apple para crear un nuevo flujo de bienes y servicios que los clientes estén dispuestos a comprar. La meta principal de médicos, enfermeras y directores de hospitales es aumentar la capacidad de sus instalaciones para aliviar a los enfermos.

1.1.1.4.2.- El desempeño organizacional

Es una medida de la eficiencia y eficacia con las que los administradores aprovechan los recursos para satisfacer a los clientes y alcanzar las metas de la organización. El desempeño organizacional aumenta en proporción directa a los incrementos de la eficiencia y la eficacia.

1.1.1.5.- Niveles y roles gerenciales

La variedad de problemas que enfrentan los gerentes es enorme, a menudo, Deben atender muchos problemas de manera simultánea, es común que tengan que tomar decisiones de manera rápida, y muchas deben apoyarse en la intuición y experiencia que han ganado en su carrera, desempeñando su puesto con lo mejor de sus capacidades. Los gerentes o directivos son personas responsables de las actividades de las personas que tiene a su cargo. A diferencia de los trabajadores, tienen responsabilidad para supervisar las actividades de ciertas personas (aquellas que tienen a su cargo.).

1.1.1.5.1.- Niveles gerenciales

Existen diferentes tipos de gerentes que se podrían clasificar en los niveles operativos (o primera línea), mandos intermedios y alta dirección.

**FIGURA N.-2
NIVELES GERENCIALES**



FUENTE: La administración Contemporánea de GARETK Jones y GEORGE Jennifer.

Como se observa en la Figura N.-2, cada tipo de gerente tiene unas responsabilidades distintas, si bien, relacionadas pues todos buscan alcanzar las metas organizacionales, además, los gerentes de primera línea dependen de los mandos intermedios; quienes, a su vez, dependen de la alta dirección.

✓ *La alta dirección*

Son los máximos responsables de la empresa (presidente ejecutivo o consejero delegado, vicepresidentes y directores generales). Su principal preocupación es tener un equipo directivo relacionado. Se centra en los aspectos del largo plazo (supervivencia y crecimiento) y sus principales tareas son: fijar el rumbo de la organización, formular objetivos a largo plazo, moldear la cultura organizacional y vigilar el desempeño general.

✓ *Los mandos intermedios (o gerentes tácitos)*

Son los encargados de administrar el funcionamiento de unidades concretas (departamentales o unidades de negocios). Son mediadores entre la alta dirección y el nivel operativo. Se preocupan por establecer unas buenas relaciones con los colegas, fomentar el trabajo en equipo y resolver conflictos. Actualmente, han cobrado mayor importancia ya que las empresas organizan el trabajo en torno a equipos y proyectos.

✓ *El nivel operativo (gerentes de primera línea, supervisores o jefes de sección)*

Se preocupan por aplicar las reglas y procedimientos para lograr una producción eficiente, proporcionar asistencia técnica y supervisar a sus empleados. Son muy importantes en el mantenimiento de la calidad, la innovación y el desempeño.

1.1.1.5.2.- Roles gerenciales

Conjunto de tareas que se espera que el administrador realice, dado el puesto que ocupa en la organización.

Como se observa en el Cuadro N.-1, **MINTZBERG Henry** presentó una visión novedosa sobre el que hacer de los gerentes. Tras observar un conjunto de directivos mientras trabajaban, Mintzberg agrupó las diferentes tareas específicas que hacían en diez roles que, a su vez, integro en tres categorías.

CUADRO N.-1
ROLES GERENCIALES

<p><u>Roles Interpersonales</u> Los administradores asumen papeles de trato personal cuando proveen dirección y supervisión tanto a los empleados como a la organización en general.</p>	<p>Incluyen actividades de figura decorativa, líder y enlace. Cabeza visible: Figura simbólica; cumple con obligaciones simbólicas. Líder: Capacita y motiva a las personas Enlace: Mantiene una red de contactos externos que ofrecen información y apoyo</p>
<p><u>Roles Decisionales</u> Los papeles de decisión se relacionan estrechamente con los métodos que siguen los gerentes para planear las estrategias y aprovechar los recursos.</p>	<p>Comprenden actividades de emprendedor, manejador de disturbios, asignador de recursos y negociador. Emprendedor: Busca oportunidades de negocios. Inicia proyectos. Gestor de anomalías: Toma medidas correctivas cuando es necesario. Asignador de recursos: Decide quien recibe los recursos, fija prioridades. Negociador: Representa a la organización en negociaciones con partes tanto externas como internas.</p>
<p><u>Roles de Información</u> Guardan una relación estrecha con las tareas que se requieren para obtener y transmitir información y, como es obvio, han sentido con fuerza el impacto de la tecnología de información.</p>	<p>Incluyen actividades de monitoreo, difusión y portavoz. Monitor: Buscar y recibe información para conocer el funcionamiento de la organización. Difusor: Transmite información a otros miembros de la organización. Portavoz: Proporciona información al exterior sobre políticas, acciones y resultados.</p>

FUENTE: The nature of managerial, Harper& Row (pp.92-93).

1.1.1.5.3.- Habilidades administrativas

Educación y experiencia permiten a los administradores aceptar y adquirir las habilidades que necesitan para dar el mejor uso a los recursos de la organización. Todos los gerentes, sin importar su nivel, el tamaño o tipo de su organización, realizan en mayor o menor grado las cuatro funciones básicas del proceso administrativo. Para llevarlas a cabo adecuadamente.

Según la real academia Española (RAE), por habilidad se entiende a la capacidad y disposición para algo; o, cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y destreza. En nuestro caso, por habilidades entendemos las capacidades que resultan del conocimiento, la práctica y la aptitud.

✓ *Habilidades conceptuales*

Se demuestran en la capacidad de analizar y diagnosticar una situación y de distribuir entre causas y efectos. Los gerentes altos requieren las mejores habilidades conceptuales, porque sus principales responsabilidades son planear y organizar. Capacidad para analizar y diagnosticar situaciones complejas y, de entender la organización de forma compleja.

✓ *Habilidades interpersonales o humanas*

Abarcan la capacidad de entender, modificar, dirigir y controlar el comportamiento de otros individuos y grupos. La capacidad de comunicar, coordinar y motivar a las personas y de unirlos en grupos cohesionados distingue a los buenos administradores de los ineficientes. Capacidad para entender, enseñar, dirigir, motivar y controlar a otros y trabajar con ellos.

✓ *Habilidades técnicas*

Son los conocimientos y destrezas laborales que se necesitan para cumplir una función en la organización. Como ejemplos se encuentran las capacidades específicas de un administrador en los campos de manufactura, contabilidad, mercadotecnia; los administradores requieren de un abanico extenso de habilidades técnicas para ser eficaces. Capacidad para llevar a cabo tareas concretas que involucran el uso de instrumentos, procedimientos y técnicas de un campo especializado.

1.1.1.6.- La Gestión

Según el Diccionario **Enciclopédico Gran Plaza y Jaime Ilustrado** señala que la “Gestión es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera”.

Según el Diccionario de la **Real Academia de la Lengua Española** menciona que la Gestión “Es el conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa”.

1.1.1.6.1.- Gestión Administrativa

Para la autora **ENA Belén (2010)**, La Gestión Administrativa es el “Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar”. (**Pág. 4**).

Para **HURTADO Darío (2008)**, considera que “La Gestión Administrativa es un proceso muy particular que consistente en las actividades de planeación, organización, dirección, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”. **(Pág.46)**.

Según el Autor **RUIZ Manuel (2009)**, indica que la “Gestión Administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo”. **(Pág. 6)**.

El investigador considera que la Gestión Administrativa es una serie de actividades llevadas a cabo dentro de una entidad, a través del empleo óptimo de los recursos para alcanzar las metas u objetivos propuestos por la misma.

1.1.1.6.2.- Importancia

La Gestión Administrativa es imprescindible en todas las empresas, independientemente del sector productivo al que pertenezcan, las actividades administrativas son globales sin existir división departamental.

Permite la optimización en la ejecución de los procesos, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia administrativa. La incorporación de un modelo de gestión administrativo permite la reducción en el tiempo empleado en las actividades de la empresa, así como, una mayor calidad en el producto o servicio ofertado.

La tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador.

1.1.1.6.3.- Objetivos

- ✓ Optimizar los procesos de gestión, logrando un trabajo más eficaz y fácil de realizar.

- ✓ Mejorar los productos o servicios que se ofrecen a los clientes.

- ✓ Establecer procedimientos de seguimiento y control de los procesos internos y de los productos o servicios, de tal forma que se facilite la toma de decisiones a partir del conocimiento de la situación existente y de su evaluación histórica.

- ✓ Incorporar nuevas tecnologías para mejorar e incrementar la oferta de productos o servicios.

1.1.1.6.4.- Etapas

Involucra diversas etapas a desarrollar en secuencia descrita a continuación:

✓ *Análisis de la estructura funcional*

Descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de las interrelaciones y los flujos de información entre ellas.

✓ *Análisis de las relaciones con terceros*

Identificar y caracterizar las entidades con las que interactúa el servicio y el objeto de dicha interacción.

✓ *Identificación de los procesos de la institución*

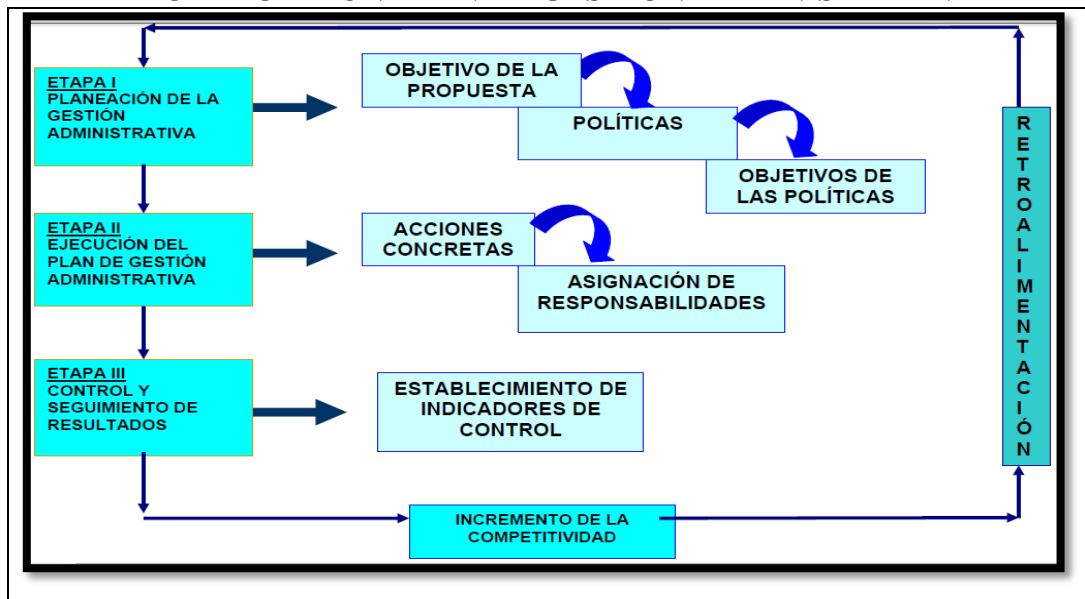
Establecer los circuitos funcionales y los servicios que se presentan o el producto ofertado.

1.1.1.6.5.- Plan de gestión administrativa

Como se muestra en la Figura N.-3, el plan de gestión administrativa facilita a las empresas a mejorar e incrementar la competitividad, tiene como propósito contribuir a incrementar las ventas; este plan contiene políticas, objetivos, acciones concretas y la asignación de responsabilidades que las empresas deben aplicar y desarrollar para mejorar sus procesos de operación, servicio al cliente, diversificación de servicios y medidas de control. El plan de gestión Administrativo debe ser:

- ✓ A corto plazo
- ✓ Responde a la estrategia con objetivos operativos.
- ✓ Vinculación con el presupuesto
- ✓ Lo necesario para el seguimiento
- ✓ “Por dónde vamos”

**FIGURA N.-3
MODELO DE UN PLAN DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA**



FUENTE: Gestión Administrativa De ENA Ventura (2010).

1.1.1.6.6.- Planeación de la gestión administrativa

La planificación de la gestión administrativa, además de ser un proceso exigente, requiere reflexión, conocimiento, estimaciones. Es una dirección segura para los administradores empresariales, es una manera de reducir la incertidumbre a través de la previsión del cambio, de mirar hacia delante; reducir las actividades antiguas y antieconómicas, descubrir el desperdicio y las ineficiencias; establecer los objetivos que deben utilizarse para facilitar el control.

1.1.1.6.7.- Ejecución del plan de gestión administrativa

Es la adquisición y movilización de los recursos necesarios para lograr los objetivos del programa, se trata del modo de proyectar y ordenar en el tiempo esa fase importante.

Para proyectar la ejecución del programa se ha de cumplir dos requisitos principales. Primeramente, el planificador de la gestión ha de tener una idea clara de lo que se pretende: debe conocer los objetivos de las operaciones y otras normas del programa. En segundo lugar debe tener muy presentes los factores que condicionan la selección y movilización de los recursos.

1.1.1.6.8.- Control y seguimiento de los resultados

Es un proceso básico de la administración, todo administrador eficaz debe organizar la comunicación, sean cuales fueren las funciones que le hayan sido encomendadas, especializadas o generales.

Es un conjunto de funciones y procedimientos que permite a los administradores desempeñar sus funciones de gestión: cerciorarse de que el programa siga su curso previsto y efectuar las correcciones y reajustes oportunos.

1.1.1.6.9.- Medios utilizados en la gestión administrativa

✓ *Recursos Materiales*

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- Instalaciones: Edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.
- Materia prima: Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto).

✓ *Recursos Técnicos*

Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser:

- Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- Fórmulas, patentes, marcas, etc.

✓ *Recursos Humanos*

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos
- Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

✓ ***Recursos Financieros***

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- Recursos financieros ajenos; están representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos).

1.2.-GESTIÓN FINANCIERA

1.2.1.-Generalidades De Las Finanzas

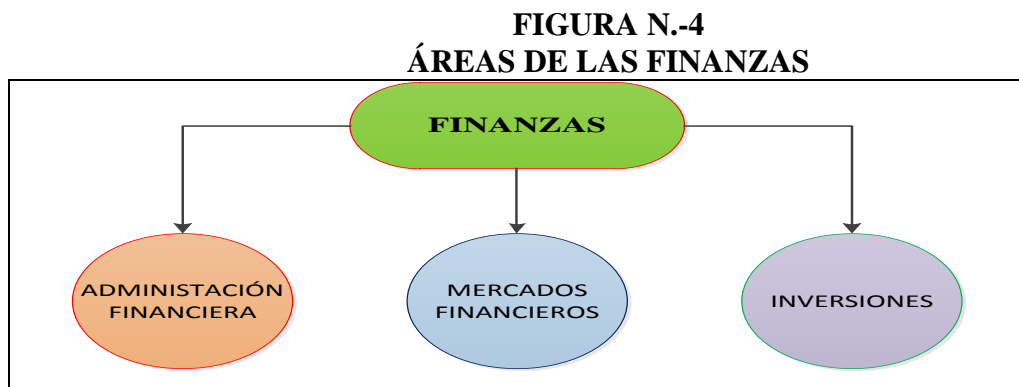
El estudio de las finanzas es muy beneficioso, porque ayuda a entender mejor los sucesos económicos mundiales, mejora las transacciones financieras personales, amplía las perspectivas en los aspectos financieros de la vida presente y futura.

1.2.1.1.- Finanzas

Son las decisiones que se toman en relación con el dinero o con, los flujos de efectivo. Las decisiones financieras tienen que ver cómo se recauda el dinero y cómo lo usan los gobiernos, las empresas y los individuos.

1.2.1.2.- Campo de las finanzas

Como se plasma en la Figura N.-4, las finanzas se componen de tres áreas principales: administración financiera, inversiones y mercados financieros.



FUENTE: CÓRDOBA Marcial “Gestión financiera, 2012”.

1.2.2.-Administración Financiera

Para **LUTSAK Natalia (2011)**, La Administración Financiera “Es un área de las finanzas que aplica principios financieros dentro de una organización para crear y mantener valor mediante la toma de decisiones y una administración correcta de los recursos”. **(Pág.3)**.

El Artículo de la **CPA FERRERE (2009)**, manifiesta que La Administración Financiera “Es un Proceso de toma de decisiones que tiene como objetivo MAXIMIZAR el VALOR de la EMPRESA para el ACCIONISTA/DUEÑO”.

Según **CÓRDOBA Marcial (2012)**, indica que “La Administración Financiera estudia las decisiones administrativas que conducen a la adquisición y al financiamiento de activos para la empresa”. **(Pág.7)**.

Para el investigador la Administración Financiera es aquella que estudia la manera de obtener financiamiento para llevar a cabo los objetivos de la organización.

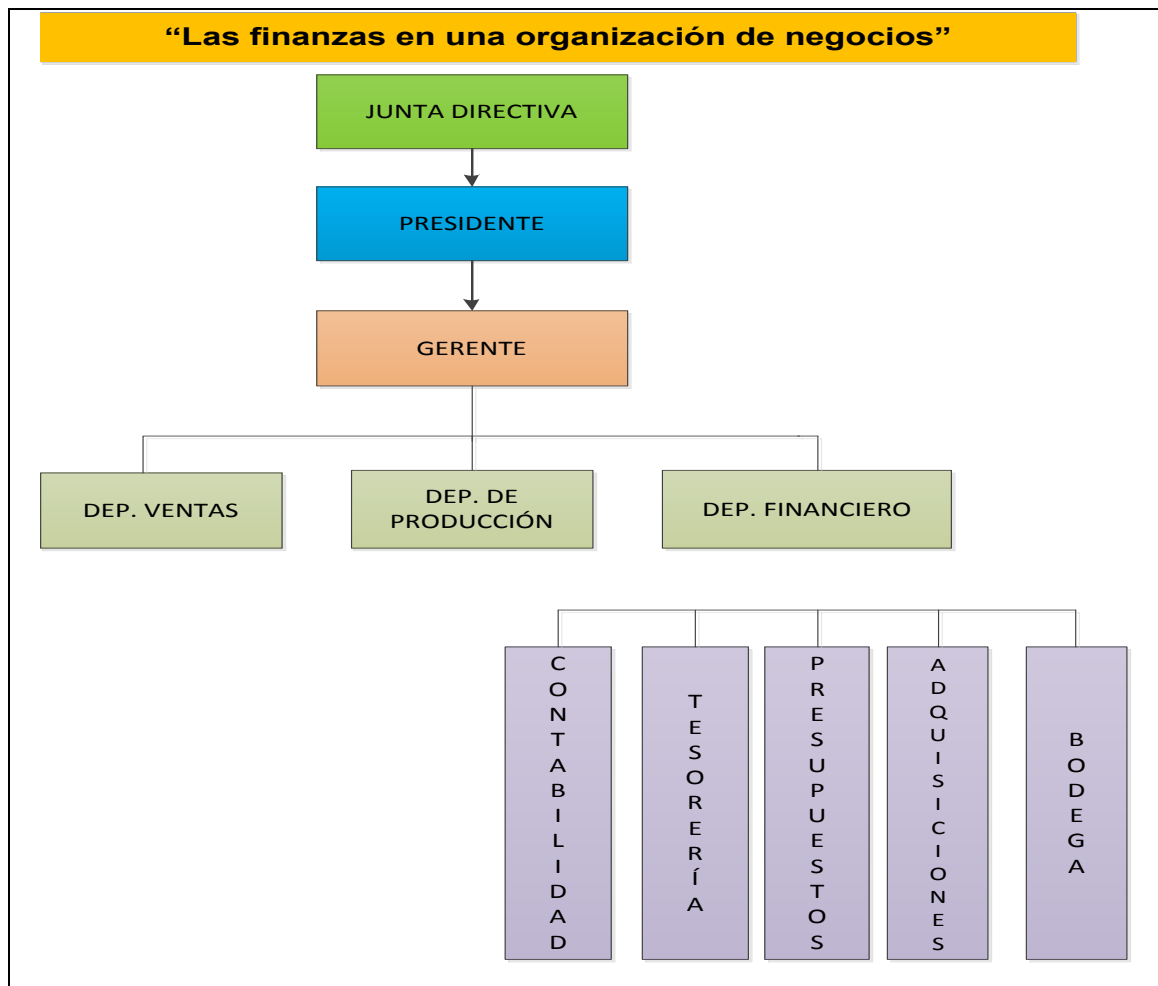
1.2.2.1.-Finanzas versus administración financiera

Las finanzas como una disciplina que se ocupa de temas como determinación de valor y la toma de decisiones. La función primordial de las finanzas es asignar recursos, lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos. En cambio, la administración financiera es un área de las finanzas que aplica principios financieros dentro de una organización para crear y mantener valor mediante la toma de decisiones y una administración correcta de los recursos.

1.2.2.2.- Las finanzas y la estructura organizacional de la empresa

Aunque las estructuras organizacionales varían de empresa a empresa, el panorama es típico con relación con el papel que desempeña el financiero dentro de una organización; como se muestra en la Figura N.-5, el Director Financiero es el encargado, siendo sus subordinados las secciones de contabilidad, tesorería, presupuesto, control previo de adquisiciones, bodega, entre otros; dependiendo de la estructura y magnitud de la empresa.

FIGURA N.-5
FINANZAS Y LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



FUENTE: CÓRDOBA Marcial “Gestión financiera, 2012”.

El Departamento Financiero se constituye del siguiente Personal especializado, para el correcto desempeño de sus finanzas.

- ✓ Director o Jefe Financiero
- ✓ Analista financiero
- ✓ Cajero General
- ✓ Experto en Proyecto
- ✓ Especialista en Banca y Finanzas
- ✓ Personal de apoyo seccional

1.2.2.3.-Funciones de la administración financiera

Para poder maximizar el precio en el mercado de las acciones es necesario realizar un adecuado equilibrio entre riesgo y el rendimiento, el administrador financiero deberá cumplir con tres funciones básicas:

- ✓ Planeación Financiera
- ✓ Administración de Activos
- ✓ Obtención de Fondos

✓ *Planeación financiera*

La función de Planeación es una de las más retadoras e interesantes de todas las funciones del Administrador Financiero, debido a que siempre participa en la planeación a largo plazo de la empresa, para lo cual deberá tener un conocimiento amplio sobre las operaciones que realiza la misma.

Al elaborar éstos planes o presupuestos debe hacer lo mejor que esté a su alcance en un mundo imperfecto, debido a que él debe reconocer que hasta cierto grado sus planes se verán alterados por fuerzas externas sobre las que tiene poco control, como por ejemplo nuevos avances en lo relacionado con la maquinaria, pueden obligar a la empresa a realizar grandes inversiones para conservar su posición y prestigio en la empresa.

El reconocimiento de la incertidumbre de la vida no significa descartar los presupuestos, sino más bien darle la suficiente flexibilidad al plan financiero para prever todos los acontecimientos imprevistos.

✓ *Administración de los activos*

Al planear los flujos de efectivo, el administrador financiero deberá asegurarse de que los fondos se inviertan inteligentemente o de manera económica dentro del negocio, o bien, se regresarán a los dueños. Cada dólar invertido en un activo, sea éste circulante o fijo, tiene usos alternativos.

Si se invierte en bonos de gobierno, proporcionaría seguridad y liquidez, pero su rendimiento sería bajo, o podría asignarse a un programa de investigación de desarrollo de productos nuevos, un negocio riesgoso, pero posiblemente muy rentable.

El dólar podría regresarse a los dueños, si éstos podrían obtener un mejor rendimiento por el mismo riesgo, o bien, el mismo rendimiento pero con menos riesgo. Este es el equilibrio de riesgo y rentabilidad que el administrador financiero debe perseguir en sus planes.

✓ *Obtención de fondos*

Si los flujos de salida de efectivo planeados exceden a los de entrada de efectivo y si el saldo de efectivo es insuficiente para absorber el faltante, el administrador financiero, se verá obligado a obtener fondos de fuentes externas al negocio, tomando en consideración cuales van a ser las mejores fuentes de financiamiento y las que mejores garantías nos proporcionen.

1.2.3.-Mercados financieros

Son un medio de interacción de personas, corporaciones e instituciones que necesitan dinero o que tienen dinero para prestar o invertir. Los mercados financieros son representados por una red de alcance mundial de individuos e instituciones financieras que son prestamistas, prestatarios o propietarios de compañías cuyas acciones se negocian en la bolsa y se hallan extendidas por todo el mundo.

1.2.3.1.-Función de los mercados financieros

✓ *Determinan el precio de los títulos financieros*

Cuando existen diferentes participantes la oferta y la demanda por el título determinan el precio del mismo.

✓ *Proporcionan liquidez a los mercados*

La liquidez de un instrumento financiero es la facilidad con la que éste puede ser vendido a un precio acorde con su valor.

✓ *Reducen los costos de búsqueda y de información*

Están en función de la investigación necesaria que se deba realizar para investigar las características del emisor o de la contraparte.

1.2.3.2.-Características del mercado financiero

✓ *Amplitud*

Número de títulos financieros que se negocian en un mercado financiero. Cuantos más títulos se negocien más amplios será el mercado financiero.

✓ *Profundidad*

Es la existencia de títulos financieros que cubran diversas eventualidades en un mercado financiero. Por ejemplo, que existan títulos financieros que protejan contra el alza o la caída del precio de un determinado instrumento de inversión.

✓ *Libertad*

No existen barreras en la entrada o salida del mercado financiero.

✓ ***Flexibilidad***

Precios de los activos financieros, que se negocian en un mercado, a cambiar ante un cambio que se produzca en la economía.

✓ ***Transparencia***

Posibilidad de obtener la información del precio del activo financiero.

1.2.3.3.-Clasificación de los mercados financieros

✓ ***Mercados Financieros Internacionales***

Como su nombre lo indica, son entes donde confluyen oferentes y demandantes de productos financieros, que realizan transacciones desde diferentes países del mundo.

Los mercados financieros internacionales pueden clasificarse en tres grupos, en función de los productos financieros objeto de intercambio en cada uno de ellos.

✓ ***Mercados Financiero Internacionales De Divisas***

Es el mercado donde se intercambian, compran y venden monedas de distintos países, donde se encuentran los oferentes y demandantes de monedas del mundo.

✓ ***Mercados Financiero Internacionales De Capitales***

Es el mercado en el que se intercambia dinero a nivel internacional, a través de activos financieros, como las acciones (renta variable) y obligaciones (renta fija) o mediante el mercado internacional de créditos.

✓ ***Mercados Financiero Internacionales De Derivados***

Es el mercado en el que se intercambian productos financieros derivados, cuya denominación indica que no son autónomos, sino que tienen su base en otros productos financieros subyacentes, como los mercados de operaciones.

✓ **El Mercado De Capitales**

También conocido como mercado accionario, es un tipo de mercado financiero en los que se ofrecen y demandan fondos o medios de financiación a medio y largo plazo.

Su principal objetivo es participar como intermediario, canalizando los recursos frescos y el ahorro de los inversionistas; para que los emisores, lleven a cabo dentro de sus empresas operaciones de: financiamiento e inversión. Frente a ellos, los mercados monetarios son los que ofrecen y demandan fondos (liquidez) a corto plazo.

✓ ***Mercado De Dinero***

Es donde se negocian instrumentos de deuda a corto plazo, con bajo riesgo y con alta liquidez que son emitidos por los diferentes niveles de gobierno, empresas e instituciones financieras. Los vencimientos de los instrumentos del mercado de dinero van desde un día hasta un año pero con frecuencia no sobrepasan los 90 días. Ejemplo los certificados de tesorería (CETES).

1.2.4.- La inversión

Significa sacrificar dinero actual por dinero futuro. Por lo general, entran en juego dos atributos diferentes: tiempo y riesgo. El sacrificio se hace en el presente y es cierto. La recompensa viene más tarde, en caso de haberla, y la cantidad de tal recompensa generalmente es incierta.

El proceso de inversión está relacionado con las decisiones que debe tomar un inversionista acerca de los valores negociables en los que debe invertir, el monto de las inversiones y cuánto debe realizarlas.

1.2.4.1.- Inversiones reales y financieras

Con frecuencia se hace una distinción entre inversiones reales e inversiones financieras. Por lo general las inversiones reales implican un activo tangible (físico), como un terreno, maquinaria o fábricas. Las inversiones financieras implican contratos escritos en papel, como las acciones ordinarias y los bonos.

1.2.4.2.- El entorno de la inversión

- ✓ **Valores.-** Cuando alguien pide dinero a un prestamista, debe dejarle algún artículo de valor como garantía. Si el prestatario no puede pagar el monto del préstamo (más los intereses), el prestamista puede vender el artículo empeñado para recuperar el monto del préstamo y quizá tener una ganancia.

Por lo general, sólo un documento representa los derechos del inversionista a determinados beneficios o propiedades y las condiciones bajo las cuales puede ejercer esos derechos. A este documento se le llama valor. Éste puede ser transferido a otro inversionista, y si es así, también se le transfieren todos los derechos y condiciones.

1.2.4.3.- Proceso De Inversión

Implica la manera en que un inversionista debe tomar decisiones sobre qué invertir en el mercado de valores negociables, qué tan bastas deben ser estas inversiones y cuándo hacerlas. La base del proceso de inversión para tomar estas decisiones es un procedimiento de cinco pasos.

✓ Política de inversión

El primer paso, para establecer una política de inversión, consiste en determinar los objetivos del inversionista y la cantidad de su riqueza que está dispuesto a invertir. Como hay una relación positiva entre el riesgo y el rendimiento para estrategias de inversiones sensatas, no es propio que un inversionista diga que su objetivo es “ganar dinero a manos llenas” lo que sí es apropiado para un inversionista es establecer que su objetivo es tratar de ganar mucho dinero, mientras reconoce al mismo tiempo que hay una posibilidad de incurrir en grandes pérdidas.

Los objetivos de la inversión se deben establecer en términos tanto de riesgo como de rendimiento. La política de inversión es la piedra angular del proceso de inversión. Sin ella los inversionistas no tienen un contexto apropiado en el cual tomar decisiones.

✓ *Análisis de valores*

El segundo paso del proceso de inversión es llevar a cabo un análisis de valores. Esto implica examinar varios valores individuales (o grupos de valores) dentro de amplias categorías de valores financieros identificados previamente. Una razón para este análisis es identificar aquellos valores que parezcan estar mal valuados.

✓ *Construcción de la cartera*

El tercer paso del proceso de inversión es la construcción de la cartera, que implica la identificación de acciones específicas en las cuales invertir, así como la determinación de cuánto invertir en cada una. Las cuestiones de selectividad y deben ser tratadas por el inversionista. La selectividad también conocida como micro pronóstico, se refiere al análisis de valores y se enfoca en el pronóstico de los movimientos de precios de valores individuales.

✓ *Revisión de cartera*

El cuarto paso del proceso de inversión, la revisión de cartera se refiere a la repetición periódica de los tres pasos anteriores. Con el tiempo, el inversionista puede cambiar los objetivos de su inversión, lo que a su vez haría que la cartera actual fuera menos óptima.

✓ *Evaluación del desempeño de la cartera*

El quinto paso del proceso de inversión, la evaluación del desempeño de la cartera, consiste en determinar periódicamente el rendimiento ganado por cartera y el riesgo que corre el inversionista. Por lo tanto, se requieren medidas adecuadas de rendimiento y riesgo así como estándares relevantes (o carteras de referencia).

1.2.5.-Gestión Financiera

Para **ESCRIBANO Gabriel (2011)**, “La Gestión Financiera son todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito”. (**Pág.2**).

Según la **Fundación Romero (2012)**, explica que “La Gestión Financiera consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar”.

Para los autores **BRIGHAM Eugene, HOUSTON (2007)**, La Gestión Financiera es “El control de la evolución y rendimiento financieros de la empresa las herramientas que la sustentan son los presupuestos, las previsiones y la garantía de poder afrontar exitosamente nuevas oportunidades y cumplir con los objetivos organizacionales”. **pág.5**).

El investigador indica que la Gestión Financiera consiste en la administración de los recursos financieros en forma eficiente y eficaz a fin de obtener beneficios futuros, además es una herramienta en la que se apoya el gerente para tomar de decisiones adecuadas la misma que ayude a gestionar eficazmente el cumplimiento de los objetivos planteados.

1.2.5.1.- Importancia

La gestión financiera es muy importante, ya que su función principal es la obtención de fondos, su inversión y la administración óptima para obtener ganancias, dicho objetivo es sin duda lo que toda empresa persigue.

1.2.5.2.- Objetivo

La Gestión Financiera está íntimamente relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de dividendos, enfocándose en dos factores primordiales como la maximización del beneficio y la maximización de la riqueza.

Para lograr estos objetivos una de las herramientas más utilizadas por la gestión financiera es el control de gestión el cual permite que la empresa sea relativamente eficaz, Su objetivo radica en garantizar un alto grado la consecución de las metas fijadas por los creadores, responsables y ejecutores del plan financiero.

1.2.5.3.- Funciones

- ✓ Determinación de las necesidades de recursos financieros; planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de la financiación externa.

- ✓ Consecución de financiación según su forma más beneficiosa; teniendo en cuenta los costes, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.
- ✓ Aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería: de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.
- ✓ Análisis financiero; incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa.

1.2.5.4.- La Gestión Económico-Financiera

Es un conjunto de procesos dirigidos a planificar, organizar y evaluar los recursos económico-financieros al objeto de lograr la consecución de los objetivos de la empresa de la forma más eficaz y eficiente.

Por tanto, la Gestión Económico-Financiera se integra por cuatro ámbitos de gestión:

- ✓ Definir un marco de referencia de la gestión económica.
- ✓ Anticiparse a necesidades financieras futuras.
- ✓ Posterior análisis de desviaciones.
- ✓ Argumento para la interlocución con entidades de crédito.

1.2.5.5.- Organización de la información económico-financiera

Los documentos con efectos económicos han de estar debidamente ordenados y registrados en la contabilidad, puesto que la técnica contable nos permite la generación de los estados contables reflejo de nuestra evolución y situación actual económico-financiera. Estos estados contables son la base para un adecuado seguimiento de la situación económico-financiera de la empresa.

1.2.5.6.- Evaluación, control y seguimiento

Una empresa debe tener un seguimiento y evaluación de los resultados para de esta forma poder adoptar medidas dirigidas a corregir las desviaciones identificadas respecto de la planificación. La gestión económico-financiera de una empresa es una herramienta más para la consecución de los objetivos de la misma.

1.2.5.7.- Decisiones del área económico-financiera de una empresa

✓ *Decisiones de financiación*

Se deben seleccionar las fuentes de financiación que mejor se adapten a las necesidades en cuantía y plazo. Busca de financiamiento externo o interno.

✓ *Decisiones de inversión*

Se debe decidir qué proyectos de inversión se desarrollan. Esta decisión habrá de contemplar criterios económico-financieros. Se relacionan con el lado de los activos de balance general.

✓ *Decisión de destino de los resultados*

Debe decidir si los resultados se destinan al auto financiación o a la retribución de los socios/accionistas.

1.2.5.8.- Principios de la gestión económico financiera

✓ *Eficacia*

Conseguir los mayores resultados posibles sin considerar los recursos empleados.

✓ *Eficiencia*

Conseguir los mayores resultados posibles al menor coste posible.

✓ *Economía*

Hacer las cosas al menor coste posible, lo que implica que los recursos se dispongan en el momento adecuado con el menor coste posible, en la cantidad adecuada y con la calidad requerida.

1.2.5.9.- Procesos de una empresa para realizar una Gestión Financiera

✓ *Planificación*

Una empresa define su marco estratégico para un periodo temporal determinado y como consecuencia de ese marco estratégico se establecen una serie de planes de actuación para su consecución.

Los planes de actuación conforma la base para la planificación económico-financiera de una empresa. La planificación económico-financiera se plasma en un documento llamado presupuesto.

✓ ***Organización = Proceso contable y administrativo Financiero***

La organización incluye la realización de los siguientes procesos contables y administrativo- financieros:

- Elaboración de Estados Contables.
- Registro Contable de las Operaciones Económicas
- Elaboración de informes y documentos solicitados por terceros
- Facturación
- Chequeo de las facturas de compra
- Control del almacén de materias primas, producto terminado.
- Ordenar y archivar la información económica existente a fin de garantizar la fiabilidad de la información económica existente
- Realización de procedimientos administrativos: gestionar los cobros y los pagos, gestionar las altas y bajas de personal, elaboración de nóminas, de boletines de cotización a la Seguridad Social, impuestos.

✓ *Evaluación, control y seguimiento*

A través de los procesos contables y administrativos la empresa genera información sobre la situación económico-financiera pasada y presente de la misma. El análisis, seguimiento y evaluación de esta información financiera es esencial dentro de la gestión financiera:

- Para comparar lo real con lo planificado y reconocer las desviaciones presupuestarias
- Para evaluar la economía y la eficiencia en el uso de los recursos y la eficacia en el cumplimiento de los objetivos sociales planteados.
- Para establecer líneas de mejora en la gestión de los recursos de la organización.

La evaluación, control y seguimiento se realizará sobre la información que se desprende de los estados contables, para lo cual se identificarán y elaborarán los indicadores financieros y de rentabilidad oportunos. Los indicadores no deben ser entendidos como un objetivo en sí de la organización sino que deben ser considerados como herramientas para la evaluación de resultados y la toma de decisiones.

1.3.-GESTIÓN COMERCIAL

1.3.1.-Introducción al comercio

Al principio, todo el intercambio se hizo en la forma de trueque y en cualquier sitio en la medida que los individuos se fueron especializando más, se hizo difícil continuar así, y surgió la idea del intercambio organizado, donde todos se reúnen un día determinado, en un lugar específico, para intercambiar bienes. A partir de este punto, la decisión de especializarse no dependía de la negociación entre individuos específicos; todos utilizaban la información generada en esos mercados primarios para tomar las decisiones.

Con el tiempo surgió el concepto de dinero, aparecieron los intermediarios y afloraron mejores formas de transporte. Los tres propulsaron el intercambio; revolucionaron el comercio, haciéndolo posible en el espacio y en el tiempo, y en forma totalmente impersonal.

Alrededor del mercado ha existido mucha confusión, tanto en lo conceptual como en lo operacional. Conceptualmente, el sistema de mercado (o el mercado) es la suma de todos aquellos elementos, tangibles e intangibles, que hacen posible el intercambio de bienes y servicios entre individuos; incluyendo, claro está, los bienes intercambiados y los individuos que los intercambian. En lo operativo, el mercado es el uso de una serie de medios dineros, modos de transporte, compañías o diferentes formas de organización productiva, para llevar a cabo el intercambio de bienes y servicios.

Sin el comercio, el individuo estaría condenado a disfrutar únicamente los bienes que él pudiera generar o de sus propios inventos y genialidades. El comercio no solo crea riqueza, sino que la distribuye en forma mágica. Ningún otro sistema ni ente, menos un gobierno, puede lograr una distribución de riqueza tan justa como la que produce el libre intercambio de bienes y servicios entre los seres humanos.

1.3.2.- Comercio

Según, **ARELLANO Rolando (2007)**, define al comercio como “el intercambio de bienes o servicios en el que actúan al menos dos personas o entidades, en donde cada una de ellas dispone de algo que la otra parte necesite”. **(Pág.5)**.

Según el autor, **STEWART Rigoberto (2005)**, Indica que “El comercio es el intercambio de bienes, valores y servicios que se realizan entre dos o más personas”. **(Pág.1)**.

Según, **VENTURA Vivianne (2008)**, El “Comercio consiste en la compra y venta de mercancías, con el fin de satisfacer las necesidades de la población”. **(Pág.3)**.

El investigador argumenta que el comercio regula las actividades de intercambio de un producto o servicio entre los productores y compradores con la finalidad de obtener un margen de ganancia dentro del mercado, la condición para el comercio es la existencia de por lo menos dos individuos, y que cada uno dispone de algo que la otra parte necesita; debiendo llegar a un acuerdo sobre el intercambio de bienes y servicios y ambos tienen la capacidad de entregar a su contraparte el objeto de intercambio.

1.3.2.1.- Sistema de especialización e intercambio (SE&I)

El intercambio es lo que conocemos como comercio; sin embargo, cualquier calificación del comercio es, en realidad, una calificación de todo el sistema de especialización e intercambio, ya que sin especialización, no hay intercambio.

Durante el proceso que da vida al SE&I, cada incremento de la especialización produce un aumento de la riqueza creada en la comunidad que conforman los participantes (la riqueza social); es decir, produce un aumento de la cantidad de bienes y servicios (B&S) que se logra disponer para el consumo (esta es la definición de riqueza).

Para cuantificar esa riqueza creada, es necesario expresar cada unidad de los bienes y servicios producidos, en términos de unidades equivalentes de un bien base (las denominamos UE). Al final del proceso de especialización, la riqueza creada por todos los involucrados llega a ser varias veces mayor que la generada en autosuficiencia, con los mismos recursos.

1.3.2.2.- El comercio como un sistema justo

El Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza. Se basa en:

- ✓ Condiciones laborales y salarios adecuados para los productores, que les permitan vivir con dignidad.
- ✓ No explotación laboral infantil

- ✓ Igualdad entre hombres y mujeres: Ambos reciben un trato y una retribución económica equitativa.
- ✓ Respeto al medioambiente: Los artículos se fabrican a través de prácticas respetuosas con el entorno en el que se producen.

Por todo ello, el Comercio Justo es considerado como una herramienta de cooperación. El Comercio Justo constituye, además, un movimiento formado por organizaciones cuyo objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial.

1.3.2.3.- Tipos de comercio

Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero.

**CUADRO N.-2
TIPOS DE COMERCIO**

Comercio Interior		Comercio Exterior	
Al por mayor	Al por menor	Exportaciones	Importaciones
Compras de grandes cantidades de mercancía a los productores.	Venta directamente al público pequeñas cantidades.	Ventas de productos al extranjero.	Compra de productos al extranjero.

FUENTE: VENTURA Vivianne “Introducción al Comercio -2008”

1.3.2.4.- Términos relacionados con el comercio

✓ La balanza comercial

Es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y lo que compra. Cuando el valor de las ventas que hagamos al exterior (exportaciones) sea mayor que las compras que hagamos al exterior (importaciones) será una balanza comercial positiva. Si por el contrario el valor de las importaciones que hagamos es mayor que el de las exportaciones hablamos de una balanza comercial negativa.

✓ La balanza de pagos

Esta balanza recoge todos los movimientos económicos (tanto materiales como servicios). Por eso se podría decir que la balanza comercial está dentro de la balanza de pagos, ya que la balanza comercial solo mide intercambios materiales.

Cuando en la balanza de pagos los ingresos son mayores que los gastos, entonces hablamos de una balanza de pagos excedentaria. Y si el valor de los gastos es mayor que el de los ingresos, entonces hablamos de una balanza de pagos deficitaria.

1.3.3.- Gestión Comercial

Para el autor **ESCUADERO José (2011)**, La Gestión Comercial es “Dar respuesta a las preguntas de quién, dónde, cuándo y cómo se realiza las actividades comerciales y la ejecución efectiva de los recursos de publicidad de la organización” (**Pág.2**).

Según el autor **MICHARD Patrick (2012)**, indica que la Gestión Comercial “Es hacer posible la realización de una operación comercial”. (**Pág.6**).

Según los autores **ILDEFONSO Esteban e ILDEFONSO Elena (2011)** indican que la Gestión Comercial “Es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto, el contacto entre fabricante y consumidor final”. (**Pág.4**).

1.3.3.1.- Importancia

- ✓ La gestión comercial de la empresa es de vital importancia para alcanzar los objetivos estratégicos.
- ✓ Es uno de los componentes claves para el seguimiento y reporte de las ventas realizadas dentro de la entidad.

1.3.3.2.- Elementos

- ✓ Información de registro de clientes, agentes comerciales y distribuidores.
- ✓ Listado de productos con una gestión ágil de actualizaciones de datos, altas y bajas, para clientes y agentes.
- ✓ Formularios de contacto tanto para clientes como para vendedores.
- ✓ Históricos y estadísticas de contactos realizados a través de la web.
- ✓ Envío de emails, para dar aviso de cualquier campaña, noticia o movimiento.

1.3.3.3.- Comercialización

Es el conjunto de actividades cuyo objeto es la producción de bienes y/o servicios de acuerdo a las necesidades de los consumidores; en esta se incluyen técnicas de investigación de mercados, segmentación, estrategias publicitarias, de precios, promocionales, etc.

Para que exista la empresa debe ofrecer al consumidor algo que éste necesite y desee; calidad y precio; por su parte, éste debe dar a la empresa algo que ésta requiere; lealtad y respeto. En otras palabras, el concepto de marketing se encuentra en la base del concepto más amplio de comercio.

1.3.3.4.- Mercadotecnia

Una de las definiciones más reconocidas, la aporta **KOTLER Philip**, “La mercadotecnia es la actividad humana que pretende satisfacer las necesidades, los deseos y expectativas de los consumidores por medio de procesos de intercambio”. Los conceptos centrales de la mercadotecnia, de acuerdo a esta definición son:

- ✓ ***Necesidades:*** Es el estado de privación que siente una persona.

- ✓ ***Deseos:*** Son las formas que adoptan las necesidades, de acuerdo con la cultura y personalidad individual. Los deseos son objetos definidos culturalmente que satisfarán la necesidad.

- ✓ ***Demandas:*** Los deseos y los recursos son limitados, por lo que los consumidores escogen los productos que les dan la mayor satisfacción por su dinero.

- ✓ ***Productos:*** Es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición o consumo, con el fin de satisfacer una necesidad, deseo, o demanda.

- ✓ ***Intercambio:*** Es el acto de obtener un objeto deseado que pertenece a otro ofreciendo algo a cambio. La mercadotecnia ocurre cuando existe la decisión de satisfacer necesidades y deseos mediante un intercambio.

1.3.3.5.- El mercado, dinero e intercambio

En el mundo real existen millones de personas, y miles de bienes y servicios por intercambiar, lo que hace imposible que cada individuo busque una contraparte para explorar la posibilidad de especializarse e intercambiar con ella.

✓ ***El mercado***

Consiste en la concurrencia de dos o más individuos a un sitio determinado para intercambiar sus bienes. En días y horas preestablecidas, se reúnen en el lugar, buscan a los interesados en sus productos (y viceversa), realizan el intercambio y regresan a su casa.

✓ *El dinero*

Como forma de intercambio, el trueque continuó hasta que el hombre descubrió el concepto del dinero, el cual, como medio de intercambio, redujo drásticamente los costos de transacción (costos de intercambio) y revolucionó el comercio de muchas maneras.

✓ *El intermediario*

El dinero también estimuló la llegada de otro elemento propulsor del comercio o la especialización e intercambio: el *intermediario*.

1.3.3.6.- Funciones del marketing en la empresa

✓ *Análisis de las oportunidades*

En una época de fuertes y frecuentes cambios, el éxito o fracaso de las organizaciones está condicionado en un alto grado por la habilidad que muestran para aprovechar las oportunidades o enfrentar las amenazas que el tiempo trae consigo.

✓ *Segmentación y selección de mercados*

Dividir un mercado en grupos más pequeños de distintos compradores, con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos.

✓ *Análisis y pronóstico de la demanda*

El pronóstico de la demanda consiste en hacer una estimación de nuestras futuras ventas (ya sea en unidades físicas o monetarias) de uno o varios productos (generalmente todos), para un periodo de tiempo determinado (generalmente un mes).

El realizar el pronóstico de la demanda nos permitirá elaborar nuestra proyección o presupuesto de ventas (demanda en unidades físicas multiplicado por el precio del producto) y, a partir de ésta, poder elaborar las demás proyecciones o presupuestos.

✓ *Análisis de la competencia*

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las estrategias, ventajas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores, con el fin de poder tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir de la mejor manera posible con ellos.

El análisis de la competencia no solo nos permite estar prevenidos ante los nuevos movimientos o acciones realizados por nuestros competidores, sino también aprovechar sus falencias o debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes o fortalezas, y tomar como referencia sus productos o las estrategias que les estén dando buenos resultados.

✓ *Diseño de las estrategias de marketing*

Las estrategias son todas las actividades que tienen la finalidad de alcanzar o lograr el cumplimiento de los objetivos.

Las estrategias de marketing tienen la característica particular de incluir la creatividad en su diseño, ya que es posible elaborarlas en base a las necesidades de la empresa.

✓ ***Organización e implementación***

Esta función o etapa consiste en que, una vez que ya hemos diseñado nuestras estrategias de marketing, nos organizamos y determinamos nuestros objetivos, los procedimientos, los medios y las personas indicadas que se encargarán de realizar dichas estrategias. Y, a continuación, las implementamos o ejecutamos.

✓ ***Control***

Una vez que ya hemos implementado nuestras estrategias de marketing, nos aseguramos de que se estén aplicando correctamente, de que se estén alcanzando los objetivos propuestos, evaluamos que los resultados obtenidos correspondan con los objetivos propuestos y, en caso de no ser así, tomamos las medidas correctivas.

1.4.-INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

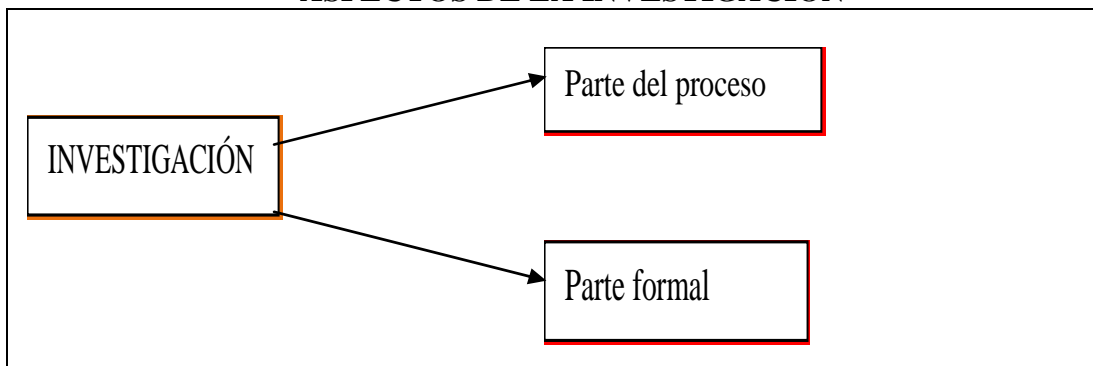
1.4.1.-Investigación

Según el autor, **TAMAYO Mario (2009)**, Indica que “La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”. **(Pág.47)**.

Para **ÁVILA Héctor (2010)**, “La Investigación es un proceso formal, sistemático e intensivo de llevar a cabo el método científico del análisis. Comprende una estructura de investigación más sistemática, que desemboca generalmente en una especie de reseña formal de los procedimientos y en un informe de los resultados o conclusiones”. **(Pág.6)**.

Generalmente se habla de investigación sin diferenciar sus dos aspectos más generales, la Figura N.-6 indica que la investigación parte del proceso formal e informal: como se muestra a continuación.

FIGURA N.-6
ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN



FUENTE: TAMAYO Mario “Proceso de investigación 2009”.

- ✓ *La parte del proceso* nos indica cómo realizar una investigación dado un problema a investigar; es decir, qué pasos seguir para lograr la aplicación de las etapas del método científico a una determinada investigación.

- ✓ *La parte formal* es más mecánica: hace relación a la forma como debe presentar el resultado del proceso seguido en la investigación, lo que comúnmente llamamos el informe final de investigación.

El investigador indica que La Investigación es un proceso orientada a la obtención de conocimientos y a la solución a problemas presentados, utilizando técnicas de carácter científico.

1.4.1.1.- Elementos de la investigación

✓ *Integración de datos*

Consiste en establecer un centro único que sea una fuente común en donde se viertan los datos. Estos, que sirven para entender y pronosticar el comportamiento de los clientes, se ponen a la disposición de todas las áreas funcionales de la compañía para que quien quiera que trate con un cliente cuente con sus antecedentes.

✓ *Tecnología de información*

La función de la investigación es facilitar la integración de datos con medios tecnológicos. Estos se ocupan de funciones tales como los reportes básicos de los

clientes, la extracción de datos, los procedimientos de análisis estadísticos y la visualización de datos.

✓ *Trazar perfiles de los clientes*

Los datos recolectados e integrados sirven para trazar perfiles de los clientes. Estos perfiles se ponen al alcance de todas las áreas funcionales de la compañía a través de la tecnología de información apropiada.

✓ *Interrelación de las tareas del proceso de investigación*

Una vez que quienes toman las decisiones aceptan que necesitan ayuda, deben convocar al investigador de información y dirigir sus esfuerzos a la creación y ejecución de un proceso investigativo de carácter científico.

1.4.1.2.- Características De La Investigación

La Investigación recoge conocimientos o datos de fuentes primarias y los sistematiza para el logro de nuevos conocimientos. No es investigación confirmar o recopilar lo que ya es conocido o ha sido escrito o investigado por otros. La característica fundamental de la investigación es el descubrimiento de principios generales. La investigación parte de resultados anteriores, planteamientos, proposiciones o respuestas en torno al problema que le ocupa, para ello debe:

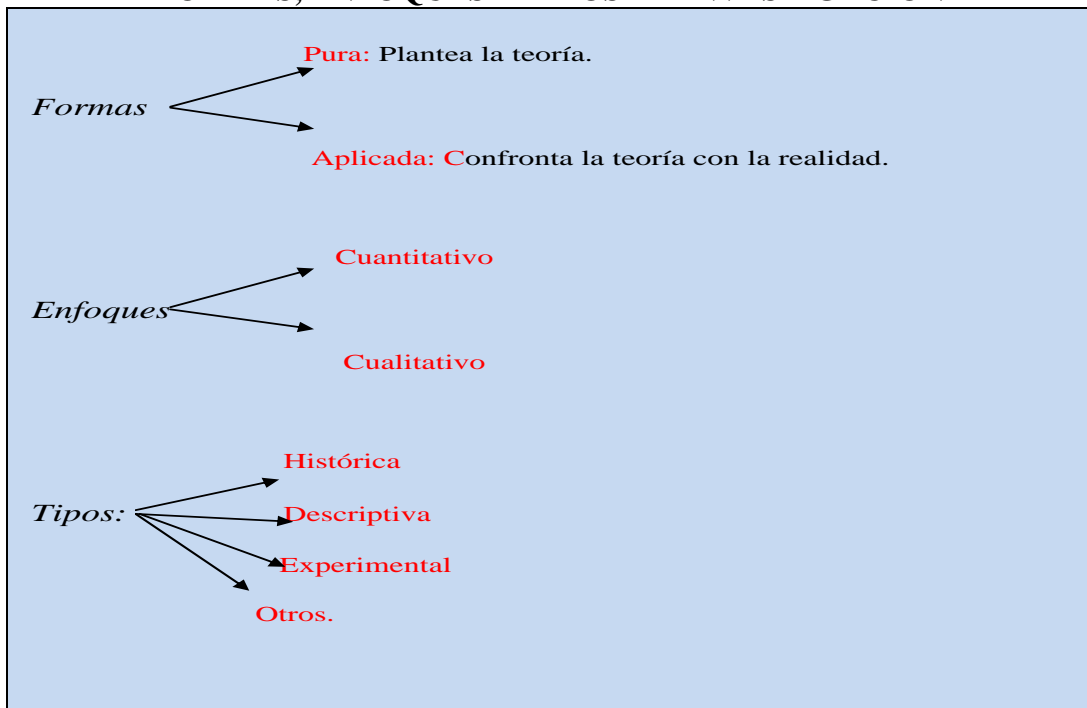
- ✓ Planear cuidadosamente una metodología.
- ✓ Recoger, registrar y analizar los datos obtenidos.
- ✓ De no existir estos instrumentos, debe crearlos.

La Investigación debe ser objetiva, es decir, elimina en el investigador preferencias y sentimientos personales, y se resiste a buscar únicamente aquellos datos que le confirmen sus hipótesis; de ahí que emplea todas las pruebas posibles para el control crítico de los datos recogidos y los procedimientos.

1.4.1.3.- Formas, enfoques y tipos de investigación

Tradicionalmente, de acuerdo a los propósitos inmediatos que persigue el investigador, se plantea formas, enfoques y tipos de investigación, los cuales general diferentes maneras de aplicación, y se desprenden diferentes estudios de investigación, siendo el investigador de acuerdo a su realidad problemática quien toma la decisión de utilizar tal o cual forma, enfoque o tipo de investigación.

FIGURA N.-7
FORMAS, ENFOQUES Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN



FUENTE: TAMAYO Mario "Proceso de investigación 2009".

1.4.1.3.1.- Formas de investigación

✓ *Investigación pura*

Se le da también el nombre de básica o fundamental, se apoya dentro de un contexto teórico y su propósito fundamental es desarrollar teoría mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones o principios. Esta forma de investigación emplea cuidadosamente el procedimiento de muestreo.

La investigación pura tiene por objeto el estudio de un problema destinado exclusivamente al progreso o a la simple búsqueda del conocimiento.

✓ *Investigación aplicada*

Se le denomina también activa o dinámica, y se encuentra íntimamente ligada a la anterior, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Busca confrontar la teoría con la realidad.

Es el estudio y aplicación de la investigación a problemas concretos, en circunstancias y características concretas. Esta forma de investigación se dirige a su aplicación inmediata y no al desarrollo de teorías.

La investigación aplicada, movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de teorías. Conciernen a un grupo particular más bien que a todos en general. Se refiere a resultados inmediatos y se halla interesada en el perfeccionamiento de los individuos implicados en el proceso de investigación.

1.4.1.3.2.- Enfoques de la investigación

Los tipos de investigación como la histórica, descriptiva, experimental y su relación con los tiempos son el punto de partida para el análisis y comprensión de los enfoques investigativos y las denominaciones de investigación cuantitativa e investigación cualitativa.

✓ *Enfoque cuantitativo*

Es un proceso estructurado mediante un patrón preciso y predecible que relaciona y conecta sistemáticamente unas etapas con otras, las cuales no pueden estar aisladas, lo cual permite el tratamiento y confrontación de sus enunciados.

El enfoque cuantitativo se orienta fundamentalmente a la medición de variables y sus relaciones, por lo cual deben ser verificadas para establecer la prueba de hipótesis y validar de esta forma las teorías anunciadas.

✓ *Enfoque cualitativo*

Es de orden explicativo, sin proceder a comprobaciones muy rígidas de la realidad objeto de estudio; permite de forma rápida llegar a situaciones y contextos sociales como grupos y comunidades, pues su diseño flexible enfrenta de forma ágil a las poblaciones objeto de estudio.

Se caracteriza por utilizar un diseño flexible para enfrentar las realidades y poblaciones de estudio en cualquiera de sus alternativas.

1.4.1.3.3.- Tipos de investigación

✓ *Investigación Histórica:* (Describe lo que será)

Trata de experiencias pasadas, se aplica no sólo a la historia sino también a las ciencias de la naturaleza, al derecho, la medicina o cualquier otra disciplina científica.

En la actualidad, la investigación histórica se presenta como una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos del pasado.

✓ *Investigación Descriptiva:* (Interpreta lo que es)

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

✓ *Investigación Experimental:* (Describe lo que será)

Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular.

✓ *Investigación Básica O Pura*

Se realiza para ampliar los límites del conocimiento mismo y se conduce para verificar la aceptabilidad de una teoría determinada.

✓ *Investigación Aplicada*

Se lleva a cabo para contestar preguntas sobre preguntas específicas o para tomar decisiones sobre cursos de acciones en particular.

1.4.2.-Investigación de Mercados

Introducción

La investigación de mercados es actualmente una herramienta fundamental para la gestión empresarial, es esencial para entender los mercados, para definir estrategias y líneas de acción presentes y futuras.

Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.

La investigación de mercados busca garantizar a la empresa, la adecuada orientación de sus acciones y estrategias, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías en la toma de decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos. La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía.

1.4.2.1.-Definición

Para la autora **BENASSINI Marcela (2009)**, la Investigación de mercados es “La reunión, registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general”. **(Pág.4)**.

Según el autor **PRIETO Eliécer (2013)**, define a la Investigación de Mercados como: “Un enfoque sistemático cuya esencia es obtener datos e información para la toma de decisiones más acertadas dentro de un ambiente competitivo. **(Pág.4)**.”

Para los autores **ZIKMUND William y BABIN Barry (2009)**, la Investigación de Mercados es “La aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing, incluyen la definición de oportunidades, problemas, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing”. **(Pág.5)**.

El investigador manifiesta que la investigación de mercados es la aplicación de una serie de instrumentos que permiten recolectar información e interpretar datos para una posterior toma de decisiones.

1.4.2.2.-Objetivos de la investigación de mercados

Toda investigación de mercados debe tener una visión clara y precisa para poder obtener los resultados esperados por la organización, la IM considera tres objetivos básicos:

✓ *Objetivo Social*

Su propósito es recopilar, organizar y procesar la información obtenida en la IM teniendo como actores principales a los consumidores, productores, productos y servicios que una compañía ofrece en el mercado para conocer lo que los clientes piensan y sienten en relación con sus expectativas y necesidades.

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

✓ *Objetivo Económico*

La investigación sirve para aclarar las alternativas de beneficios, utilidad o rentabilidad económica que obtendría la compañía en el sector donde desarrolla su actividad comercial. Determina el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

✓ *Objetivo Administrativo*

La empresa utiliza la investigación de mercados como instrumentos de planeación, ejecución y control para facilitar la toma de decisiones gerenciales con base en lo que necesitan, esperan y desean los consumidores y clientes.

1.4.2.3.-Importancia

El marketing forma parte de las ciencias sociales porque integra actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio, en constancia con la forma como se manejan los mercados debido a los avances de la comunicación digital, a la sensibilidad de los medios, a la globalización, a los movimientos ecológicos, a la geopolítica moderna, entre otros.

Es aquí donde la investigación de mercados sirve para suministrar la información exacta que permita disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones de mercadotecnia, porque se pasa de un enfoque intuitivo y subjetivo a un enfoque sistemático, analítico y objetivo.

Es importante mencionar que la IM funciona no solamente para los productos nuevos sino para los ya existentes y para cualquier proyecto, porque sin ella el riesgo de no saber lo que necesitan los consumidores nos puede llevar al fracaso.

1.4.2.4.-Factores condicionantes de la investigación de mercados

Es muy corriente ver el desconocimiento del mercado en el cual se va a incursionar o en el cual se está actuando a su volumen, dimensión, competencia, etc., pero existen otros factores internos y externos que a veces no se toman en cuenta y dificultan el normal desarrollo de una investigación.

✓ *Factor Capacitación*

La investigación de mercados aun es más arte que ciencia, aunque algunos la consideran una ciencia experimental. De cualquier manera, esta no resuelve todos los problemas de mercadeo de una compañía. Para eso se debe apoyar en la experiencia gerencial.

Por lo anterior es importante que los encargados de hacer la IM sean personas altamente calificadas, bien sean internas o externas, a quienes se les debe suministrar información necesaria para el éxito de la investigación.

✓ *Factor Económico*

Como la IM sirve para disminuir riesgos de inversión es importante que la empresa haga un balance entre los probables beneficios y el resultado que se espera obtener mediante una lista de chequeo de los pasos del proceso investigativo.

✓ ***Factor Tiempo***

La oportunidad de la investigación es clave para que la empresa tome decisiones con la información generada por el equipo de trabajo, para lo cual debe tenerse en cuenta el método, las técnicas y la forma de recolección de datos según el diseño definido.

✓ ***Factor físico***

Es la consideración de la localización, superficie, clima infraestructura u otros elementos que puedan incidir en la realización de la investigación.

✓ ***Factor político***

El investigador debe tener en cuenta la población, forma de gobierno, organización político administrativa, coyuntura política, agremiaciones, grupos de poder, etc.

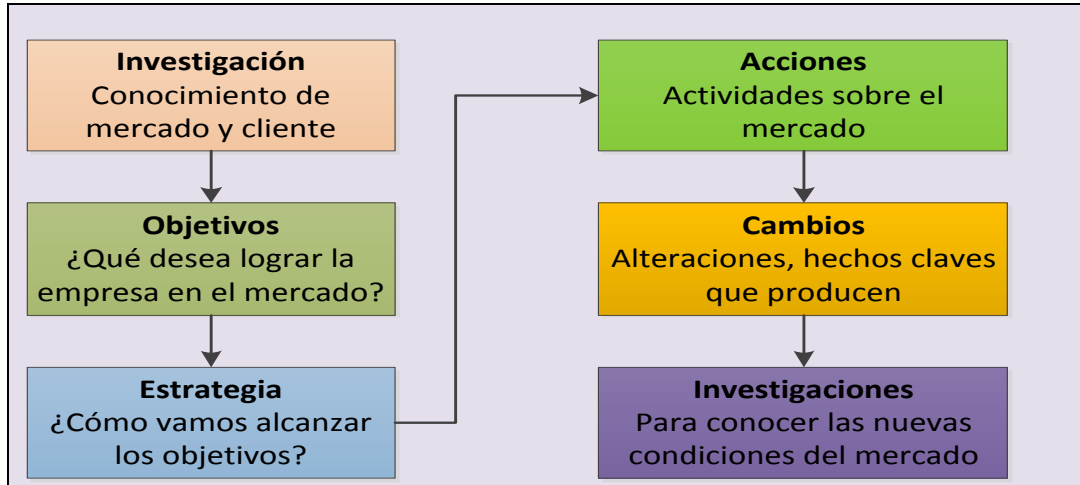
✓ ***Factor cultural***

La investigación debe abarcar la educación, costumbre, religión, idioma y demás como elementos influyentes en una investigación de mercados.

1.4.2.5.- Ciclo de la investigación de mercados

La orientación hacia el mercado con énfasis en el análisis del cliente es una premisa básica para alcanzar el éxito en una empresa. La investigación de mercados no es una actividad aislada del marketing sino que hace parte de su estructura estratégica y por tal razón tiene un ciclo que debe garantizar la sinergia del proceso establecido por la organización.

**FIGURA N.-8
CICLO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**



FUENTE: PRIETO Eliécer “Investigación de mercados-2013”.

1.4.2.6.-Tipos de investigación de mercados

✓ *Investigación Exploratoria*

Es una investigación inicial conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema ambiguo. Por ejemplo se conoce el problema general pero se requiere comprender mejor las dimensiones del problema. No pretende dar evidencia concluyente que determine el curso de acción particular, para eso es necesaria otra investigación.

✓ *Investigación Descriptiva*

Es una investigación consiste en describir las características de una población. Saber de quienes compran un producto, el tamaño del mercado, identificar características de la competencia.

✓ *Investigación Causal*

Es una investigación conducida a identificar las relaciones causa y efecto entre variables. Los dos tipos anteriores preceden a esta investigación. Aquí los investigadores tienen una expectativa sobre la relación que se explicará, como pronosticar la influencia del precio, del empaque, de la publicidad, etc.

1.4.2.7.-Proceso de investigación de mercados

✓ *Toma De Decisiones*

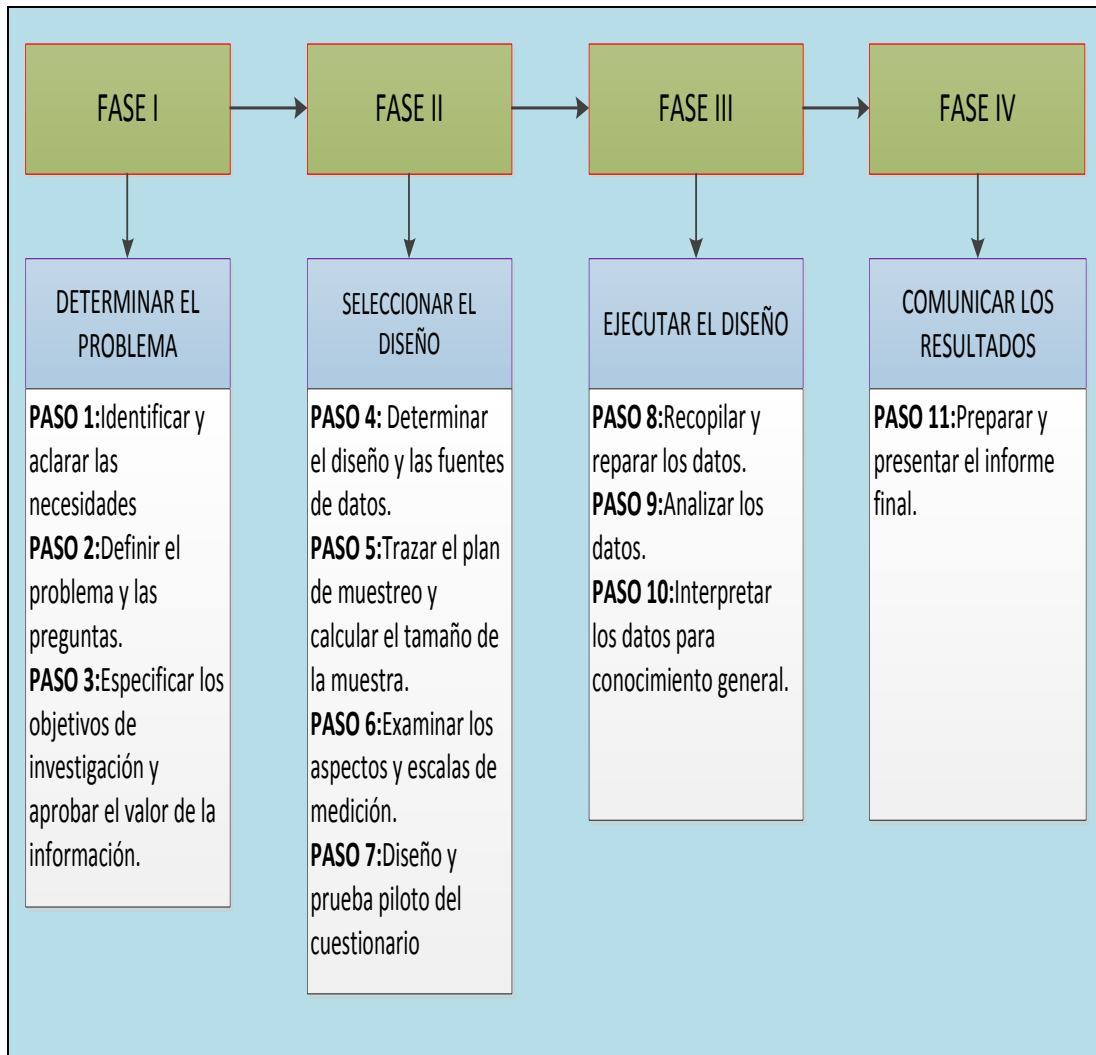
Es el proceso consiste en resolver un problema o elegir oportunidades y alternativas.

- *Certeza*; se refiere a la certeza de la disponibilidad de toda la información necesaria.
- *Incertidumbre*; existe la comprensión de la naturaleza de los objetivos deseados pero la información de las alternativas es incompleta.
- *Ambigüedad*; la naturaleza del problema a resolver no es clara.

1.4.2.8.-Etapas de la investigación de mercados

Se basa en el método científico, lo cual significa que las etapas de investigación de mercados deben ser: lógicos, objetivos, sistemáticos, confiables y válidos.

**FIGURA N.-9
ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**



FUENTE: MALHOTRA Naresh K. "Investigación de mercados-2008"

1.4.2.8.1.- FASE I: Determinar el problema

PASO 1: Identificar las necesidades de investigación

Todo problema de investigación nace de una necesidad, en este paso es donde se concreta el problema existente y está constituido por dos procesos básicos: definición del problema y establecimiento de objetivos de la investigación.

PASO 2: Definición del problema

Primero se efectúa el Descubrimiento del Problema y luego su Definición, en la cual se establecen los objetivos adecuados de la investigación, se formula con claridad el problema o la oportunidad.

Con la definición de los objetivos se establece el tipo de información que debe recopilarse y da una estructura para el objetivo del estudio.

Importancia de la definición del problema

Aunque cada etapa del proceso de investigación es importante, el paso más relevante es la definición del problema, ya que consiste en enunciar el problema general de la investigación de mercados e identificar sus componentes específicos. Solo se puede diseñar y realizar convenientemente una investigación si el problema de investigación de mercados está definido con claridad.

De todas las tareas del proceso de investigación, ninguna es más crucial para la satisfacción definitiva de las necesidades del cliente que una definición correcta del problema de investigación. Todo el esfuerzo, tiempo y dinero invertidos hasta ese momento serían un desperdicio si el problema no se entiende o se define mal.

Proceso de definición del problema y desarrollo del enfoque

Las tareas que comprende la definición del problema consiste en analizar la discusión con los tomadores de decisiones, entrevistas con expertos del ramo y otros conocedores, análisis de datos secundarios y algunas veces investigación cualitativas.

Comprender el entorno hace más fácil la identificación del problema de decisión administrativa, posteriormente este problema se convierte en el de investigación. A partir de la definición del problema de investigación se establece un enfoque apropiado, cuyos componentes son el marco teórico objetivo, los métodos analíticos, las preguntas de investigación, las hipótesis y la especificación de qué información se necesita.

PASO 3: Especificar los objetivos de la investigación

Con el problema o la oportunidad definida, el siguiente paso es determinar los objetivos de la investigación, definiendo y determinando de esta manera que información es necesaria para resolver las preguntas. Una buena manera de establecer los objetivos de una investigación es preguntándose, “¿Qué información se necesita para resolver el problema?”. Se debe entender que: “Objetivos claros ayudan a obtener resultados claros”. Luego de describir y formular el problema y los objetivos, el siguiente paso es preparar un detallado cronograma especificando los diferentes pasos de la investigación.

1.4.2.8.2.- FASE II: Seleccionar el diseño

PASO 4: Determinar el diseño y las fuentes de datos

En la etapa del Diseño de la Investigación se determina la estructura para el plan de acción de la investigación al seleccionar un método básico de investigación. Un Diseño de Investigación es un plan maestro que especifica los métodos y procedimientos para recopilar y analizar información necesaria.

Lo primero que se tiene que recordar es que cada investigación en cada tipo de negocio es diferente, por lo que el diseño puede variar, existiendo infinitos tipos. Los tipos “genéricos” de diseño en investigación son:

✓ *Exploratoria*

Se define como la recolección de información mediante mecanismos informales y no estructurados. La investigación es exploratoria cuando no utilizas ningún modelo anterior como base de tu estudio, la razón más general de usar este acercamiento es que no tienes ninguna otra opción. No se conoce nada, se puede buscar ayuda de fuentes secundarias: internet, libros.

✓ *Descriptiva*

Se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de marketing. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable, contestando ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Qué? y ¿Cuándo? Este tipo de estudios puede describir cosas como, las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias. Analiza datos que ya existen a través de fuentes primarias: Personas, entrevista, encuesta.

✓ *Causal*

Se enfoca en controlar varios factores para determinar cuál de ellos es el causante del problema. Esto permite aislar las causas del problema, al mismo tiempo que entrega un nivel de conocimiento superior acerca de la variable que se estudia. Este tipo de estudio es el más complejo y por ende costoso. Busca la causa y el efecto, la problemática y luego se tiene objetos de estudio.

✓ *Sistemática*

Es aquella que es utilizada para evaluar un proceso mientras se va dando, encuentra el problema y propone soluciones.

Identificar las fuentes de información

Como se muestra en el Cuadro N.-3 en una investigación se puede utilizar datos primarios, datos secundarios, o ambos. La recolección de información tanto de fuentes primarias como secundarias tienen varios medios, los cuales se denominan instrumentos de investigación.

CUADRO N.-3
FUENTES DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA	Observación	Personal Mecánica
	Encuesta	Por correo Telefónico Personales
	Entrevista	Grupos Personales
	Experimental	Test Etiquetas Mercado
RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA	Fuentes Internas	- Registros contables - Bancos de datos de marketing
	Fuentes Externas	- Censos - Publicaciones - Periódicos - Informes

FUENTE: MALHOTRA Naresh K. "Investigación de mercados-2008"

✓ *Los datos secundarios*

Se refiere a aquella que ya existe en algún lugar y se recolectó para otro propósito. Por lo general este tipo de información es menos costosa que la primaria y en ocasiones basta con la revisión de Internet o con una visita a la biblioteca local.

✓ *Fuente de datos secundarios*

Varias fuentes de información secundaria están a disposición del investigador de mercado.

1. Bibliotecas.- Una buena biblioteca es probablemente la mejor fuente de información secundaria. Contiene publicaciones de casi todas las fuentes mencionadas aquí.

2. Gobierno.- El gobierno produce más datos de mercadotecnia que cualquier otra fuente, estos datos están disponibles a precios bajos, no obstante que recolectarlos presenta un costo muy alto. El gobierno tiene acceso a diversos tipos de información (ventas y utilidades de las empresas, ingresos personales) que a una compañía privada es prácticamente imposible conseguir.

3. Empresas privadas.- Las agencias de investigación de mercados, las agencias de publicidad y los fabricantes o distribuidores pueden proveer información requerida por un investigador.

4. Medios publicitarios.- Muchas publicaciones periódicas y estaciones de radio y televisión publican información que los investigadores de mercados no tiene disponible en cualquier lugar.

5. Instituciones universitarias de investigación.- La mayoría de las grandes universidades cuenta con departamentos de investigación y publican resultados que son gran valor para la comunidad de negocios.

6. Fundaciones.- Las fundaciones de investigación no lucrativas grupos afines llevan a cabo muchos tipos de proyectos de investigación.

✓ ***Los datos primarios***

Son datos originales tomados especialmente para el proyecto. Representan estructuras de variables recolectadas y armadas en concreto para una investigación u oportunidad actual y que se interpretan por primera vez. Algunos expertos se refieren a los datos primarios como estructuras de datos de “primera mano”.

✓ ***Fuentes de datos primarios***

Después de terminar con todas las fuentes de información secundaria conveniente, los investigadores pueden verse en problemas por deficiencias de datos. Por esta razón deben dirigirse hacia las fuentes primarias y recolectar la información ellos mismos. En un proyecto de investigación de la compañía, el investigador debe enviar a vendedores, intermediarios o clientes de la empresa para obtener la información pertinente de mercado.

Determinación de métodos para la toma de datos primarios

Existen tres métodos usando ampliamente para coleccionar datos primarios: encuestas, observaciones y experimentación. Normalmente no se utilizan las tres en un proyecto. La elección del método estará determinada por la disponibilidad de tiempo, dinero y personal.

1. El método encuesta.- Una encuesta consiste en recolectar datos y medios de entrevistas a un número limitado de personas (muestra) seleccionando de un grupo más grande. Una encuesta tiene la ventaja de conseguir información de la fuente original.

2. La entrevista.- Es el método más ampliamente usado para la captura primaria de datos; la revista en una encuesta puede ser hecha personalmente por el investigador, por teléfono o por correo.

3. En el método de observación.- En el método de observación los datos son tomados observando alguna acción quien responde no hay entrevista, no obstante que esta puede ser usada como seguimiento para conseguir información adicional, por ejemplo, si se observa un cliente comprar cerveza en lata en lugar de cerveza embotellada, puede preguntarle por qué prefiere una forma de envase a la otra.

4. Método experimental.- El método experimental para conseguir datos primarios requiere establecer un experimento controlado que simule la situación real de mercado tanto como sea posible. La teoría indica que un experimento en pequeña escala proporcionara información de mucho valor para diseñar un programa de mercadotecnia a gran escala.

El método experimental puede utilizarse de diferentes maneras. Una empresa puede fabricar pocas unidades de un producto y probarlo con los empleados o consumidores. La aplicación más importante del método experimental ha sido en pruebas de mercado. La técnica consiste en establecer:

- 1) Un mercado controlado en el que todos los factores permanecen constantes,
- 2) Uno o más mercados de prueba en los que se cambia un factor.

PASO 5: Trazar el plan de muestreo

La muestra es una parte representativa del universo, y se calcula con la finalidad de hacer más sencillo el proceso de investigación ya que en ocasiones resulta casi imposible encuestar a todo el grupo objetivo.

Selección del diseño de la muestra

La etapa de Muestreo es una fase en que se determina quiénes integrarán la muestra, su amplitud y cómo seleccionar las unidades de ésta. Existen dos técnicas básicas de muestreo:

- ✓ *Muestreo Probabilístico:* Es aquella en que cada integrante de la población tiene una probabilidad de selección de cierto valor conocido.

- ✓ *Muestreo No Probabilístico:* Las unidades se seleccionan bajo un criterio. Ejemplos: Aleatorios Simple, Estratificado, Por Cuota, en Grupos, de Criterios.

PASO 6: Examinar los aspectos y escalas de medición

Luego de determinar qué tipo de información es la necesaria, se debe determinar el método en que se logrará obtener dicha información. Existen múltiples métodos dentro de los que se encuentran las encuestas telefónicas, las encuestas por correo o e-mail, encuestas personales o encuestas en grupo.

Por otra parte, existen dos métodos básicos de recolección de información; mediante preguntas o mediante observación; siendo el instrumento más común el cuestionario. Cuando es necesario diseñar un cuestionario se deben tener en cuenta los objetivos específicos de la investigación y seguir una secuencia lógica de pasos que permiten elaborar una buena herramienta de medición. Dichos pasos podrían enumerarse como sigue:

- ✓ *Planear lo que se va a medir:* Consiste en especificar exactamente los que se quiere obtener de cada entrevistado así como las características que tiene la población fijada como meta.

Al realizar este paso es necesario analizar los objetivos de la investigación; ya establecidos previamente, garantizando que estos sean lo suficientemente claros como para que describan; lo más completamente posible, la información que necesita el

encargado de tomar decisiones, la o las hipótesis y el alcance de la investigación. Se debe implementar también, una investigación exploratoria, la cual sugerirá variables pertinentes adicionales y ayudará al investigador a asimilar el vocabulario y el punto de vista del entrevistado típico.

- ✓ *Elaborar el formato de la pregunta:* se tienen tres tipos de formatos para la recolección; el estructurado, el no estructurado y el mixto.

1. Estructurado.- Son listados con preguntas específicas cerradas, en las que se incluyen preguntas de opción múltiple con selección simple o selección múltiple. También se incluyen escalas de referencia y ordenamientos.

2. No Estructurados.- Son preguntas abiertas, donde el encuestado puede contestar con sus propias palabras.

3. Mixto.- Las preguntas de respuesta abierta pueden usarse conjuntamente con preguntas de respuesta cerrada para obtener información adicional, de ahí que en ocasiones se da el uso de preguntas abiertas para dar seguimiento a una de respuesta cerrada (por ejemplo conocer la opinión expresa del encuestado acerca del tema que se está tratando), lo que se conoce propiamente como sondeo.

- ✓ *Redacción y Distribución del Cuestionario:* Las palabras utilizadas en preguntas particulares pueden tener un gran impacto en la forma en que un entrevistado las interpreta, lo que puede ocasionar el cambio en las respuestas que éste proporcione al encuestador.

Por tal motivo, la redacción de las preguntas debe ser sencilla, directa, clara, debe evitar sugerir toda o parte de la respuesta que se pretenda obtener, debe evitar utilizar palabras con significados vagos o ambiguos, deben ser lo suficientemente cortas como para que no confundan al entrevistado y debe ser aplicable a todas las personas a quienes se les va a preguntar.

En cuanto a las decisiones de secuencia y distribución, se debe tomar en cuenta que se debe iniciar por preguntas sencillas de responder y que no causen un impacto negativo en el encuestado y de esta forma ir introduciendo a la persona al cuestionario, es importante evitar preguntas que puedan resultar repetitivas.

PASO 7: Diseño y prueba piloto del cuestionario

Una vez establecido el orden y la redacción de las preguntas se crea un cuestionario preliminar o piloto el cual se aplicará a una pequeña muestra (de 15 a 25 personas aproximadamente) que represente razonablemente a la población que se tiene como meta. A esto se le conoce como "Aplicación de Prueba Piloto".

El propósito de esta prueba es asegurar que el cuestionario realizado cumple con las expectativas de la investigación en términos de información obtenida así como, identificar y corregir las deficiencias que pudieran provocar un sesgo en la misma.

1.4.2.8.3.-FASE III: Ejecutar El Diseño

PASO 8: Recopilar y preparar los datos

Lo primero que se tiene que hacer es entrenar a los encuestadores, quienes serán los encargados de contactar a los encuestados y vaciar las preguntas en un formato para su posterior análisis.

PASO 9: Analizar los datos

El análisis se debe iniciar con la limpieza de la información, con la confirmación de las escalas, verificación del correcto llenado de las encuestas y en ocasiones con pre-tabulaciones (en el caso de preguntas abiertas). Una vez se tiene codificada toda la información el análisis como tal puede dar inicio.

La información también puede ser en una pequeña escala y obtenida mediante información cualitativa, siendo las Sesiones de Grupo la herramienta más usada. Luego de analizar la información se puede hacer deducciones acerca de lo que sucede en el mercado, lo cual se le conoce como “hallazgos”. Estos deben presentarse de una manera ordenada y lógica ante las personas encargadas de tomar las decisiones.

PASO 10: Interpretar los datos

Una vez conseguida la información de tipo estadístico en la fase anterior, será necesario traducir dicha información a términos económicos para que pueda ser entendida por los responsables de marketing de nuestra empresa, para ello, la información estadística ha de ser interpretada.

1.4.2.8.4.- FASE IV: Comunicar los resultados

PASO 11: Preparar y presentar el informe final

El último paso del proceso de la investigación de mercados se elabora un informe donde se incluyan las recomendaciones sobre las medidas que hay que tomar para lograr los objetivos propuestos.

Dicho informe debe redactarse de la forma más simple posible, de tal manera que cualquier persona interesada lo pueda entender, independientemente del departamento para el que trabaje. Por lo tanto, habrá que evitar en la medida de lo posible un lenguaje que contenga demasiados datos, modelos estadísticos o tecnicismos.

Por último, se proponen recomendaciones sobre la decisión que se habrá de tomar. Los reportes de investigación deben tener un capítulo de resumen, el cual será la guía para las personas que no conocen de investigación, haciendo el informe mucho más fácil de leer y seguir una continuidad.

CAPÍTULO II

PARTE I

2.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1.- MARCO INSTITUCIONAL

2.1.1.- Caracterización del Aeropuerto Internacional Cotopaxi

2.1.1.1.-Reseña Histórica

Latacunga es la capital de la provincia de Cotopaxi, está ubicada en la región sierra en su parte central, por su ubicación privilegiada se encuentra cerca a ciudades importantes como Quito y Ambato.

El Aeropuerto Internacional Cotopaxi, antes de convertirse en un aeropuerto civil, era una terminal y base militar aérea, cuya creación se remonta el 10 de mayo de 1929. Se construyó el campo de aviación, que desde en aquel momento mantiene una destacada y particular historia en la aeronáutica del país.

El 5 de enero de 1991, mediante decreto ministerial número 066, se declara al aeropuerto de Latacunga como “aeropuerto civil militar” alternativo al internacional Mariscal Sucre de Quito. Bajo estas circunstancias, el 15 de abril de 1994 previa autorización del Consejo de Aviación Civil, se declara a la vez a esta terminal como Aeropuerto Internacional de carga y alternativo de pasajeros del Mariscal Sucre.

El 30 de abril de 1994 las Fuerzas Armadas Ecuatorianas (FAE), obtuvo el certificado internacional de operaciones por parte de Federal Aviation Administration (FAA) o Administración Federal de Aviación de los Estados Unidos de Norte América. A partir de este año, el aeropuerto viene funcionando para descongestionar las operaciones aéreas del aeropuerto de Quito y trasladar a Latacunga el transporte aéreo de carga, sirviendo además como medio de comunicación internacional para contribuir al desarrollo de Cotopaxi y a la zona central del país.

Hoy en día la ciudad de Latacunga posee el Aeropuerto Internacional Cotopaxi, cuya actividad principal es proporcionar el mantenimiento de aeronaves; desarrollar proyectos tecnológicos; efectuar el mantenimiento del material de la Defensa Aérea; capacitar al personal de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE) para disminuir la dependencia tecnológica extranjera.

La operación aeroportuaria benéfica al sector florícola y a los exportadores de tubérculos, la región cotopaxense es productora de una gran variedad de rosas las cuales son exportadas a diferentes destinos del mundo; por el contrario los servicios del aeropuerto incrementa el potencial turístico dentro de la ciudad, su operación genera movimiento comercial para el sistema hotelero, cooperativa de transportes y agencias de viaje; proporcionando mayores ingresos fiscales para el estado.

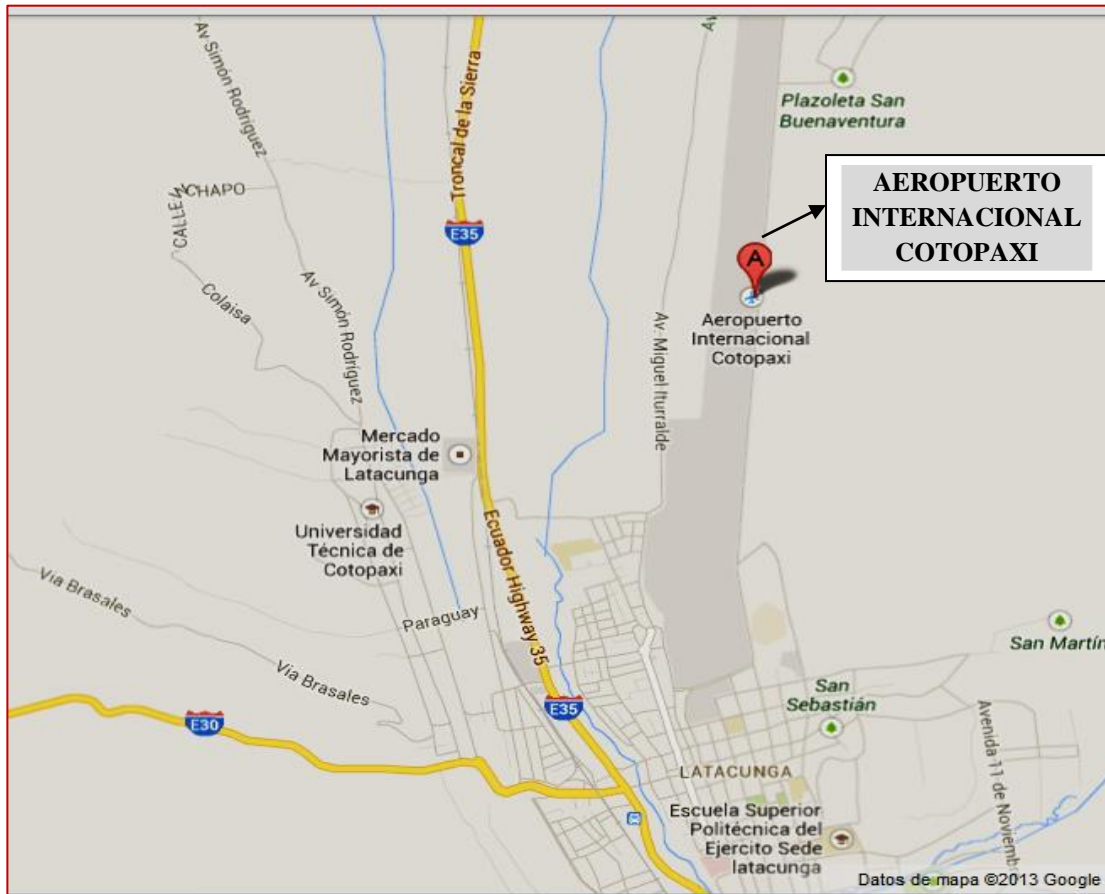
Nuestro estudio se enfatizará en un sector importante de la economía: **LOS HOTELES** de la ciudad de Latacunga, que tienen la capacidad para hospedar a turistas nacionales y extranjeros, se encuentran concentrados en el centro de la ciudad a través de los hostales, hoteles, pensiones y moteles que garantizan un buen servicio.

2.1.1.2.-Ubicación Geográfica

Como se muestra en la Figura N.- 10 el Aeropuerto Internacional Cotopaxi se encuentra localizado en la Provincia de Cotopaxi Cantón Latacunga, región sierra, sus límites son:

- *Norte:* Pichincha.
- *Sur:* Tungurahua.
- *Este:* Napo.
- *Oeste:* Los Ríos.

FIGURA N.- 10
MAPA DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI



FUENTE: www.googlemaps.com

2.1.1.3.-Visión

Ser el mejor aeropuerto internacional de la región, reconocido por la seguridad de sus operaciones aéreas, por la calidad y excelencia de sus servicios al pasajero y la carga; destacado por su estratégico aporte al transporte aéreo e intermodal y como centro de nuevas oportunidades de negocio.

2.1.1.4.-Misión

Garantizar el seguro, eficiente y económico movimiento de pasajeros y el intercambio de bienes y servicios, mediante la generación de un sistema aeroportuario de alta calidad, que se oriente a una operación sustentable y que agregue valor a los servicios que presta.

2.1.1.5.-Valores Corporativos

✓ *Responsabilidad Pública*

Nuestra responsabilidad dentro de la administración pública implica el máximo compromiso con nuestras operaciones. Nos esforzamos en ejecutar el mejor y transparente uso de los bienes públicos, otorgados para la administración del Aeropuerto. Contribuimos activamente al desarrollo y bienestar del Estado al que finalmente servimos.

✓ *Orientación al cliente*

Nuestro permanente compromiso y esfuerzo debe dirigirse a conocer y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, anticipándonos a sus exigencias.

✓ *Orientación a los resultados*

El logro de nuestros objetivos es el principal indicador de la eficiencia de nuestras actuaciones. Nuestra gestión administrativa se basa en la planificación, programación y prevención de contingencias, de manera que logremos optimizar el uso de nuestros recursos.

✓ *Orientación a nuestros colaboradores*

Nuestros colaboradores son el principal activo de nuestra organización y consideramos que su capacitación, desarrollo, motivación, conciliación de su vida familiar y profesional, son factores esenciales para desempeñar nuestra misión y lograr nuestros objetivos. La honestidad, integridad y el trabajo en equipo son valores que promueven nuestros colaboradores.

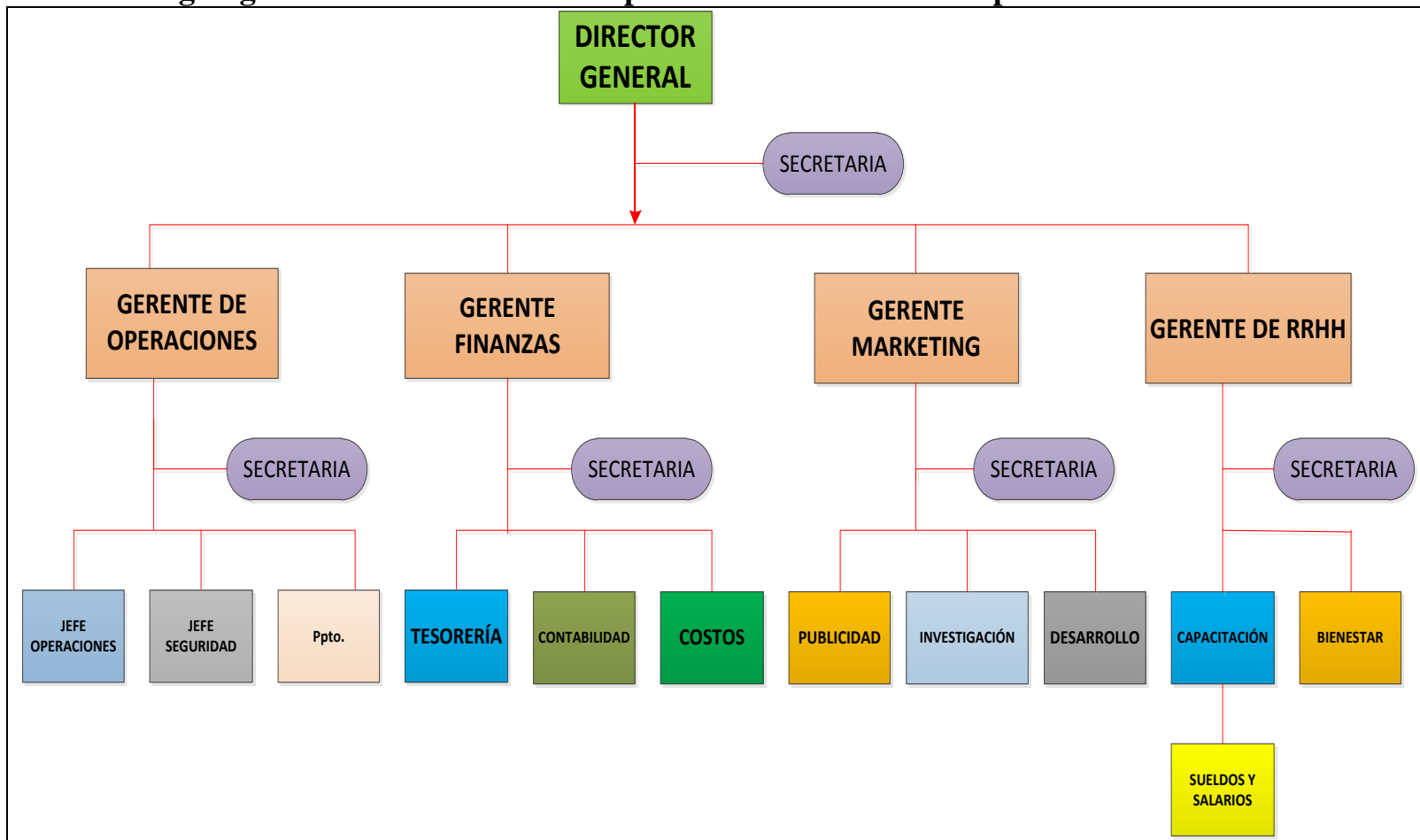
✓ *Excelencia operacional y tecnológica*

Como empresa de servicios en continua operación, buscamos la mejora continua de nuestros procesos y aplicamos las últimas tecnologías para alcanzar la máxima calidad de nuestros servicios e infraestructuras.

2.1.1.6 Actividad

El Aeropuerto Internacional Cotopaxi, uno de los más grandes e importantes del país, es utilizado como pista de contingencias del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y como centro de transporte de carga y pasajeros desde la zona central de Ecuador. Se ha realizado la ampliación de sus instalaciones para brindar mejor servicios a usuarios (transporte de mercancía y pasajeros), la construcción de una pista alterna lateral taxiway.

2.1.1.7.- Organigrama estructural del Aeropuerto Internacional Cotopaxi



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi

CUADRO N.-4
FICHA TÉCNICA DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI

Nombre del Aeropuerto	Internacional Cotopaxi
Código IATA del aeropuerto	LTX
Ciudad	Latacunga
País	Ecuador
Continente	Sur América
Código del país	EC
Longitud	78° 37' 0,000000" W
Latitud	0° 56' 0,000000" N
Huso horario	-05:00

FUENTE: <http://www.europelowcost.es/aeropuertos/latacungacotapaxiinternational-ltx.aspx>.

ELABORADO: Investigador.

CUADRO N.-5
DETALLES DEL AEROPUERTO DE LATACUNGA

La compañía aérea más popular del Aeropuerto Internacional Cotopaxi LTX	TAME
El vuelo actualmente más frecuente con salida del Aeropuerto Internacional Cotopaxi LTX	HACIA MADRID (MAD)
El vuelo actualmente con mayor llegada al Aeropuerto Internacional Cotopaxi LTX	MADRID (MAD)

FUENTE: <http://www.europelowcost.es/aeropuertos/latacunga-cotapaxiinternational ltx.aspx>

ELABORADO: Investigador.

2.1.1.8.-Descripción de servicios

✓ *Vuelos Nacionales*

Aquellos realizados entre dos puntos que se encuentran en las fronteras de un mismo estado, para cuyo trayecto no sea necesario sobrevolar territorio de otro país.

CUADRO N.-6

VUELOS NACIONALES OFERTADOS POR EL AEROPUERTO COTOPAXI

CIUDAD DE ORIGEN	CIUDAD DE DESTINO
Vuelos Latacunga (LTX)	Guayaquil (GYE)
Vuelos Latacunga (LTX)	Coca (OCC)
Vuelos Latacunga (LTX)	Manta (MEC)
Vuelos Latacunga (LTX)	Cuenca (CUE)
Vuelos Latacunga (LTX)	Lago Agrio (LGQ)
Vuelos Latacunga (LTX)	Loja (LOH)
Vuelos Latacunga (LTX)	Quito (UIO)
Vuelos Latacunga (LTX)	Galápagos (GPS)
Vuelos Latacunga (LTX)	Esmeraldas (ESM)
Vuelos Latacunga (LTX)	Tulcán (TUA)
Vuelos Latacunga (LTX)	Macas (XMS)

FUENTE: <http://vuelos.idealos.es/aeropuerto/Latacunga-LTX/Ecuador-EC/>

ELABORADO: Investigador.

✓ *Vuelos Internacionales*

Su origen y destino pertenecen a un mismo territorio, pero para realizar el trayecto se ha traspasado fronteras, dicho vuelo estará a la legislación Internacional.

CUADRO N.-7

VUELOS NACIONALES OFERTADOS POR EL AEROPUERTO COTOPAXI

CIUDAD DE ORIGEN	PAÍS DE DESTINO
Latacunga (LTX)	Bogotá (BOG)
Latacunga (LTX)	Luxemburgo (LUX)
Latacunga (LTX)	Nueva York (JFK)
Latacunga (LTX)	Bruselas (BRU)
Latacunga (LTX)	Miami-Internacional (MIA)
Latacunga (LTX)	Charlotte (CLT)
Latacunga (LTX)	México City (MEX)
Latacunga (LTX)	Córdoba (COR)
Latacunga (LTX)	Medellin (MDE)
Latacunga (LTX)	Cali (CLO)
Latacunga (LTX)	La Habana (HAV)
Latacunga (LTX)	Madrid (MAD)
Latacunga (LTX)	Barcelona (BCN)
Latacunga (LTX)	Aguadilla (BQN)
Latacunga (LTX)	Londres (LON)

FUENTE: <http://vuelos.ideal.es/aeropuerto/Latacunga-LTX/Ecuador-EC/>

ELABORADO: Investigador.

✓ *Vuelos Comerciales*

Está destinado al transporte de mercancías y productos tanto para la importación como para la exportación, es el que suelen utilizar las compañías aéreas.

**CUADRO N.-8
LÍNEAS AÉREAS DE CARGA Y DESTINOS**

AEROLÍNEAS	DESCRIPCIÓN
CARGOLUX	Es una aerolínea dedica exclusivamente al transporte de carga.
SKYLEASE CARGO	Es el segundo mayor centro de operaciones de vuelos de carga

FUENTE: <http://vuelos.idealos.es/aeropuerto/Latacunga-LTX/Ecuador-EC/>

ELABORADO: Investigador.

✓ *Vuelos Regulares*

Tiene un horario, frecuencia, itinerario, precios fijos y públicos, se realiza con fines lucrativos y debe ser accesible a cualquier persona.

✓ *Vuelos Chárter*

Tiene que contratado, es decir, supone el alquiler de un avión a una aerolínea para no tener que ceñirse a una ruta comercial o bien suele utilizarse para desplazar a un grupo de personas en exclusiva.

**CUADRON.-9
LÍNEAS CHÁRTER**

TAME es una aerolínea del Ecuador. Ofrece servicios de transporte en vuelos chárter a :	Cartagena de Indias	San Andrés
	Panamá	Punta Cana
	Jamaica	Habana
	Curaco	Varadero
Con sus correspondientes operadoras: Decameron, Viamerica, Feritur, PGV y Maxitravel.		

FUENTE: <http://vuelos.idealos.es/aeropuerto/Latacunga-LTX/Ecuador-EC/>

ELABORADO: Investigador.

2.1.1.9.- Aeropuertos del Ecuador

Ecuador es un país pequeño pero ofrece a sus viajeros confortables aeropuertos en las principales ciudades del país que le ayudarán a transportarse en solo cuestión de minutos de un lugar a otro.

CUADRON.-10 PRINCIPALES AEROPUERTOS DEL ECUADOR

- Guayaquil	<i>Aeropuerto Simón Bolívar</i> Tel: (04) 2 393 798 Fax: (04) 2 393 768
- Quito	<i>Aeropuerto Mariscal Sucre</i> Vía Tababela – Yaruquí, Zona Franca Nuevo Tel: +(593 2) 395-4200 / +(593 2) 395-4300 Sitio web:aeropuertoquito.aero
- Esmeraldas	<i>Aeropuerto Tachina</i> Tel: (06) 2 722 261
- Latacunga	<i>Aeropuerto Internacional Cotopaxi</i> Dentro del perímetro urbano al noroeste de la ciudad de Latacunga Tel: (03) 2 811 800/ 2 811 710/ 2 811 500
- Manta	<i>Aeropuerto Eloy Alfaro</i> 2.5 Km al este de Manta Tel: (05) 2 622 520/ 2 621 580
- Bahía de Caráquez	<i>Aeropuerto Los Perales</i> En San Vicente dentro del perímetro urbano al sur de la ciudad Tel: (05) 2 674 042 / 2 674 146
- Cuenca	<i>Aeropuerto Mariscal Lamar</i> Av. España Tel: (07) 2 862 203 / 2 806 709 www.aerpuertocuenca.ec

- Coca	<i>Aeródromo Francisco de Orellana</i> Tel: (06) 2 880 185
-Ibarra	<i>Aeródromo Atahualpa</i> Tel: (06) 2 950 014/ 2 957 618
- Islas Galápagos	<i>Aeropuerto San Cristóbal</i> San Cristóbal Tel: (05) 2 520 504
- Nueva Loja	<i>Aeropuerto de Lago Agrio</i> Tel: (06) 2 830 442
- Macas	<i>Aeropuerto Coronel Edmundo Carvajal</i> (07) 2700258 arptomacas@andinanet.net
- Loja	<i>Aeropuerto Dr. Camilo Ponce</i> El aeropuerto se localiza a 21km al Oeste de Loja y 4km de Catamayo. Teléfono: 267-7888 / 267-7140
- Machala	<i>Aeropuerto General Manuel Serrano</i> arpto.machala@dgac.gov.ec 2930620
- Tena	<i>Aeropuerto Galo de la Torre</i> (06)2886895 adtenec@ecnet.ec
- Tulcán	<i>Aeropuerto Teniente Coronel Luis A Mantilla</i> (06) 2983762 arptotulcan@andinanet.net
- Pastaza	<i>Aeropuerto Shell – Río Amazonas</i> (06) 2955244 arptorioamazonas@andinanet.net

FUENTE: http://queguia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=434
ELABORADO: Investigador.

**CUADRO N.-11
DESARROLLO AEROPORTUARIO Y TURÍSTICO EN LATACUNGA**

AEROPUERTO	FORTALEZAS TURISTICAS	NECESIDAD	AEROLINEAS	OPERACIÓN–VUELOS ACTUALES
AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI Provincia: Cotopaxi Ciudad: Latacunga CODIGO IATA: LTX Tipo: militar-civil	-Una Infraestructura moderna con Parque aeronáutico y facilidades, servicios para el pasajero. -Atractivos naturales cercanos al sector. -Pista alterna “taxiway” (en planificación). -Planificación de Tarifas más económicas	-Terminar ampliación de sus instalaciones. (Infraestructura a mejorada) -Desarrollar conectividad: Incorporar mayor frecuencias nacionales e internacionales -Mejorar la promoción de sus vuelos. -Desarrollar el Tour virtual del aeropuerto (en su web oficial) -Ampliar la gama de servicios aeroportuarios.	-Tame -Saereo -Sudamericana de aviación	Actualmente se realizan. VUELOS NACIONALES Guayaquil Y Coca Desde Octubre 2013: NACIONALES Guayaquil, Cuenca Y Manta <i>INTERNACIONALES:</i> CANCUN, MEXICO, CUBA.

FUENTE: www.dgac.gob.ec/latacunga/

ELABORADO: Investigador.

2.1.1.10.-Factor economico de la zona

La ciudad de Latacunga se caracteriza por su intenso comercio, especialmente en la zona central, donde día a día cientos de personas realizan esta actividad, esto se debe al centro poblado que es el eje del desarrollo de diversas actividades entre las que destacan la industria de productos lácteos, metalmecánica, de harinas, licores, madera aglomerada, bloques para la construcción; también existen, empresas florícolas muy importantes, las cuales han sido generadoras de gran cantidad de empleo para familias de la ciudad.

Un factor influyente es el turismo, que ha tomado auge constituyendo un significativo ingreso económico tanto para la ciudad y sus habitantes como para el país, en especial la hotelería, que genera beneficios en las zonas de influencia, tenemos la creación de empleo para personas que habitan en las cercanías, circulan divisas que incrementan el PIB por la circulación del capital o de dinero, constituye un factor de mejoramiento de los lugares turísticos al influir directamente en la infraestructura existente, se genera impuestos que se verán reflejados en mejoras a las localidades y principalmente mueven la actividad económica en su entorno.

Registro y sistematización de los servicios Hoteleros de la ciudad

El Ministerio de Turismo y el Catastro de actividades turísticas de la ciudad de Latacunga son el resultado del proceso de recopilación de información para obtener datos referenciales y de relevante importancia del servicio de hospedaje ofertado en la ciudad. A continuación se detalla los establecimientos (servicios de hospedaje) por tipo y por categoría legalmente registrados:

**CUADRO N.-12
SERVICIOS DE HOSPEDAJE**

Tipo De Establecimiento	Características	Número De Habitaciones	Categoría
Hotel	Establecimiento que ocupa un edificio completo o una parte independiente de uno	Más de 30	Primera Segunda Tercera
Hostal	Ofrece servicio de hospedaje y alimentación	12 a 29	Primera Segunda Tercera
Hostal residencial	Presta servicios de hospedaje con desayuno	12 a 29	Primera Segunda Tercera
Hostería	Situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que este dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general.	Más de 16	Primera Segunda Tercera
Pensión	Ofrece Servicios de alimentación y hospedaje	Entre 6 y 11	
Moteles	Oferta servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior	6 o más	N/A

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador

2.2.- Marco Temporal

El periodo en el cual se realizara la investigación será desde Septiembre 2013 hasta Febrero 2014, en el lapso de este tiempo se obtendrá información necesaria lo cual aportará a la formación de la problemática, con el fin de contribuir con una investigación de mercado, que será beneficiosa para comprender la incidencia del Aeropuerto en el sector hotelero de la ciudad.

2.3.- Marco Espacial

El presente trabajo de investigación será aplicado a los hoteles de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, Sector Urbano.

2.4.- Diseño Metodológico

Para la solución de la propuesta investigativa se utilizaran un conjunto de mecanismos, procedimientos, técnicas, estrategias o actividades que servirán como herramientas, con la finalidad de que estas nos permitan alcanzar los objetivos propuestos, constituyendo la vía más directa para comprender un hecho o fenómeno y resolver el problema de estudio.

2.5.- Tipos de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva porque permite caracterizar y detallar, a través de la aplicación de técnicas de análisis y síntesis como se manifiesta el problema o motivo de la investigación, mediante este análisis se logrará conocer cuáles son las consecuencias favorables y desfavorables del incremento de

operaciones aéreas y su incidencia en el sector hotelero de la ciudad de Latacunga; como también permitirá establecer la situación real en la que encuentra el Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

2.5.1.- Investigación Documental.- La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.).

En el presente trabajo se aplicó la investigación documental por cuanto se utilizó libros para obtener información necesaria para el desarrollo del trabajo investigativo.

2.5.2.- Investigación Campo.- La investigación de campo es entendida como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza, explicar sus causas, y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

En el presente trabajo se aplicó la investigación de campo que permitió obtener los datos de mayor interés de forma directa de la realidad.

2.6.- Metodología

La metodología que ha seleccionado el investigador es el no experimental; por cuanto no se va a manipular variables, lo que se va a instrumentar es un estudio de la realidad socioeconómica en la que se desenvuelve el sector hotelero de la ciudad de Latacunga para determinar la incidencia del Aeropuerto en la economía de las ciudad y aportar documentalmente con una Investigación de Mercados con opiniones y resultados reales del mercado actual:

2.6.1.-Deductivo.- Suele pasar de lo general a lo particular, de tal forma que parte de enunciados de carácter universal y utilizan instrumentos científicos, para deducir enunciados particulares. En la presente investigación se utilizó este método la cual permitió obtener información a través de la aplicación de instrumentos y recolección de datos para así obtener resultados específicos para dar solución al problema.

2.6.2.-Analítico.- Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

Este método permite analizar la información sobre el incremento de vuelos en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi y su impacto socio-económico en el sector hotelero de la ciudad de Latacunga, con la finalidad de obtener resultados óptimos de la investigación, los mismos que se verán reflejados sintéticamente al concluir el trabajo investigativo.

2.6.3.-Sistemático Estructural.- Categoriza jerárquicamente elementos teóricos a través de la sistematización de contenidos, además con este método se organiza los contenidos teóricos que intervienen en la investigación propuesta, siguiendo así una secuencia lógica de trabajo para obtener resultados auténticos.

2.6.4.-Investigación Documental.- Se caracteriza por el empleo predominante de registros como fuentes de información generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica.

Este método se emplea con el propósito de obtener información documentada sobre el incremento de operaciones aéreas y la participación hotelera de la ciudad de Latacunga siendo considerados factores importantes para nuestro estudio.

2.7.-Técnicas de investigación

En la presente investigación se aplicara tres técnicas de recolección de datos muy importantes y necesarios que a continuación se detallan:

2.7.1.-Entrevista.- Es la interacción entre dos personas, el entrevistador (quien hace las preguntas) y el entrevistado (quien responde).

Esta técnica será aplicada a las autoridades del Aeropuerto Internacional Cotopaxi de la ciudad de Latacunga, con su ayuda se podrá visualizar el mejoramiento de actividades aéreas y su incidencia en el sector económico de la ciudad.

2.7.2.-Observación Directa.- Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se investigó, con el fin de obtener determinada información.

La observación se la realizará en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi, lo cual permitirá tener información real de la operatividad del aeropuerto y sus instalaciones para diagnosticar fortalezas y debilidades

2.7.3.-Encuesta.- Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o institución con el fin de conocer opiniones o hechos específicos.

Esta técnica será aplicada a los dueños de los Hoteles del sector urbano de la ciudad de Latacunga con la finalidad de obtener información económica e iniciar acciones para la interpretación de información.

2.8.- Instrumentos investigación

2.8.1.-Entrevista Estructurada.- La entrevista estructurada es un dialogo intencional, una conversación que el entrevistador establece con el sujeto investigado, con el propósito de obtener información.

A través de la entrevista estructurada se obtendrá información para conocer la opinión de las autoridades del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

2.8.2.-Ficha de Observación.- La ficha de observación es aquel documento mediante el cual es posible tener toda la información posible de un tema en particular puede ser información sobre alguien o sobre algo, esta obtención de datos son el resultado de la observación.

La ficha de observación es un instrumento de gran importancia para obtener información directa sobre las actividades cotidianas que realizan el Aeropuerto Internacional Cotopaxi, a la vez este instrumento permitirá conocer la situación actual de la terminal aérea y el manejo de sus operaciones constituyendo una herramienta fundamental para diagnosticar las necesidades y fortalezas del aeropuerto.

2.8.3.-Cuestionario.- El cuestionario es un conjunto de preguntas preparado cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación para que sea contestado por la población o su muestra.

El cuestionario será aplicado a los dueños de los Hoteles de la ciudad de Latacunga, será estructurado con preguntas abiertas y cerradas las cuales permitirá recabar información necesaria para el desarrollo del trabajo investigativo.

2.9.-Fuentes de información

2.9.1.-Fuentes primarias.- Se recolecto información necesaria para responder a las necesidades inmediatas de la investigación a través de la observación, entrevista, fotografías, encuestas, apuntes de investigación, análisis estadístico.

2.9.2.-Fuentes secundarias.- Los datos obtenidos para el desarrollo de la investigación se obtuvo mediante: tesis, libros, páginas de internet, enciclopedias, folletos de capacitación, fuentes bibliográficas, etc.

2.10.- Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta sencilla que permite realizar un diagnóstico rápido de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos que la afectan y así poder delinear la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos inherentes a la empresa.

**CUADRO N.-13
MATRIZ FODA**

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia Infraestructura • Personal capacitado • Líder en el mercado de la ciudad, mayor participación en el mercado • Adecuada tecnología para el desarrollo de sus actividades • Mayor apertura comercial y turística • Buena situación geográfica • Paisajes esplendorosos tanto urbanos como rurales • Minimización del tiempo para viajar dentro de la zona ecuatoriana. • Minimización de traslado de productos tanto importados como exportados • Implementación de frecuencias nacionales a principales ciudades del país 	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de los clientes (viajeros). • Políticas del gobierno aplicadas al mejoramiento del aeropuerto • Mejoramiento vial tanto de la provincia como el cantón • Mayor ingresos económico para la ciudad • Apertura de nuevas plazas laborales para los residentes de la ciudad de Latacunga • Disminución de la tasa de desempleo • Zona cuenta con producción de flores y brócoli destinados a la exportación. • Aeropuerto utilizado como alternativo al Mariscal Sucre. • Apertura de nuevos mercados internacionales • Incremento de exportaciones de productos existentes en la región.
DEBILIDAD	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de vuelos internacionales mínimas • Poca información en su página web y sitio electrónico • Escasas líneas aéreas de carga • Falta de publicidad y propaganda • Alto costo de estacionamiento • Bajas coberturas de rutas internacionales • Incremento de tráfico vehicular 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes antinarcóticos operen dentro de la ciudad • Incremento de precios del barril de petróleo • Incremento de la delincuencia • Aumento de las tasas de Aeropuerto • (Inestabilidad política) Existencia de eventualidades como la ocurrida el 11 de septiembre del 2011 • Alto costo de tarifas aéreas en comparación con precios ofrecidos por la competencia • Aumento de contaminación(mayor exceso de ruido) • Cambios climáticos • Poca asignación de presupuesto • Medio de movilización más caro.

FUENTE: Primaria

ELABORADO: Investigador.

2.11.- Unidad de análisis

Se entiende por unidad de estudio al grupo de personas que deseamos analizar, el investigador considera que es necesario obtener el tamaño de la muestra de la oferta hotelera de la ciudad de Latacunga ya que de una u otra manera este importante sector de la economía se beneficia de los servicios aeroportuarios.

2.11.1.- Población y Muestra

2.11.2.- Población o Universo

Población o universo es el conjunto de estudio de personas, objetos o fenómenos sobre los cuales se puede realizar observaciones, a continuación se detalla nuestra población objeto de análisis.

CUADRO N.-14

CLASIFICACIÓN DEL SISTEMA DE HOSPEDAJE

ACTIVIDAD	TIPO	CANTIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA
Alojamiento	HOTELES Y HOSTALES	27	7	Primera
			10	Segunda
			10	Tercera
	HOSTAL RESIDENCIAL	15	5	Primera
			6	Segunda
			4	Tercera
	PENSIONES	3	3	Tercera
	MOTELES	10	6	Primera
			3	Segunda
			1	Tercera
TOTAL		55	55	

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador

**CUADRO N.-15
HOSTALES Y HOTELES EN LATACUNGA**

ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN
EL MARQUEZ	Nelson Bayardo Espinel Gordillo	Márquez De Maenza Y Rooselvet
EL ALAMO	Germánico Patricio Pazmiño Corrales	2 De Mayo Y Juan A. Echeverría
CENTRAL	Janineh Abedrabo	S. De Orellana Y P. Salcedo
QUILOTOA	Mariana Pazmiño	Eloy Alfaro Y Julio Andrade
LATACUNGA	Víctor Emilio Álvarez Quiroz	Eloy Alfaro
RODELU	Juan Francisco Rocha	Quito 7341 Y Padre Salcedo
MAKROZ	Marcelo Romero Vázquez	Félix Valencia 8-56 Y Quito
EL SALTO	Manuel Alberto Ocaña Poveda	Félix Valencia, Plaza El Salto
HOSTAL TIANA	Katrien Djong	Guayaquil 532 Y Quito
LLACTACUNGA	Cesar Álvarez Blanca Coello	Eloy Alfaro Y 79213 Y Gral. Maldonado
HOSTAL PILLAREÑITA	Rosario De Lourdes Albán	Av. Marco A Subía Y Río Guayas
HOSTAL SUNRISE	Patricio Pazmiño Francisca Díaz	Calle González Suarez Y Av. Benjamín Terán
ROSIM	Kelly Florencia Rocha	Quito 7335 Y Padre Salcedo

HOTEL VILLA DE TACVNGA	Chanatasig Alcocer Nelson Willians	Sánchez De Orellana 74-67 Y Guayaquil
HOTEL RADIZON'S	Tello Cazañas Sandra De Las Mercedes	Av. Amazonas Y Padre Salcedo
JIMMY	Jaime Alonso Corrales Borja	Av. 5 De Junio 1-89 Y Av. Cotopaxi
HOTEL DOMUS	Bacigalupo Buenaventura Dalton Emory	Belisario Quevedo Y General M.
HOSTAL ENDAMO	Naranjo Vizcarra Enrique Abelardo	Dos De Mayo 4-38 Y Gral. Maldonado
CABAÑAS LA LAGUNA	Anchatuña Panchi Carlos Aníbal	Chimborazo Subida A Santan
MAKROZ	Marcelo Romero Vázquez	Félix Valencia 8-56 Y Quito
EL GRAN HOTEL JULIO SANPEDRO	Sampedro Almache Segundo Julio	Belisario Quevedo Y Juan Abel
HOTEL PLAZA REAL	Jácome Álvarez Lilia Martha Albertina	Félix Valencia Y Antonia Vela
HOTEL VISTA HERMOSA	Panchi Masapanta María Fabiola	Quilindaña Y Putzlahua
HOTEL NACIONAL	Pilamunga María	Antonio Clavijo Y Antonio José
HOTEL SAN LUIS	Ávila Zapata Teresa De Jesús	Flavio Alfaro Y Av. Eloy Alfaro
HOTEL BRONX	Medina Paredes Freddy Oswaldo	Remigio Romero Y Cordero
HOTEL RITZOR	Tello Jácome José Aníbal	Quito Y Calixto Pino
	TOTAL	27

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador.

**CUADRO N.-16
HOSTAL RESIDENCIA EN LATACUNGA**

ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN
COTOPAXI	Ivon Marcela Simón Janinel	Padre Salcedo 5-61 Y Sánchez De Orellana
AMAZONAS	Luz Elena Álvarez Quiroz	Félix Valencia Y Amazonas
EL BALCON	Vicente Teodomiro Proaño Beltrán	Amazonas 7059 Y Tarqui
ESTAMBUL	Mariana Espín Moreno	Belisario Quevedo 6-44 Y Padre Salcedo
TILIPULO	Lucila Molina Alcocer	Guayaquil Y Belisario Quevedo Esquina
LOS RIELES	Carmen Chacón	Av. Marco Aurelio Subía
ANTONIA VELA	Brazales María	Antonia Vela Y José Martí
JACKELINE	Carlos Oswaldo Veloz Caicedo	Antonia Vela 7868 Y Félix Valencia
LOS ANDES DE LATACUNGA	Mercedes Cañar Bonilla	Av. Flavio Alfaro Y Eloy Alfaro
MERCED	López Abril Dolores Maricela	Quijano Y Ordoñez Y Calixto Pino
LOS NEVADOS	Brazales Bastidas Yolanda	Av. 5 De Junio Y Eloy Alfaro
LAS PIRAMIDES	García Rodríguez Blanca	Quito Y Pasaje Alcantara
LA COCHA	Quevedo Molina Cesar Augusto	Puruahes S/N Y Chimbo
SANTIAGO	Galo Hernán Salazar	2 De Mayo Y Guayaquil
EL TURISTA	Panchi Moreno Aida Graciela	Antonia Vela 79-69 Y Sucre
	TOTAL	15

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador

**CUADRO N.-17
PENSIONES EN LATACUNGA**

ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN
LA ESTACIÓN	Empresa De Ferrocarriles	Marco Aurelio Subía 77-776 Y V. Torres
EL TURISTA	Panchi Moreno Aida Graciela	Pangua 323 Y Cusubamba
SAN FLOR	Sánchez Flores Sara Leonor	Antonia Vela 6-68 Y Cinco De Junio
	TOTAL	3

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador

**CUADRO N.-18
MOTEL EN LATACUNGA**

ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN
LOS SAUCES	Chaves Sánchez José Vicente	Av. Unidad Nacional
LAS MINAS	Benítez Catota Andrés	Tiobamba "El Tingo"
LAS CABAÑAS	Bermeo Rodríguez Fanny María	Sector Puente De Aláquez
LA NARANJA AZUL	Salazar Espín Raúl Eduardo	Tiobamba-Salache
MOTEL TEKENDAMA	Malucin Tite Ángel Segundo	Parrq. Belisario Quevedo
MOTEL EL REFUGIO	Salguero Zapata Blas Vicente	Parrq. Belisario Quevedo
MOTEL "VENUS"	Velasco Sinchiguano Guido Saúl	Sector Tiobamaba
LA NARANJA AZUL	Salazar Espín Raúl Eduardo	Tiobamba-Salache
CABAÑAS MOTEL HEROS	Herrera Proaño Edison Ramiro	Los Hornos vía Pujili
MOTEL EL MIRADOR	Guilcatoma Rojas Luis Raúl	Parrq. Ignacio Flores
	TOTAL	10

FUENTE: MINTUR Latacunga 2013.

ELABORADO: Investigador

2.11.3.- Muestra

La muestra es una parte representativa del universo, y se calcula con la finalidad de hacer más sencillo el proceso de investigación ya que en ocasiones resulta casi imposible encuestar a todo el grupo objetivo.

Siendo la muestra reducida, para la aplicación de la investigación de campo, se tomará en cuenta el total de la población, consistente en 55 establecimientos de servicios de hospedaje, a quienes se les aplicará los instrumentos de recolección de información y datos.

2.11.4.- Tamaño De La Muestra

La muestra representa una parte de la población seleccionada aleatoriamente se realiza mediante la siguiente **FORMULA**:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

PQ = Varianza media de la población.

E = Error admisible

K= Coeficiente de corrección de error.

En este caso no es necesario el cálculo de la muestra debido a que el número total del objeto de estudio no es muy extenso por lo tanto se considera 55 personas como el total de la población.

2.12.- Análisis E Interpretación De Resultados

2.12.1.- Análisis de la encuesta aplicada a los servicios de Hospedaje de la ciudad de Latacunga

1.- ¿Usted Oferta Servicios De Alojamiento En La Ciudad De Latacunga?

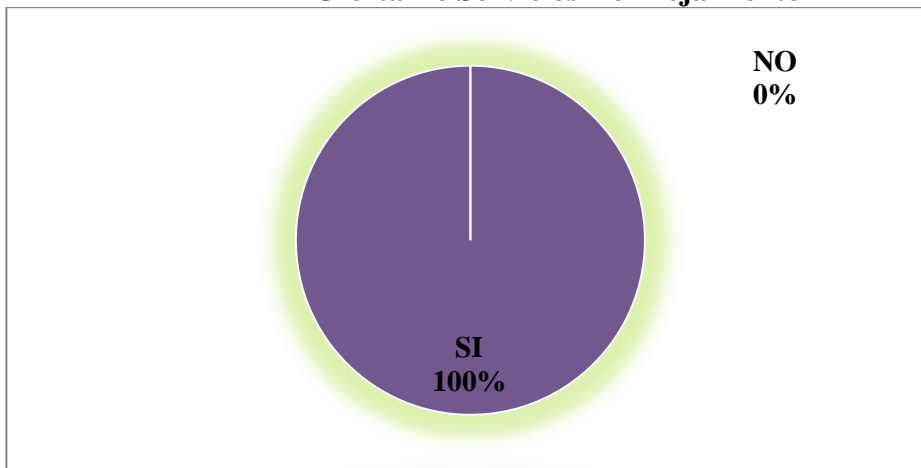
TABLA N.- 1
Oferta De Servicios De Alojamiento

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
SI	55	100	100
NO	0	0	
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 1
Oferta De Servicios De Alojamiento



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: El 100% de la población encuestada correspondientes a 55 hoteles, manifiestan que ofrecen servicios de hospedaje en la ciudad de Latacunga; se deduce que existe una amplia oferta de alojamiento a donde pueden acudir los turistas, visitantes, viajeros y público en general que asisten a la ciudad por motivo de negocios o simplemente para pasar una estadía agradable, placentera y deleitarse de los atractivos turísticos y culturales que posee la ciudad.

2.- ¿Qué Tipo De Alojamiento Oferta?

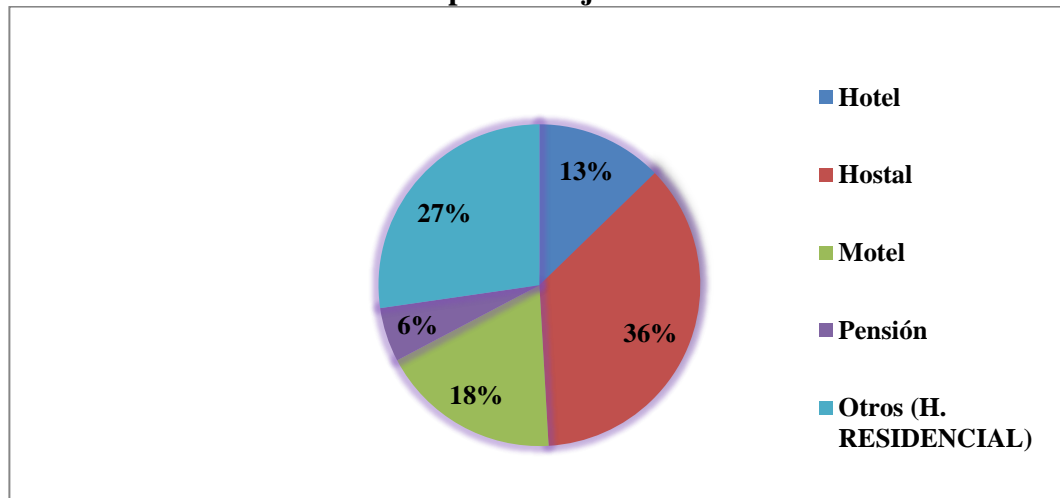
TABLA N.- 2
Tipo De Alojamiento

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Hotel	7	13	13
Hostal	20	36	49
Motel	10	18	67
Pensión	3	6	73
Otros (H. RESIDENCIAL)	15	27	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 2
Tipo De Alojamiento



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: Del 100% de las personas encuestadas el 13% indican que ofertan servicios de hotelería; el 36% prestan servicios de Hostal; el 18% otorgan servicios de tipo motel; el 6% dan servicios de pensión; mientras que el 27% ofrecen servicios de tipo residencial. Por lo tanto se deduce que en nuestra ciudad existe una amplia variedad de servicios de alojamiento, lo cual permite satisfacer plenamente las necesidades del cliente y a la vez otorgar al público diversas alternativas de hospedaje acorde a su economía y alcance.

3.- ¿Cuál es el precio por día que se paga por la estadía en su negocio?

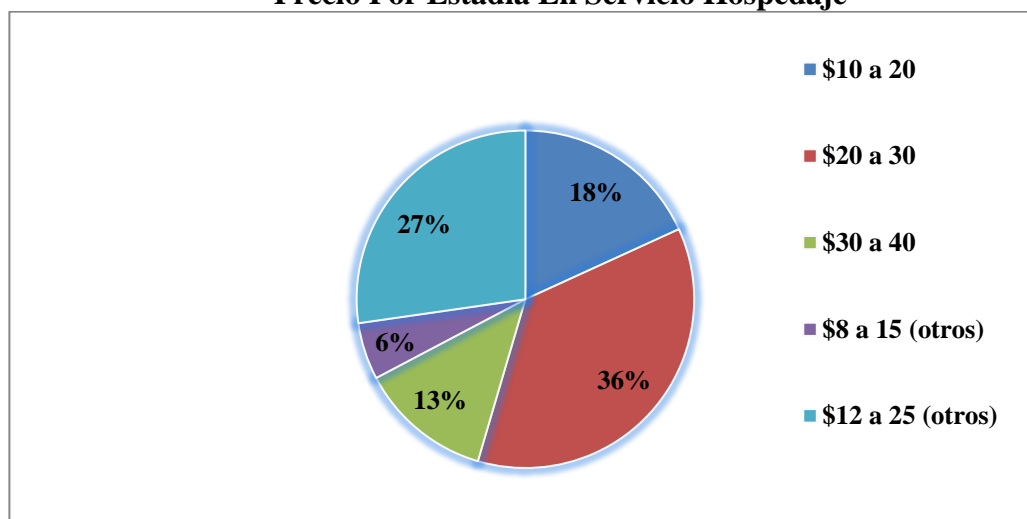
TABLA N.- 3
Precio Por Estadía En Servicio Hospedaje

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
\$10 a 20	10	18	18
\$20 a 30	20	36	54
\$30 a 40	7	13	67
\$8 a 15 (otros)	3	6	73
\$12 a 25 (otros)	15	27	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador.

GRÁFICO N.- 3
Precio Por Estadía En Servicio Hospedaje



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: De la población encuestada el 18% manifiesta que cobran por los servicios de hospedaje entre \$10 a 20; el 36% entre \$20 a 30; el 13% entre \$30 a 40; el 6% entre \$8 a 15; mientras que el 27% cobra entre \$12 a 25. Se concluye que en precio por la estadía en las diferentes ofertas de hospedaje (hotel, motel, hostel, pensión, etc.) varía de acuerdo a la categoría del servicio y a la atención brindada, generando expectativas en los clientes para su próximo regreso, pues este considerara el factor precio versus servicio para concebir a la oferta hotelera como su aliado para descansar en nuevas visitas a la ciudad de Latacunga.

4.- ¿Conoce El Aeropuerto Internacional Cotopaxi?

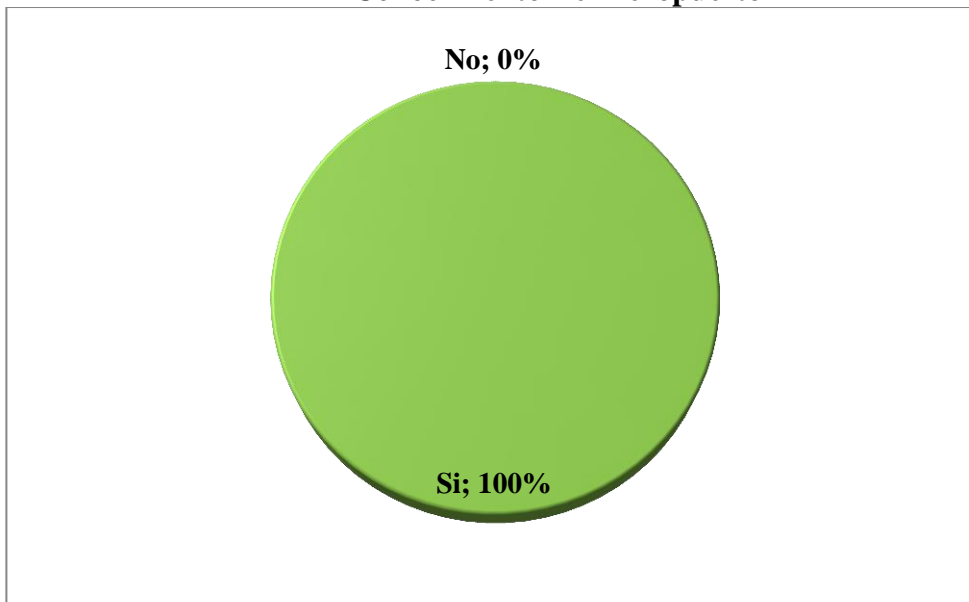
TABLA N.- 4
Conocimiento Del Aeropuerto

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Si	55	100	100
No	0	0	
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 4
Conocimiento Del Aeropuerto



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: El 100% de la población encuestada indica que conoce el Aeropuerto Internacional Cotopaxi de la ciudad de Latacunga; manifestando que es un atractivo turístico para la ciudad. Se deduce que el Aeropuerto es popular en la zona centro por su amplia oferta de vuelos tanto de carga como de pasajeros sus actividades influyen en la economía de la industria hotelera pues diariamente existen viajeros que ingresan en la noche a la ciudad y buscan un lugar para alojarse y descansar.

5.- ¿Considera que el Aeropuerto es un aliado para que se utilicen los servicios de hospedaje en la ciudad de Latacunga?

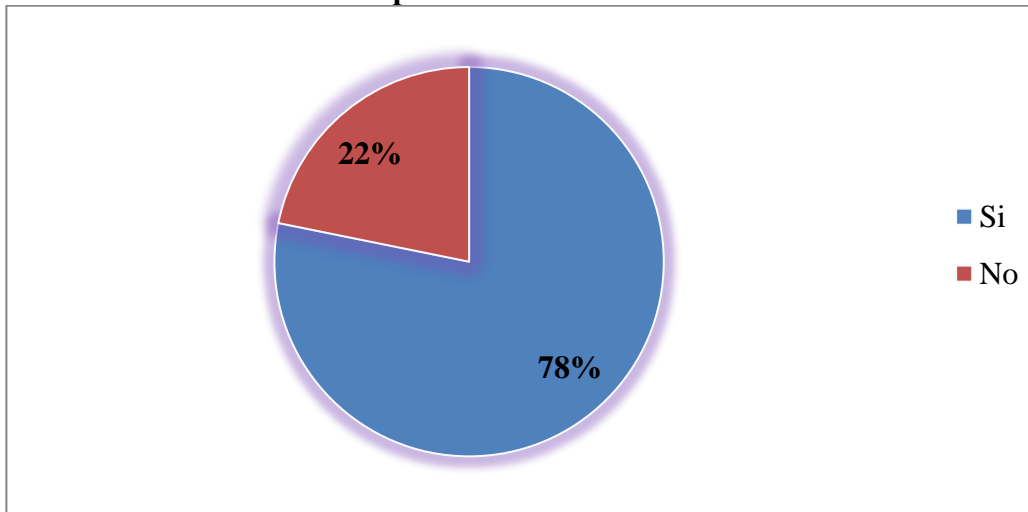
TABLA N.- 5
Aeropuerto Vs Industria Hotelera

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Si	43	78	78
No	12	22	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 5
Aeropuerto Vs Industria Hotelera



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: El 78% de los encuestados manifestaron que el Aeropuerto Internacional Cotopaxi es un aliado para que se utilicen los servicios de hospedaje en la ciudad de Latacunga; mientras que el 22% indicaron que el Aeropuerto no influye en la oferta de sus servicios hoteleros; representando el 100% del total de la población encuestada. Por lo tanto se concluye que el poseer un aeropuerto dentro de la zona centro de la ciudad constituye una gran fortaleza financiera pues contribuye a dar movimientos mercantiles a los sectores del gobierno, industrial, comercio, turismo, hotelería y comunidad en general.

6.- ¿El servicio de hospedaje que oferta es?

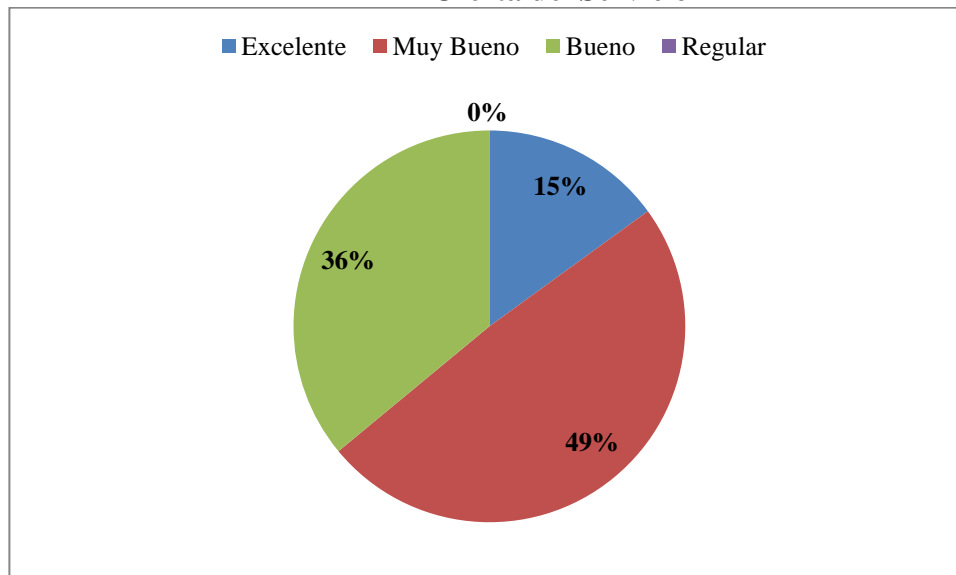
TABLA N.- 6
Oferta del Servicio

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Excelente	8	15	15
Muy Bueno	27	49	64
Bueno	15	36	100
Regular	5	0	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 6
Oferta del Servicio



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: Del 100% de los encuestados el 15% indican que el servicio de hospedaje ofrecido es Excelente; el 49% manifiestan que es Muy bueno; el 36% señalan que es Bueno. Se deduce que el servicio de hoteles, moteles, hostales y pensiones en la ciudad están en la capacidad adecuada para hospedar al turista nacional y extranjero acorde a sus expectativas, representado buenas opciones para pasar una estadía agradable y disfrutar de los atractivos turísticos de la zona.

7.- ¿Ha escuchado sobre el incremento de operaciones aéreas en el Aeropuerto Cotopaxi?

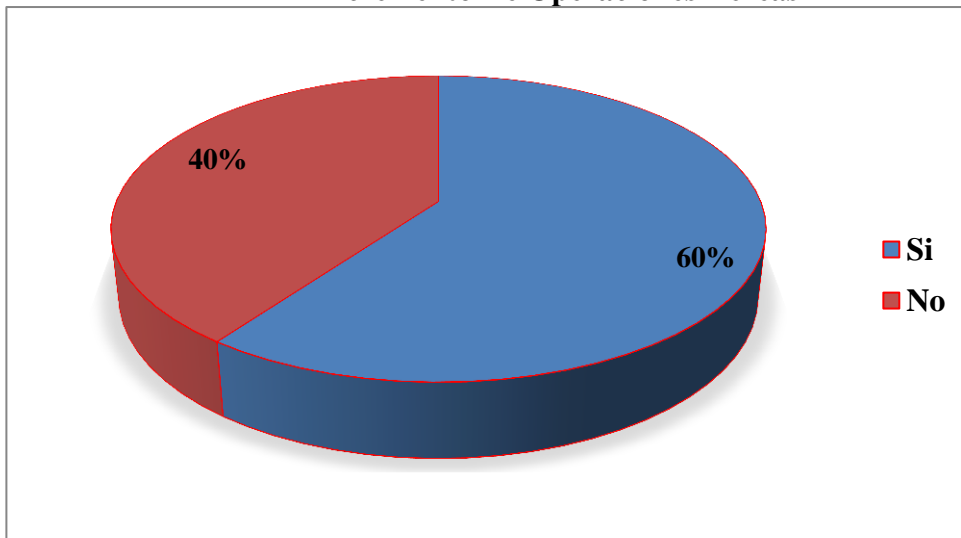
TABLA N.- 7
Incremento De Operaciones Aéreas

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Si	33	60	60
No	22	40	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador.

GRÁFICO N.- 7
Incremento De Operaciones Aéreas



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: El 60% de la población encuestada conoce sobre el incremento de las operaciones aéreas en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi; mientras que el 40% desconocen los efectos generados en las actividades del Aeropuerto representando el 100% del total de encuestados; por lo tanto se concluye que la ciudad está informada del aumento de la demanda de vuelos de carga y pasajeros; esto debido a la apertura del nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito que empezó a operar desde el 20 de febrero del año 2013 en su nueva infraestructura en Tababela.

8.- ¿Durante el año 2013 aumento la oferta de hospedaje en su negocio?

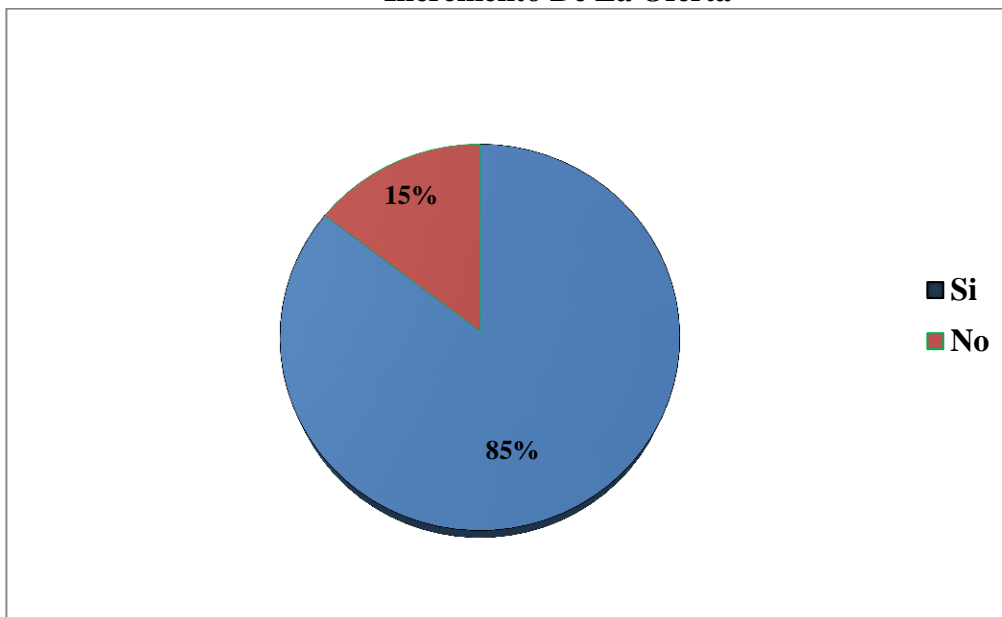
TABLA N.- 8
Incremento De La Oferta

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Si	47	85	85
No	8	15	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 8
Incremento De La Oferta



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: Del 100% de la población encuestada el 85% indica que durante el año 2013 se incrementó la oferta de sus servicios; mientras que el 15% manifiestan que no aumento el número de personas alojadas en su negocio; por lo tanto se deduce que el desarrollo de la oferta de hospedaje se genera por el turismo, siendo un factor influyente que ha tomado auge, constituyéndose un ingreso económico tanto para la ciudad como para la industria hotelera pues durante el 2013 represento un progreso económico ascendente.

9.- ¿El aumento de clientes en el negocio dio paso a?

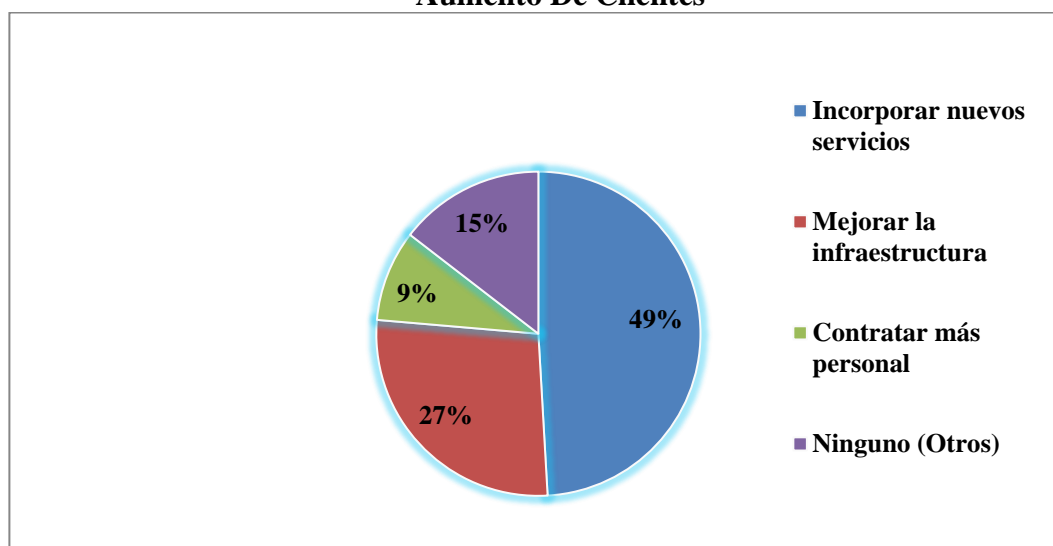
TABLA N.- 9
Aumento De Clientes

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado (%)
Incorporar nuevos servicios	27	49	49
Mejorar la infraestructura	15	27	76
Contratar más personal	5	9	85
Ninguno (Otros)	8	15	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 9
Aumento De Clientes



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: El 49% de los encuestados indican que el incremento de la oferta hotelera ocasiono que se incorporaran nuevos servicios; el 27% indican que se mejoró la infraestructura; el 9% muestran que contrataron más personal y el 15% mencionan que no mejoraron en ningún aspecto sus servicios. Se concluye que el aumento del público que demanda de servicios de hospedaje ayudo económicamente al sector Hotelero lo cual impulso que se incluyan servicios extras, se mejore el servicio y se contrate más personal.

10.- ¿Los beneficios recibidos mejoraron económicamente su vida?

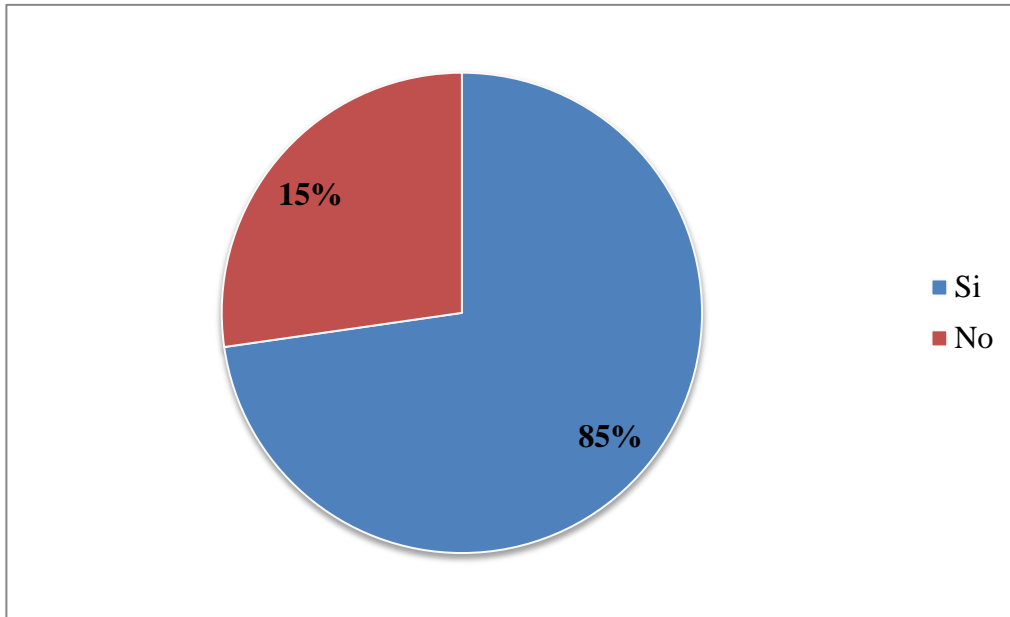
TABLA N.- 10
Beneficios Económicos

Variables	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Si	40	85	85
No	15	15	100
TOTAL	55	100	

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

GRÁFICO N.- 10
Beneficios Económicos



FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: Investigador

Análisis E Interpretación: Del 100% de la población encuestada el 85% manifiesta que el incremento de la oferta hotelera mejoró económicamente su vida; mientras que el 15% indicó que durante el 2013 su servicio de hospedaje no representó ninguna incidencia económica, se deduce que el incremento de operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi forjó que aumente los servicios de alojamiento en la ciudad beneficiando económicamente a la industria hotelera cuyo impacto incurrió en la calidad de vida de todos los que conforman el sistema de hospedaje.

CONCLUSIONES:

Luego de haber recolectado, tabulado y analizado detenidamente los datos de la encuesta aplicada al sector Hotelero de la ciudad de Latacunga, se puede mencionar los siguientes resultados:

- ✓ El Aeropuerto Internacional Cotopaxi es un aliado económico para la industria hotelera tiene una excelente participación en el mercado y está en la capacidad de cubrir la demanda de los turistas nacionales e internacionales.

- ✓ Existe una gran variedad en cuanto a oferta de alojamiento dentro de la ciudad acorde al gusto y alcance de los clientes cuyos precios varían de acuerdo al tipo y servicio ofertado adaptándose al alcance de los clientes.

- ✓ La ciudadanía conoce el Aeropuerto Internacional Cotopaxi por su amplia oferta de servicios tanto de carga como de pasajeros; siendo un atractivo turístico para la ciudad y la zona central del país. Esta importante empresa está asociada con los servicios de hospedaje en la ciudad y cuyo impacto beneficia positivamente en el ámbito económico y comercial.

- ✓ La industria hotelera en el año 2013 represento una escala económica ascendente gracias al aumento de operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi; la mayor participación del servicio de hospedaje generó que se incluyan nuevos servicios, se mejore los existentes y se contrate más personal, incidiendo directamente en la economía de las personas.

2.12.2.- Resultados de la entrevista aplicada al Jefe De Operaciones Ing. Darwin Vallejo

**CUADRO N.-19
MATRIZ ENTREVISTA**

ORGANIZACIÓN	AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI
NOMBRE DEL ENTREVISTADO	Darwin Vallejo
CARGO	Jefe de operaciones de A.I.C.
LUGAR Y FECHA	LATACUNGA 12/12/2013

PREGUNTAS	RESPUESTA
1.- LA APERTURA DEL NUEVO AEROPUERTO “MARISCAL SUCRE” DE LA CIUDAD DE QUITO, ¿DIO PASO A QUE LOS VIAJEROS DE LA ZONA CENTRAL TOMEN COMO OPCIÓN PRINCIPAL AL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI?	En efecto la apertura del Mariscal Sucre provocó que las operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi se incrementen, la zona central considero como aliado estratégico a nuestra terminal aérea tanto para viajar como para la exportación de sus productos; aspectos como las vías de acceso en buen estado en la provincia, la minimización del tiempo de traslado de pasajeros y carga han representado mayor participación del Aeropuerto.
2.- ¿LA TERMINAL AÉREA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA ESTÁ EN LA CAPACIDAD PARA SOLVENTAR CUALQUIER CONTINGENCIA QUE SE GENERE EN EL NUEVO AEROPUERTO DE TABABELA?	El Aeropuerto de Latacunga está preparado para solventar cualquier problema generado en el nuevo Mariscal Sucre y está en capacidad para recibir a cualquier línea aérea nacional o extranjera; contamos con el mejor servicio tanto en migración como en operatividad, prueba de esto es que recientemente se recibió un avión procedente de Namibio, poniendo a prueba la capacidad de reacción de los grupos de operación dentro del Aeropuerto; sin que haya presentado ni un solo problema; por otro lado se incorporaron nuevos sistemas lo cual facilitó la venta de boletos con mayor rapidez y eficacia; para recibir a nuevos extranjeros que ingresan al país.

PREGUNTAS	RESPUESTA
<p>3.- ¿LA APERTURA DEL AEROPUERTO MARISCAL SUCRE HA REPRESENTADO IMPACTOS POSITIVOS O NEGATIVOS DENTRO DE LA ECONOMÍA DE LA TERMINAL AÉREA DE NUESTRA CIUDAD?</p>	<p>La apertura del aeropuerto de Quito en febrero del año pasado tuvo varios efectos positivos entre ellos mencionamos: Se generó mayores ingresos económicos lo cual beneficio a la ciudad de Latacunga y la provincia como tal. Se forjo alianzas estratégicas con Aeropuertos vecinos permitiendo tener mayores inversionistas y nuevas fuentes de empleo. La llegada de nuevas aerolíneas de pasajeros incidieron en el turismo de la ciudad; permitiendo su expansión y el crecimiento de nuestra cultura.</p>
<p>4.- ¿EN EL AÑO 2013 SE INCREMENTÓ LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI?</p>	<p>Durante el año 2013 se tuvo una gran demanda de vuelos de carga pues en el mes de febrero se obtuvo mayor participación en la exportación de rosas solo con mencionar que el promedio por día era de 4.686 cajas de flores de varias provincias de Ecuador, con 82.889 kilos exportados hacia Holanda. La demanda de vuelos de pasajeros representaron tendencias positivas, los pasajeros decidieron acudir al Aeropuerto de Cotopaxi para trasladarse a diferentes puntos del país el promedio diario de vuelos fueron de 4 vuelos entre nacionales e internacionales, y más de 13 vuelos logísticos. Notablemente se incrementó las operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi tanto en vuelos de carga como de pasajeros.</p>

PREGUNTAS	RESPUESTA
<p>5.- ¿CÓMO HA DESARROLLADO EL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI SUS ACTIVIDADES EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL AÑO 2013?</p>	<p>Se ha cubierto la demanda de vuelos cargueros con total normalidad para ello se optó en incorporar nuevas aerolíneas para carga, operando actualmente CENTURION y CARGOLUX con vuelos hacia países del Sur, Centroamérica, Estados Unidos y países Europeos. A esto se suma el aporte de la empresa de almacenamiento temporal aduanero TELEMERC que operaba en el antiguo Mariscal Sucre trasladó su infraestructura a la ciudad de Latacunga para dar acogida a los productos importados.</p> <p>Los vuelos de pasajeros a diferentes destinos fueron cubiertos en su mayoría, se alquilaron vuelos chárter hacia el Coca y la Amazonía debido a que el avión de TAME que presta su servicio vuela todos los días con su capacidad de 45 pasajeros y se incorporaron nuevas rutas de vuelos hacia Manta, Loja y Cuenca.</p>
<p>6.- ¿CÓMO VALORA LA ZONA CENTRAL AL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI?</p>	<p>Para la ciudad de Latacunga el Aeropuerto representa uno de los mejores aliados ya que permite el desarrollo económico tanto para comerciantes formales como informales, el poseer uno de los mejores Aeropuertos con carácter de Internacional hace que varios sean los sectores beneficiarios directamente entre ellos el hotelero, taxis, industrias exportadoras entre otras. Todos los sectores en conjunto generan ingresos beneficiando al PIB de la provincia de Cotopaxi.</p>

PREGUNTAS	RESPUESTA
<p>7.- ¿EN QUÉ HORARIO OPERA NORMALMENTE EL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI?</p>	<p>El Aeropuerto de Cotopaxi, tiene condiciones de excelente comportamiento, tanto por la calidad y longitud de su pista, como por su ubicación geográfica, sin presencia de montañas cercanas en los conos de aproximación que dificulten las maniobras de aterrizaje y despegue; su meteorología favorable le permite operatividad de 24 horas y 365 días al año. Se Opera en horario, de 06:00 a 18:00, sin embargo técnicamente está preparada para atender las 24 horas.</p>
<p>8.- ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS QUE MAYORMENTE SE EXPORTAN DESDE EL AEROPUERTO LATACUNGA?</p>	<p>El Aeropuerto exporta flores en un 95%, por ello las empresas florícolas del país envían diferente variedad de flores desde el Aeropuerto Internacional Cotopaxi cada vuelo lleva 110 toneladas de flores hacia destinos como Japón, China, Corea Rusia, Amsterdam, Cotopaxi por su zona clima es principal productor de brócoli llegando a ser otro de los productos mayormente exportados desde la terminal Aérea de Cotopaxi cuya representación es del 52% de envíos hacia varios destinos Internacionales.</p>
<p>9.- ¿EL AEROPUERTO CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS PARA BRINDAR UNA BUENA ATENCIÓN A SUS CLIENTES?</p>	<p>Se posee un excelente servicio y atención tanto para vuelos de pasajeros como de carga, para el almacenamiento de carga el Aeropuerto tienen un cuarto frío de mil 500 metros cuadrados y recibe 150 bultos de carga para tres vuelos diarios, que abastecen la demanda actual.</p> <p>Para brindar un buen servicio de vuelos de pasajeros se adquirieron nuevos sistemas y se incorporaron nuevas rutas de acceso permitiendo ser más eficientes y agilizar las operaciones aeroportuarias.</p>

FUENTE: Entrevista.

ELABORADO POR: Investigador

CONCLUSIONES

De acuerdo a la entrevista realizada al Ing. Darwin Vallejo da a conocer lo siguiente:

- ✓ La apertura del Aeropuerto Mariscal Sucre provocó que las operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi se amplíen, la zona central considera a la terminal aérea como la mejor opción para viajar y exportar sus productos

- ✓ El Aeropuerto de Latacunga cuenta con una excelente infraestructura y está en la capacidad para solventar cualquier complicación generada en el nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre.

- ✓ El Aeropuerto representa beneficios en el PIB Provincial, permite el desarrollo económico tanto para comerciantes formales e informales, el aumento de su actividad generó mayores ingresos económicos para la provincia, permitió la expansión y el crecimiento de la cultura Latacungueña, generó nuevas fuentes de empleo y fomento el turismo regional.

- ✓ En el año 2013 se tuvo una gran demanda de vuelos de carga y de pasajeros, para lo cual se incorporaron nuevas aerolíneas para carga y nuevas rutas de vuelos para pasajeros; se agilizó la venta de boletos gracias a la adquisición de nuevos sistemas más eficientes y eficaces.

PARTE II

3.- DIAGNÓSTICO SEGÚN DATOS HISTÓRICOS

3.1.-INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

3.1.1.- Justificación

Actualmente se maneja una demanda de pasajeros en crecimiento y se espera más desarrollo del Aeropuerto Internacional Cotopaxi, se debe tomar en cuenta el impacto que proporciona económicamente a la región central y en general hacia toda la economía del país. Es necesario que se relacione estratégicamente al Aeropuerto con los negocios aledaños como, los hoteles, restaurantes, agencias operadoras; y más que nada involucrar a los atractivos que posee la ciudad de Latacunga, para de esta manera hacer del lugar un destino competitivo no solo analizando al Aeropuerto, sino también por la belleza, riqueza o atractivos naturales que posee la ciudad.

Las personas beneficiadas directamente por el Aeropuerto son los sectores: Industriales, Comerciales, Turístico, Hotelero, exportadores de flores, Agencias de viajes, cooperativas de taxis y comunidad en general de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Chimborazo.

El Turismo es considerado como una actividad económica favorable debido a que permite la generación de ingresos económicos y la redistribución equitativa de la riqueza a través de la creación de empleos directos e indirectos, el fomento de emprendedores, entre otros efectos positivos que dinamizan la economía. De acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo, el flujo de turistas extranjeros al Ecuador a lo largo de los últimos 5 años ha sido creciente, situación que se puede constatar ya que de 968499 turistas que arribaron en el 2009, se incrementaron a 1366269 en el año 2013, a continuación se muestra la tendencia de extranjeros que arriban al país.

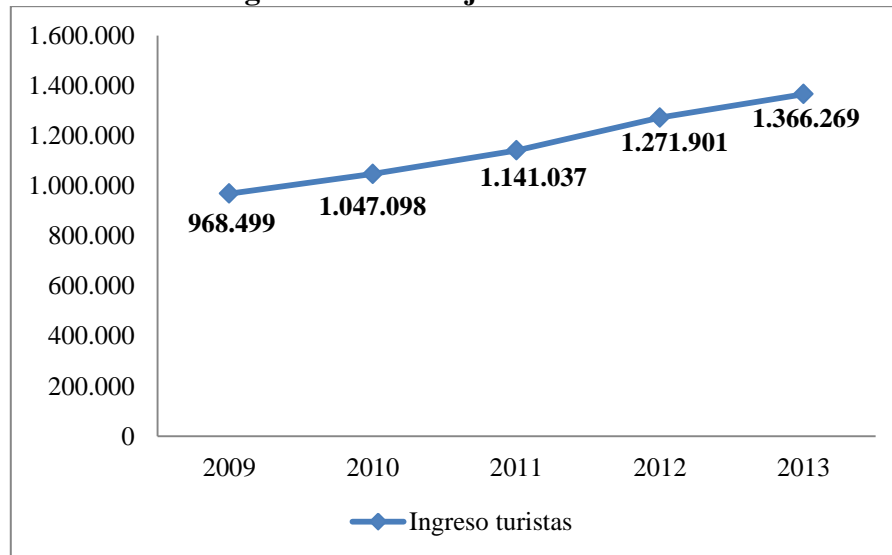
TABLA N.-11
Ingreso De Extranjeros Al Ecuador

AÑO	PERSONAS
2009	968,499
2010	1,047,098
2011	1,141,037
2012	1,271,901
2013	1,366,269

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-11
Ingreso De Extranjeros Al Ecuador



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Como se puede observar, la demanda de turistas extranjeros al Ecuador se ha incrementado año tras año razones como ésta han convertido al turismo en una de las principales fuentes de generación de divisas de la nación. Justamente la provincia de Cotopaxi es reconocida como una zona con altos atractivos turísticos, dada las condiciones naturales favorables con las que cuenta y sobre todo que en ella se encuentra el Aeropuerto Internacional Cotopaxi, atractivo con gran demanda de turistas y el cual ha permitido que se generen crecientes niveles de desarrollo en el sector hotelero de la ciudad de Latacunga en los últimos años.

Es por ello que se ha elegido al turismo como punto de investigación, de modo que se pueda establecer el impacto económico de la llegada de viajeros desde el Aeropuerto cuyo efecto involucra al sector hotelero de la ciudad de Latacunga, de tal forma que permita conocer si esta actividad es suficientemente competitiva como para dinamizar la economía local, o si por el contrario es una actividad que no cuenta con la oportunidad de convertirse en un sector estratégicamente económico.

Es relevante para este análisis tomar en cuenta todos los factores que están directa e indirectamente involucrados con el desenvolvimiento de la actividad turística relacionada con el Aeropuerto, de manera que se establezca un escenario más amplio y concreto, que explique las implicaciones económicas de ambas actividades.

La investigación tiene una justificación práctica, porque a partir del análisis del impacto del turismo y la utilización del Aeropuerto como factor de desarrollo económico de la industria hotelera de Latacunga, se podrá medir el nivel de crecimiento de este sector y con ello hacer proyecciones hacia el futuro.

El proyecto servirá para valorar el panorama pasado frente al actual es decir permitirá conocer la relación aeropuerto hotel. Al final de dicho análisis se contribuirá con un informe general en donde se detallara la operación aeroportuaria en la ciudad de Latacunga, servirá como guía a la industria hotelera para conocer la afluencia de visitantes que ingresan desde el Aeropuerto hacia la ciudad de manera que represente una oportunidad de mejora en sus servicios a fin de brindar una excelente estadía a los turistas cuyo valor genere mayor permanencia en la ciudad.

3.1.2.- Introducción

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desea conocer, es realizada de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones.

La presente investigación de mercado se enfoca en la “Determinación del Impacto Económico de la Operación del Aeropuerto Cotopaxi en el Sector Hotelero de la Ciudad de Latacunga”. A través del presente estudio, se evidencia que la operación del Aeropuerto en la ciudad de Latacunga constituye una de las fuentes generadoras de empleo directo e indirecto y aporta al crecimiento económico de la localidad, principalmente de la industria hotelera de la ciudad.

El análisis del turismo en ciudad de Latacunga y su relación con el sector Hotelero, constituye la actividad de nuestra investigación lo cual permitirá valorar los principales impactos sobre la producción, la renta y el empleo que son atribuibles al

sistema de hospedaje influenciado por el Aeropuerto que día a día desembarca turistas nacionales y extranjeros desde su terminal aérea.

Se debe tener claro la misión de la industria hotelera la cual es prestar alojamiento a los clientes, realizando un conjunto amplio de actividades a fin de facilitar servicios complementarios, que se caracterizan por su heterogeneidad pues requieren una variedad importante de recursos (materiales, humanos, formativos, administrativos, etc.), que contribuyen en al resultado global de la unidad económica para la ciudad.

Para estudiar a la industria hotelera de la ciudad se tomara como referencia al turismo pues este sector presenta una considerable relevancia socioeconómica que está presente en todos los rincones del planeta y es impulsada en gran parte por el Aeropuerto Internacional Cotopaxi. El servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se acentúa la importancia del servicio de alojamiento pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos.

El objetivo de nuestra investigación de mercado es de tipo “Económica”, pues esta sirve para aclarar las alternativas de los beneficios, utilidad o rentabilidad económica que obtiene la industria hotelera por la operación del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

La finalidad de la investigación, es suministrar información para la toma de decisiones sobre el curso de acción que deberá seguir el sistema hotelero, a fin de brindar un excelente servicio a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad, entendiendo que la calidad del servicio es fundamento de competitividad del sector formular algunas recomendaciones tendentes a elevar o mantener la calidad de los servicios hoteleros.

3.1.3.- Investigación de mercado

3.1.3.1.- Determinar el problema

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE INVESTIGACIÓN

El Aeropuerto Internacional de Carga y Pasajeros Cotopaxi, ubicado en Latacunga; empezó a registrar una intensa actividad de vuelos cargueros y de transporte de pasajeros desde el miércoles 20 de febrero del año 2013, el mismo día que se iniciaron las operaciones en el nuevo Mariscal Sucre (Tababela). Algunas empresas cargueras y algunos pasajeros decidieron operar en la capital Cotopaxense debido a que la ciudad, a diferencia de Tababela, está más cerca de la Capital de la República.

El Aeropuerto Internacional Cotopaxi ha incrementado sus operaciones esto debido a la apertura del nuevo Aeropuerto de Tababela que todavía no está en condiciones adecuadas para llevar a cabo sus operaciones con satisfacción, los exportadores y representantes de aerolíneas buscan un plan B para el envío de los productos, ahora se apuntan a los Aeropuertos de Guayaquil y Latacunga. El servicio de las aerolíneas y pasajeros, argumentan que viajar por Tababela resulta más demorado, más cansado y más costoso.

Con lo mencionado anteriormente se notó que el Aeropuerto Internacional Cotopaxi ahora es la mejor opción para las exportaciones y traslado de pasajeros lo cual simultáneamente incrementa el potencial económico para la empresa y la provincia como tal, destacando también que lo más recomendable para viajar vía aérea es por el servicio que ofrece el Aeropuerto de Latacunga.

De ahí nace la necesidad de realizar una Investigación de Mercado la cual permitirá evaluar el Impacto Socio-económico originado por el incremento de operaciones en el Aeropuerto Cotopaxi, y su incidencia en el sector Hotelero de la ciudad de Latacunga.

Al no realizar la investigación, se desconocerá los pormenores suscitados con el incremento de actividades, el desarrollo de la economía y la contribución positiva o negativa en las diferentes ofertas hoteleras de nuestra ciudad.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Latacunga constituye un importante destino turístico, por la gran cantidad de atractivos que posee, donde resalta principalmente el paisaje natural, y las manifestaciones culturales, el centro de la ciudad tiene como aliado económico al Aeropuerto Internacional Cotopaxi; sin embargo, se desconoce la relación Aeropuerto-hotel, es decir la manifestación financiera de ambos sectores en la ciudad.

Para verificar la factibilidad del trabajo de investigación se realizó una búsqueda minuciosa de tesis similares en diferentes centros de Educación Superior, en los cuales no se encontró información alguna con respecto al tema *“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO ORIGINADO POR EL INCREMENTO DE LAS OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI, EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”*.

Se demuestra que el nivel de estudio e investigación del impacto Socio-económico en el sector hotelero y su relación con el Aeropuerto Internacional Cotopaxi es bajo, desconociendo así el panorama pasado y presente en relación con el incremento de operaciones aéreas y su incidencia en la industria hotelera de la ciudad de Latacunga.

La falta de investigación del impacto socio-económico hacia la industria hotelera de la ciudad, la falta de iniciativa de analizar temas de actualidad, son problemas que se han tomado en cuenta para realizar la presente investigación.

3.1.3.2.- Variables de investigación

Las variables que se van a aplicar en este proyecto de tesis son:

a) INDEPENDIENTE:

Operaciones Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

b) DEPENDIENTE:

Impacto Socio-económico en el sector hotelero.

c) UNIDAD DE ANÁLISIS:

Aeropuerto Internacional Cotopaxi

d) FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto socio-económico del sector Hotelero de la ciudad de Latacunga a raíz del incremento de operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.4.- Objetivos

3.1.4.1.- Objetivo General:

- Realizar una Investigación de Mercado que permita, evaluar el impacto Socio-económico originado por el incremento de operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi, en el sector Hotelero de la ciudad de Latacunga, durante el periodo 2013-2014.

3.1.4.2.- Objetivos específicos:

- Evaluar los beneficios económicos que tiene el sector Hotelero de la ciudad de Latacunga, con la operación del Aeropuerto.
- Analizar el incremento de la economía en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi a raíz de la ampliación de actividades y operaciones.

- Establecer un diagnóstico de la situación comercial actual en la población cercana al Aeropuerto Internacional Cotopaxi.
- Investigar el impacto económico que genera el turismo en la provincia de Cotopaxi y su aporte a la economía ecuatoriana.
- Analizar el crecimiento del sector turístico en el país en el período 2013.

3.1.5.- Evaluación del impacto socio-económico

3.1.5.1.- Situación productiva del Ecuador

Un Aeropuerto tiene la función básica de permitir el aterrizaje y despegue de aviones, canalizar el flujo de pasajeros y mercancías. En la actualidad los aeropuertos son algo más que intercambiadores entre modos de transporte aéreo y terrestre, siendo también centros de actividad comercial e industrial.

El poseer un Aeropuerto tiene un impacto socioeconómico en la producción, en la renta y en la generación de nuevos empleos. El incremento de operaciones aéreas contribuye al desarrollo económico regional, incrementando el nivel tecnológico de las industrias.

Es esencial el transporte aéreo para las empresas y la economía en general. La conectividad entre ciudades y mercados estimula la productividad y proporciona infraestructura clave de la cual dependen las empresas modernas globalizadas. Muchas de estas conexiones entre ciudades dependen de aeropuertos a través de los

cuales se genera la densidad de tráfico necesaria para mantener las conexiones. Todas las aerolíneas que prestan servicios en los aeropuertos contribuyen a generar estos beneficios para la economía en general.

Es de fácil medición el impacto económico generado, principalmente, por la actividad de las aerolíneas nacionales. Las aerolíneas se encargan de transportar el 80% de los pasajeros y el 20% de la carga. Los sueldos, utilidades y recaudaciones tributarias que producen estas aerolíneas circulan por la economía Ecuatoriana, provocando efectos sobre la renta nacional o el PIB.

Todos estos aspectos en su conjunto demuestran que la aviación proporciona beneficios económicos significativos a la economía Ecuatoriana y a sus ciudadanos, algunos de los cuales son excepcionales y esenciales para el funcionamiento de las economías modernas.

Los aeropuertos mueven más de 4 billones de pasajeros al año, y el 40% del valor de las exportaciones (2% de peso) se realiza por vía aérea. Se estima que el impacto económico de los aeropuertos equivale al 16% del PIB mundial.

El transporte aéreo genera globalmente un total de 29 millones de puestos de trabajo e influye directamente a la industria hotelera, el 25% de la venta de servicios hoteleros dependen del transporte aéreo esto según datos del Grupo de Acción del Transporte Aéreo (**ATAG**).

La industria hotelera se desenvuelve por la existencia del turismo constituyéndose en un pilar fundamental para el movimiento de la economía y el desarrollo paulatino de las ciudades y pueblos. Ecuador es un país que posee una gran variedad de atractivos turísticos que enamoran al turista nacional y extranjero, es por esto que muchos de los turistas lo han considerado como un destino turístico.

En el país existe una alta demanda de turismo, es por esto que el sector turístico contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía del país, la demanda potencial del turismo interno está constituida en su totalidad por la población urbana, sustentando el mismo la actividad turística en el Ecuador.

En la actualidad cada vez un mayor número de personas cuentan con tiempo libre y nivel de renta suficiente para viajar. Se considera como visitantes a todas aquellas personas que viajan desde su residencia habitual por razones de negocio o de placer, para visitar a sus amigos, parientes y otras personas.

El sector hotelero ha participado en el PIB ecuatoriano con 41.792 millones en el año 2013, cifra que supone el 63,3% del total. Los motivos para que la industria hotelera en el país haya alcanzado tal notoriedad, son principalmente socio-económicos pues alrededor de estos centros se ha desarrollado el comercio.

El contacto con la biodiversidad, entre otras razones, ha desencadenado este importante ingreso de divisas en nuestro país, actualmente considerado como el tercer ingreso, después del petróleo y las remesas de los emigrantes.

El Ministerio de Turismo (MINTUR), como ente rector, analiza la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

El MINTUR garantizará que la actividad turística se constituya en fuente prioritaria y permanente de ingresos del país, posicionando al Ecuador entre los más importantes destinos de Latinoamérica, aportando a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos, mediante el desarrollo social, económico y ambiental.

Mediante datos facilitados por el MINTUR se toma como referencia el turismo para nuestro análisis socio-económico.

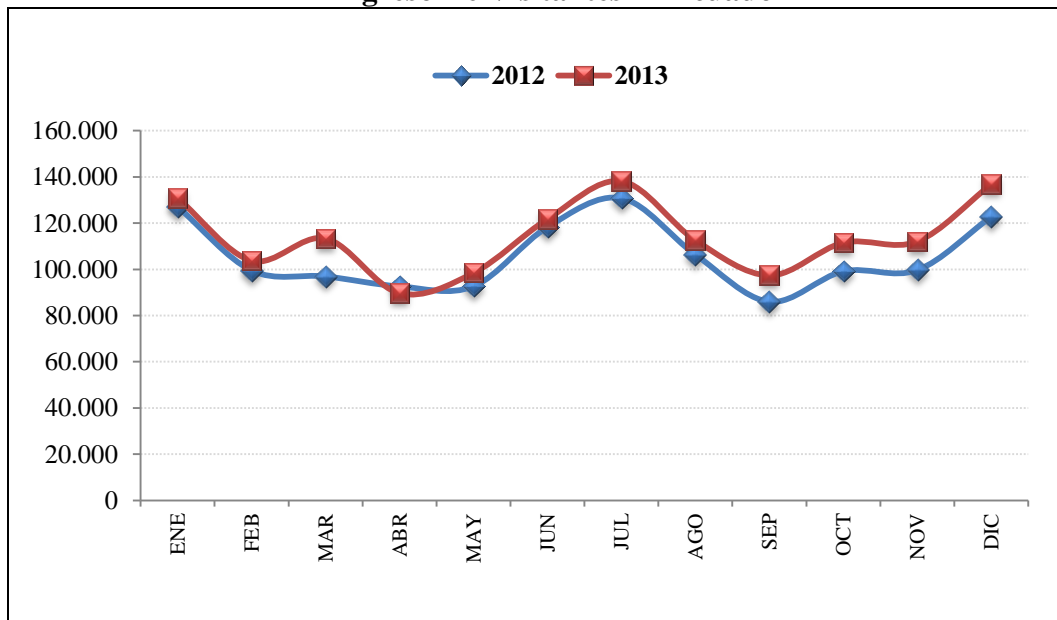
TABLA N.-12
Evolución De Ingreso De Extranjeros

MES	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	127,116	130,842	2.93
FEB	99,521	103,768	4.27
MAR	96,948	113,361	16.93
ABR	92,627	89,669	-3.19
MAY	92,644	98,420	6.23
JUN	118,292	121,742	2.92
JUL	130,779	138,140	5.63
AGO	106,375	112,576	5.83
SEP	85,990	97,372	13.24
OCT	99,145	111,519	12.48
NOV	99,674	112,061	12.43
DIC	122,790	136,799	11.41
TOTAL	1,271,901	1,366,269	7.42

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-12
Ingreso De Visitantes Al Ecuador



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: Se puede observar que en el año 2013 el turismo tuvo una buena participación dentro del país; en el mes de abril en comparación con el año 2012 presenta una disminución del 3.19% de ingreso de extranjeros, se aprecia también que en el 2013 el ingreso de extranjeros tuvo un incremento en 7.42% se deduce que el turismo es, sin lugar a duda, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, aeropuertos y vías; son aspectos que se deben tomar en cuenta como fortaleza para dinamizar la economía de los ecuatorianos.

Se concluye que el Ecuador fue una opción de visita por los turistas; esto hace que los diferentes aeropuertos tengan ingresos económicos involucrando financieramente a sectores como la industria hotelera.

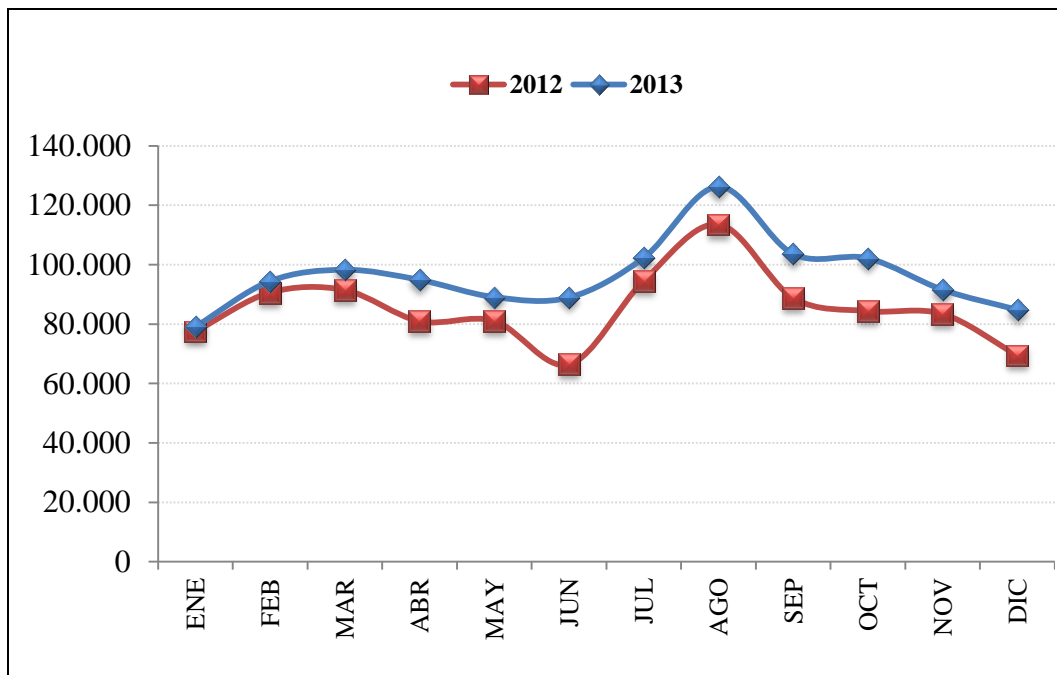
TABLA N.-13
Evolución Salidas De Ecuatorianos

MESES	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	77,532	79,108	2.03
FEB	90,608	94,464	4.26
MAR	91,453	98,292	7.48
ABR	80,966	94,894	17.20
MAY	81,047	89,092	9.93
JUN	66,422	88,962	33.93
JUL	94,567	102,343	8.22
AGO	113,567	126,286	11.20
SEP	88,803	103,598	16.66
OCT	84,368	102,160	21.09
NOV	83,399	91,549	9.77
DIC	69,473	84,814	22.08
TOTAL	1,022,205	1,155,562	13.05

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-13
Salida De Ecuatorianos Al Exterior 2012-2013



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: Se puede observar que la salida de ecuatorianos al exterior se incrementó durante todo el año 2013; en el mes de enero del 2013 en comparación con el año 2012 se tuvo una variación de 2,03% de salida de ecuatorianos representando la menor participación dentro del año, por el contrario la cifra mayor se denota en el mes de junio alcanzando un 33,93% de participación es decir en este mes la salida de ecuatorianos tuvo un aumento considerable.

Se concluye que durante el año 2013 la salida de los ecuatorianos se incrementó en comparación con el año 2012, los compatriotas siguen prefiriendo como destino de sus vacaciones lugares extranjeros como el Caribe que constantemente realizan notorias campañas promocionales y publicitarias, para sus viajes utilizan el medio aéreo y los servicios de los aeropuertos como los de la ciudad de Quito, Guayaquil, Latacunga, etc. Cuyo aporte beneficia económicamente a dichas empresas e intensifica el comercio del país.

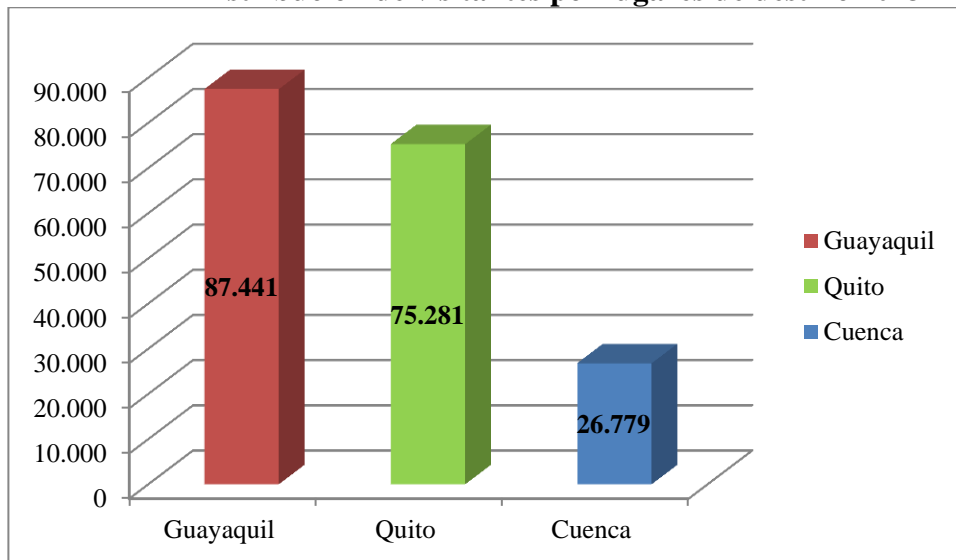
TABLA N.-14
Distribución de visitantes por lugares de destino 2013

LUGAR DE DESTINO	%	TOTAL
Total Nacional	100%	1,366,269
Guayaquil	6,40%	87.441
Quito	5,51%	75.281
Cuenca	1,96%	26.779

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-14
Distribución de visitantes por lugares de destino 2013



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: El gráfico anterior indica que los visitantes se distribuyen por las distintas ciudades de Ecuador, se toma como referencia a las ciudades con más arribos de turistas entre ellas están Guayaquil, Quito y Cuenca; como bien se señala, la distribución del mercado nacional es equilibrada entre las principales ciudades del país, por su condición de polos en gran desarrollo. En el año 2013 Guayaquil tuvo un promedio de visita de 87441 (6,40%); Quito acogió a 75281 (5,51%); y Cuenca la tercera ciudad más grande del Ecuador con 26779 (1,96%); la diferencia se distribuye entre los diferentes rincones del país. Se deduce que el ingreso de turistas extranjeros a las principales arterias del Ecuador da rienda suelta a la economía y comercio de cada lugar visitado.

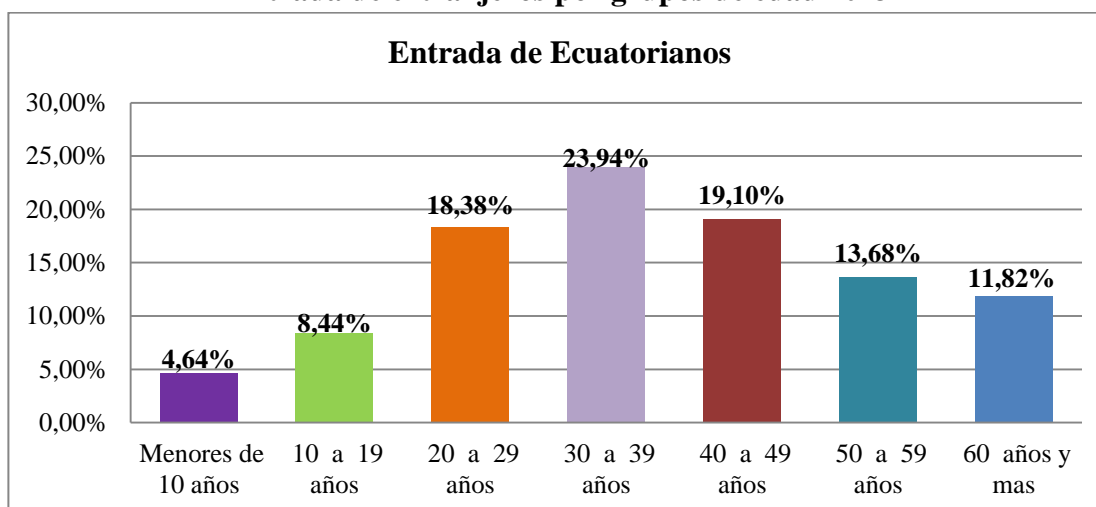
TABLA N.-15
Ingreso de extranjeros al Ecuador por grupos de edad 2013

Grupos de edad	Entradas	
	Número	%
Menores de 10 años	63395	4,64%
10 a 19 años	115313	8,44%
20 a 29 años	251120	18,38%
30 a 39 años	327085	23,94%
40 a 49 años	260957	19,10%
50 a 59 años	186906	13,68%
60 años y mas	161493	11,82%
Total	1.366269	100,00%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-15
Entrada de extranjeros por grupos de edad 2013



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Se puede notar en el gráfico N.-15 el ingreso de extranjeros por grupo de edad, obteniendo mayor peso la edad comprendida entre 30 a 39 años; esto se debe a su pertenencia a la población económicamente activa PEA. Los extranjeros visitan el país por motivo de negocios, empleo, estudios o simplemente por la riqueza natural que posee cada rincón del Ecuador; esto constituye un eje fundamental para dinamizar la economía e incrementar los ingresos de sectores como las empresas, el gobierno y las familias.

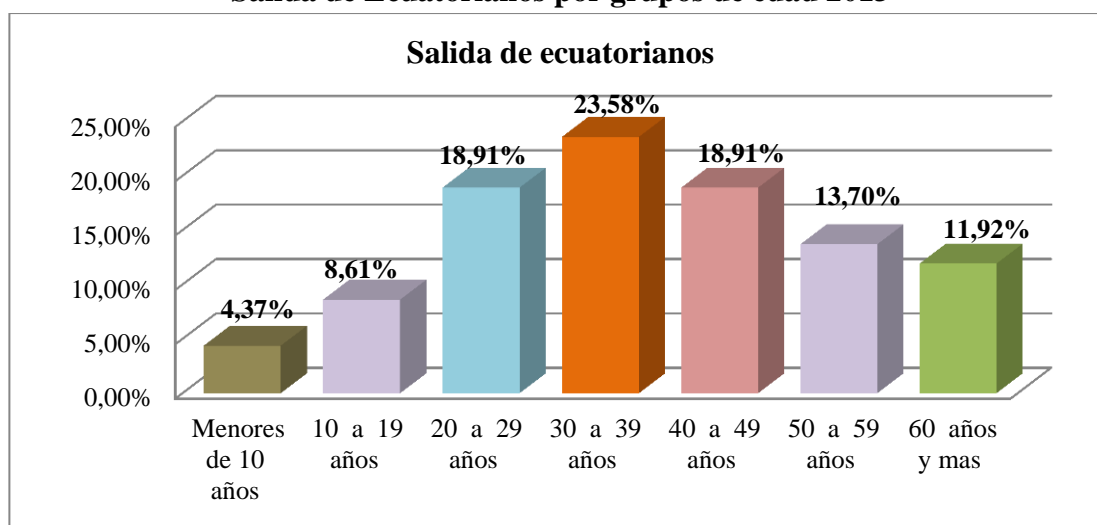
TABLA N.-16
Salida de Ecuatorianos por grupos de edad 2013

Grupos de edad	Salidas	
	Número	%
Menores de 10 años	50498	4,37%
10 a 19 años	99494	8,61%
20 a 29 años	218517	18,91%
30 a 39 años	272482	23,58%
40 a 49 años	218517	18,91%
50 a 59 años	158212	13,70%
60 años y mas	137743	11,92%
Total	1155562	100,00%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-16
Salida de Ecuatorianos por grupos de edad 2013



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Se puede notar en el gráfico N.-16 la salida de ecuatorianos por grupo de edad, obteniendo mayor peso entre 30 a 39 años con un porcentaje de 23,58%; nuestros compatriotas viajan a diferentes países y utilizan el medio aéreo por agilidad y rapidez, contribuyendo al movimiento económico de los diferentes aeropuertos así como también al incremento del PIB nacional.

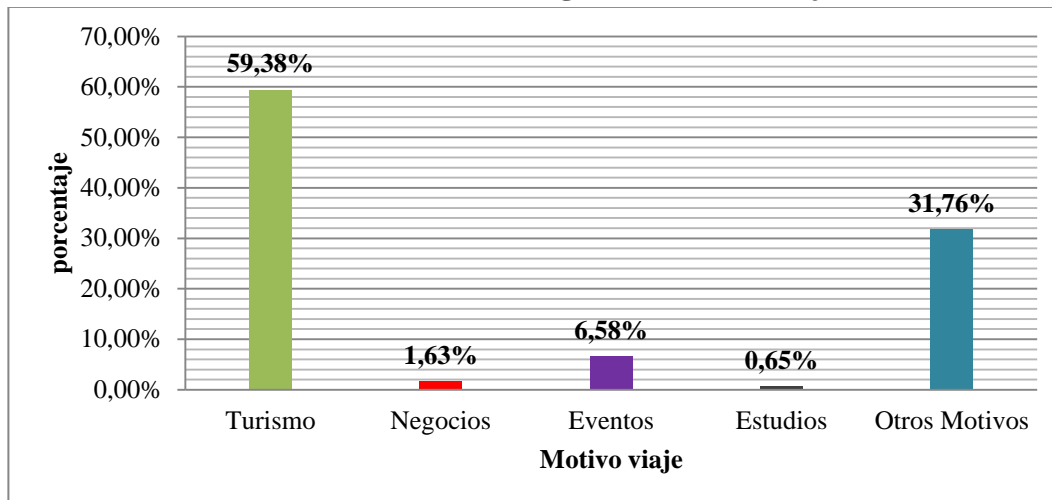
TABLA N.-17
Salida de Ecuatorianos, según Motivo de Viaje 2013

Motivo de Viaje	Total	
	Número	%
Turismo	686.173	59,38%
Negocios	18.836	1,63%
Eventos	76.036	6,58%
Estudios	7.511	0,65%
Otros Motivos	367.006	31,76%
Total	1155562	100,00%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-17
Salida de Ecuatorianos según Motivo de Viaje 2013



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Tarde o temprano vamos a querer salir del cotidiano, de nuestra ciudad, de nuestra provincia, de nuestro país, de nuestro continente. Añoramos ver un paisaje de cielo distinto, respirar una naturaleza diferente, admirar otras pieles, degustar platos típicos, etc. Deseamos germinar amistad con personas nuevas, aprender una costumbre desconocida, comprender el idioma de otros, aventurarnos a lugares nunca imaginados. En el grafico N.-19 se puede observar que el primer motivo de viaje de los ecuatorianos es por Turismo con el 59,38%, le sigue Otros Motivos (salud, trabajo, entre otros) con un 31,76%. Se puede deducir que el turismo es la principal prioridad para que los ecuatorianos salgan de sus ciudades de origen, para todos nos parece un alivio salir a visitar lugares atractivos para combatir al estrés del diario vivir, ese estrés que nos llega por las complicaciones de la vida como la familia, el trabajo, la renta o las deudas.

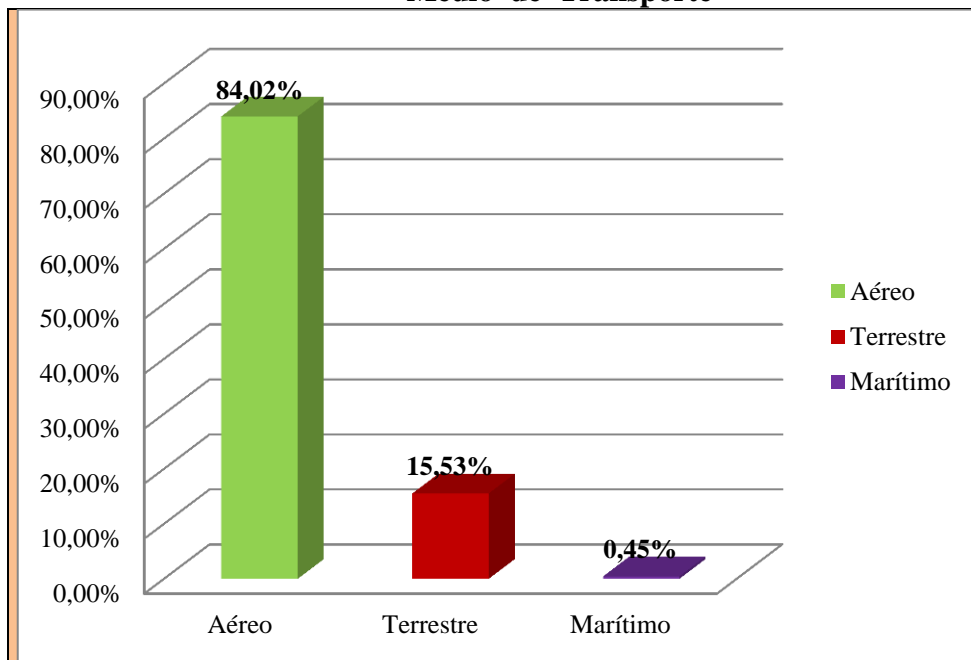
TABLA N.-18
Salida de Ecuatorianos, Según Medio de Transporte 2013

Medio De Transporte	Número	%
Aéreo	970,903	84.02%
Terrestre	179,459	15.53%
Marítimo	5,200	0.45%
Total	1155562	100.00%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-18
Medio de Transporte



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El 84,02% de los ecuatorianos equivalente a 970,903 se desplazan fuera del país por medio de transporte aéreo, siendo los Aeropuertos Internacionales "Mariscal Sucre" de la ciudad de Quito y "José Joaquín de Olmedo" de la ciudad de Guayaquil los más utilizados para el embarque y por consiguiente para el Control Migratorio correspondiente, seguido de los medios de transporte terrestre y marítimo con el 15,53% y 0,45% respectivamente.

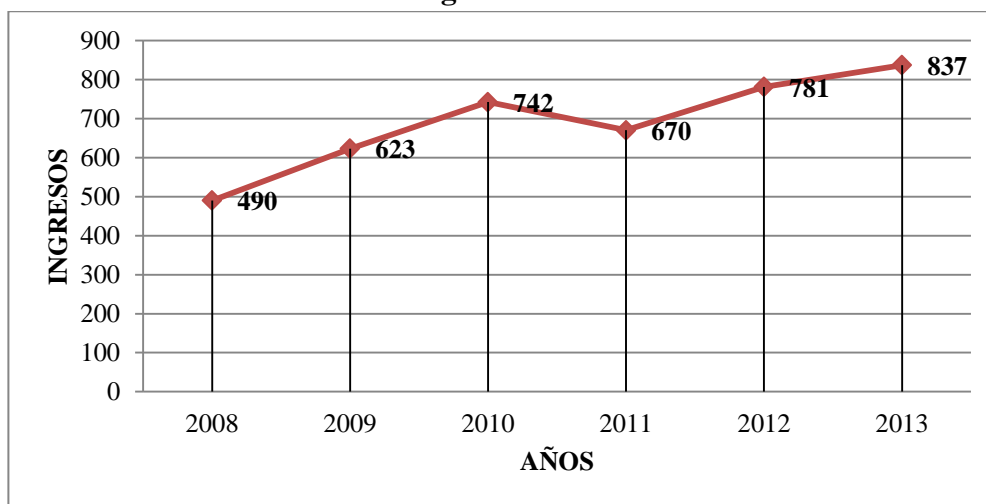
TABLA N.-19
Evolución De Los Ingresos Por Turismo En el Ecuador

Años	Ingresos Millones De Dólares
2008	\$490
2009	623
2010	742
2011	670
2012	781
2013	837

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-19
Ingresos Por Turismo



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: Se puede observar que durante el periodo 2008-2013 se registraron una tendencia creciente en los ingresos por turismo en el Ecuador, con una tasa promedio anual del 6%; superando la caída del año 2011 debido a la crisis internacional. En el año 2013 el país generó un ingreso de 837 millones de dólares, representando un aporte económico al país y beneficiando a subsectores entre ellos a la industria hotelera y por ende a los Aeropuertos del Ecuador. Se deduce que el sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse considerablemente el número de turistas que llegan cada año va en aumento, para ello se necesita de inversión en este sector para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador, que muchas veces no es conocida internacionalmente en muchos países. El turista necesita un lugar donde hospedarse el sistema hotelero debe velar por asegurar la calidad como prioridad principal para que el consumidor cada vez esté más comprometido con él a la hora de planificar y realizar sus viajes.

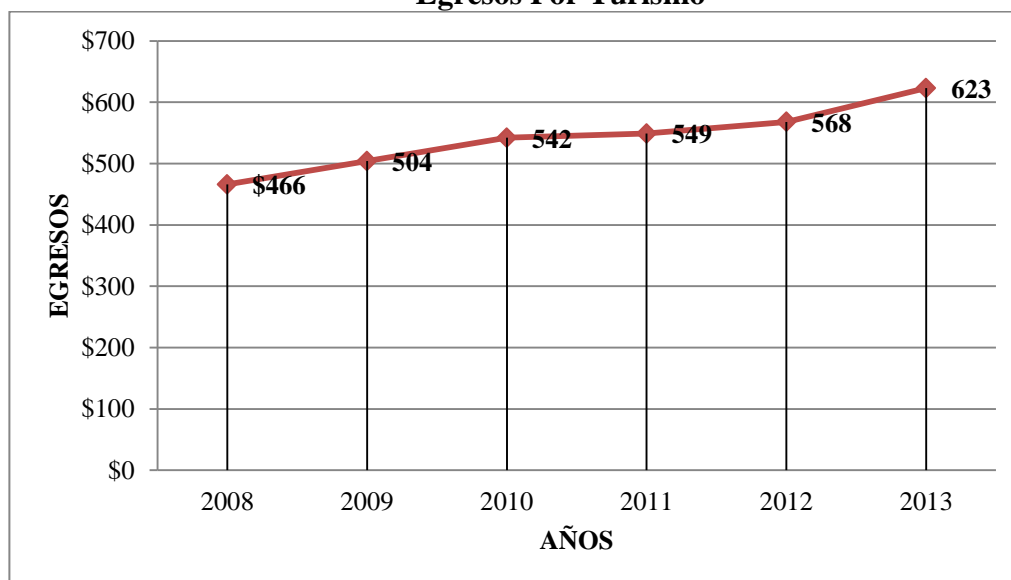
TABLA N.-20
Evolución De Las Salidas Internacionales y Egresos Por Turismo

AÑOS	EGRESOS MILLONES DE DÓLARES
2008	\$466
2009	504
2010	542
2011	549
2012	568
2013	623

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-20
Egresos Por Turismo



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: Las salidas internacionales en los últimos 6 años presentan una tasa de crecimiento considerable, para el año 2013 se llegaron a 1,155562 salidas, que generaron un egreso de 623 millones de dólares. Se deduce que los ecuatorianos para visitar los países internacionales utilizan el medio de transporte aéreo; lo cual permite que los aeropuertos desarrollen sus actividades y fluyan la economía, la operación aeroportuaria constituye el eje fundamental para el desarrollo económico no solo de las terminales aéreas sino también para dinamizar el comercio general de todos los sectores.

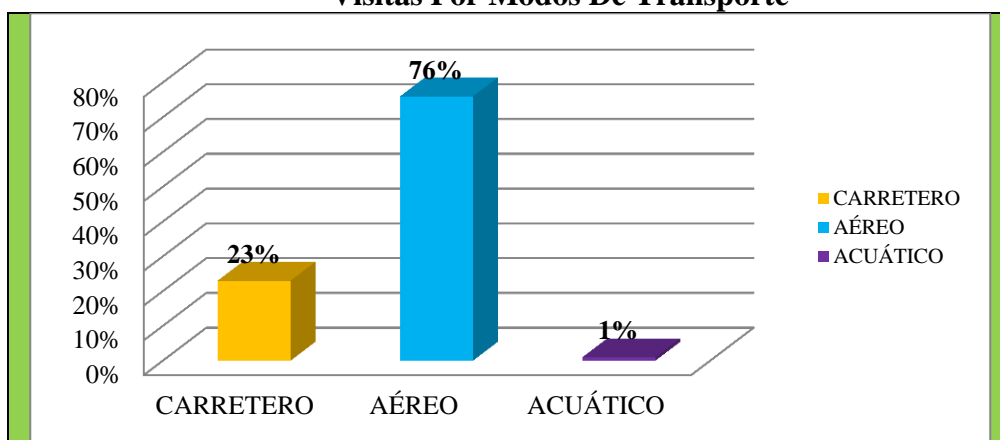
TABLA N.-21
Llegadas Internacionales Por Modo De Transporte 2013

Medio	Número de llegadas (miles de millones de arribos)	Porcentaje de participación
CARRETERO	263	23%
AÉREO	870	76%
ACUÁTICO	8	1%

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-21
Visitas Por Modos De Transporte



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: El transporte es un factor determinante para viajar, pues representa el medio para llegar a nuestro destino, se denota que el principal medio de transporte utilizado por los turistas para llegar al Ecuador es el medio aéreo considerándolo más rápido y seguro, en el año 2013 la utilización de servicios aéreos represento el 76%; mientras que vía terrestre (carretero) tiene una participación del 23%. Se deduce que el transporte constituye un relevante impacto de crecimiento y desarrollo del turismo; para cada medio ya sea público o privado el turista busca el confort, lo económico, lo rápido y el ser humano se ha encargado de investigar como sentirse más agrado al viajar y busca los mejores servicios ya sea aéreo o terrestre, el turismo es un binomio inseparable para que los viajeros logren realizar sus actividades; por lo tanto los medios de transportación han contribuido de manera sustancial al turismo.

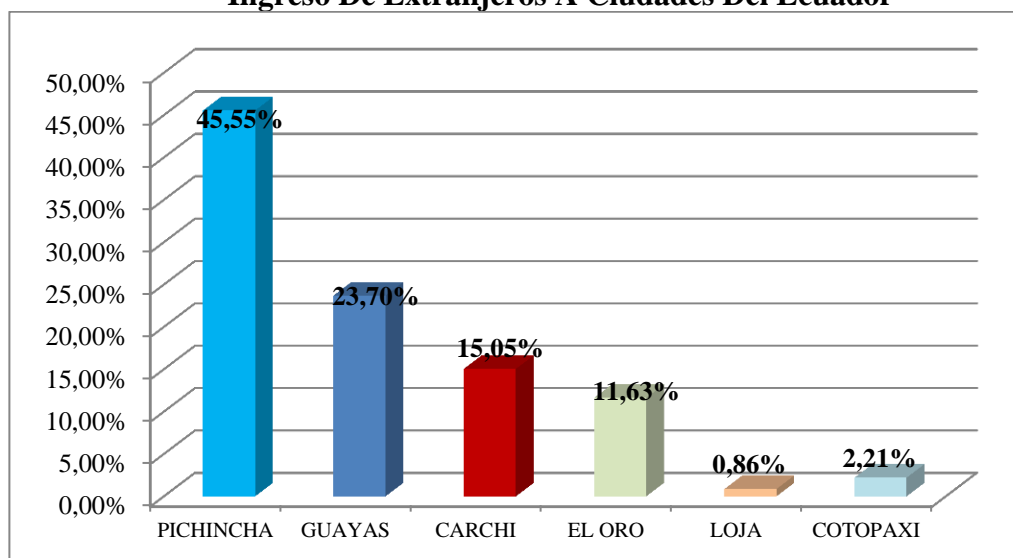
TABLA N.-22
Entradas De Extranjeros A Diferentes Ciudades Del País

CIUDADES	ACUMULADO		VARIACIÓN	% PARTICIPACION
	2012	2013	2012-2013	2013
	Ene-Dic.	Ene-Dic.	Ene-Dic.	Ene-Dic.
PICHINCHA	488.086	572.348	84.262,00	45.55%
GUAYAS	285.975	291.419	5.444,00	23.70%
CARCHI	204.551	185.006	-19.545,00	15.05%
EL ORO	131.435	143.015	11.580,00	11.63%
LOJA	12.160	10.562	-1.598,00	0.86%
COTOPAXI	26.904	27.120	216,00	2.21%
TOTAL	1.149.111	1.229.470	80359	100%

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-22
Ingreso De Extranjeros A Ciudades Del Ecuador



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: En el grafico N.-22 se observa que la provincia más visitada por los extranjeros en el año 2013 es Pichincha con un 45.55%, mientras que la menos visitada es Loja con un 0.86%; se puede apreciar también que durante el 2013 se incrementó la entrada de visitantes en la provincia de Cotopaxi en un 2.21% en comparación con el año 2012.

Los turistas visitan las principales urbes del país porque en ellas se ofrecen todo tipo de servicios, las más importantes cadenas hoteleras del mundo, infraestructura y tecnología de vanguardia. Quito es el centro político y financiero; Guayaquil, puerto principal y capital económica del país; Manta, segundo puerto, con amplia actividad comercial y turística Cuenca, la tercera ciudad de Ecuador, rica en producción artesanal principalmente en el trabajo de platería, cerámica y joyería y, las islas Galápagos un verdadero paraíso considerado como patrimonio de la Humanidad y como el mayor laboratorio natural del mundo y Latacunga con cúspides favoritas de hermosas montañas y atractivos culturales.

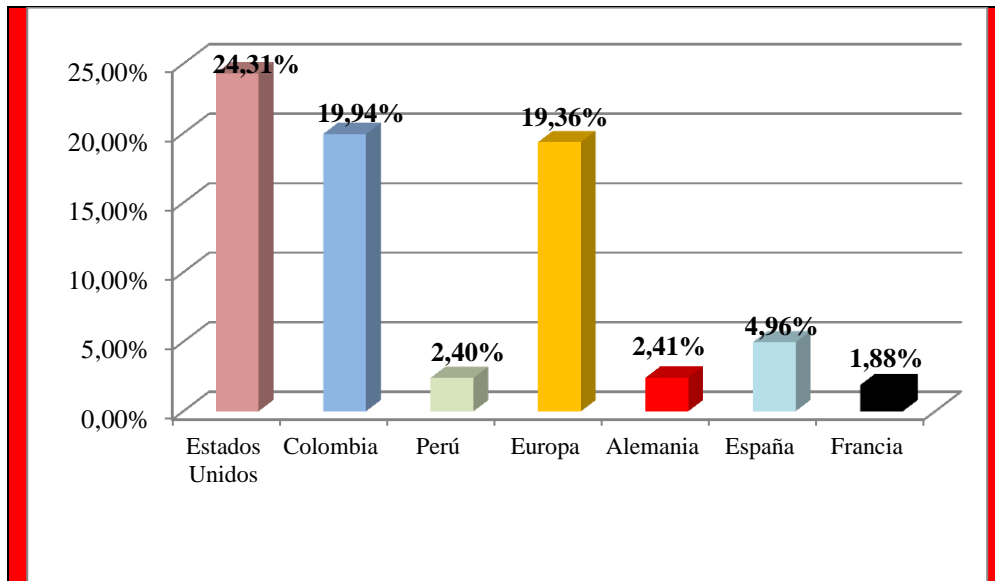
Se puede concluir que el ingreso de extranjeros a diferentes lugares del país en esencial a nuestra provincia acrecienta el potencial económico para el Aeropuerto Internacional Cotopaxi y simultáneamente los viajeros utilizan los servicios de hospedaje ofertados en ciudad beneficiando económicamente a esta industria.

TABLA N.-23
Principales países emisores de turistas

PAIS	PORCENTAJE
Estados Unidos	24.31%
Colombia	19.94%
Perú	2.40%
Europa	19.36%
Alemania	2.41%
España	4.96%
Francia	1.88%

FUENTE: MINTUR 2013.
ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-23
Demanda Turística



FUENTE: MINTUR 2013.
ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: El grafico N.-23 muestra un alto número de visitantes de otros países, teniendo mayor acogida a turistas de los Estados Unidos en un 24,31%; como también se observa que los turistas de Francia representan el 1,88% es decir existe poca demanda del mercado Francés hacia los atractivos de nuestro país. Los extranjeros visitan el país por su riqueza natural y cultural por la amplia diversidad de las cuatro regiones y por las miles de especies de flora y fauna. Se concluye que el ingreso de turistas al país genera beneficios económicos a varios sectores entre ellos a la industria hotelera que anualmente acoge a miles de turistas.

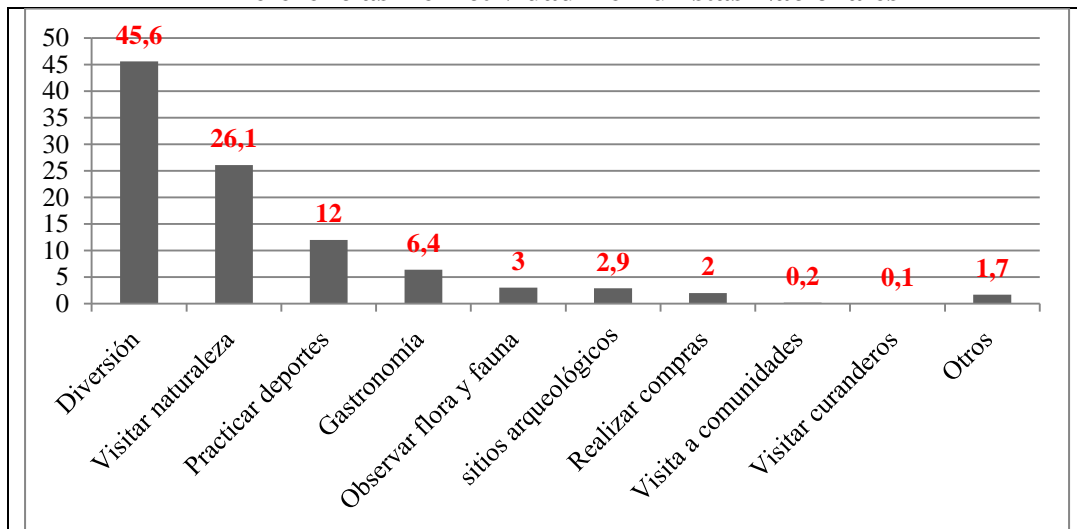
TABLA N.-24
Preferencias de actividad de turistas nacionales

ACTIVIDAD REALIZADA	%
Diversión	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	26,1
Practicar deportes	12
Gastronomía	6,4
Observar flora y fauna	3
Visitar sitios arqueológicos, históricos	2,9
Realizar compras	2
Visita a comunidades	0,2
Visitar shamanes, curanderos	0,1
Otros	1,7
TOTAL	100

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-24
Preferencias De Actividad De Turistas Nacionales



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: A partir de los datos obtenidos en la tabla N.-24, se determina que las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los turistas nacionales (45,6%). Si se suman deportes, diversión, gastronomía y compras, se podría argumentar que suman 62% en un solo concepto de diversión/distracción de lo que quiere el ecuatoriano; ya que nadie se desplaza solamente a comer o a comprar (sin pensar en motivos de negocios).

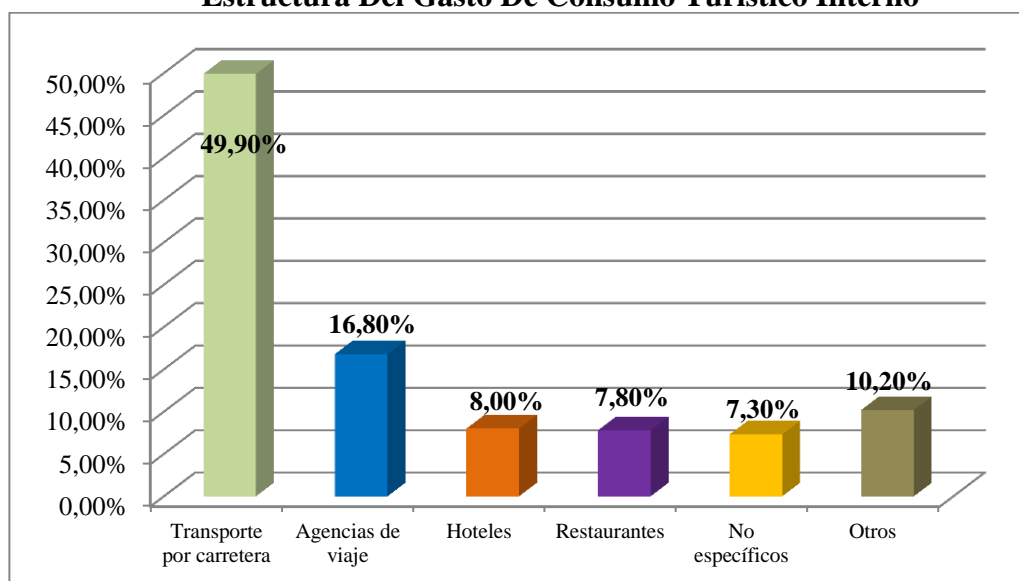
TABLA N.-25
Estructura Del Gasto De Consumo Turístico Interno

RUBRO	PORCENTAJE
Transporte por carretera	49.9%
Agencias de viaje	16.8%
Hoteles	8.0%
Restaurantes	7.8%
No específicos	7.3%
Otros	10.2%

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-25
Estructura Del Gasto De Consumo Turístico Interno



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: En lo que respecta a consumo turístico interno, entendido como el gasto que realizan los hogares residentes cuando se desplazan de su entorno habitual en los feriados o en los fines de semana, según los datos del gráfico N.-25 en el año 2013, se orienta fundamentalmente al transporte de pasajeros por vía terrestre (49,9%), seguido por los servicios prestados por las agencias de viajes (16,8%), los hoteles (8,0%) los restaurantes (7,8%) y no específicos 7,3% (ej. compra de artesanías). Se deduce que el gasto por turismo interno da movimiento económico a los lugares considerados como atractivos en el Ecuador.

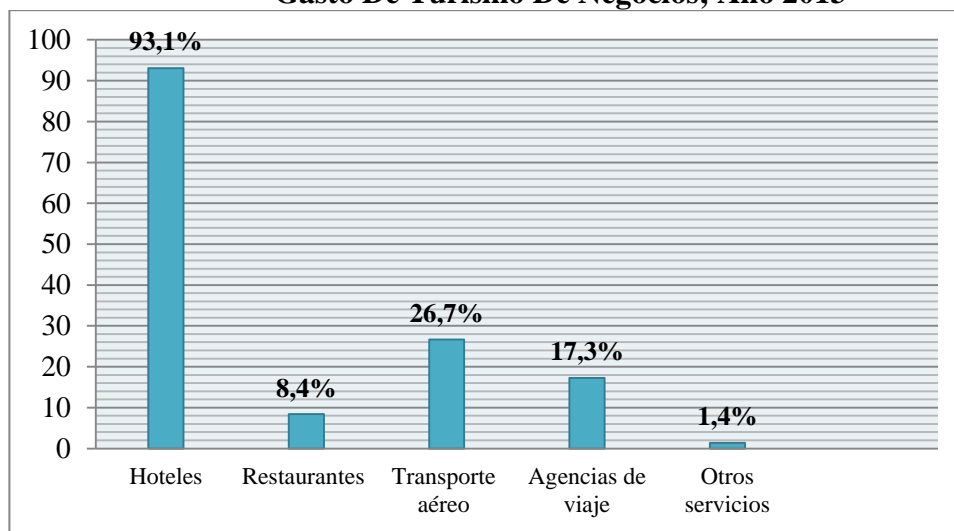
TABLA N.-26
Gasto De Turismo De Negocios; Año 2013

RUBRO	Monto En Millones De USD
Hoteles y similares	93,1
Restaurantes y similares	8,4
Servicios de transporte aéreo de pasajeros	26,7
Agencias de viaje y similares	17,3
Otros servicios conexos al turismo	1,4
TOTAL	146,9

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-26
Gasto De Turismo De Negocios; Año 2013



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: El gráfico N.-26, indica que la mayoría del gasto de consumo turístico interno se encuentra en el rubro de hotelería con un 93,1%; el gasto por transporte aéreo representa un 26,7%; las agencias de viaje tiene su participación con un 17,3%; y restaurantes con un 8,4%.

Se deduce que los diferentes sectores económicos como: la industria hotelera, restaurantes, transporte aéreo, agencias de viaje, comerciantes formales e informales se benefician financieramente de la operación turística.

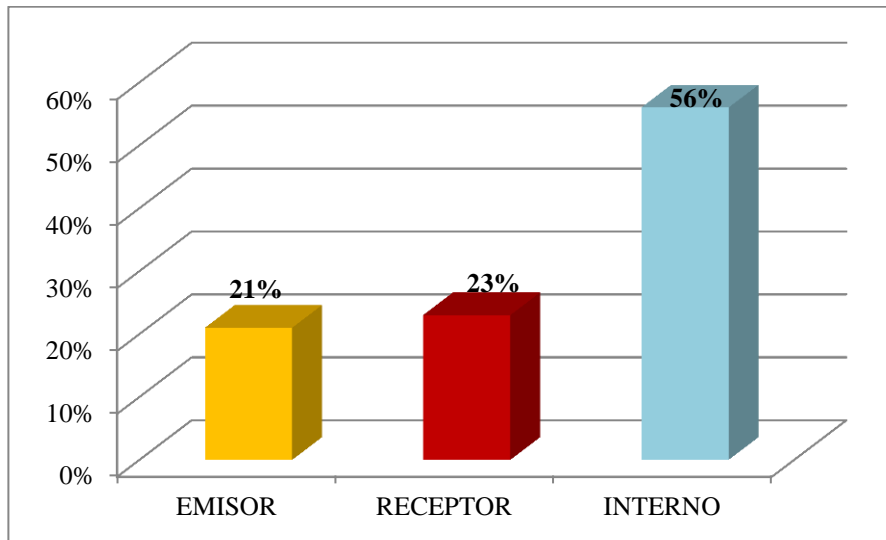
TABLA N.-27
Estructura Del Consumo Turístico

TURISMO	PARTICIPACIÓN
EMISOR	21%
RECEPTOR	23%
INTERNO	56%

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

GRÁFICO N.-27
Estructura Del Consumo Turístico



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: El gráfico N.-27 muestra los datos recogidos en el Ministerio de Turismo del Ecuador, en relación a la estructura del consumo turístico en el año 2013, se aprecian datos notables en relación al comportamiento del turismo emisor (21%), turismo receptor (23%) y turismo interno (56%). De esta manera, se puede visualizar la importancia del turismo interno que representa el 56% del consumo turístico total. Se deduce que el Ecuador es uno de los países mega diversos del planeta, con un alto índice de biología y tres de las diez zonas calientes del mundo. Conserva el 18% de su territorio como áreas protegidas siendo once de gran importancia a nivel mundial. Esto sin contar con la diversidad de pueblos y nacionalidades que traen consigo, costumbres, tradiciones, leyendas, y cosmovisiones que nos impresionan a cada paso.

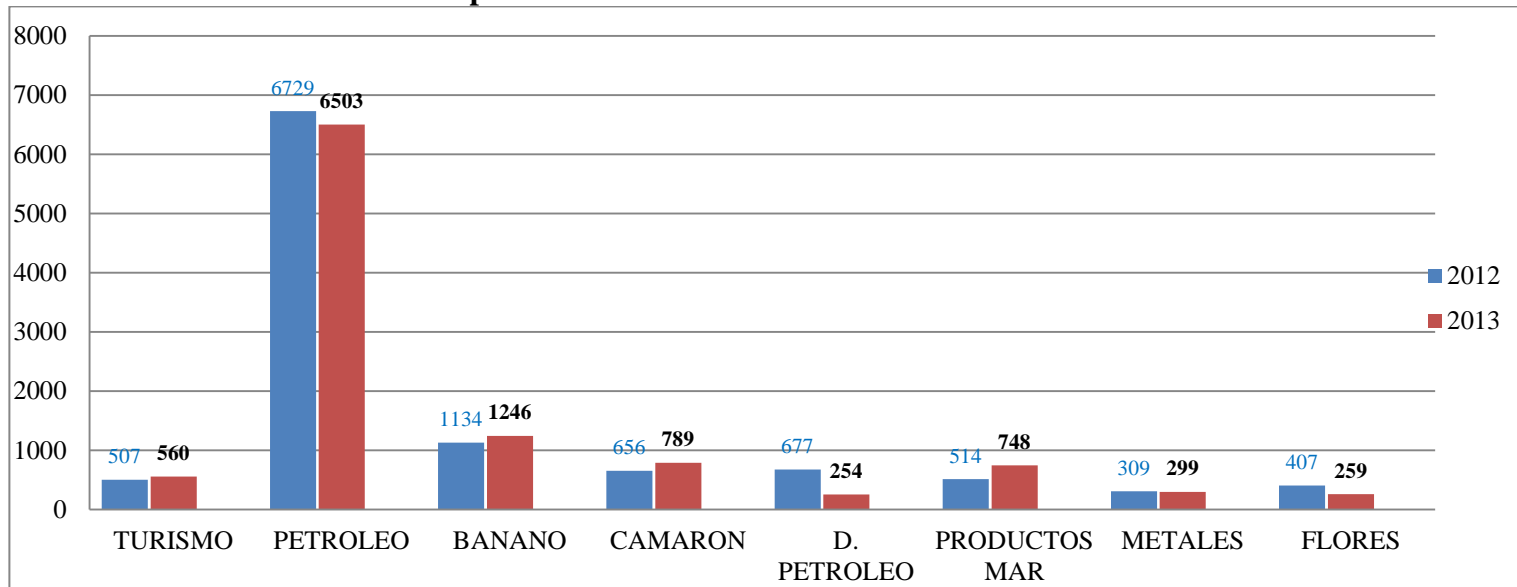
TABLA N.-28
Ingreso Por Turismo / Exportaciones, I Semestre. 2012-2013 En Millones De USD

AÑOS/TRIM	TURISMO	PETROLEO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES
									(Productos Primarios e Industrializados)
2012	507,3	6.728,6	1.134,2	656,4	676,9	514,4	308,7	407,3	12.256,3
UBICACIÓN	6	1	2	4	3	5	8	7	
2013	559,8	6.502,6	1.245,9	788,6	253,7	748,0	299,3	459,0	12.194,2
UBICACIÓN	5	1	2	3	8	4	7	6	

FUENTE: Banco Central Del Ecuador.

ELABORADO: MINTUR

GRÁFICO N.-28
Exportaciones De Productos Primarios Ecuador 2013



FUENTE: Banco Central Del Ecuador

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: Se puede observar en el gráfico N.-28, en el primer trimestre del año 2013 el ingreso por turismo se incrementó, posicionándose en el quinto lugar dentro de los productos primarios e Industrializados en comparación con el año 2012 que se ubicó en el sexto lugar; pero también se observa que el total de las exportaciones disminuyeron en 62 mil millones de dólares en el 2013 en comparación con el año 2012; se deduce que no se tuvo mayor participación en cuanto a exportaciones dentro de los mercados internacionales; mientras que el turismo retomó un lugar importante dentro de la balanza comercial, beneficiando a la industria hotelera del país y al comercio general de la población.

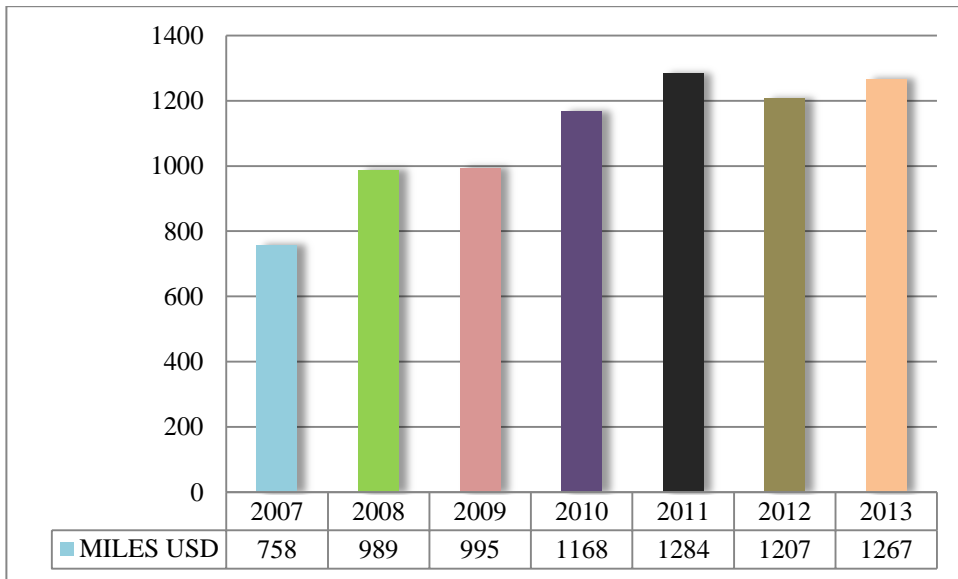
TABLA N.-29
Balanza Turística Del Ecuador

AÑOS	INGRESOS MILLONES DE DÓLARES
2007	758
2008	989
2009	995
2010	1168
2011	1284
2012	1207
2013	1267

FUENTE: Banco Central Del Ecuador.

ELABORADO: MINTUR 2013.

GRÁFICO N.-29
Evolución De La Balanza Turística del Ecuador



FUENTE: Banco Central Del Ecuador

ELABORADO: Investigador

Análisis E Interpretación: En el gráfico N.-29, se observa el comportamiento de la balanza de turismo del Ecuador, en el año 2011 se tuvo un ingreso de 1284 millones de dólares; para el año 2012 la entrada se reduce en 77 millones de dólares; mientras que en el 2013 la balanza refleja un incremento de 60 mil millones de dólares en comparación con el año 2012 existe un incremento considerable es decir; se parte de una tendencia positiva lo cual beneficia económicamente al país que actualmente es considerado como el mejor destino turístico para los extranjeros.

3.1.5.2.- Situación productiva de Cotopaxi

La provincia de Cotopaxi se caracteriza por ser una de las provincias que contribuye notablemente a la economía del país y de manera progresiva al PIB, a la generación de empleo y a la aportación fiscal. En esta provincia y de manera particular en la ciudad de Latacunga tenemos microempresas, pequeñas, medianas, grandes empresas y consorcios en actividades agropecuarias, extractivas, comerciales y de servicio, esto ha hecho que la ciudad se encuentre en el auge del desarrollo productivo y comercial.

Esta provincia forma parte de la Región #3. Cuenta con 6.569 Km² aproximadamente, es decir, el 15% de la Región #3 y el 3% del territorio nacional. Conforme a la división política actual esta provincia, tiene 7 cantones y 40 parroquias: Latacunga (11 parroquias), La Maná (3 parroquias), Pangua (4 parroquias), Pujilí (7 parroquias), Salcedo (6 parroquias), Saquisilí (4 parroquias), y Sigchos (5 parroquias).

De acuerdo al último Censo del año 2010, Cotopaxi tiene 406.798 habitantes, lo que representa el 15% de la población de esta Región y el 3% de los habitantes del Ecuador. El 73% de las personas vive en zonas rurales, y el 27% en zonas urbanas.

En Cotopaxi al igual que en las demás provincias de la Región, se identifican tres principales actividades del sector servicios: hoteles y restaurantes; transporte, almacenamiento y comunicaciones; e intermediación financiera. Esta provincia ocupa el tercer lugar de la Región en la provisión de servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones, con 79,7 millones de dólares.

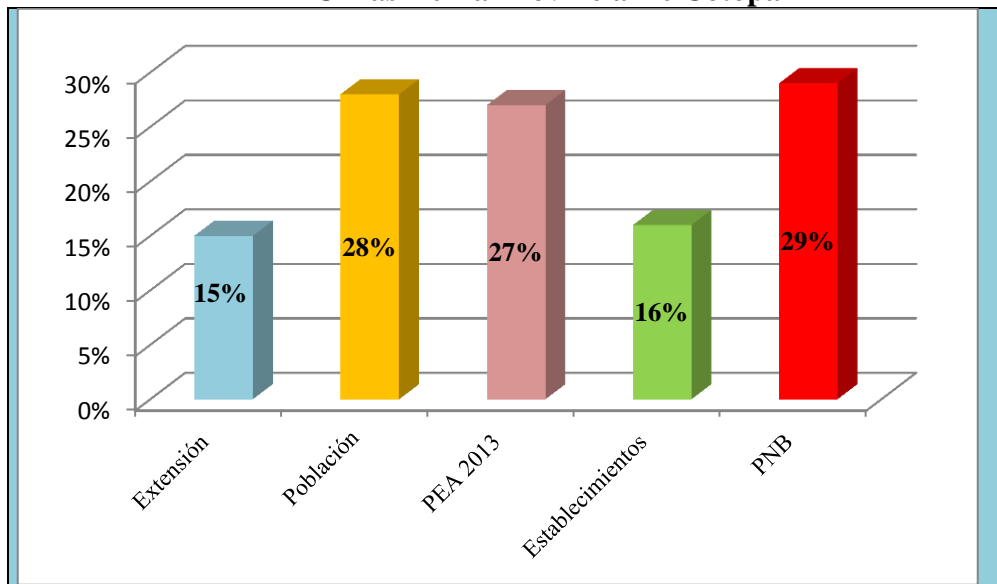
TABLA N.-30
Características De La Provincia De Cotopaxi

Variable	Datos	% Región 3	% Nacional
Extensión	6.569	15%	3%
Población (Personas)	406.798	28%	3%
PEA 2013 (Personas)	141.062	27%	3%
Establecimientos Económicos (#)	11.664	16%	2%
PNB (Miles USD)	918.367	29%	2%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-30
Cifras De La Provincia De Cotopaxi



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Según la tabla N.-30, Cotopaxi ha aportado a la Población Económicamente Activa (PEA) con el 27% de la Región 3 y el 3% de la fuerza laboral del país, según datos del Censo 2010, económicamente es la segunda de mayor aporte a la Región 3 con el 29% del Producto Nacional Bruto, en promedio entre los años 2009 – 2013, y el 2% a nivel nacional en el mismo período. Se deduce que la provincia de Cotopaxi aporta considerablemente al PIB nacional desde varios establecimientos económicos como los hoteles, restaurantes, transporte e intermediación financiera beneficiando a las familias, empresas y al estado.

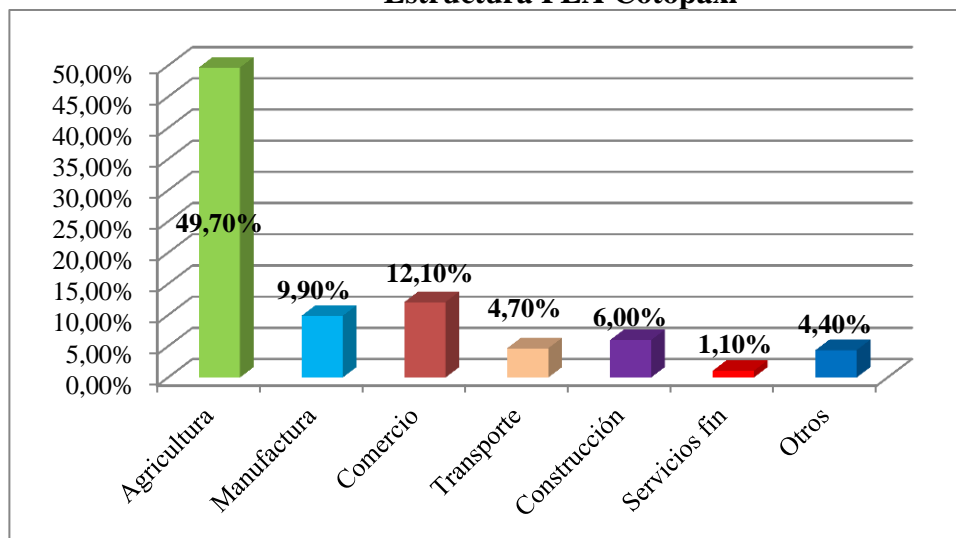
TABLA N.-31
Estructura Sectorial De La PEA En Cotopaxi

SECTOR	% DE LA PEA
Agricultura, silvicultura caza y pesca	49,7%
Manufactura	9,9%
Comercio	12,1%
Transporte	4,7%
Construcción	6,0%
Servicios financieros	1,1%
Otros	4,4%
TOTAL	100,0%

FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-31
Estructura PEA Cotopaxi



FUENTE: INEC.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El Gráfico N.-31 muestra que el 50% de la PEA de Cotopaxi se encuentra concentrada en las zonas rurales, su principal actividad es la producción agropecuaria, un 10% de la PEA está en la manufactura, 12% en el comercio, 4,7% transporte, construcción el 6%, servicios financieros el 1,1% y otras actividades el 4,4%. Se deduce que nuestra provincia por estar localizada en la región 3 es netamente agrícola y ganadera en un 49,7% por lo cual la mayoría de las personas se dedican a esta actividad dando movimiento a la economía de la provincia.

3.1.5.3.- Turismo en la provincia de Cotopaxi

Cotopaxi se caracteriza por una gran concentración y abundancia de condiciones geográficas, paisajísticas, culturales y étnicas aptas para turismo religioso, de salud y comunitario, con una gran biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos. Basta con decir que en esta región se encuentran algunos de los más grandes volcanes del Ecuador y de Sudamérica: el Cotopaxi, el Tungurahua (de especial interés para vulcanólogos) y el Chimborazo.

También hay que destacar el hecho de que se ha desarrollado la infraestructura turística básica y un conglomerado empresarial compuesto principalmente por pymes especializadas en turismo alternativo en donde se observa un espíritu emprendedor a través de experiencias creativas para el desarrollo de nuevos productos turísticos. Adicionalmente a la infraestructura, también se ha implementado un buen nivel de conectividad que se ha especializado en la información y promoción turística de la Provincia.

En la provincia es de particular importancia la existencia de suficiente transporte e infraestructura vial que permite en un solo día recorrer toda la provincia y la conexión con las cuatro regiones turísticas de la Región # 3. Cotopaxi ofrece importantes posibilidades de turismo comunitario, donde las organizaciones campesinas e indígenas prestan un servicio (como en el caso del Quilotoa donde se encargan de llevar turistas en asnos o mulas). “Desde la visión de las operadoras de turismo, la provincia no presenta más que tres atractivos: el Parque Nacional Cotopaxi, las plazas y mercados de Saquisilí y la laguna de Quilotoa”, que a su vez son los lugares que concentran la mayoría del turismo, nacional e internacional, que llega a la Provincia.

La provincia es vista por las operadoras como un sitio de paso y no como un destino turístico, donde se pueda estar más de dos días, pues, por lo general, lo que se hace es visitar estos tres destinos mencionados y regresar al lugar de origen o seguir para las provincias del centro del país; al ser un lugar de paso, la mayor parte de los recursos generados no se quedan en la provincia. Sólo los turistas conocidos como “mochileros” (turismo de aventura) visitan la provincia por más tiempo, sin embargo, es un número limitado de personas.

El Ministerio de Turismo, amplía la visión de las operadoras, y destaca que los atractivos turísticos que ofrece la provincia de Cotopaxi son variados, subraya la belleza de sus paisajes naturales que están dominados por las cimas nevadas de las montañas y particularmente por el volcán Cotopaxi, también subraya la existencia de lugares cargados de historia, sitios para la pesca, el montañismo, paseos campestres, ferias multicolores y un variado folclore, existe además hoteles, una red vial que cuenta con cerca de 150 Km. de carretera asfaltada y 262 Km. de carretera afirmada.

La provincia ofrece turismo de aventura, tiene una serie de espacios naturales como la cumbre de los Ilinizas o el Cotopaxi donde se requiere de una técnica adecuada y profesionales guías; se puede también hacer recorridos a pie o a caballo por el páramo, donde se puede observar lagunas y otros atractivos de las zonas de altura; otra posibilidad es realizar recorridos de varios días, que demandan mejores condiciones físicas, como el cruce de los Andes, desde las alturas de la sierra hasta la costa, por la ruta que va desde el Quilotoa hasta el río Toachi para salir a Santo Domingo de los Colorados.

La provincia también ofrece turismo cultural, tiene santuarios religiosos como el de Isinche en Pujilí; Cuicuno en Saquisilí; y San Buenaventura en Latacunga; que son lugares concurridos durante todo el año. Las ferias constituyen otro atractivo turístico de la provincia. En casi todas las parroquias o cantones se realizan ferias semanales, la mayoría de ellas indígenas, donde aún se conserva una serie de modalidades de comercialización propias del mundo andino, las más visitadas son las de Saquisilí y Zumbahua.

En la provincia de Cotopaxi la diferenciación del tipo de demanda turística, nacional o extranjera, ha determinado el diseño de la oferta: el carácter masivo del turismo interno, sin exigencias de servicios, compensa la baja inversión y los bajos costos; de esta forma, se ha focalizado la inversión en servicios e infraestructura en sitios que puedan atraer al turismo externo, aparentemente más exigente.

“El turismo interno en la Provincia no ha sido explotado de manera conveniente y al parecer, ha quedado fuera de las políticas nacionales. No obstante, su carácter masivo y de baja inversión puede ser potencialmente visto como una fuente de generación de recursos para los gobiernos nacionales”.

La concepción del turismo receptivo, exclusivamente orientado a visitantes extranjeros condiciona la percepción de los problemas desde la población que no visibiliza como turistas a los nacionales que visitan un lugar; esto se debe a las características propias del turismo nacional: recurrente en ciertas épocas del año (fiestas religiosas o patronales), que determina que el uso de la infraestructura instalada sea puntual y que la generación de ingresos no sea alta.

La actividad turística en Cotopaxi ocupa a buen número de negocios o establecimientos, es considerada área estratégica para el desarrollo económico de la provincia por su alto nivel de encadenamientos intersectoriales, los principales atractivos turísticos son naturales (ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitario) y culturales, hay concentración de infraestructura hotelera y de alimentación en Latacunga, y reciben turistas extranjeros y nacionales.

De acuerdo al último Registro Catastral Turístico llevado a cabo por el Ministerio de Turismo, se determina que existen 1.693 establecimientos que prestan servicios turísticos en esta Región, de los cuales 499 son alojamientos de diverso tipo y categoría (hoteles, hosterías, hostales, pensiones, refugios, residenciales y moteles), 1.023 son establecimientos que expenden comidas y bebidas entre los que cuentan bares, cafeterías, fuentes de soda y restaurantes, y 171 son agencias de viajes y operadores turísticos, como se puede apreciar en el siguiente cuadro resumen.

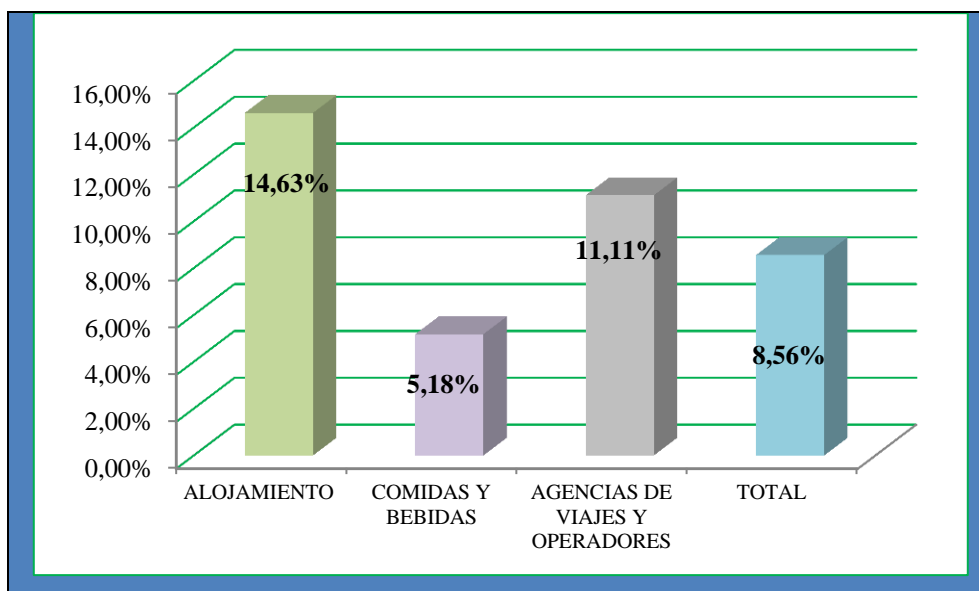
TABLA N.-32
Hoteles, Restaurantes Y Agencias De Viajes De La Región 3

Provincia	Alojamiento	Comidas y Bebidas	Agencias De Viajes y Operadores	Total
Cotopaxi	73	53	19	145
Chimborazo	107	383	36	526
Pastaza	70	147	7	224
Tungurahua	249	440	109	798
Total	499	1023	171	1693
Cotopaxi % del total	14.63%	5.18%	11.11%	8.56%

FUENTE: Registro Catastral Turístico Del Ecuador.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-32
Hoteles, restaurantes y agencias de viajes de la región 3



FUENTE: Registro Catastral Turístico Del Ecuador.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Como se puede observar en el grafico N.-32 en la provincia de Cotopaxi se encuentra el menor número de establecimientos de toda la región, apenas el 8.56% (145 establecimientos), de los cuales 73 (14.63%) son alojamientos de diverso tipo y categoría (hoteles, hosterías, hostales, pensiones, refugios, residenciales y moteles), 53 (5.18%) son establecimientos que expenden comidas y bebidas entre los que cuentan bares, cafeterías, fuentes de soda y restaurantes, y 19 (11.11%) son agencias de viajes y operadores turísticos.

Se estima que el turismo es el tercer rubro económico más importante del país, se ubica después del petróleo crudo que ocupa el primer lugar, y del banano con el segundo. Otro aporte importante en los ingresos en divisas es el generado por la remesas de los ecuatorianos residentes en el exterior ubicándose en el cuarto lugar. Los ingresos obtenidos por las actividades turísticas, en los últimos años, ha ido incrementándose paulatinamente.

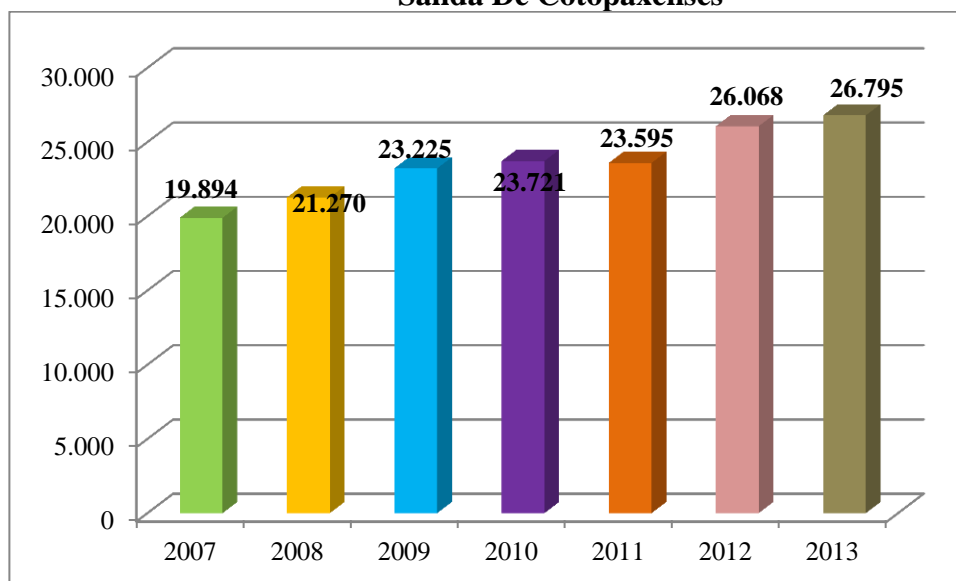
TABLA N.-33
Utilización aeropuerto por ciudadanos Cotopaxenses (en miles)

Categoría	Años	Salida De Cotopaxenses
1	2007	19.894
2	2008	21.270
3	2009	23.225
4	2010	23.721
5	2011	23.595
6	2012	26.068
7	2013	26.795

FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-33
Salida De Cotopaxenses



FUENTE: MINTUR 2013.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El gráfico N.-33 permite observar un incremento sustantivo en la utilización del Aeropuerto Internacional Cotopaxi período 2007-2013. Lo que representa considerablemente el aumento de la economía del sector transporte y la participación de los hoteles y restaurantes involucrando que existan mayores ingresos para la Provincia. Se deduce que la actividad aeroportuaria en la ciudad representa un aliado estratégico para la población Cotopaxense su relación influye directamente en el movimiento comercial y económico de la zona.

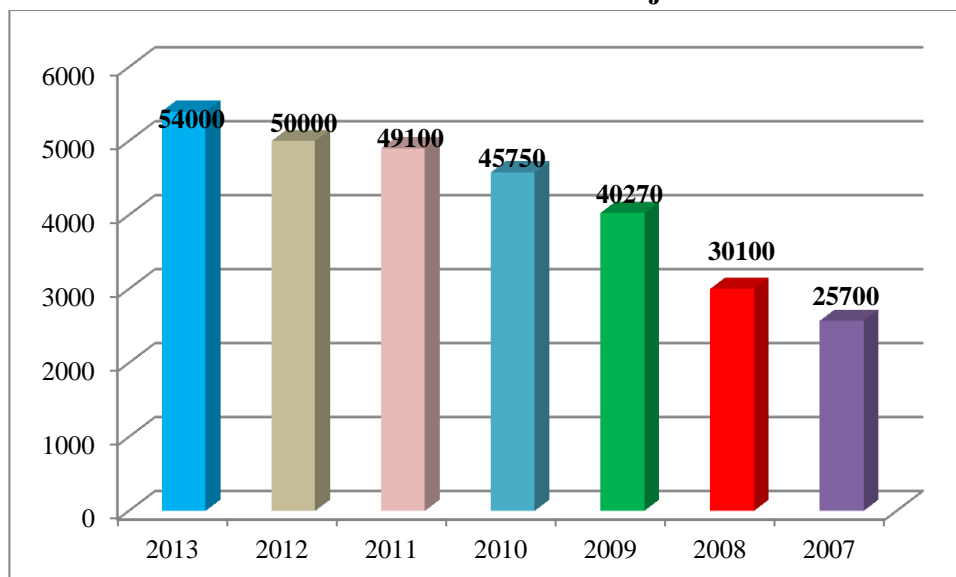
TABLA N.-34
Demanda De Pasajeros En Aeropuerto Internacional Cotopaxi

Movimientos	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Pasajeros	54,000	50,000	49,100	45,750	40,270	30,100	25,700

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-34
Demanda De Pasajeros



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: Una de las actividades de los aeropuertos es entregar servicios de vuelos para el traslado de pasajeros a diferentes destinos nacionales e internacionales, el avión es un medio de transporte más rápido; sin embargo, su costo es elevado, por lo que se utiliza principalmente en el traslado de personas; el gráfico N.-34 muestra la demanda de los servicios de vuelos de pasajeros en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi durante el periodo 2007-2013, se evidencia una escala ascendente es decir año tras año se incrementan el número de viajeros beneficiando económicamente a la ciudad y al movimiento comercial de la zona central.

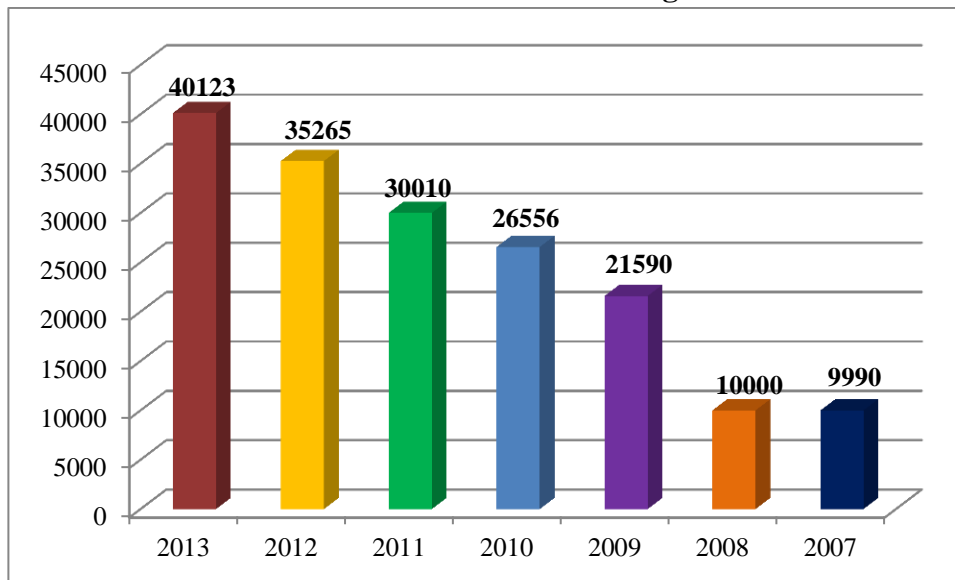
TABLA N.-35
Demanda De Carga En Aeropuerto Internacional Cotopaxi

Movimientos	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Carga (TM)	40,123	35,256	30,010	26,556	21,590	10,000	9,990

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-35
Demanda De Carga



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El transporte aéreo tiene fines comerciales, el uso de contenedores aéreos han hecho de este medio una opción para el envío de mercancías por su rápida entrega, seguridad y cumplimiento de horarios. El diseño de nuevos aviones destinados a carga, el volumen de mercancías transportado por este medio se incrementa año tras año. El gráfico N.-35, indica la demanda de los servicios de carga por tonelada métrica (TM) en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi durante el periodo 2007-2013 representa una progresión creciente es decir año a año se ha incrementado el número de exportaciones desde nuestra terminal aérea beneficiando económicamente a las principales empresas exportadoras de la provincia.

TABLA N.-36

Destinos de productos desde el Aeropuerto Cotopaxi

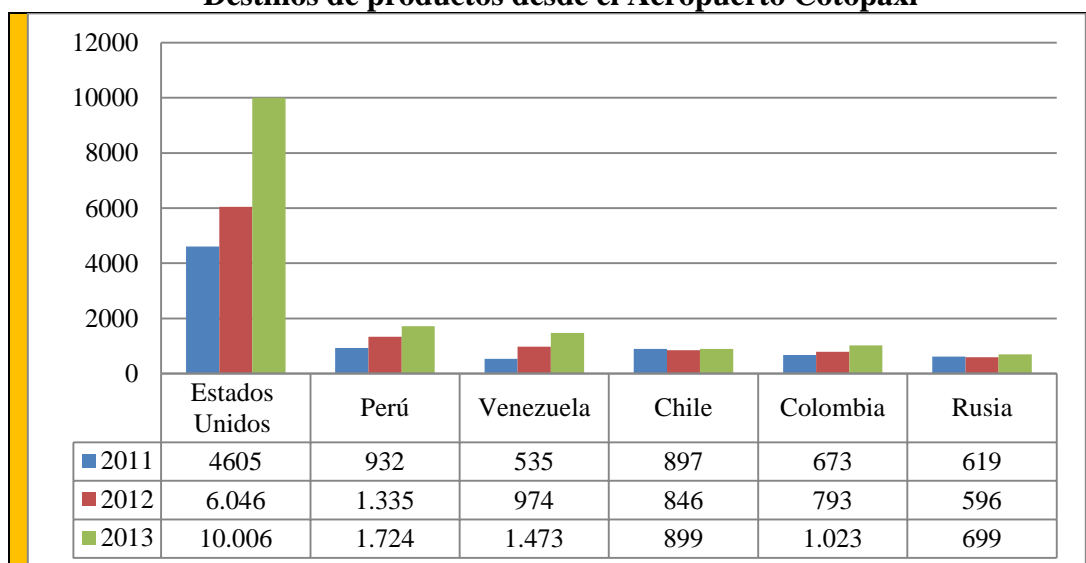
PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	2011		2012		2013	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
<i>Datos en millones de dólares FOB)</i>						
Estados Unidos	4605	-45,04%	6.046	31,29%	10.006	65%
Perú	932	-45,24%	1.335	43,24%	1.724	29%
Venezuela	535	-23,35%	974	82,06%	1.473	51%
Chile	897	-40,32%	846	-5,69%	899	6,26%
Colombia	673	-13,16%	793	17,83%	1.023	29%
Rusia	619	12,75%	596	-3,72%	699	17,28%

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-36

Destinos de productos desde el Aeropuerto Cotopaxi



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: En el grafico N.-36 se puede apreciar que durante el periodo 2011-2013 las exportaciones desde el Aeropuerto Internacional Cotopaxi representaron un incremento considerable, los mercados que se mantienen como aliados para el envío de brócoli y flores son Estados Unidos, Perú, Venezuela, Chile, Colombia y Rusia; la producción de rosas y brócoli es un negocio rentable y exitoso en la provincia de Cotopaxi en cuanto a rosas son consideradas las mejores del mundo, por su calidad, belleza inigualable, botones grandes y colores vivos.

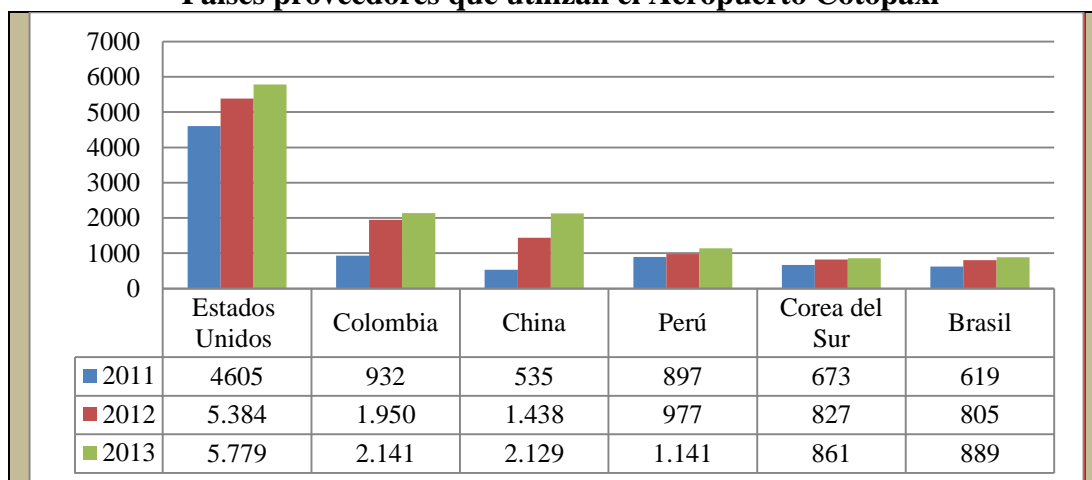
TABLA N.-37
Países proveedores que utilizan el Aeropuerto Cotopaxi

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	2011		2012		2013	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
<i>Datos en millones de dólares FOB)</i>						
Estados Unidos	3.579	8,13%	5.384	50,43%	5.779	8%
Colombia	1.485	-13,71%	1.950	31,31%	2.141	9%
China	1.016	-30,60%	1.438	41,54%	2.129	48%
Perú	628	17,55%	977	55,57%	1.141	16%
Corea del Sur	522	-21,97%	827	58,43%	861	4%
Brasil	632	-24,85%	805	27,37%	889	10%

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-37
Países proveedores que utilizan el Aeropuerto Cotopaxi



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El Gráfico N.-37 permite observar a los seis principales países a los cuales importamos insumos y productos (Estados Unidos, Colombia, China, Perú, Corea Del Sur y Brasil) cuya carga se desembarca en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi; durante el periodo 2011-2013 las operaciones de importación han representado un incremento considerable beneficiando económicamente a la terminal aérea de la ciudad de Latacunga, las actividades de importación constituyen la operación principal para dar movimiento a la economía del sector aéreo.

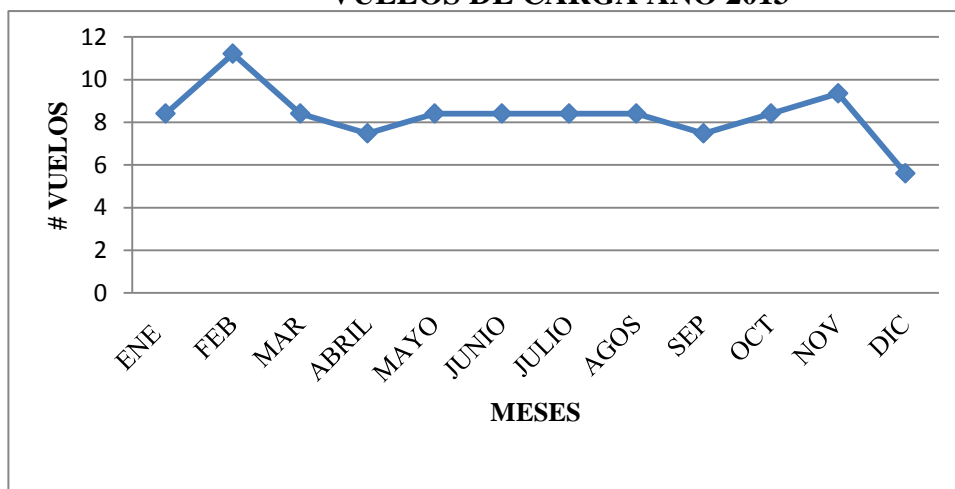
TABLA N.-38
VUELOS DE CARGA AÑO 2013

MESES	NÚMERO DE VUELOS	% PARTICIPACIÓN
ENERO	9	8,41
FEBRERO	12	11,21
MARZO	9	8,41
ABRIL	8	7,48
MAYO	9	8,41
JUNIO	9	8,41
JULIO	9	8,41
AGOSTO	9	8,41
SEPTIEMBRE	8	7,48
OCTUBRE	9	8,41
NOVIEMBRE	10	9,35
DICIEMBRE	6	5,61
TOTAL	107	100%

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-38
VUELOS DE CARGA AÑO 2013



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: En el Gráfico N.-38 se muestra el número de vuelos de carga de los diferentes meses del año 2013, se puede observar que la cantidad de vuelos en el mes de febrero se incrementó esto debido a la fecha pico de producción y exportación de rosas hacia los diferentes mercados extranjeros, generando así mayores ingresos para el Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

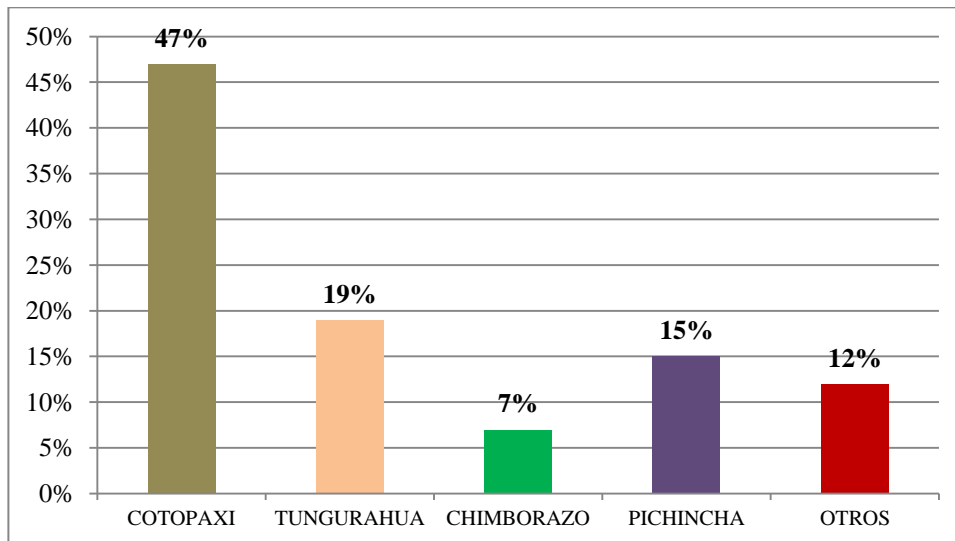
TABLA N.-39
Principales provincias que utilizan el Aeropuerto Cotopaxi

PROVINCIAS	% DE DEMANDA
COTOPAXI	47
TUNGURAHUA	19
CHIMBORAZO	7
PICHINCHA	15
OTROS	12
TOTAL	100%

FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

GRÁFICO N.-39
Provincias que utilizan el Aeropuerto Cotopaxi



FUENTE: Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

ELABORADO: Investigador.

Análisis E Interpretación: El Gráfico N.-39 indica las principales provincias que utilizan el Aeropuerto Internacional Cotopaxi para exportar sus productos, como se puede observar Cotopaxi y sus cantones por estar ubicado cerca de la terminal aérea tiene una participación del 47% en comparación con las demás provincias, esto permite que los ingresos aumenten tanto para la ciudad como para el estado la reactivación económica permite el desarrollo de nueva infraestructura y mayores obras para la provincia.

3.1.6.- Matrices De Impacto

Mediante el uso de matrices, se va a conocer cuáles son los factores más importantes en lo que se refiere al Aeropuerto vs turismo en la provincia de Cotopaxi, de esta manera se obtienen resultados e indicadores que servirán a futuro para que este sector tenga un mejor desarrollo.

CUADRO N.-20
Matriz de impacto económico del Aeropuerto Cotopaxi

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Incentivo a la inversión							3
Mejoramiento del nivel de Ingresos							3
Reactivación económica del Sector					1		
Incremento de nuevas plazas de empleo					1		
Aporte económico para el Estado por Impuestos					1		
TOTALES	0	0	0	0	3	0	6

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

- **Impacto Total** = Nivel de impacto/número de indicadores
- **Impacto Total**= 9/5
- **Impacto Total**= 1,8

Interpretación: Se puede observar que el impacto económico es importante, sobre todo porque el Aeropuerto Internacional Cotopaxi influye en las operaciones turísticas de la provincia, representando un aporte positivo al sector permitiendo el ingreso de divisas para el país, fomentando la inversión extranjera y esto se verá reflejado en empleo para la gente. El Aeropuerto tiene un aporte importante en la generación de impuestos del país, ya que se encuentra regularizado y en norma con las exigencias del estado en lo que se refiere a declaración de impuestos, relaciones laborales, Instituto de Seguridad Social y Medio Ambiente.

CUADRO N.-21

Matriz de Impacto Social del Aeropuerto hacia la Industria Hotelera

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Mejorar la Calidad de Vida de las Personas							3
Aporte al Desarrollo de las Familias Aledañas					1		
Satisfacción de las Necesidades de los Clientes (viajeros)						2	
Generación del Comercio							3
Fortalecimiento del Sector hotelero					1		
TOTALES	0	0	0	0	2	2	6

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

- **Impacto Total** = Nivel de impacto/número de indicadores
- **Impacto Total** = 10/5
- **Impacto Total** = 2

Interpretación: El impacto es importante en el sector social, sobre todo porque en la provincia de Cotopaxi el Aeropuerto es un aliado para la actividad económica de las personas y los negocios. Desde que se amplió el número de operaciones aeroportuarias, las personas dedicadas al comercio y el sector hotelero han tenido mayores ingresos permitiendo a las familias tener una mejor calidad de vida.

Es importante que el sector hotelero se fortalezca mediante asociaciones y cámaras que se dediquen a trabajar en el mejoramiento del servicio de hospedaje en la ciudad sobre todo que se negocie con el gobierno para que se dé mayor apoyo a la industria hotelera, impulsándolo su desarrollo y ayudando para que cada día las oportunidades mejoren. De igual manera buscar mayor inversión para fomentar el turismo en nuestra provincia y dar mayor valor a las riquezas que posee la región 3 en esencial a las maravillas que tiene la ciudad de Latacunga.

CUADRO N.-22

Matriz de Impacto Ambiental del Aeropuerto Internacional Cotopaxi

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Afectación a la Salud de la población					1		
Reforestación del Suelo				0			
Incremento del nivel de ruido							3
Plan de Manejo Ambiental						2	
Contaminación del Aire		-2					
TOTALES	0	-2	0	0	1	2	3

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

- **Impacto Total** = Nivel de impacto/número de indicadores
- **Impacto Total** = 4/5
- **Impacto Total** = 0.80

Interpretación: Se puede observar que el impacto ambiental es bajo, esto principalmente porque esta actividad no genera desperdicios ni residuos peligrosos que puedan afectar al medio ambiente. Pero el manejo de las actividades del Aeropuerto Internacional Cotopaxi tiene una incidencia directa pues los sonidos que emiten las aeronaves provocan malestar en la población cercana a la terminal aérea (contaminación sonora).

Existen auditorías ambientales que controlan los planes de manejo ambiental (PMA) de los aeropuertos del país, con el objetivo de que todas las actividades que se realizan en la operación aeroportuaria, cumplan con las exigencias a las que se les obliga, sobre todo en el tema de respeto al medio ambiente y a la salud ocupacional de las personas que laboran en las empresas (aeropuertos) y comunidad en general. Pero podemos indicar que no se ha podido obtener un cumplimiento estricto en la implementación de estas normas ya que la terminal aérea tiene una probabilidad de incidencia del 10 al 50% en la contaminación del aire, su emisión de ruido afecta directamente a la salud de las personas del sector urbano de la ciudad de Latacunga.

3.1.7.- Comunicación de resultados

3.1.7.1.- Informe final de investigación

3.1.7.1.1.- Generalidades

Los aeropuertos juegan un papel fundamental en el desarrollo económico del territorio donde se ubican. En este sentido, el papel de los aeropuertos en el crecimiento económico se puede considerar desde tres puntos de vista. En primer lugar, los aeropuertos son grandes generadores de puestos de trabajo en las actividades directamente asociadas a la canalización del tráfico aéreo. En segundo lugar, la actividad turística se sustenta en gran parte en el tráfico que proporcionan los aeropuertos.

Finalmente, las empresas dedicadas a actividades de alto valor añadido tienden a localizarse en territorios que disponen de aeropuertos con una oferta extensa y densa de conexiones aéreas. En este punto cabe destacar que la contribución de los aeropuertos al crecimiento económico se centra especialmente en la economía del área urbana o región de referencia, mucho más que en la economía nacional.

El Aeropuerto Internacional Cotopaxi es una infraestructura esencial para el crecimiento económico de la provincia, pues genera por sí mismo muchos puestos de trabajo, la calidad de su oferta influye en la localización de actividades de alto valor añadido y emergen como la principal puerta de entrada de turistas en la zona central del país. Actualmente el turismo es una de las actividades económicas de mayor crecimiento y representa una de las principales fuentes de ingresos en numerosas regiones del país.

El turismo comienza a perfilarse como una de las actividades económicas de mayor crecimiento en todo el mundo, coincidiendo la etapa de mayor crecimiento económico del país. En este periodo es cuando con las sociedades se dan cuenta de la potencialidad que encierra el turismo para su economía.

El turismo desempeña un papel muy importante en la evolución económica de muchas naciones, ya que contribuyen al desarrollo de las diferentes actividades económicas, es un importante generador de divisas y de ingresos en moneda nacional, así como de un número considerable de ocupaciones. Además de los impactos económicos que genera el turismo a una sociedad, están los beneficios al desarrollo social y cultural, gracias al intercambio y contacto que existe, tanto en aquellas personas que exporta turismo, como en las que lo reciben.

3.1.7.1.2.- Diagnóstico general del Aeropuerto Internacional Cotopaxi

**CUADRO N.-23
FORTALEZAS Y NECESIDADES**

FORTALEZAS AEROPUERTO	NECESIDADES
Infraestructura moderna	Terminar ampliación de sus instalaciones.
Disposición del Parque aeronáutico	Desarrollar mayor conectividad
Facilidades de servicios para el pasajero	Incorporar más frecuencias nacionales e internacionales
Amplia gama de vuelos nacionales	Mejorar la promoción de vuelos.
Atractivos naturales cercanos al sector	Falta de mayor presupuesto por parte del gobierno central.
Pista alterna al Mariscal Sucre	Mejorar el Tour virtual del aeropuerto (en su web oficial)
Planificación de Tarifas más económicas	

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

Plan de desarrollo del Aeropuerto Internacional Cotopaxi, según sus fortalezas y necesidades

**CUADRO N.-24
PLAN DE DESARROLLO PARA EL AEROPUERTO**

DESARROLLAR LA INFRAESTRUCTURA
Gestionar al gobierno central mayor asignación de presupuesto para: Lograr ampliar las instalaciones, estableciendo las conexiones necesarias en la salida y entrada de pasajeros, modernizar la gestión y el manejo de equipajes, definir los establecimientos para comidas, servicios de taxi y parqueo, controles de migración, etc.
DESARROLLO DE LA CONECTIVIDAD DEL AEROPUERTO
Mejorar la promoción publicitaria en los diferentes medios de comunicación, dando a conocer la nueva gama de servicios a los turistas con las que cuenta actualmente el Aeropuerto. Añadir en la página web oficial del aeropuerto: www.dgac.gob.ec/latacunga/ ; la información de las actividades relacionadas con el Turismo como: <ul style="list-style-type: none">✓ Hoteles, Restaurantes en la ciudad.✓ Transporte desde y hacia la ciudad.✓ Proyecto oficinas de Turismos y Agencias de Viajes en el aeropuerto.✓ Salas VIP para pasajeros nacionales e internacionales.✓ Salas de arribo nacional e internacional.✓ Salas de salida nacional e internacional.✓ Oferta de vuelos nacionales e internacionales.
DESARROLLO DE LA OPERACIÓN CON VUELOS INTERNACIONALES
La operación actualmente está en un proceso de desarrollo, las frecuencias se limitan únicamente a vuelos nacionales lo que implica establecer como principal desafío incorporar aerolíneas con vuelos internacionales de manera que se incremente la demanda y poder presupuestar los gastos de operación y servicios aeroportuarios. Se prevén ofertar frecuencias internacionales como Latacunga-Cancún, Latacunga-México y Latacunga-Cuba. Los vuelos de esta aerolínea se realizarán de manera permanente, y se manejarán con 42 frecuencias de vuelos.

Para desarrollar mayor operación desde el aeropuerto Cotopaxi se necesita incrementar el número de vuelos hacia varios destinos internacionales; realizando alianzas estratégicas con aerolíneas dedicadas al transporte de pasajeros, así se podrá incrementar la participación en el mercado y cubrir la demanda actual.

MANEJO DE COSTOS –TARIFAS

Mantener la tarifa de los vuelos que desde Octubre del 2013, es de 66 dólares ida y vuelta en todas las rutas y buscar mayores subsidios por parte del estado para financiar los viajes internacionales.

Esta será una ventaja competitiva que brindara a los usuarios más aceptación y a su vez la capacidad para promocionarse mejor. Tanto en Latacunga como en todas las ciudades de la región central del Ecuador.

CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Actualmente el total de personas que laboran en la terminal aérea es de: 50 personas de la DGAC. El número de personal técnico se implementará mediante el crecimiento y la demanda de pasajeros del aeropuerto. Por ello es necesario mantener la base de datos actualizada con la información de nuevos colaboradores para solventar posibles incrementos en las actividades de la terminal aérea de la ciudad de Latacunga.

ELABORADO: Investigador.

3.1.7.1.3.- Diagnóstico general del turismo en la ciudad de Latacunga

CUADRO N.-25

Listado de Atractivos naturales

Atractivos Naturales	
1	PARQUE NACIONAL DE ALTURA COTOPAXI
2	VOLCÁN COTOPAXI
3	PARQUE RECREACIONAL NÁUTICO LAGUNA IGNACIO FLORES
4	ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE
5	CERRO MORURCO
6	CERRO DEL CALLO
7	CERRO PUTZALAHUA
8	LAGUNA DE LIMPIOPUNGO
9	MANANTIALES Y TERMAS DEL RÍO BLANCO

ELABORADO: Investigador.

CUADRO N.-26
Listado de atractivos Culturales

Atractivos Culturales	
1	LA CATEDRAL
2	IGLESIA DE LA MERCED
3	IGLESIA DE SAN AGUSTÍN
4	IGLESIA DE SAN FRANCISCO
5	IGLESIA DE SAN SEBASTIÁN
6	IGLESIA DE NUESTRA SEÑORA DEL SALTO
7	IGLESIA DE SANTO DOMINGO
8	MONASTERIO DE TILIPULO
9	MUSEO DE MOLINOS MONSERRATH
10	PARQUE VICENTE LEÓN
11	PIEDRA SILINTOSA
12	GASTRONOMÍA
13	LA MAMA NEGRA
14	LA CASA DE LOS MARQUESES DE MIRAFLORES
15	CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA
16	MUSEO VICENTE LEÓN
17	HACIENDA SAN AGUSTÍN DEL CALLO

ELABORADO: Investigador.

CUADRO N.-27
FORTALEZAS Y NECESIDADES

FORTALEZAS TURISTICAS	NECESIDADES
Paisajes esplendorosos tanto urbanos como rurales	Incrementar mayor publicidad de los lugares turísticos de la ciudad.
Amplios atractivos naturales	Incorporar nuevas vías de acceso a las áreas naturales de la ciudad.
Extensos atractivos Culturales	Dar mantenimiento a las zonas naturales deterioradas
Aeropuerto Internacional Cotopaxi como aliado estratégico	Agregar más servicios de hospedaje y mejorar los existentes.
Gastronomía culinaria única	Difundir la cultura latacungueña a nivel nacional.
infraestructura vial mejorada	
Incremento del número de turistas año tras año	
Adecuada ubicación geográfica de la ciudad de Latacunga en la zona central del país.	

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

Plan de desarrollo del turismo en la ciudad de Latacunga, según sus fortalezas y necesidades

**CUADRO N.-28
PLAN DE DESARROLLO PARA EL TURISMO**

PROMOCIONAR LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD
<p>Dar a conocer los productos y servicios turísticos con los que cuenta la ciudad y mostrarlo como un destino turístico de primera; mediante la implementación de publicidad en los medios de comunicación para así incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros en la provincia.</p> <p>Promocionar a nivel nacional la cultura (Mamá Negra) y gastronomía (chucchucaras, allullas) de la ciudad de Latacunga para lograr que los turistas ecuatorianos sean los primeros en conocer las virtudes y encantos de nuestra ciudad, posteriormente darnos a conocer a nivel internacional y captar un mayor número de turistas que visiten la ciudad para deleitarse de nuestras delicias culinarias y atractivos turísticos.</p>
VÍAS DE ACCESO A LAS ÁREAS NATURALES DE LA CIUDAD
<p>Diseñar nuevos proyectos de infraestructura vial con mayor circulación y señalización adecuada, para tener accesibilidad a los lugares naturales de la ciudad y brindar facilidad de ingreso a los turistas de manera que se pueda convertir el turismo en una fuente económica que aporta a la economía local.</p>
MANTENIMIENTO A LAS ZONAS NATURALES DETERIORADAS
<p>Buscar apoyo económicos por parte del gobierno central a fin de recuperar la flora y fauna deteriorada en la provincia, a la vez diseñar un plan de conservación de las riquezas naturales y la biodiversidad encaminadas a valorar cada uno de los rincones que posee la ciudad de Latacunga.</p>
AGREGAR Y MEJORAR LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE
<p>Impulsar el modelo de emprendimiento local visualizando un mercado objetivo no incursionado en su totalidad; mediante la idea de negocio cuyo valor se centre en la creación de nuevos servicios de hospedaje acorde a los gustos y necesidades de los turistas a la vez mejorar el servicio hotelero existente agregando valor en cada una de sus ofertas.</p>

ELABORADO: Investigador.

3.1.7.1.4.- Diagnóstico general de la industria hotelera en la ciudad de Latacunga

**CUADRO N.-29
FORTALEZAS Y NECESIDADES**

FORTALEZAS HOTELERAS	NECESIDADES
Aeropuerto Internacional Cotopaxi como aliado estratégico	Baja calidad de servicios hoteleros
Oferta de servicios de hospedaje de acuerdo al alcance del cliente.	Ciudades cercanas con mejor infraestructura hotelera
Precios accesibles	Capacidad de hospedaje baja.
Servicios hoteleros variados dentro de la ciudad.	No se dispone de transporte turístico para servicio de tour en la provincia
Implementación de nuevos productos o servicios.	La mayoría no cuentan con gran número de habitaciones.
	Falta de difusión y publicidad
	Poca afluencia de turistas en los fines de semana.

FUENTE: Investigación.

ELABORADO: Investigador.

Plan De Desarrollo De La industria Hotelera en la ciudad de Latacunga, Según Sus Fortalezas y Necesidades

**CUADRO N.-30
PLAN DE DESARROLLO PARA LOS HOTELES**

CALIDAD DE LOS SERVICIOS HOTELEROS
Incentivar a los dueños del sistema de hospedaje para que mejoren la infraestructura hotelera de la ciudad y demostrar mediante la investigación anteriormente realizada que el turismo es, “un eje fundamental para la reactivación económica” y la evolución del número de turistas en crecimiento año tras años se debe a la operación del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.
COMPETENCIA DE OFERTA DE SERVICIOS EN CIUDADES CERCANAS
Implementar servicios extras como: salón de recepciones, turcos, piscinas, sauna, etc.; para mejorar la competitividad en la oferta de servicios hoteleros de la ciudad y contribuir a la satisfacción de los clientes logrando incrementar la participación en el mercado y tener armas para combatir a la competencia.

CAPACIDAD DE HOSPEDAJE

Buscar inversionistas nacionales y extranjeros para implementar nuevos servicios de hospedaje; mostrando las ventajas que tiene la ciudad de Latacunga por medio del presente trabajo de investigación cuya relación se sustenta en el movimiento turístico como principal fortaleza de la industria hotelera.

TRANSPORTE TURÍSTICO DENTRO Y FUERA DE LA CIUDAD

Implementar el servicio de transporte turístico en la industria hotelera de la ciudad, cuyo proyecto se fundamente en ofrecer un tour interno y externo por las maravillas de la provincia de Cotopaxi a fin de dar a conocer los atractivos naturales, paisajes, gastronomía, cultura, flora y fauna.

DIFUSIÓN DE SERVICIOS VÍA WEB

Es importante que los hoteleros de la ciudad den a conocer sus servicios mediante diversos medios de comunicación y planteen la importancia de incorporar la innovación como elemento clave en sus negocios, para el crecimiento del sector y de esta manera dar respuesta a la demanda de los clientes, a las exigencias del mercado y a la competencia global.

ESCASAS ACTIVIDADES

Organizar eventos sociales, culturales, deportivos, etc. Y promocionarlos constantemente a fin de atraer a un gran número de turistas para dar giro a la economía de la ciudad y desarrollar las actividades comerciales con mayor auge.

ELABORADO: Investigador.

ANÁLISIS GENERAL

El transporte aéreo contribuye de forma importante a la prosperidad económica de la ciudad; la aviación es una parte vital de una economía ya que facilita el crecimiento del comercio internacional, el turismo y la inversión extranjera, ayuda a los países a participar en la economía mundial aumentando el acceso a los mercados extranjeros y permitiendo la globalización de la producción.

La aviación es indispensable para el turismo, constituyéndose en un importante motor de crecimiento económico, particularmente en economías en desarrollo. A nivel nacional el 76% de los turistas internacionales viajan por vía aérea, es una actividad que permite la generación de ingresos y la redistribución equitativa de la riqueza mediante la creación de empleos directos e indirectos el fomento de la inversión y la innovación, la mejora de las operaciones de negocio y la eficiencia.

La industria del transporte aéreo es fuente generadora de empleos a nivel mundial, ofrece millones de puestos de trabajo *directos* como: líneas aéreas, proveedores de servicios de navegación aérea y emplean directamente a millones de personas. Existen millones de empleos *indirectos* generados a través de las compras de bienes y de los servicios de empresas de sus cadenas de suministro. Los trabajadores de la industria apoyan a los puestos de trabajo inducidos a través de la compra de bienes y utilización de servicios como bancos, restaurantes, hoteles, etc. La aviación habilita que el turismo genere puestos de trabajo.

De acuerdo a las estadísticas presentadas en la investigación el flujo de turistas que ingresan al país es creciente, el impacto económico global de la aviación (directo, indirecto, inducido), equivalente al 3,5% del producto interior bruto nacional (PIB).

El Ecuador fue una opción de visita por los turistas en el 2013 el ingreso de extranjeros tuvo un incremento en 7.42% se deduce que el turismo es, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, aeropuertos y vías.

El motivo principal de viaje de los ecuatorianos es por Turismo con el 59,38% se desplazan fuera del país por medio de transporte aéreo, siendo los Aeropuertos Internacionales: "Mariscal Sucre" (tababela) de la ciudad de Quito y "José Joaquín de Olmedo" de la ciudad de Guayaquil los más utilizados.

El ingreso de turistas extranjeros a las principales arterias del Ecuador da rienda suelta a la economía y comercio de cada lugar visitado, la distribución del mercado nacional es equilibrada entre las principales ciudades del país, por su condición de polos en gran desarrollo. En el año 2013 Guayaquil tuvo un promedio de visita 6,40%; Quito acogió a un 5,51%; y Cuenca la tercera ciudad más grande del Ecuador con un 1,96%; la diferencia se distribuye entre los diferentes rincones del país.

El mayor grupo que utiliza el servicio aéreo es la población económicamente activa PEA. Los extranjeros visitan el país por motivo de negocios, empleo, estudios o simplemente por la riqueza natural que posee cada rincón del Ecuador; constituyéndose un eje fundamental para dinamizar la economía e incrementar los ingresos de sectores como las empresas, el gobierno y las familias.

La provincia de Cotopaxi aporta considerablemente al PIB nacional desde varios establecimientos económicos como los hoteles, restaurantes, transporte e intermediación financiera beneficiando a las familias, empresas y al estado. Se caracteriza por una gran concentración y abundancia de condiciones geográficas, paisajísticas, culturales y étnicas aptas para turismo religioso, de salud y comunitario, con una gran biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos.

La provincia de Cotopaxi es reconocida como una zona con altos atractivos turísticos, dada las condiciones naturales favorables con las que cuenta y sobre todo en ella se encuentra el Aeropuerto Internacional Cotopaxi, atractivo con gran demanda de turistas y el cual ha permitido que se generen crecientes niveles de desarrollo en el sector hotelero de la ciudad de Latacunga en los últimos años.

Anteriormente aeronaves que estaban en Quito tenían que terminar de cargar en Guayaquil por las condiciones geográficas de la ciudad, ahora se podrán cargar al máximo desde el Aeropuerto Internacional Cotopaxi ahorrando así tiempo y dinero, esto permite dinamizar la economía principalmente de las florícolas de la zona central del Ecuador, esta ventaja hacen que el aeropuerto sea un atractivo para los exportadores a nivel nacional e internacional.

La investigación arrojó como resultado el principal destino de exportación de los productos de la provincia siendo este Estados Unidos, en segundo lugar Rusia y las demás opciones refleja en su mayoría Europa principalmente a Holanda y España.

Durante el periodo 2011-2013 las exportaciones desde el Aeropuerto Internacional Cotopaxi representaron un incremento considerable, los mercados que se mantienen como aliados para el envío de brócoli y flores son Estados Unidos, Perú, Venezuela, Chile, Colombia y Rusia; la producción de rosas y brócoli es un negocio rentable y exitoso en la provincia de Cotopaxi.

La incidencia en las importaciones que llegan al Aeropuerto Internacional Cotopaxi ayuda a integrar de manera comercial a las provincias de la zona central del país y facilita las importaciones sobre todo de equipos y maquinaria para el sector agrícola, el interés ahora es importar por medio de este aeropuerto para que los comerciantes de esta zona ahorren los costos de transportar la mercadería desde Quito o Guayaquil, esto tendrá incidencia directa en los habitantes de la zona, ya que podrán encontrar en mayor variedad de productos y mejor calidad de los mismos.

Las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Napo y Pastaza, siempre han sentido la necesidad de contar con un aeropuerto propio, por lo que se encuentran muy satisfechos al tener un aeropuerto de carácter internacional dentro de la zona centro del país de esta manera se ha logrado realizar una integración comercial entre las provincias vecinas, incidiendo de manera positiva a cada sector.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de esta investigación es Evaluar el impacto socio-económico originado por el incremento de las operaciones en el Aeropuerto Internacional Cotopaxi y entregar los resultados obtenidos mediante conclusiones y emitir las recomendaciones necesarias para los diferentes sectores económicos de la ciudad de Latacunga.

CONCLUSIONES:

- ✓ El transporte aéreo considerado más rápido y seguro representa el medio para llegar a nuestro destino, constituye un relevante impacto de crecimiento y desarrollo del turismo; el turista busca el confort, lo económico, lo rápido; es un binomio inseparable para que los viajeros logren realizar sus actividades, por lo tanto los medios de transportación han contribuido de manera sustancial al turismo.

- ✓ La fortaleza más importante que tiene el Aeropuerto Internacional Cotopaxi es que su administración está en manos de la Dirección General de Aviación Civil, esto hace que tenga incidencia en las tasas aeroportuarias siendo estas más bajas con relación a otros aeropuertos del país, promoviendo su nivel atractivo y brindando a los exportadores mayores descuentos.

- ✓ La industria hotelera se desenvuelve por la existencia del turismo constituyéndose en un pilar fundamental para el movimiento de la economía y el desarrollo paulatino de las ciudades y pueblos. Ecuador es un país que posee una gran variedad de atractivos turísticos que enamoran al turista nacional y extranjero, es por esto que muchos de los turistas lo han considerado como un destino turístico.

- ✓ Se puede observar que el impacto económico es importante, sobre todo porque el Aeropuerto Internacional Cotopaxi influye en las operaciones turísticas de la provincia, representando un aporte positivo al sector permitiendo el ingreso de divisas para el país, fomentando la inversión extranjera y esto se verá reflejado en empleo para la gente.

- ✓ La utilización del Aeropuerto Internacional Cotopaxi en el 2013 representó un aumento considerable, la economía del sector transporte y la participación de los hoteles y restaurantes involucró que existan mayores ingresos para la provincia la actividad aeroportuaria en la ciudad representa un aliado estratégico para la población Cotopaxense su relación influye directamente en el movimiento comercial y económico de la zona.

- ✓ El sector hotelero en la ciudad de Latacunga tiene una buena participación cubriendo el PIB provincial en 0,51% dentro de las actividades económicas de hoteles y restaurantes.

- ✓ En el 2013 las actividades de los hoteles se incrementaron debido a la operación del Aeropuerto Internacional Cotopaxi generando así que los negocios den valor agregado a sus servicios, mejoren su infraestructura y se beneficien económicamente.

- ✓ Los servicios de hotelería, turismo y restaurantes, tienen un enorme potencial para desarrollarse en Cotopaxi, lamentablemente existe baja difusión de los servicios hoteleros ofertados. Los atractivos naturales, gastronomía y cultura son poco conocidos a nivel nacional bajando el índice turismo en la ciudad de Latacunga en comparación con otras regiones del país.

RECOMENDACIONES:

- ✓ El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse considerablemente el número de turistas que llegan cada año va en aumento, los turistas necesitan un lugar donde hospedarse el sistema hotelero debe velar y asegurar la calidad, se necesita de inversión en este sector para mejorar la infraestructura y la imagen de la ciudad.

- ✓ El Aeropuerto Cotopaxi cuenta con todos los requerimientos técnicos, geográficos y de navegabilidad debe proyectarse no solo como un aeropuerto de carga o alternativo al Aeropuerto Mariscal Sucre sino también como un aeropuerto de pasajeros por sus bajos costos operativos.

- ✓ Es importante que el sector hotelero se fortalezca mediante asociaciones y cámaras que se dediquen a trabajar en el mejoramiento del servicio de hospedaje en la ciudad sobre todo que se negocie con el gobierno para que se dé mayor apoyo a la industria hotelera, impulsándolo su desarrollo y ayudando para que cada día las oportunidades mejoren. De igual manera buscar mayor inversión para fomentar el turismo en nuestra provincia y dar mayor valor a las riquezas que posee la región 3 en especial a las maravillas que tiene la ciudad de Latacunga y la provincia.

- ✓ El Aeropuerto tiene una ubicación geográfica y condiciones técnicas que permiten que las aeronaves cubran su máxima capacidad ahorrando así tiempo y dinero. Se tiene que reconocer la gran influencia socio-económica que traerá al sector comercial y de vivienda que se encuentra junto al aeropuerto.

- ✓ Se recomienda capacitar al sector hotelero, restaurantes u otros servicios de recreación ya que de su buen desenvolvimiento depende que los turistas regresen y esta zona se convierta en un gran atractivo turístico.

- ✓ Utilizar la investigación realizada tanto los hoteles, restaurantes, turismo y Aeropuerto Internacional Cotopaxi como guía para valorar las oportunidades del mercado y hacer frente a las necesidades detectadas a fin de lograr el crecimiento del PIB provincial durante los próximos años.

- ✓ Mejorar la infraestructura hotelera e incrementar servicios extras; a fin de otorgar mejores beneficios tanto a turistas como viajeros que deciden pasar una estadía en la ciudad.

- ✓ Valorar el Aeropuerto Internacional Cotopaxi como punto estratégico de la ciudad de Latacunga, pues este es un medio de transporte que no todas las ciudades lo pueden tener y su característica de internacional hace que exista mayor actividad económica dentro de la provincia.

- ✓ Aprovechar la investigación realizada como medio para combatir las necesidades detectadas, una de ellas la inversión en publicidad tanto del turismo (atractivos naturales, gastronomía y cultura) como del sector hotelero de la ciudad de Latacunga.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía Citada

ARELLANO Rolando, Como Desarrollar El Comercio, CENTRUM, 3ra edición, Colombia, 2007. (Pág.47).

ÁVILA Héctor, Metodología De La Investigación, Cengage Learning, 4ta edición, España, 2010. (Pág.57).

BATEMAN Thomas y SNELL Scott. Adimistracion, Liderazgo Y Colaboración En Un Mundo Competitivo, McGraw-Hill, 8va edicion, México, 2009. (Pág.2).

GARETK Jones y GEORGE Jennifer, Administración Contemporánea, McGraw-Hill, 5ta edición, Boston, 2008. (Pág.2).

KOTLER Philip, Fundamentos De Marketing, PEARSON, 6ta edición, 2003. (Pág.52).

MALHOTRA Naresh K., Investigación De Mercados, PEARSON, 5ta edición, México, 2008. (Pág.72).

MINTZBERG Henry, the nature of managerial, New York, Harper& Row. (Pág.16).

ROBBINS Stephen, Management, Pearson Prentice Hall, 6ta edición, México, 2005. (Pág.5).

ROBBINS Y DE CENZO (2009), Fundamentos De Administración, PEARSON Educación, 6ta edición, México, 2009. (Pág. 2).

STEWART Rigoberto, La Magia Y El Misterio Del Comercio, Litografía e imprenta Lil, 4ta edición, España, 2005. (Pág.47).

TAMAYO Mario, El Proceso De La Investigación Científica, Limusa-Noriega, 6ta edición, Colombia, 2009. (Pág.57).

VENTURA Vivianne, Introducción Al Comercio, CEPAL, 2da Edición, Chile, 2008. (Pág.47).

2. Bibliografía Consultada

BENASSINI Marcela, Investigación De Mercados, PEARSON, 3ra edición, México, 2009. (Pág.4-16).

BRIGHAM Eugene, Fundamentos De Administración Financiera, Cengage Learning, 6ta edición, New York, 2007. (Pág.5).

CÓRDOBA Marcial, Gerencia Financiera Empresarial, ECOE Ediciones, 1ra edición, Bogotá, 2012. (Pág.7-22).

ENA Belén, Procesos De Gestión Administrativa, CEDE, 2da edición, España, 2010. (Pág. 4-12).

ESCRIBANO Gabriel, Gestión Financiera, Editorial Paraninfo, 2da edición, España, 2011. (Pág.2-45).

ESCUADERO José, Gestión Comercial Y Atención Al Cliente, Paraninfo, 1ra edición, España, 2011. (Pág.2-26).

HURTADO Darío, Principios De La Administración, fondo editorial, 5ta edición, Colombia, 2008. (Pág. 46-54).

ILDEFONSO Esteban e ILDEFONSO Elena, Fundamentos Y Técnicas De Investigación Comercial, ESIC Editorial, 11va edición, España, 2011. (Pág.4-38).

MICHARD Patrick, Gestión Comercial Y Administrativa De La Empresa, Ed. ENI, 1ra edición, Francia, 2012. (Pág.6-32).

PRIETO Eliécer, Investigación De Mercados, ECOE ediciones, Bogotá, 2013. (Pág.4-26).

RUIZ Manuel, Gestión Administrativa De Personal, McGraw-Hill, 4ta edición, Bogotá, 2009, (Pág. 6-18).

ZIKMUND William y BABIN Barry, Investigación De Mercados, Cengage Learning, 9na edición, México, 2009. (Pág.5-20).

3. Bibliografía Virtual

En línea disponible en: www.dgac.gob.ec/latacunga/ (consultada el 23/01/2014-14H33).

En línea disponible en: <http://vuelos.idealos.es/aeropuerto/Latacunga-LTX/Ecuador-EC/> (consultada el 2/12/2013-18H22).

En línea disponible en: <http://www.bce.fin.ec/> (consultada el 22/03/2014-20H30).

En línea disponible en: <http://www.cpa.com.uy/> (consultada el 10/11/2013-10H15).

En línea disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/> (consultada el 10/010/2013-22H15).

En línea disponible en: <http://www.europelowcost.es/aeropuertos/latacunga-cotapaxi-international-ltx.aspx> (consultada el 23/01/2014-17H00)

En línea disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/>(consultada el 10/12/2013-14H00)

En línea disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/catastro/> (consultada el 23/01/2014-14H33).

En línea disponible en: www.googlemaps.com (consultada el 12/02/2014-19h00).

En línea disponible en: www.realacademiaespañola/consultas (consultada el 30/10/2014-23H33).

En línea disponible en: www.utpl.edu.ec (consultada el 18/03/2014-13H30).

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO: Evaluar el Impacto Socioeconómico del sector Hotelero de la ciudad de Latacunga, mediante la aplicación de la presente encuesta, para determinar el efecto generado por del incremento de operaciones aéreas del Aeropuerto Internacional Cotopaxi.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una X en la respuesta que crea conveniente.

1.- ¿Usted oferta servicios de alojamiento en la ciudad de Latacunga?

Si

No

2.- ¿Qué tipo de alojamiento oferta?

Hotel

Hostal

Motel

Pensión

Otros Especifique.....

3.- ¿Cuál es el precio por día que se paga por la estadía en su negocio?

\$10 a 20

\$20 a 30

\$30 a 40

Otros Especifique.....

4.- ¿Conoce el Aeropuerto Internacional Cotopaxi?

Si

No

5.- ¿Considera que el Aeropuerto es un aliado para que se utilicen los servicios de hospedaje en la ciudad de Latacunga?

Si

No

6.- ¿El servicio de hospedaje que oferta es?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

7.- ¿Ha escuchado sobre el incremento de operaciones aéreas en el Aeropuerto Cotopaxi?

Si

No

8.- ¿Durante el año 2013 aumento la oferta de hospedaje en su negocio?

Si

No

9.- ¿El aumento de clientes en el negocio dio paso a?

Incorporar nuevos servicios

Mejorar la infraestructura

Contratar más personal

Otros Especifique.....

10.- ¿Los beneficios recibidos mejoraron económicamente su vida?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo N.- 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

INGENIERÍA COMERCIAL

FICHA DE ENTREVISTA

Objetivo: Obtener información, mediante la aplicación de la siguiente entrevista; para conocer los aspectos originados a raíz de la apertura del nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre y su relación directa con la terminal Aérea de la ciudad de Latacunga.

Instructivo: Por favor responda a las preguntas aquí planteadas de manera clara y sincera. La información brindada por usted se mantendrá en la más absoluta reserva y solo será usada para los fines de esta investigación.

ORGANIZACIÓN	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO	
NOMBRE DEL ENTREVISTADOR	
LUGAR Y FECHA	
1.- La apertura del nuevo Aeropuerto “Mariscal Sucre” de la ciudad de Quito, ¿dio paso a que los viajeros de la zona central tomen como opción principal al Aeropuerto Internacional Cotopaxi?	
2.- ¿La terminal Aérea de la ciudad de Latacunga está en la capacidad para solventar cualquier contingencia que se genere en el nuevo Aeropuerto de Tababela?	
3.- ¿La apertura del Aeropuerto Mariscal Sucre ha representado impactos positivos o negativos dentro de la economía de la terminal aérea de nuestra ciudad?	
4.- ¿En el 2013 se ha incrementado las operaciones del Aeropuerto Internacional Cotopaxi?	

5.- ¿Cómo ha desarrollado el Aeropuerto Internacional Cotopaxi sus actividades en el último semestre del año 2013?
6.- ¿Cómo valora la zona central al Aeropuerto Internacional Cotopaxi?
7.- ¿En qué horario opera normalmente el Aeropuerto Internacional Cotopaxi?
8.- ¿Cuáles son los productos que mayormente se exportan desde el Aeropuerto Latacunga?
9.- ¿El Aeropuerto cuenta con todos los servicios para brindar una buena atención a sus clientes?
<u>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</u>



Anexo N.- 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

INGENIERÍA COMERCIAL

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN				
AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI				
NOMBRE DEL INVESTIGADOR	Darwin Vilca			
LUGAR Y FECHA	Latacunga 12-12-2013			
INDICADORES	ESCALAS			
	1	2	3	4
Diversidad de vuelos		X		
Líneas De Cargas Ofertadas			X	
Infraestructura Adecuada				X
Atención a viajeros			X	
Concurrencia de personas			X	
Servicios ofertados		X		

ESCALA DE CALIFICACIÓN	
1	Excelente
2	Muy Bueno
3	Bueno
4	Regular



MATRICES DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Matriz De Impacto Económico Del Aeropuerto Cotopaxi

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incentivo a la inversión							
Mejoramiento del nivel de Ingresos							
Reactivación económica del Sector							
Estabilidad de Precios en el Mercado							
Aporte económico del Estado por Impuestos							
TOTALES							

ESCALA DE MEDICIÓN	
3	Ocurrencia alta más del 50%
2	Ocurrencia media del 10 al 50%
1	Probabilidad baja menos del 10%
0	Impacto sin recurrencia



Matriz De Impacto Social Del Aeropuerto Hacia La Industria Hotelera

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS			0	VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1		1	2	3
INDICADOR							
Mejorar la Calidad de Vida de las Personas							
Aporte al Desarrollo de las Familias Aledañas							
Satisfacción de las Necesidades de los Clientes (viajeros)							
Generación del Comercio							
Fortalecimiento del Sector hotelero							
TOTALES							

ESCALA DE MEDICIÓN	
3	Ocurrencia alta más del 50%
2	Ocurrencia media del 10 al 50%
1	Probabilidad baja menos del 10%
0	Impacto sin recurrencia

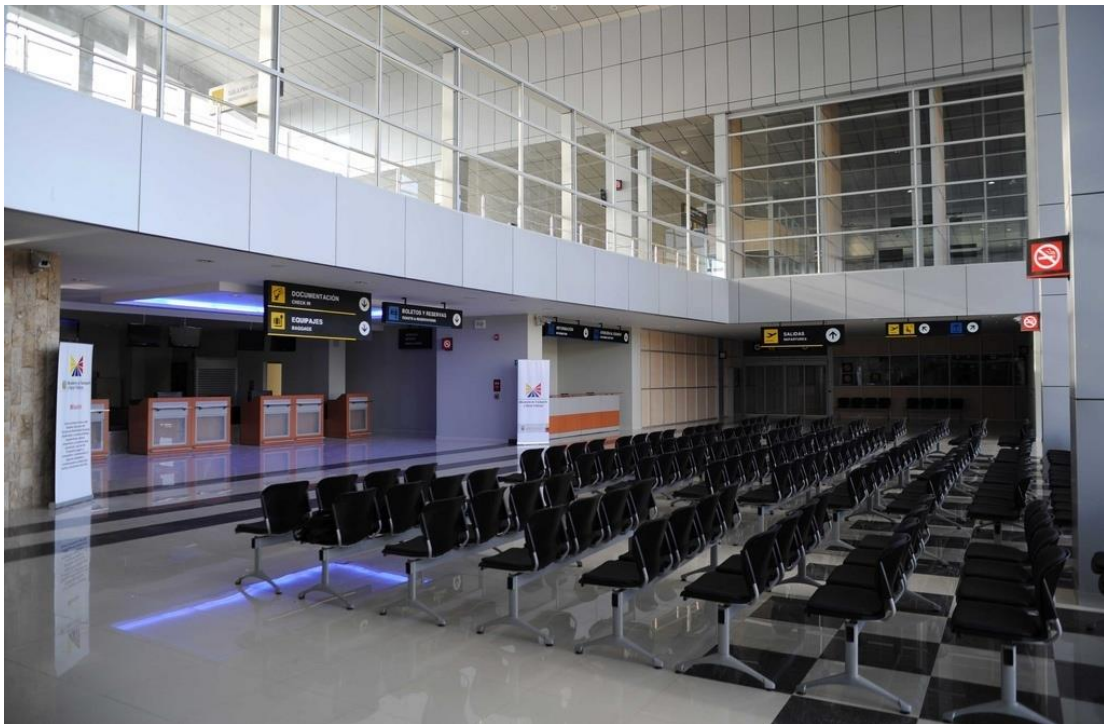


Matriz De Impacto Ambiental Del Aeropuerto Internacional Cotopaxi

NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS			0	VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1		1	2	3
INDICADOR							
Afectación a la Salud de la población							
Reforestación del Suelo							
Contaminación sonora							
Plan de Manejo Ambiental							
Contaminación del Aire							
TOTALES							

ESCALA DE MEDICIÓN	
3	Ocurrencia alta más del 50%
2	Ocurrencia media del 10 al 50%
1	Probabilidad baja menos del 10%
0	Impacto sin recurrencia

INSTALACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI











ÁREA DE CARGA Y DESCARGA DE MERCADERIA





TAMAÑO DE LA PISTA, PLATAFORMA Y TAXI WAY

