



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

## **INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN CENTRO DE AGROTURISMO EN LA  
HACIENDA “LAS MARÍAS” PERTENECIENTE A LA  
COMUNIDAD SAN LUIS DE AGUALONGO,  
PARROQUIA DE ILUMAN, CANTÓN OTAVALO,  
PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

**AUTORA: PICUASI, D.Olga.R.**

**DIRECTOR: ECO. AYALA, ESTUARDO.**

**IBARRA, ENERO DEL 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente es un estudio de Factibilidad que brindara estrategias para la implantación de un centro de agroturismo en la Hacienda las Marías lo cual será todo un éxito en la Provincia de Imbabura.

De acuerdo al diagnostico efectuado en el sector de Ilumán se determina que es un lugar que tiene la necesidad de ser conocido por su belleza tanto en la flora y fauna, cuentan con lugares atractivos que serian muy visitados por los turistas, Al realizar el Estudio de Mercado se demuestra la existencia de un mercado potencial a satisfacer y que puede ser captado a través de una buena publicidad, esto conlleva a que a través del estudio técnico se pueda determinar el tamaño del proyecto y su respectiva infraestructura en la ejecución del proyecto. Al ser La provincia de Imbabura conocida como turística se ha considerado la parroquia de Ilumán como la mejor opción para la Creación de Centro Agro turístico cuenta con los factores necesarios para su ejecución. También se conoce con el análisis del estudio financiero que el proyecto dejara grandes utilidades porque tendrá una gran acogida dentro del mercado turístico, En la estructura organizacional de la empresa donde se detalla las funciones de cada persona que conforma parte de la empresa. Este proyecto va a generar impactos positivos en beneficio del sector mejora varios aspectos en el sector lo que quiere decir que su creación es todo un éxito, Por ello este estudio se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que ameritan el desarrollo del mismo.

## **THE SUMMARIZE EXECUTIVO**

This is a feasibility study that would provide strategies for the implementation of an agro-tourism center at Hacienda Las Marias which will be a success in the province of Imbabura.

According to the diagnosis made in the field of Ilumán is determined to be a place that has the need to be known for its beauty in both flora and fauna, have attractive places that would be very popular with tourists, In conducting the study market demonstrates the existence of a potential market to satisfy and that can be captured through good publicity, it is concluded that through technical study was to determine the size of the project and their respective infrastructure in the project. As Imbabura province known as tourism is considered the parish of Ilumán as the best option for tourism Agriculture Center Building with the factors necessary for its implementation. Also referred to as the analysis of the financial study that the project will leave a large profit because well received within the tourism market, in the organizational structure of the company which details the roles of each person that forms part of the company. This project will generate positive impacts benefit the sector improves several aspects of the industry which means that its creation is a success, why this study is completed with appropriate conclusions and recommendations that merit development.

## **AUTORÍA**

Yo, Picuasi Olga, portadora de la cédula de ciudadanía 100285606-8, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

---

OLGA PICUASI

100285606-8

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Picuasi Olga, con cédula de identidad Nro. 100285606-8, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA “LAS MARÍAS” PERTENECIENTE A LA COMUNIDAD SAN LUIS DE AGUALONGO, PARROQUIA DE ILUMAN, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra 19 del mes de enero de 2012.

ECO. ESTUARDO AYALA

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, PICUASI OLGA, con cédula de identidad Nro. 100285606-8, expreso mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA “LAS MARÍAS” PERTENECIENTE A LA COMUNIDAD SAN LUIS DE AGUALONGO, PARROQUIA DE ILUMAN, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Olga Picuasi

100285606-8

Ibarra, 19 de Enero de 2012



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100285606-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Picuasi Díaz Olga Rebeca		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Pucara de San Roque		
<b>EMAIL:</b>	olgys_84@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	080469846

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AGROTURISMO EN LA HACIENDA “LAS MARIAS” PERTENECIENTE A LA COMUNIDAD SAN LUIS DE AGUALONGO, PARROQUIA DE ILUMAN, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>
<b>AUTORA :</b>	Olga Picuasi
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	ENERO -2012
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	CONTABILIDAD Y AUDITORIA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ECON. Estuardo Ayala

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Picuasi Olga, con cédula de identidad Nro. 100285606-8, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los ..... días del mes de ..... de 20.....

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: .....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## *DEDICATORIA*

*Este trabajo fruto del esfuerzo cotidiano lo dedico a mis padres y hermanas, quienes con mucho esfuerzo y sacrificio mostraron su apoyo incondicional ya sea moral y económicamente, de una forma desinteresada en todo momento para culminar mis estudios superiores.*

## *GRACIAS*

*OLGA REBECA PICUASI DÍAZ*

# AGRADECIMIENTO

*Al culminar mi proyecto de grado, agradezco a DIOS por darme las fuerzas necesarias para seguir luchando hasta el final, por guiarme por el mejor camino que es la educación.*

*A mis padres por su apoyo incondicional por saber estar cuando mas los necesitaba, este trabajo va dedicado a ellos porque son los forjadores para que se haya cumplido.*

*También agradezco a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte quienes con sus enseñanzas fueron enriqueciendo día a día mis conocimientos para que culmine esta etapa de mi vida*

# PRESENTACIÓN

El estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Agroturismo en la Hacienda “Las Marías” perteneciente a la Comunidad San Luis de Agualongo, parroquia de Ilumán, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura,

busca constituirse para el progreso social de la parroquia, creando fuentes de trabajo y aumentando el índice económico del sector.

Para el desarrollo del proyecto se analizará los siguientes capítulos:

**Capítulo I Diagnóstico:** Se busca conocer la situación actual del sector para poder determinar que ventajas tiene para el desarrollo del proyecto.

**Capítulo II Marco Teórico:** Se establece y se recopila información que será utilizado en el desarrollo del proyecto, las mismas que se utilizarán como guías en la aplicación del proyecto.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Este capítulo ayudará a conocer sobre la oferta o demanda del producto o servicio del proyecto, el mismo permitirá proyectar que posibilidades tiene el proyecto en el mercado.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** Se analiza el sector adecuado en donde se implantará el proyecto se tomará en cuenta los factores más importantes antes de seleccionar el lugar, también se detalla el equipo de trabajo que se utiliza en el proyecto.

**Capítulo V Estudio Financiero:** En el estudio económico financiero se considera la inversión del proyecto y se determina la factibilidad del y los niveles en los que se estará recuperando la inversión.

**Capítulo VI Estructura Organizacional de la Empresa:** Analiza como estará estructurada la organización considerando los diferentes departamentos con sus distintas funciones.

**Capítulo VII Impactos:** En el capítulo de impactos se establece los posibles efectos que causara la Creación del Centro de Agroturismo, los mismos pueden ser positivos y negativos, dependiendo el nivel de afectación.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv

INTRODUCCIÓN.....	25
Justificación.....	27
Objetivos del Proyecto.....	29
Objetivo General	
Objetivo Especifico	

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedente.....	30
Identificación de la población.....	35
Análisis Poblacional de la zona	

Aspectos Económicos del Cantón Otavalo.....	38
Aspecto Político Administrativo.....	41
Aspectos Sociales.....	43
Aspectos Educativos y Culturales.....	44

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

La Empresa.....	49
Concepto de la Microempresa	
Clasificación de la microempresa	
Concepto de Turismo	
Evolución del Turismo.....	50
Tipos de Turismo.....	51
Importancia socio económica y Cultural.....	53
Importancia del turismo en el desarrollo social y cultural	
Papel e Importancia del turismo en la Economía.....	54
Turismo Interno	
Turismo Rural.....	55
Origen del producto turismo rural.....	56
Los componentes de la Oferta en el Turismo	
El Agroturismo.....	57
Características de Agroturismo.....	58
Tipos de actividad agro turística	

Principales razones para iniciar el agroturismo.....	59
La Oferta Agro turístico.....	60
Agroturismo y desarrollo rural	
Estudio de Mercado	
Producto	
Oferta.....	61
Demanda	
Precio.....	62
Comercialización	
Estudio Técnico.....	63
Tamaño del Proyecto	
Localización del Proyecto	
Ingeniería del Proyecto.....	64
Procesos.....	65
Estudio Financiero.....	67
Ingreso	
Egreso	
Costos de producción.....	68
Gastos Administrativos	
Gastos de Ventas.....	69
Gastos Financieros	
Depreciaciones	
Estado de Perdida y Ganancias	

Flujo de Caja.....	70
Valor actual neto (VAN)	
Tasa interna de retorno.	
Beneficio /costo	
Periodo de Recuperación.....	73
Punto de Equilibrio	
Estructura Organizacional.....	74
Misión	
Visión	
Valores	
Organigrama Estructural	
Organigrama Funcional.....	76

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivos.....	77
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Variables diagnósticas	
Indicadores o sub aspectos.....	78
Producto	
Oferta turística	
Demanda	

Precio	
Comercialización	
Publicidad	
Matriz de Relación Diagnóstica.....	79
Fuentes de investigación.....	81
Fuentes Primarias	
Fuentes Secundaria	
Población y muestra.....	82
Tamaño del Universo	
Tamaño de la Muestra	
Cálculo de la Muestra	
Metodología de la investigación.....	83
Cuestionario de la Encuesta	
Tabulación y Análisis de los Resultados.....	84
Encuesta Aplicada a los Turistas	
Conclusiones de la Encuesta.....	97
Encuesta dirigida a los Gerentes de Hoteles de Otavalo	
Identificación del Producto o Servicio.....	103
Análisis y Proyección de la Demanda	
Demanda Real	
Demanda Potencial	
Demanda de turismo interno en la Provincia de Imbabura	
Demanda de turismo en Otavalo	

Proyección de la Demanda	
Análisis de proyección de la Oferta.....	111
Oferta turística Nacional	
Oferta turística en Otavalo	
Oferta Actual	
Proyección de la Oferta	
Balance entre Oferta y Demanda	
Demanda a captar por el proyecto	
Análisis de Precios	
Plan Comercial.....	119
Producto o Servicio	
Precio	
Publicidad	
Plaza o Distribución	

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Tamaño del Proyecto.....	122
Factores y determinantes	
Localización del Proyecto.....	125
Macro localización	
Micro localización	
Ingeniería del Proyecto.....	130
Distribución de Espacios Físicos	
Requerimiento de Infraestructura	

Diseño de Instalación Administrativa	
Diagrama de Flujo Servicio	
Presupuesto de Inversión .....	136
Inversión Fija	
Inversión Diferida	
Gastos de Constitución	
Capital de Trabajo.....	141
Inversión Total	
Financiamiento para el Proyecto	
Talento Humano	
Personal para la Operación del Proyecto	

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Presentación.....	144
Ingresos	
Proyección de Ingresos.....	145
Egresos	
Gastos Administrativos.....	149
Gastos Ventas.....	152
Financiamiento	
Gastos Financieros.....	153
Depreciaciones.	
Amortizaciones Diferidas.....	154
Resumen de Egresos.....	155
Estados Financieros	
Evaluación Financiera.....	158
Determinación de costos capital y Tasa de Rendimiento Medio	
Análisis del Valor Actual Neto.....	159
Análisis de la Tasa interna de Retorno.....	160
Análisis del periodo de Recuperación de la Inversión.....	161
Análisis del Costo Beneficio	

Determinación del Punto de Equilibrio.....	162
Resumen de la Evaluación Financiera.....	163

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

Presentación.....	164
Estructura Estratégica	
Misión	
Visión	
Nombre de la Empresa	
Objetivos Empresariales	
Políticas de la Empresa	
Principios y Valores	
Estructura Organizativa.....	167
Organigrama Estructural	
Niveles Administrativos	
Matriz de Competencias	
Requisitos legales.....	177
Razón Social	
Figura Jurídica	
Representante Legal	
Permisos de Funcionamiento	

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Impacto Socio Económico.....	181
Impacto Comercial.....	182

Impacto Educativo.....	183
Impacto Ambiental.....	184
Impacto General.....	185
CONCLUSIONES.....	186
RECOMENDACIONES.....	187
BIBLIOGRAFÍA.....	188
LINCOGRAFIA.....	191
ANEXOS	

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Población del Cantón Otavalo.....	35
2. Índices Económicas y Sociales del Cantón Otavalo al 2008.....	36
3. Población proyectada para el año 2010 Cantón Otavalo	
4. Población de razas de la Provincia de Imbabura.....	37
5. Población grupo social cabecera Cantonal Otavalo	
6. Población del grupo social cabecera Cantonal y parroquias proyectado al 2010.....	38
7. Estructura Política Administrativa de San Juna de Ilumán.....	42
8. indicadores de aspectos sociales de parroquia de Ilumán.....	43
9. Instituciones Educativas de la parroquia Ilumán.....	48
10. Origen del Producto turismo rural.....	56
11. Matriz de Relación Diagnóstica.....	79
12. Datos sobre el Sector de Ilumán.....	85
13. Asistir a un restaurante a una Hacienda.....	86
14. Tipo de comida dentro de una Hacienda.....	87
15. Inversión para la Alimentación.....	88
16. Preferencia de Alojamiento.....	89
17. Valor por Alojamiento.....	90
18. Relación actividad productivo.....	91
19. Preferencia a la actividad de distracción .....	92
20. Precio por caminatas.....	93
21. Precio por Paseo en Caballo.....	94
22. Precio por Ciclismo de Montaña.....	95
23. Servicio adicional en una Hacienda.....	96
24. Cantidad de turistas.....	98
25. Servicios del establecimiento.....	99
26. Consideración de los precios de servicio.....	100
27. Días de atención.....	101
28. Tipo de turistas.....	102
29. Análisis y proyección de la Demanda.....	103
30. Mercado de turistas que visitan al Ecuador.....	105
31. Turistas que ingresan al país (miles).....	108
32. Turistas que ingresan a Otavalo.....	109
33. Turismo de naturaleza (turistas extranjeros).....	110

34. Proyección de la demanda de los turistas a Otavalo.....	111
35. Oferta del servicio.....	112
36. Establecimientos que ofrecen servicios de turismo comunitario.....	113
37. Planta Hotelera instalada en el Cantón Otavalo.....	114
38. Planta Hotelera instalada en parroquia de Ilumán.....	115
39. Oferta histórica.....	116
40. Proyección de la oferta	
41. Balance entre Oferta y Demanda.....	117
42. Proyección de Oferta del Proyecto	
43. Análisis de precio de la Competencia.....	118
44. Análisis de los precios.....	119
45. Infraestructura Civil.....	136
46. Vehículo	
47. Muebles y Enseres.....	137
48. Maquinaria y Equipo.....	138
49. Equipo Informático	
50. Equipo de Oficina	
51. Requerimiento de menaje.....	139
52. Resumen de Activos Fijos.....	140
53. Gastos de Constitución	
54. Capital de Trabajo.....	141
55. Inversión del Proyecto.....	142
56. Financiamiento del Proyecto	
57. Personal de Operación del Proyecto.....	143
58. Proyección de Ingresos.....	145
59. Costo unitario del menú.....	146
60. Proyección del Salario Básico Unificado	
61. Proyección del costo total de Mano de Obra Directa.....	147
62. Honorarios por Servicios	
63. Servicio Básicos	
64. Consumo de gas.....	148
65. Mantenimiento Maquinaria y Equipo	
66. Combustible y Mantenimiento Vehículo	
67. Reposición de Menaje	
68. Resumen de Costos Operativos.....	149

<b>69.</b>	<b>Sueldo Administrativo</b>	
<b>70.</b>	<b>Proyección del Sueldo Administrativo.....</b>	<b>150</b>
<b>71.</b>	<b>Servicio básico</b>	
<b>72.</b>	<b>Servicio de Comunicación</b>	
<b>73.</b>	<b>Útiles de Oficina.....</b>	<b>151</b>
<b>74.</b>	<b>Mantenimiento de Computación</b>	
<b>75.</b>	<b>Resumen de Gastos Administrativos</b>	
<b>76.</b>	<b>Publicidad.....</b>	<b>152</b>
<b>77.</b>	<b>Tabla de Amortización .....</b>	<b>153</b>
<b>78.</b>	<b>Gastos Financieros</b>	
<b>79.</b>	<b>Depreciaciones .....</b>	<b>154</b>
<b>80.</b>	<b>Amortización Diferido.....</b>	<b>155</b>
<b>81.</b>	<b>Resumen de Egresos</b>	
<b>82.</b>	<b>Balance de Situación Inicial.....</b>	<b>156</b>
<b>83.</b>	<b>Estados de Resultados.....</b>	<b>157</b>
<b>84.</b>	<b>Flujo de Caja .....</b>	<b>158</b>
<b>85.</b>	<b>Inversiones .....</b>	<b>159</b>
<b>86.</b>	<b>Análisis del Valor Actual Neto</b>	
<b>87.</b>	<b>Análisis de la Tasa Interna de Retorno.....</b>	<b>160</b>
<b>88.</b>	<b>Análisis del PRI de flujos actualizados .....</b>	<b>161</b>
<b>89.</b>	<b>Tiempo de Recuperación</b>	
<b>90.</b>	<b>Análisis del Costo Beneficio.....</b>	<b>162</b>
<b>91.</b>	<b>Determinación del Punto de Equilibrio</b>	
<b>92.</b>	<b>Resumen de Evaluación Financiera.....</b>	<b>163</b>
<b>93.</b>	<b>Requerimiento del personal para Gerente.....</b>	<b>171</b>
<b>94.</b>	<b>Requerimiento del personal para Secretaria.....</b>	<b>172</b>
<b>95.</b>	<b>Requerimiento del personal para Guía Turístico.....</b>	<b>173</b>
<b>96.</b>	<b>Requerimiento del personal para Cocinero.....</b>	<b>174</b>
<b>97.</b>	<b>Requerimiento del personal para Contador.....</b>	<b>175</b>
<b>98.</b>	<b>Requerimiento del personal para Marketing.....</b>	<b>176</b>
<b>99.</b>	<b>Matriz de Evaluación de Impactos.....</b>	<b>180</b>
<b>100.</b>	<b>Matriz de Impactos Socio-Económico.....</b>	<b>181</b>
<b>101.</b>	<b>Matriz de Impacto Comercial.....</b>	<b>182</b>
<b>102.</b>	<b>Matriz de Impacto Educativo.....</b>	<b>183</b>
<b>103.</b>	<b>Matriz de Impacto Ambiental.....</b>	<b>184</b>

<b>104.</b>	<b>Matriz de Impacto General.....</b>	<b>185</b>
-------------	---------------------------------------	------------

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>1.</b>	<b>Datos sobre el Sector de Ilumán.....</b>	<b>85</b>
<b>2.</b>	<b>Asistir a un restaurante a una Hacienda.....</b>	<b>86</b>
<b>3.</b>	<b>Tipo de comida dentro de una Hacienda.....</b>	<b>87</b>
<b>4.</b>	<b>Inversión para la Alimentación.....</b>	<b>88</b>
<b>5.</b>	<b>Preferencia de Alojamiento.....</b>	<b>89</b>
<b>6.</b>	<b>Valor por Alojamiento.....</b>	<b>90</b>
<b>7.</b>	<b>Relación actividad productiva.....</b>	<b>91</b>
<b>8.</b>	<b>Preferencia a la actividad de Distracción.....</b>	<b>92</b>
<b>9.</b>	<b>Precio por Caminatas.....</b>	<b>93</b>
<b>10.</b>	<b>Precio por Paseo en Caballo.....</b>	<b>94</b>
<b>11.</b>	<b>Precio por Ciclismo de Montaña.....</b>	<b>95</b>
<b>12.</b>	<b>Servicio adicional en una Hacienda.....</b>	<b>96</b>
<b>13.</b>	<b>Cantidad de turistas.....</b>	<b>98</b>
<b>14.</b>	<b>Servicios del establecimiento.....</b>	<b>99</b>
<b>15.</b>	<b>Consideración de los precios de servicio.....</b>	<b>100</b>
<b>16.</b>	<b>Días de atención a los turistas.....</b>	<b>101</b>
<b>17.</b>	<b>Tipo de turistas.....</b>	<b>102</b>
<b>18.</b>	<b>Mapa del Ecuador.....</b>	<b>126</b>
<b>19.</b>	<b>Mapa de Imbabura</b>	
<b>20.</b>	<b>Mapa de Otavalo.....</b>	<b>127</b>
<b>21.</b>	<b>Localización de la Hacienda las Marías.....</b>	<b>129</b>
<b>22.</b>	<b>Construcción de la Cabañas.....</b>	<b>132</b>
<b>23.</b>	<b>Diseño de Instalación Administrativa.....</b>	<b>133</b>
<b>24.</b>	<b>Diagrama Flujo se Servicio.....</b>	<b>134</b>

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador es uno de los países de la región andina con mayor índice de pobreza en las zonas rurales y se evidencia una gran desigualdad entre la zona urbana y la rural. Para el año 2008 la pobreza nacional urbana registró el 23%, mientras que la pobreza nacional rural registró el 60% en el mismo año.

Una de las causas principales de la pobreza en territorios rurales es la crisis por la que atraviesa la agricultura, sobre todo la de los medianos y pequeños agricultores. Hecho por el cual nace la necesidad de plantear oportunidades innovadoras de negocios en la zona rural, sin desfavorecer la actividad agrícola, que generen empleo e ingresos adicionales a las actividades cotidianas de las comunidades y productores. Dichas oportunidades deben lograr desarrollo en la familia y la inclusión de jóvenes y mujeres.

El turismo es considerado como una oportunidad y un motor generador de desarrollo en el territorio rural, sobre todo en territorios con potencialidades como los que posee el Ecuador. Varios son los factores que definen la percepción turística de un espacio rural, como su biodiversidad, paisaje, recursos, sus tradiciones, entre otros. En Ecuador predomina lo natural, es fuente de grandes recursos y poseedor de una infinita biodiversidad en fauna y flora. Ecuador es dueño también de un paisaje nativo único por poseer 4 regiones totalmente definidas: costa, sierra, oriente e insular.

En el país también predomina la actividad agrícola sobre cualquier otra actividad productiva (el 10% del PIB proviene de la agricultura primaria). Además es un país donde prevalecen las manifestaciones y tradiciones culturales, así como una gran diversidad en hábitos y costumbres sociales.

Ecuador posee territorios en donde se han desarrollado emprendimientos exitosos en ecoturismo, turismo de aventura y deporte, turismo extremo,

entre otros. Pero de igual manera, Ecuador es un territorio apto para recibir nuevas propuestas de turismo comunitario, turismo gastronómico y cultural, agroturismo, turismo de bienestar y salud, etc.

Para mejorar la economía rural de un territorio, el turismo rural debe convertirse en una herramienta básica de promoción de los productos agroalimentarios locales vinculados a la gastronomía; además de ser un promotor de los productos artesanales, culturales y naturales del territorio.

Son por estos motivos que los propietarios de la Hacienda Criadero Jersey Las Marías, que desde hace 30 años se ha dedicado a la explotación agrícola y ganadera en la Comunidad de San Luis de Agualongo, parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, provincia de Imbabura, han visto que en los últimos años el enfoque del turismo da un vuelco hacia un concepto más campestre, por lo cual han decidido abrir las puertas de la vieja casona y de sus jardines, a quienes deseen gozar de la naturaleza en las faldas del Imbabura con vista al majestuoso Cotacachi, requiriendo para ese fin estructurar una planificación técnica - financiera adecuada que permita viabilizar la idea, mediante la preparación de un estudio de factibilidad.

## JUSTIFICACIÓN

A inicios del mes de mayo del 2009, Ena Harvey, especialista hemisférica en Agroturismo del IICA, visita Ecuador para la identificación de varios territorios potenciales para la realización de proyectos en Turismo Rural.

Visitó las comunidades de Otavalo y Peguche en la Provincia de Imbabura y conoció un importante emprendimiento de turismo comunitario llamado “Runa Tuparí,” fundado por la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC). Este emprendimiento exitoso y sostenible, administrado por una operadora de la misma comunidad, promueve el turismo de aventura y deporte, la convivencia con las comunidades en los hospedajes rurales comunitarios, visitas a las microempresas rurales como textileras, artesanías y fabricación de instrumentos musicales, actividades ancestrales de salud y espiritualidad, entre otras.

Esta importante experiencia puede servir de guía para apoyar a otras comunidades de la zona a iniciar proyectos y emprendimientos similares. Además podría convertirse en una excelente oportunidad para la realización de intercambio de estudiantes y profesionales involucrados en temas de turismo, desarrollo, investigación y demás afines.

El agroturismo es de un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía. Ya existen en Ecuador “paquetes turísticos” que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo descansa y disfruta del paisaje rural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y de su familia. Por otra parte, el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que, por este

medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado.

Para que el agroturismo se convierta realmente en una alternativa para los pequeños y medianos productores agrícolas y agroindustriales y en general, los empresarios rurales, y que éstos puedan dar mayor valor agregado a sus tierras, productos y servicios, debe ser muy bien planificado, ejecutado y controlado, a fin que produzca los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla.

Este reto va más allá de los alcances de los empresarios y enfrentarlo requiere de acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio, entendido como un espacio que se construye histórica y culturalmente, se norma por comportamientos e institucionalidades reconocidas por sus pobladores y donde se dan relaciones entre los habitantes y sus territorios.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de agroturismo en la hacienda Las Marías perteneciente a la comunidad San Luis de Agualongo, parroquia de Ilumán cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- ✓ Realizar un Diagnostico Situacional de la comunidad San Luis de Agualongo, Parroquia de Ilumán Cantón Otavalo.
- ✓ Elaborar un Marco Teórico que permita realizar un estudio de factibilidad
- ✓ Realizar un Estudio de Mercado para determinar, producto, oferta, demanda, precios de servicio y comercialización
- ✓ Efectuar un Estudio Técnico para establecer el tamaño, la localización, procesos, procesos productivos, tecnología, infraestructura física, inversión y talento humano.
- ✓ Realizar un Estudio Económico y Financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- ✓ Definir una Estructura Organizacional y Jurídica acorde a la actividad turística.
- ✓ Realizar un Análisis de los posibles Impactos que genera el proyecto tales como. Socioeconómicos, Ecológico, Ambiental.

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1 ANTECEDENTE**

Una de las zonas más turísticas del Ecuador es la provincia de Imbabura, ubicada en el norte del país, con una superficie de 4.559 Km<sup>2</sup> y una población de 350.946 habitantes, según el Índice Estadístico de Markop Ecuador 2007. Su clima promedia entre los 13 y 18 grados centígrados durante todo el año; el sector más cálido es el Valle del Chota y algo menos la ciudad de Ibarra; las zonas más frías se encuentran en Otavalo y Cotacachi.

La provincia de Imbabura se encuentra en la hoya central occidental del Chota, ubicada entre los nudos de Boliche al norte y el de Mojanda-Cajas al sur. La provincia encierra hermosos y fértiles valles como los de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi.

En esta provincia las estribaciones más importantes de la cordillera occidental son las de Lachas, Cayapas, Toisán e Íntag y las montañas de Quisoya; y en la cordillera oriental las de Pimampiro y Cofanes. En el interior de la hoya se encuentran las estribaciones de Angochagua.

Dentro de las montañas esta el cerro Imbabura a una altura a (4.630 mt), que se levanta en el centro de la hoya del Chota y es una montaña volcánica que pertenece a las montañas con caldera y en sus faldas se hallan un grupo de conos eruptivos, como el Asaya, Cubilche y Cunru. Otra cerro importante es el Cotacachi, que está situado en la cordillera occidental de la hoya del Chota y es la única nevada de la provincia. Su altura es de 4.937 mt y también pertenece a las montañas volcánicas del Ecuador.

En su ladera meridional se creó el cráter Cuicocha, que al llenarse de agua dio origen a la laguna del mismo nombre.

Y por último el Cusín-Urco, que está rodeado por tres montañas volcánicas, Mojanda, Imbabura y Cayambe, y que se caracteriza por tener un cono de erupción conocido como Muyurco (3.226 m) formado principalmente de lava.

Esta provincia además se caracteriza por los lagos que posee que han constituido un gran atractivo turístico tanto nacional como internacional.

El lago de San Pablo o de los Imbayas, que se encuentra en la falda sur del cerro Imbabura y se extiende en la hondonada formada por los cerros de Cusín y Mojanda. El lago está a 2.600 m de altura y se encuentra a 3 Km de la ciudad de Otavalo. Mide 3.950 m de longitud oriente-occidente y 2.650 m de norte a sur. Su profundidad máxima en el centro es de 48 m y la temperatura del agua es de 8 grados centígrados.

Cuicocha o lago de los cuyes, está situado en la parte sur del cerro de Cotacachi, a una altitud de 3.068 m. El lago ocupa el seno de un antiguo cráter por lo que carece de orillas. Tiene una anchura de 2.300 m y una longitud de 3.200 m.

Yaguarcocha o lago de sangre, se encuentra a 3 Km de la ciudad de Ibarra. Su tamaño actual es de 1.700 m de longitud por una anchura similar, y se encuentra rodeado por una autopista de 10 Km en la que se realizan competencias automovilísticas.

Las lagunas de Mojanda se encuentran en el nudo de Mojanda, a 20 Km de Otavalo. Las principales lagunas son tres: Caricocha (laguna macho) o laguna Grande, Huarmicocha (laguna hembra) o laguna Negra y Chiriyacu o laguna Chiquita. El diámetro de la laguna Grande es de 1 Km y sus aguas son muy frías, pero de un azul cristalino. La laguna Negra debe su

nombre a la oscuridad de sus aguas y a los sombríos farallones de rocas que la cercan.

Otras menos conocidas son las lagunas de Cunru, situadas en la base del monte del mismo nombre, a 18 Km de Ibarra; la laguna de San Marcos, al noreste del Cayambe; lagunas de Cubilche, en la cima este de este cerro; laguna de Cristo cocha, al costado norte del Cotacachi; laguna de Puruanta, cerca del caserío de Sanshipamba.

La provincia de Imbabura está constituida por los cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí, los mismos que a su vez están divididos en parroquias y éstas conformadas por comunidades.

#### ✓ **CANTÓN OTAVALO**

Se encuentra al sur de la provincia de Imbabura, posee una superficie de 528 Km<sup>2</sup> y una población de 110.461 habitantes. Fue creado el 31 de octubre de 1829 y se halla a 110 Km al norte de la ciudad de Quito.

Presenta muchas diferencias latitudinales que van desde los 1.100 m.s.n.m. en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m. en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados, limita al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón Quito (Prov. Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Prov. Pichincha), y al oeste con los cantones Cotacachi y Quito.

El cantón Otavalo está conformado por las siguientes parroquias: Eugenio Espejo, San Rafael de la Laguna, González Suárez, San Pablo del Lago, Miguel Egas Cabezas, San Juan de Ilumán, San José de Quichinche, María Auxiliadora Selva Alegre y San Pedro de Pataquí.

Otavalo es conocido como el “Valle del Amanecer”, turísticamente es el cantón más importante de la provincia de Imbabura y es también asentamiento de una próspera comunidad indígena (Otavalos) quienes

han recorrido todo el mundo difundiendo sus famosos textiles indígenas y otros artículos folklóricos y llevando consigo su música y su arte.

La cabecera cantonal es la ciudad de Otavalo, que es visitada por miles de turistas nacionales y extranjeros, que son atraídos por su tradicional mercado artesanal indígena y la representación de actividades autóctonas como bailes populares, peleas de gallos, ferias y desfiles, entre otros, que representan una enorme riqueza cultural.

#### ✓ **PARROQUIA SAN JUAN DE ILUMÁN**

Ilumán es una localidad de la provincia de Imbabura, que se encuentra al suroeste de Ibarra, a una altura de 2.600 m.s.n.m., a los pies del volcán Imbabura. Su superficie territorial es de 21.820 metros cuadrados. Disfruta de un clima templado y la temperatura media es de 14 grados centígrados. Cuenta con una población aproximada de 7.800 habitantes.

Los límites de la parroquia son:

**Norte:** Desde la desembocadura de la Quebrada Obscura en el Río Ambi, el curso de la Quebrada Obscura, aguas arriba, hasta sus orígenes; de los orígenes de la Quebrada Obscura, la línea imaginaria al este hasta alcanzar la cumbre del Cerro Imbabura (San Roque).

**Sur:** De la cumbre del Cerro Imbabura, la línea imaginaria al oeste hasta alcanzar los orígenes de la Quebrada Ilumán Grande; de los orígenes de la Quebrada, el curso de la Quebrada Ilumán Grande, aguas abajo hasta alcanzar el puente de la carretera antigua Otavalo – Ilumán – San Roque; desde el puente, por la carretera antigua en dirección al sur a Otavalo hasta el empalme con la vía que conduce al sitio San José de la Bolsa; desde el empalme, por esta vía al oeste hasta alcanzar el extremo sur de la Zanja Carabuela, a la altura longitudinal del Caserío Sigsichaca.

**Oeste:** Por la Zanja de Carabuela hacia el norte hasta alcanzar el Río Ambi; el Río Ambi, aguas abajo, hasta la desembocadura de la Quebrada Obscura.

**Este:** El Cerro Imbabura.

Fue fundada el 12 de noviembre de 1886, como reconocimiento al trabajo de sus pobladores tanto en el desarrollo de las actividades agrícolas y crianza de animales, como en las actividades artesanales textiles, sobretodo de sombreros y tapices, y en el fortalecimiento de la medicina ancestral.

La parroquia de Ilumán es muy conocida por la presencia de los denominados yachak taitas, que es una manifestación cultural de tipo etnográfico en la cual se sustenta el denominado turismo místico. La práctica de los rituales se realiza con fines medicinales curativos, los cuales tienen un poco de realidad y un poco de fetichismo.

Como en casi todo el cantón Otavalo, la presencia indígena es preponderante, sobretodo porque han hecho prevalecer sus costumbres y tradiciones y conservan orgullosamente su identidad, representada en sus atavíos y en la organización comunitaria que mantienen.

Las actividades tradicionales de la parroquia son: Fiesta de la Virgen del Carmen, el 16 de julio; Fiestas Parroquiales, el 11 de noviembre; y Fiesta del Inty Raymi, 21 de junio.

Además se mantienen las tradiciones familiares, que constituyen un atractivo importante dentro de la vida cotidiana de las familias del sector indígena campesino, en eventos como el matrimonio, los bautizos, la inauguración de la casa nueva, las siembras, las mingas, entre otros.

Las principales actividades económicas de los habitantes del sector son las agrícolas y pecuarias, pues la bondad de la tierra les permite

desarrollar algunos cultivos y dedicarse también a la crianza de animales. Pero no dejan de lado la habilidad innata que poseen para fabricar con sus manos las fibras que son utilizadas luego en los diferentes tejidos autóctonos y folklóricos.

Entre los principales atractivos turísticos de la parroquia se encuentran las vertientes de San Juan Pogoyo y de Sisa Pogoyo.

## 1.2. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

### ✓ Análisis poblacional de la zona

La información poblacional del Cantón Otavalo, por parroquia, disponible y oficial es la que proporcionó el Censo de Población y Vivienda 2001, y que se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO N.1**  
**POBLACIÓN DEL CANTÓN OTAVALO**

<b>POBLACION DEL CANTÓN OTAVALO</b>				
CENSO 2001 - Datos Definitivos				
<b>CABECERA CANTONAL Y PARROQUIAS</b>	<b>Nº VIVIENDAS</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL HABITANTES</b>
<b>TOTAL CANTON OTAVALO</b>	<b>20.339</b>	<b>43.368</b>	<b>46.820</b>	<b>90.188</b>
<b>DR. MIGUEL EGAS - PEGUCHE</b>	928	1.971	2.260	4.231
<b>DR. EUGENIO ESPEJO</b>	1.296	2.868	3.136	6.004
<b>GONZALEZ SUAREZ</b>	1.192	2.551	2.769	5.320
<b>PATAQUI</b>	87	165	194	359
<b>SAN JOSE DE QUICHINCHE</b>	1.522	3.658	3.660	7.318
<b>SAN JUAN DE ILUMAN</b>	1.526	3.513	3.712	7.225
<b>SAN PABLO</b>	2.074	4.355	4.751	9.106
<b>SAN RAFAEL</b>	1.125	2.160	2.602	4.762
<b>SELVA ALEGRE</b>	370	933	771	1.704
<b>TOTAL PARROQUIAS RURALES</b>	<b>10.120</b>	<b>22.174</b>	<b>23.855</b>	<b>46.029</b>

FUENTE: INEC, CENSO 25-11-2001

Elaborado por: La Autora

Haciendo referencia a la Parroquia de San Juan de Ilumán podemos encontrar el número de la vivienda, el total entre hombres y mujeres dan una totalidad de habitantes de 7225 habitantes según el censo realizado en el año 2001.

A continuación se presente un cuadro de los índices e indicadores económicos y sociales del Cantón Otavalo donde está representado por la población masculina y femenina la población económicamente activa y la participación femenina de la PEA, estos datos se encuentra proyectados para el año 2008, los cuales fueron proporcionados en el INEC.

**CUADRO N. 2**  
**INDICES ECONOMICAS Y SOCIALES DE CANTÓN OTAVALO AL 2008**

<b>INDICES E INDICADORES ECONOMICAS Y SOCIALES</b>	<b>OTAVALO</b>	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>
Población Masculina	43.368	21.194	22.174
Población Femenina	46.820	22.965	23.855
Población Económicamente Activa	33.730	21.925	11.806
Participación Femenina de PEA en porcentajes	32,80	40,00	28,00

FUENTE: INEC GMO  
DATOS PROYECTADOS AL 2008  
Elaborado por: La Autora

A demás se puede recalcar que existen datos poblacionales proyectados para el año 2010 según sexo, en donde tiene una totalidad de 110.461 el total de la población del Cantón Otavalo.

**CUADRO N.3**  
**POBLACIÓN PROYECTADA PARA EL AÑO 2010 CANTÓN OTAVALO**

<b>POBLACIÓN PROYECTADA DEL CANTÓN OTAVALO PARA EL AÑO 2010</b>			
<b>DATOS POBLACIONALES</b>	<b>OTAVALO</b>	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>
Población Total	110.461	44.536	65.925
Población Masculina	54.745	22.072	32.673
Población Femenina	55.716	22.464	33.252

FUENTE: Índice Estadístico Ecuador 2007 - MARKOP  
Elaborado por: La Autora

Como información complementaria y adicional se detalla la población de la provincia de Imbabura, según etnias y razas, toda vez que es muy

importante conocer que ésta es una de las regiones que cuenta con una gran población indígena, que representa el 22,66% del total de habitantes de la provincia. Además estas personas son representantes de una raza muy conocida en el extranjero y por la cual identifican claramente a nuestro país.

**CUADRO N. 4**  
**POBLACIÓN DE RAZAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

POBLACIÓN SEGÚN ETNIAS Y RAZAS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA 2008							
	INDÍGENA	AFROECUATORIANO	MESTIZO	MULATO	BLANCO	OTROS	TOTAL
Área Urbana	15.701	6.310	185.797	4.775	18.433	285	231.301
Área Rural	76.692	6.411	85.672	1.980	4.180	81	175.016
<b>Total Provincia</b>	<b>92.393</b>	<b>12.721</b>	<b>271.469</b>	<b>6.755</b>	<b>22.613</b>	<b>366</b>	<b>406.317</b>

Fuente: VI Censo de Población 2001 - Datos revisados INEC  
Elaboración: MARKOP 2007

En el siguiente cuadro representa la cabecera cantonal por Parroquias de grupos sociales, que son datos oficiales del Censo 2001

**CUADRO N. 5**  
**POBLACIÓN DE GRUPO SOCIAL CABECERA CANTONAL Y PARROQUIAS**

POBLACION POR GRUPO SOCIAL				
CABECERA CANTONAL Y PARROQUIAS	BLANCO MESTIZOS	INDIGENAS	OTROS	TOTAL
DR. MIGUEL EGAS - PEGUCHE	212	4.019	0	4.231
DR. EUGENIO ESPEJO	1.501	4.503	0	6.004
GONZALEZ SUAREZ	1.064	4.256	0	5.320
PATAQUI	359	0	0	359
SAN JOSE DE QUICHINCHE	2.195	5.123	0	7.318
SAN JUAN DE ILUMAN	1.806	5.419	0	7.225
SAN PABLO	3.460	5.646	0	9.106
SAN RAFAEL	1.333	3.429	0	4.762
SELVA ALEGRE	937	426	341	1.704
<b>TOTAL PARROQUIAS RURALES</b>	<b>12.868</b>	<b>32.820</b>	<b>341</b>	<b>46.029</b>
ZONA URBANA	17.960	12.076	929	30.965
ZONA URBANO - MARGINAL	2.639	9.896	660	13.194
<b>TOTAL AREA URBANA</b>	<b>20.599</b>	<b>21.972</b>	<b>1.589</b>	<b>44.159</b>
<b>TOTAL CANTON OTAVALO</b>	<b>33.467</b>	<b>54.792</b>	<b>1.929</b>	<b>90.188</b>

FUENTE: INEC, CENSO 25-11-2001

Elaborado por: La Autora.

Considerando la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador del 2,28%, se obtiene la proyección de la población del cantón Otavalo y sus parroquias por grupo social al año 2010.

**CUADRO N. 6**  
**POBLACIÓN DE GRUPO SOCIAL CABECERA CANTONAL Y**  
**PARROQUIAS PROYECTADA AL 2010**

<b>POBLACION POR GRUPO SOCIAL PROYECTADA PARA EL AÑO 2010</b>				
<b>CABECERA CANTONAL Y PARROQUIAS</b>	<b>BLANCO MESTIZOS</b>	<b>INDIGENAS</b>	<b>OTROS</b>	<b>TOTAL</b>
DR. MIGUEL EGAS - PEGUCHE	259	4.924	0	5.183
DR. EUGENIO ESPEJO	1.839	5.516	0	7.355
GONZALEZ SUAREZ	1.303	5.213	0	6.517
PATAQUI	440	0	0	440
SAN JOSE DE QUICHINCHE	2.689	6.275	0	8.964
SAN JUAN DE ILUMAN	2.213	6.637	0	8.850
SAN PABLO	4.239	6.902	0	11.141
SAN RAFAEL	1.633	4.200	0	5.833
SELVA ALEGRE	1.148	522	417	2.087
<b>TOTAL PARROQUIAS RURALES</b>	<b>15.763</b>	<b>40.189</b>	<b>417</b>	<b>56.369</b>
ZONA URBANA	22.000	14.793	1.138	37.930
ZONA URBANO - MARGINAL	3.232	12.121	808	16.162
<b>TOTAL AREA URBANA</b>	<b>25.232</b>	<b>26.914</b>	<b>1.946</b>	<b>54.092</b>
<b>TOTAL CANTON OTAVALO</b>	<b>40.995</b>	<b>67.103</b>	<b>2.363</b>	<b>110.461</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **ASPECTOS ECONÓMICOS DEL CANTÓN OTAVALO**

La principal actividad productiva de la zona es la agricultura desarrollada de acuerdo a las condiciones ecológicas de cada área; aquellos que están ubicados en las partes altas, próximos a los páramos cultivan principalmente tubérculos y poseen rebaños de ovejas y de animales menores; los de los valles cultivan sobre todo maíz. Hay que destacar las tierras más productivas de los valles han sido ocupadas por haciendas lecheras y por agroindustrias de exportación.

Adicionalmente y por influencia de la tradición cultural de los Otavaleños, las artesanías, se han constituido en una fuente importante de ingresos de los habitantes de la zona, sobre todo la elaboración de textiles, dentro de los que se cuentan los tapices, alfombras, ponchos, gorras, guantes y toda clase de indumentaria autóctona, de excelente calidad y

sorprendentes diseños, que atraen al turismo extranjero, y que ha sido la base para el desarrollo de una gran actividad comercial, tanto interna como en diferentes partes del mundo, pues muchos habitantes de Otavalo han salido a vender su producción artesanal en mercados americanos, europeos e incluso asiáticos.

Dentro de las principales industrias artesanales del cantón se encuentran:

**Alfarería.-** En la parroquia de San Rafael modelan en gran parte las mismas formas de utensilios que usaban los habitantes primitivos del Ecuador, como tiestos, ollas, platos, etc. La gente mestiza del barrio San Sebastián modela floreros, cazuelas, ollas, juguetes con variadas decoraciones y colores.

**Batanería.-** Son los pobladores de la parroquia Ilumán los que fabrican sombreros de lana de conejo de fieltro duro, y lo hacen a base de golpes; en esta localidad, varias familias conservan la manufactura trabajando diferentes tipos de sombreros para diferentes grupos étnicos.

**Cestería.-** Este tipo de artesanía utiliza para confeccionar sus productos la totora, el carrizo y el zuro. En la zona urbana de Otavalo se trabaja con carrizo, con la totora en Huayco Pungo y en otras comunidades de la Laguna de San Pablo, cerca de San Rafael; las canastas de zuro se fabrican en el Panecillo, cerca de Quichinche; en Punyaro se confeccionan "ternos" que son juegos de pequeñas canastas que se insertan unas dentro de otras, y además se han especializado en el tinturado de la fibra.

**Cerería.-** Es una actividad que la realizan actualmente pocas las familias del cantón y consiste en la elaboración de velas grandes y decoradas que son utilizadas en las fiestas religiosas.

**Carpintería Especial.-** Comprende la fabricación de yugos para arados, ruedas para hilar lanas, husos de chonta, etc., y se realiza en Quichinche y San Rafael.

**Indumentaria con bordado.-** Es una actividad especialmente femenina; la realizan de forma especial en las comunidades de Ugsha, Cazcovalencia, Vagabundos y San Pablo. Antiguamente cada comunidad mantenía un bordado que la identificaba.

**Indumentaria folklórica.-** Es una vestimenta especial para novios que consiste en un poncho a cuadros, blancos y azules, para el hombre, y pañolón de seda bordado para la mujer. También confeccionan ropa para el coraza y acompañantes; y para la fiesta de San Juan se fabrican máscaras de diablo huma en San Pablo del Lago.

**Latonería.-** En la zona de González Suárez se emplean latas y desechos de envases de conservas y aceites para fabricar, candiles, embudos y copas.

**Jarcería.-** En Quichinche y San Rafael se desarrolla una artesanía con materiales duros y producen sogas, cabestros y tela para cedazos hecha de crin de caballo.

**Pirotecnia.-** Es una artesanía que consiste en la fabricación de castillos, voladores, truenos, globos y una variedad de fuegos pirotécnicos artísticos, utilizados en las fiestas populares. Son especialistas los pobladores de Eugenio Espejo y San Rafael.

**Tallado en Cacho.-** Es una artesanía que está desapareciendo por la presencia de artículos de plástico, y consiste en la utilización del cacho en la elaboración de peines, peinillas y peinetas.

**Orfebrería.-** La confección de objetos de metal como anillos de cobre, aretes de plata y campanas para "aruchicos".

**Herrería de Forja.-** Son trabajos de herramientas agrícolas como palas, rejas para arados, herraduras, chapas, candados y llaves, que se realizan en San Rafael y Otavalo.

**Artesanías con cabuya.-**Estos trabajos los efectúan sobretodo en la zona de Intag, donde poseen cabuya gigante y de muy buena calidad. Elaboran sacos, sogas y alpargatas.

### **1.3. ASPECTO POLITICO ADMINISTRATIVO.**

La Constitución del Ecuador del 2008 “reconoce como formas de organización territorial interna: regiones, provincias, distritos metropolitanos, cantones y parroquias rurales, mismas que tienen sus correspondientes gobiernos descentralizados autónomos: consejos regionales, consejos provinciales, concejos metropolitanos, concejos municipales y juntas parroquiales rurales; con autonomía política, administrativa y financiera. Pero hace una especificación, al reconocer y garantizar el derecho de las nacionalidades y pueblos indígenas, de los pueblos afro ecuatorianos y montubios y de las comunas, a una organización territorial con régimen especial dentro de sus territorios”.

Actualmente se puede afirmar que la Junta Parroquial quien está a cargo de la administración de la Parroquia de San Juan de Ilumán la máxima autoridad administrativa por tanto también controla a las comunidades de su alrededor para llevar una estrategia pertinente. En el siguiente cuadro representa de estructura política administrativa de Parroquia de San Juan de Ilumán y sus respectivas comunidades.

## CUADRO N.7

### ESTRUCTURA POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE SAN JUAN DE ILUMÁN

PARROQUIAS		COMUNIDADES
RURAL	ILUMAN	Ángel Pamba Carabuela Hualpo Ilumán Alto Ilumán Bajo, Jahua Pamba La loma Pinsaquí, San Juan Pogyo San Luis de Agualongo y Sinchi Uco.

Fuente: Junta parroquial de Ilumán

Elaborado por: La Autora

En el caso de la Comunidad de San Luis de Agualongo, la administración la ejerce la Junta Central de la Acequia Quinchuquí Alto a través de sus estatutos y reglamento interno, legalmente concedido en el expediente No. 173646 de la Junta Parroquial de San Juan de Ilumán y también administra el presidente de esta comunidad para la seguridad de la humanidad.

Cabe indicar que esta Junta Parroquial, igual que las del resto del país, asumió un rol administrativo semejante a un “pequeño municipio”, con atribuciones, competencias y funciones de Gobierno del Régimen Seccional Autónomo a partir del 27 de octubre del 2000, de acuerdo a la Ley No. 29 emitida por el H. Congreso Nacional, según la cual debe primar el sentido de planeamiento y gestión, de establecer alianzas estratégicas, y de buscar financiamiento con propuestas y proyectos.

#### 1.4. ASPECTOS SOCIALES

La población de la parroquia San Juan de Ilumán en un 80% es indígena, de descendencia de ex-huasipungueros que trabajaron en actividades agropecuarias en las haciendas Quinchuquí y Pinsaquí, y sólo un 10% de la población es mestiza.

La lengua materna hasta hace unos diez años atrás era el kichwa, por lo que la población adulta y de la tercera edad la siguen manteniendo; pero actualmente se ha señalado como idioma general el español. Sin embargo, a pesar de la cultura que entraña el fenómeno globalizador, se lucha por mantener su identidad natural y cultural.

En el Cuadro siguiente se demuestra los aspectos sociales de la Parroquia de San Juan de Ilumán.

**CUADRO N. 8**  
**INDICADORES DE ASPECTOS SOCIALES DE LA PARROQUIA DE**  
**SAN JUAN DE ILUMÁN**

INDICADORES	PORCENTAJES
Tasa de Mortalidad	1.5
Desnutrición Crónica de niños de 5 años( %)	68.28
Desnutrición global de niños menores de 5 años (%)	49.77
Vivienda con agua potable	38.72
Servicio Eléctrico	83.9
Servicio Telefónico	23.3
Hacinamiento	42.9
Servicio de recolección Basura	21.4
Índice de la pobreza de consumo	91.12
Brecha de la pobreza de consumo	53.53
Hogares	1.52

Fuente: SIIESE v. 3.5 (Sistema Integrado de Indicadores Sociales)

Elaborado por: La Autora

En la parroquia San Juan de Ilumán, gracias a la unidad, organización y gestión de sus autoridades con su pueblo, se ha logrado un significativo avance en la dotación de los principales servicios básicos como: agua, alcantarillado, luz eléctrica, telefonía fija, adoquinados, empedrados y asfaltado de la calle principal, además de equipamiento de los centros educativos; sin embargo siguen quedando obras pendientes en las comunidades más apartadas.

También tomando referencia a la comunidad de San Luis de Agualongo se puede dar cuenta que en la actualidad cuenta con todos los servicios básicos necesarios y con asfaltado de primera.

## **SALUD EN SAN JUAN DE ILUMAN**

En San Juan de Ilumán tiene una población menor de 1 año de edad equivalente a 325 niños, la población total menor de 5 años de edad es de 939, el personal de salud que da asistencia en esta parroquia por cada 1.000 habitantes es del 0,55; cabe destacar que el número de personas discapacitadas totalizan 406. Existiendo para atención en salud un subcentro en toda la parroquia.

Además podemos mencionar que la medicina tradicional, ha sido practicada por los habitantes de Ilumán desde tiempos remotos y hasta el momento es una fuente de ingresos para el 4% de la población.

Hoy, los Yachacs, han conformado una Asociación jurídica que agrupa a 45 socios, lo que les ha permitido, establecer consultorios sin que esto signifique estar contra la ley. A esta actividad, únicamente se dedican los hombres y mujeres.

### **1.5. ASPECTOS EDUCATIVOS Y CULTURALES**

Tomando en cuenta a la ciudad de Otavalo a las manifestaciones culturales de la zona es necesario indicar que Otavalo es un paraíso de cultura ancestral, lleno de mitos, leyendas, tradiciones y conocimientos,

pues en cada una de sus manifestaciones proyectan al mundo la potencialidad de una identidad andina y sus férreas raíces. Señalo a continuación algunas de sus pintorescas y llamativas tradiciones.

**La feria sabatina.-** Realizada en la Plaza Centenario o mejor conocida como la Plaza de los Ponchos, en la ciudad de Otavalo, es el punto de reunión de la gente de los alrededores y de la provincia de Imbabura, que llegan cada cual con sus productos multicolores y sus costumbres, para ofrecer a los turistas sus habilidades y sobretodo entregar muestras de su identidad. Es una manifestación cultural y artística, pues se exponen infinidad de productos textiles manufacturados, de tradición autóctona, así como otros artículos elaborados manualmente con arcilla, semillas, granos, cuero, metal, etc.

**Las peleas de gallos.-** Es una fuente de folklore ecuatoriana, que se realiza los días domingos en la gallera de Otavalo. Se describe así a la actividad:

“Dentro de la gallera todo es alegría, en torno desplegados en dos alas de jugadores con un séquito de amarradores, el Juez de gallos, autoridad del fallo inapelable, en su mesa de tapete rojo, las balanzas para pesar los gallos, el reloj y la campana para llamar al orden, Pero lo que da aspecto de fiesta es la algarabía de los apostadores, que giran en torno del palenque”.

**Toros Populares.-** La ciudad de Otavalo celebra la efemérides patria constando en su programa de festejos el atrayente espectáculo de toros populares, para el cual tradicionalmente se nombran a los priostes de las fiestas, que generalmente son los vecinos más acomodados del sector.

**Ceremonia Matrimonial Indígena.-** Ir a las comunidades es adentrarse y descubrir sus costumbres, identificarse con su pasado y comprometerse con su futuro. Un acontecimiento básico con influencia en toda la comunidad y que afecta la vida individual como colectiva es el matrimonio.

El rito indígena ha permanecido de manera tradicional a pesar de la penetración católica. Se describe de la siguiente manera:

“Después de cierto tiempo de enamoramiento, el varón arrebató la fachalina a su novia, para solo devolvérsela si ésta accede a casarse; entonces los padres del novio envían un "ángel" a los padres de la novia, para que solicite en nombre de la familia del novio, su asentimiento al proyectado matrimonio. El emisario brinda licor a los padres de la novia; una vez obtenida su aquiescencia se efectúa el primer mañai; después de algunos días tiene lugar el palabri que antecede con algunos días al ñavipascai o ñavi tanda. La noche del desposorio les quitan todo género de ropas a los novios dejándolos casi en completa desnudez; al otro día, los de las parcialidades de Camuendo, Compañía, Agato y Pucará, bajan a las orillas de la laguna de San Pablo al Ñavi-maillay, baño de ojos de los novios y de todos los concurrentes, como una especie de purificación, regando flores en el agua y frotando la cara y piernas con las mismas. Cuando se ha realizado el matrimonio, los padrinos les dan consejos para su futura vida matrimonial y les declaran marido y mujer; luego proceden a ir a la iglesia para la ceremonia religiosa. Por lo general la fiesta subsiguiente dura 15 días”.

**Las Mingas.-** Las mingas en el cantón Otavalo se llevan a cabo en sus propias comunidades o entre vecinos que mantienen el espíritu comunitario; y cooperan a título de retribución oportuna, gravando una deuda de honradez y de honor a favor de los contribuyentes, de tal manera que éstos tendrán también manos comedidas cuando los demanden. Es decir los mingueros "prestan sus manos" para tener manos gratuitas cuando las necesiten, porque es muy universal que “manos que dan reciben”.

## EDUCACIÓN EN LA PARROQUIA DE SAN JUAN DE ILUMÁN

Para el caso de la parroquia de **San Juan de Ilumán**, el nivel de analfabetismo se establece en una tasa del 33,1%; siendo el analfabetismo en mujeres el más alto con un 40,4%; el nivel de escolaridad que se alcanza en la parroquia está en un promedio de 3 años de estudio, la primaria completa la terminan el 25,4% de la población que accede a esta instrucción, tornándose crítico a nivel de la secundaria completa a la cual acceden apenas el 4,5% y de éstos logra una instrucción superior el 3,6%, de acuerdo al SIISE las tasas de asistencia a centros escolares de niños comprendidos entre los 5 a 14 años es de 77,4%, a centros de educación media de jóvenes de 12 a 17 años es de 41,4% y de asistencia a centros superiores entre los 18 y 24 años es de 15,9%; lo que comparativamente nos demuestra de que existiendo una buena disposición de niños y jóvenes a prepararse, existen limitantes que no permiten la culminación de los procesos educativos en todos los niveles. En el cuadro siguiente se detallan los establecimientos educativos que existen en la parroquia Ilumán, y cabe destacar que solamente existe uno de nivel medio, en tanto que los otros cinco son escuelas primarias. También es sorprendente el número de alumnos, pues son relativamente pocos para la numerosa comunidad del sector.

## CUADRO N. 9

### INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA PARROQUIA DE ILUMÁN

NOMBRE	NIVEL	N <sub>o</sub> . ALUMNOS
DOMINGO F. SARMIENTO	PRIMARIO	463
MARIA LARREA FREILE	PRIMARIO	65
MODESTO LARREA JIJON	PRIMARIO	248
SAN JOSE DE JAHUAPAMBA	PRIMARIO	135
SAN LUIS DE AGUALONGO	PRIMARIO	165
NACIONAL SAN JUAN DE ILUMAN	PRIMARIO	62

Fuente: Municipio de Otavalo  
Elaborado por: La Autora

A lo referente a la cultura de la Parroquia de Ilumán y también referente a la Comunidad de San Luis de Agualongo la cultura tradicional que mantiene hasta hoy en día es su propia vestimenta y sus costumbres de fiestas que ni por nada puede terminar, sino más bien van forjando mayores expectativas de no perder su cultura ancestral.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. LA EMPRESA**

***ZAPATA, Pedro (2007) Pág. 26, Expresa “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta. La empresa requiere la contabilidad si desea progresar, y la contabilidad no tendría objeto si no existiera la empresa”.***

De lo expresado del concepto de la empresa afirma, que una empresa es una entidad de grupos humanos destinados a la producción y comercialización de un producto con el objetivo de brindar servicio a la colectividad.

Para mayor comprensión, una empresa, es un negocio o actividad económica que la gran mayoría busca en beneficio o utilidad que se adquiere mediante la prestación de servicios o entrega de productos de calidad para satisfacer las necesidades de los demandantes y con esto contribuir al desarrollo económico ya sea familiar y/o social.

#### **2.2. CONCEPTO DE MICROEMPRESA**

***MONTEROS Edgar (2005) Pág. 15: Afirma “Es la asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obtención un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.***

Lo que expresa este autor sobre la microempresa es un negocio personal o familiar que genera una actividad económica cualquiera permitiéndoles a los miembros de estas organizaciones desarrollar sus metas con ideas innovadoras.

Realizando un análisis de la microempresa es un negocio donde le permite a perfeccionar una actividad económica de donde se empieza de lo pequeño a lo grande con el objetivo de llegar a la metas.

### **CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

- ✓ **Servicio:** Servicios personales, hoteles, bares, restaurantes, reparación de vehículos, construcción, transporte.
- ✓ **Producción:** Textiles y ropa, productos de madera, papel metal, alimentación, químicos y construcción
- ✓ **Comercio:** Venta de alimentos, bebidas y otros artículos, vestuario, productos para su uso personal y limpieza, etc.

### **2.3. CONCEPTO DE TURISMO**

***GURRIA, Manuel ( 2007) Pág.14 Afirma: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.***

***MOLINA, Sergio (2004) Pág.13 Menciona: “El turismo se ha constituido en un reglón prioritario dentro del esquema económico de muchas naciones, tanto desarrolladas como en vías de desarrollo o***

***emergentes, las utilidades que aportan a un país obligan a contemplar con detenimiento la forma de intensificar esta actividad”.***

El turismo está basado en el ámbito de los grupos humanos donde busca la satisfacción de hospedaje de descanso y una mayor comodidad del justo de cada persona.

Lo que afirma el segundo autor del turismo expresa que es muy importante para aquellos individuos que buscan un lugar seguro de vida, para satisfacer sus necesidades. El turismo tiene hoy gran importancia debido a sus posibilidades económicas y sus características como generador de empleo, esto lo ha convertido en una de las actividades más competitivas del mundo.

### **Evolución del Turismo**

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo. Su desarrollo a lo largo de la historia ha sido lento y espontáneo. Hay muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente importancia, pero podemos decir, que la aparición del ferrocarril, en el siglo XIX como medio de transporte, marca la verdadera aparición del turismo masivo, sobre todo en Europa y USA. Factores como, la mejora salarial de la población, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiación de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares, han influido en el desarrollo del turismo, favoreciendo su desarrollo a través de la historia, hasta llegar a ser hoy un factor de primer orden como vía alterna de desarrollo económico.

En nuestra palabra se puede explicar de la manera más comprensible, el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a

mayor número de personas y estratos sociales, en definitiva, ha pasado de ser un privilegio elitista a ser un disfrute para los más necesitados.

### **Tipos de Turismo**

Al examinar los niveles de ingreso y de tiempo libre suelen encontrarse tres clases de turismo.

- ✓ Turismo de menos de 24 horas.- Este solicita restaurantes, parques balnearios, poblaciones típicas, centros de recreo, artesanías.
- ✓ Turismo de fin de semana. El cual pide alojamiento, restaurantes atracciones diversas.
- ✓ Turismo de destino.- Es el que desea hospedaje por un periodo más largo y exige servicios complementarios y variados.

La localización de los lugares de espaciamento para el turismo de menos de 24 horas, comúnmente llamado excursionista o visitantes del día, se detecta en su mayoría dentro de una distancia de aproximadamente 75 Km por carretera, o sea una jornada de una a dos horas de duración desde el punto donde radica, y corresponde fundamentalmente a la población con ingresos menores.

El desplazamiento de los sitios de albergue demandados por el turismo de fin de semana esta regularmente a unos 150 Km por carretera, es decir un trayecto de dos a tres horas a partir de la localidad de residencia. Hay turistas de fin de semana que se sirven del avión como vehiculó de traslado a lugares más lejanos, con la limitante del espacio aéreo lógica en esos días.

Los destinos turísticos se hallan en cualquier parte donde se dispone de rutas de acceso adecuado así, como de atrición y entretenimiento suficiente para mantener al visitante por más de dos noches, siempre y

cuando su tiempo libre y capacidad económica le permitan una permanencia prolongada.

### **Importancia socio económica y cultural**

El turismo como fenómeno social tiene un gran impacto en el desarrollo social y cultural de un pueblo, tanto aquel que exporta turismo, como el que lo recibe. Cuando una persona viaja va haciendo sus propias fronteras, cambiando su forma de ver al mundo y a las gentes. Una nueva forma de vida, ajena y diferente a la suya propia, hace más grande su visión y su personalidad se enriquece al conocerlas.

Es de considerarse la enorme cantidad de dinero que se destina a la promoción turística, su impacto social y cultural propicia la paz entre los pueblos, así como la amistad. También es un factor importante en las balanzas comerciales el ingreso económico del turismo.

### **Importancia del turismo en el desarrollo social y cultural.**

Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo -claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. También se engloba una versión revolucionaria de la cultura, entendida como expresión de las relaciones entre grupos humanos, en la que lo fundamental no es el proceso de creación de objetos y símbolos sino su apropiación y los conflictos entre clases que esto puede generar.

El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos.

## **Papel e Importancia del turismo en la Economía.**

Existen cuatro consideraciones que fundamentan la decisión de promover las acciones turísticas.

La primera, y más frecuente, hace alusión a que el turismo brinda a los pueblos menos afortunados en su economía oportunidades singulares para invertir recursos.

La segunda indica que si bien varios países han aprovechado los diversos mercados turístico, es de desearse una intervención más decidida de su parte, pues algunos han llegado al declive en el gusto de los solicitantes, acentuándose irremisiblemente las presiones en su balanza de pagos y obligándolos a dirigir su atención a otras esferas originadoras de divisas dentro de los planes de crecimiento en conjunto.

La tercera consideración alude a la presencia de oportunidades concretas para que las naciones no muy industrializadas recuperen su lugar como abastecedoras del mercado internacional de turismo.

La cuarta y último punto señala que, si además de los fines exclusivamente turísticos, son atendidos los objetivos de incremento económico y social o colectivo, se consigue una visión mucho más amplia para la selección entre las diferentes opciones.

### **Turismo interno**

Son viajes internos realizados dentro del territorio nacional, por sus habitantes.- El turismo interno se produce generalmente por visitas a sitios de interés turísticos con infraestructuras organizadas para atender y recibir turistas y en los cuales el actor consiga un marcado cambio de ambiente en relación al que existe en el lugar de su habitual residencia.

### **Turismo rural**

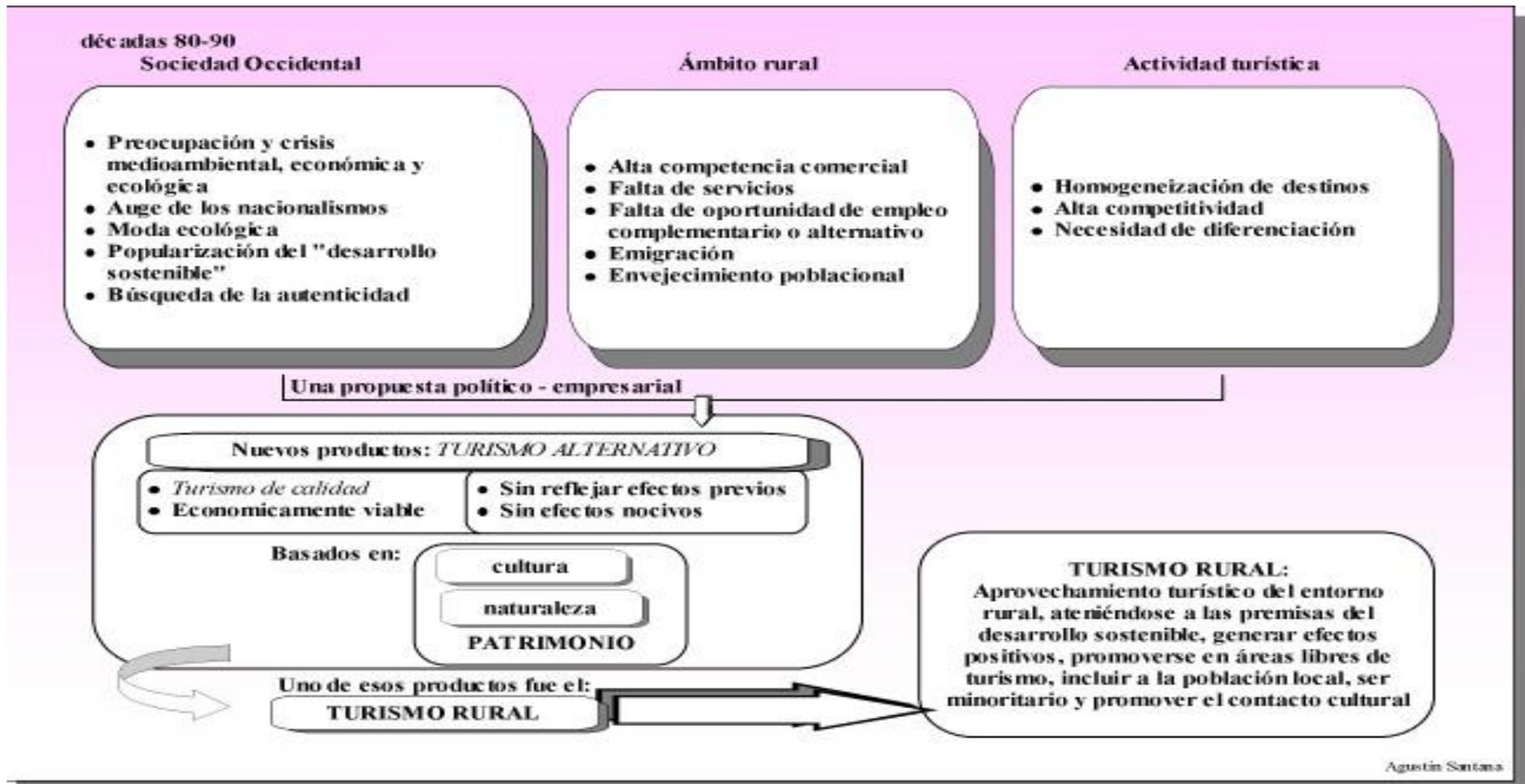
**wikipedia.org/wiki/ (2010) “El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios”**

Lo que manifiesta del turismo rural, es el conjunto de actividades turísticas que se desarrolla en contacto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones rurales.

El turismo, es el eje central de nuestra economía, desde los comienzos de la humanidad está vinculado con los procesos culturales. El turismo provoca un efecto cultural tanto para el visitante como para sus propietarios.

# Origen del producto turismo rural

CUADRO N. 10  
ORIGEN DEL PRODUCTO TURISMO RURAL



Fuente: [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org)

Elaborado por: La Autora

## Los componentes de la oferta en el turismo

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Por ello la oferta básica comprende de:

- ✓ Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- ✓ Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.
- ✓ Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista.

### 2.4. EL AGROTURISMO

***DAHDA, Jorge (2007) Pág. 68 Afirma: “El Agroturismo se ha convertido en una opción para obtener ingresos complementarios en comunidades que resienten la dependencia de sectores como la agricultura o la ganadería, que en sus ciclos, muestran periodos de baja actividad o de crisis más severas. Una de las ventajas del agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que favorece directamente a la comunidad”.***

El Agroturismo es una modalidad de oferta turística que consiste en alojarse en casas rurales, de aldea, Los propietarios ofrecen actividades relacionadas con el mundo agrario y rural: alimentación con productos de cosecha propia, alquiler de caballos y con ello busca la rentabilidad para los turistas.

En otra forma de entender se puede recalcar que el agroturismo es el turismo que se realiza en fincas agropecuarias en producción el objetivo de este tipo de turismo es diversificar y complementar los ingresos de las fincas, rescatar los valores culturales y promover el desarrollo de las comunidades rurales.

### **Características de Agroturismo.**

Las principales características se detallan a continuación.

- ✓ **Innovador:** aporta nuevas posibilidades al espacio rural (servicio, infraestructura).
- ✓ **Difuso:** No se crea grandes concentraciones que puedan perturbar los equilibrios de las comunidades rurales.
- ✓ **Participativo:** los habitantes son actores del desarrollo turístico.
- ✓ **Asociativo:** las organizaciones de agricultores logran mejor interlocución con los sectores públicos.
- ✓ **Formador:** Representa una actividad para la cual se hace necesaria la capacitación personal del agricultor.
- ✓ **Cultural:** Las tradiciones las costumbres, la comida típica presenta en el espacio rural.
- ✓ **Ecológico:** El visitante está interesado en el paisaje animal y vegetales bien conservados.
- ✓ **Recreativo y deportivo:** Promueve actividades deportivas senderismo, y el ciclo turismo.
- ✓ **Pedagógico:** Promueve programas de educación ambiental, la granja, y visitas a lecherías.

## **Tipos de actividad agroturística**

Las actividades de agroturismos, esto se refiere a que además de ofrecerte alojamiento rural ya sean casas rurales de alquiler completo, casas rurales de alquiler por habitaciones o Apartamentos rurales, disponen de actividades de agroturismo. Estas actividades son muy diversas y están relacionadas con su forma de vida. Algunos tienen vacas, cerdos u ovejas y tal vez las puedas conocer o incluso darles de comer. Además podemos encontrar la producción de la leche, queso entre otras las cuales permite dar a conocer sobre el sector turístico de la zona, dando más viabilidad al sector. Las actividades agroturísticas dentro de este centro de agroturismo son de mayor prioridad para los turistas nacionales y extranjeros los cuales permiten la satisfacción del servicio y la calidad que presta este centro.

## **Principales razones para iniciar el agroturismo**

La razón fundamental para iniciar el agroturismo es estar incentivado al sector agrario donde la posibilidad de aprovechamiento de la infraestructura existente son los que determinan la elección de este tipo de actividad. El agroturismo permite aprovechar el espacio de alojamiento de las propias casas brindándole al turista una mejor opción de satisfacción y descanso en la zona.

Otro punto de partida es donde se ha visto que dentro de esta zona existen explotaciones agrarias como los cultivos de maíz, frejol, papas, tomate de árbol, entre otras los cuales permiten seguir cultivando y de esta manera dar una buena imagen a este sector y permitiendo ser más atractivo de este sector.

## **La Oferta Agroturística**

El agroturismo es aquel turismo que se relaciona directamente con las explotaciones agrarias y que actúa como complemento de la renta de los agricultores por tanto la oferta agroturística está caracterizado esencialmente por la oferta de alojamiento en pueblos rurales independiente, siendo escasa la presencia de hoteles rurales en términos generales se puede decir la oferta de alojamiento se complementa especialmente con servicios de restauración siendo limitada la oferta de otros servicios recreativos

Dentro de la oferta agroturística podemos citar servicios que puede ofrecer el centro para la relajación del cliente y turista como paseo en caballo, caminatas, ciclismo donde este servicio puede ser acorde al turista, que desea pasar bien en el sector de la zona disfrutando de la flora y fauna y e diversidad de paisajes que ofrece dentro de esta localidad.

## **Agroturismo y desarrollo Rural**

En el agroturismo y el desarrollo rural es donde se tiene contacto directo con las actividades agrarias tradicionales. También se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un ambiente rural las manifestaciones culturales y sociales productivas en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo.

## **2.5. ESTUDIO DE MERCADO**

### **PRODUCTO**

***Según CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 157. Manifiesta: “Es la idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y por lo tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos.***

Un producto es aquel bien o servicio que puede satisfacer su necesidad al ser humano brindándole mayor estilo de comodidad para el consumo satisfactorio. También se puede analizar que un producto es algo que se puede ver y tocar un objeto para el consumo masivo de ese objeto, ya que este producto es del buena calidad y servicio de todos. En otras palabras se puede mencionar que un producto es donde el consumidor adquiere para satisfacer su necesidad, o también puede ser una cosa o objeto de que podemos adquirir cualquier persona índole de escasos recursos económicos.

## **OFERTA**

***BACA, Gabriel (2006) Pág. 48 Afirma: “La Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinada.”***

La oferta es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual y que pueden pagar a un precio específico.

En un proyecto específico debe tener un bien o un servicio para ofrecer al mercado con lo cual, puedo competir en el mercado nacional dándole un valor agregado a mi producto y de buena calidad.

## DEMANDA

***ARBOLEDA, Germán (2001) Pág. 35 Manifiesta: “La Demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objetivo de satisfacer sus necesidades buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.***

Tomando referencia a este autor se expresa de la manera mas precisa sobre la demanda, es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. Se analiza que todo ser individuo se necesita de un bien o servicio para la satisfacción de su necesidad, ya que especifica un producto de primera necesidad de consumo.

## PRECIO

***Para BACA GABRIEL. (2006) Pág.53 .En su obra evaluación de proyectos Expresa: Es la expresión monetaria de los productores que están dispuestos vender, y por ende los consumidores compran los bienes y servicios.***

Para este autor se analiza el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar un producto o servicio.

Un análisis muy simple su puede decir que el precio es el valor adquisitivo de un bien o un servicio para poder adquirir un producto.

## COMERCIALIZACIÓN

***BACA, Gabriel (2006) pag.57, afirma: “es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”***

La comercialización es el conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor. En esta actividad se dedica a conocer, con el mayor rigor posible, las características concretas de un mercado. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo, pues el conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas.

### 2.6. ESTUDIO TÉCNICO

***ARBOLEDA, Germán (2001) pág. 175, sostiene: “Estudio técnico se refiere, a aquella parte del estudio del proyecto que se relaciona con la ingeniería; es decir; con la participación de los ingenieros que describen las actividades de estudio de instalación, equipamiento y de requerimientos de recursos materiales para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto”***

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

## TAMAÑO DEL PROYECTO

***CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 211 Dice: “Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento”.***

Lo que expresa al tamaño del proyecto es la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un mes o año esto, puede ser dependiendo del proyecto que este formulado, por otra parte se determina cual será la capacidad instalada que tendrá mi proyecto.

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

***[www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos](http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos) (2010) “La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas rotacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”.***

Se analiza que la localización del proyecto esta basado en analizar las variables e indicadores donde lo cual, me permite establecer resultados eficientes. También se puede ver las razones geográficas y físicas sobre la factibilidad del proyecto para determinar la base esencial del estudio.

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

***CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 240. Menciona: “Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso***

***productivo para la urticación racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”.***

Para este autor consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles.

En la Ingeniería de proyectó permitirá establecer las bases técnicas de la infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

## **PROCESOS**

***wikipedia.org/wiki/ (2010) “Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) con un fin determinado”***

Los procesos son los pasos a seguir una actividad específica durante un periodo determinado.

### **Procesos Productivos**

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto. o la prestación del servicio.

Para mayor comprensión se clara el proceso productivo se puede realizar mediante el diagrama y flujos de procesos lo cual, me permite realizar de manera ordenada cada uno de las operaciones que se ejecute en el proyecto.

### ✓ **Tecnología**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.

### ✓ **Inversión**

Se puede analizar que la inversión es una operación que se debe determinar al principio de una operación con el propósito de realizar una ejecución de la manera correcta las operaciones específicas del proyecto.

### ✓ **Talento Humano**

Consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso contrario, se detendrá

## 2.7. ESTUDIO FINANCIERO

**CORDOVA, Marcial (2006) pág.311. Dice: “El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará.”**

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y calcular la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo.

### INGRESO

**ZAPATA, Pedro (2008). Pág. 25. “Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa.**

Los ingresos son simplemente los que obtienen por la venta de un bien o servicio y se lo calcula multiplicando la cantidad de producto o servicio vendidos por su precio

### EGRESO

**[www.definicion.org/egreso\(2010\)](http://www.definicion.org/egreso(2010)) “Son Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aún cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”.**

En otras palabras de entender a los egresos es que es la salida de recursos monetarios con su propósito de liquidar algún bien o un servicio.

Pues en todo empresa tiene sus tratamientos contables, pues sin este recursos no puede estas marchando.

## **COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Estos costos de producción constituyen aquellos bienes de materiales para la transformación de un producto terminado.

### **MATERIA PRIMA**

***ZAPATA, Pedro (2008) Pág. 10. Menciona “Constituye todos los bienes, ya sea que se encuentre es estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requerida para la producción de un bien”.***

De lo expresado de este autor se puede recalcar que es el que constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma con el propósito de obtener un producto terminado.

### **MANO DE OBRA DIRECTA**

***RALPHS, Polimeni (2003) Pág. 84. Afirma “La Mano de Obra es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos”.***

Lo que expresa la mano de obra es un elemento del costo, es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados.

### **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

***ZAPATA, Pedro (2007) Pág. 10. Menciona “Constituyen aquellos ingredientes materiales e inmateriales complementarios que son dispensables para generar un bien o un servicio”***

Todas estas conceptualizaciones son parte importante, porque todos estos elementos son parte de los procesos productivos en todo tipo de actividad económica.

### **Gastos Administrativos**

***BACA, Gabriel. (2006) Pág. 172. Afirma: “Son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”***

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

### **Gastos de ventas**

***CHILQUINGA, Manuel (2007) Afirma “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de las ventas”.***

Los gastos de venta esta relacionados directamente con la venta y la entrega de mercancías, ejemplos: los gastos de publicidad, gastos de entrega como salarios, depreciación del equipo de reparto, gastos del edificio destinado a ventas, sueldos a los gerentes de ventas, gastos de la oficina de ventas, sueldos a vendedores, gastos de embarques, transportación.

### **Gastos financieros**

***BACA, Gabriel. (2006) Pág. 172. Dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.***

Se puede analizar que son gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos propios. En la cuenta de gastos

financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses.

## **Depreciaciones**

***BACA, Gabriel (2006) Pág. 174. “El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización pero el primero solo se aplica al activo fijo , ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir se deprecian ; en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles”.***

Se refiere a que todo activo fijo se deprecia dependiendo de la vida útil que determine la ley, por ello un bien tangible se disminuye su valor de uso.

## **Estado de Pérdida y Ganancias**

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad perdida del ejercicio.

En ello se puede observar que en cualquier ejercicio contable se determina la utilidad o la pérdida de ejercicio económico dentro de un periodo establecido mediante este estado la empresa podrá saber, como se encuentra en su situación económica .o en su debido tiempo puede dar casos que la empresa esta en buen camino.

## **Flujo de Caja**

***SAPAG, Nassir (2007) Pág. 214. Recalca “Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto “.***

***JÁCOME, Walter (2005) Pág. 74. Afirma: “Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.***

Tomando a los dos autores se puede analizar de la mejor manera que un flujo de caja es el comportamiento de dinero que se establece dentro de un proyecto, para determinar la rentabilidad o pérdida en un plazo establecido.

Mediante este flujo de caja se puede analizar los beneficios que se puede incurrir una empresa en un periodo establecido.

#### **Criterios de Evaluación VAN (Valor Actual Neto)**

***SAPAG, Nassir, (2007) Pág. 253. Afirma: “El (VAN) es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto, mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión”.***

Lo que expresa este autor es lo que representa de rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite observar si es o no permitente la inversión.

#### **TIR (Tasa Interna de Retorno)**

***Según FONTAINE R. Ernesto, (2008) en su libro Evaluación Social de Proyectos manifiesta:”Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de***

***beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”.***

La Tasa Interna de Retorno es un método muy conocido y aplicado en la evaluación financiera de los proyectos, este método se refiere a la tasa de interés de producida por un proyecto de inversión, que incurre en periodos regulares. También se define como la tasa (TIR), en donde el valor presente es cero, ósea aquella tasa donde el valor presente de los flujos de caja esperada sean igual con la inversivo inicial.

**SU FÓRMULA ES:**

$$\text{TIR} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) \frac{\text{VAN Ti}}{\text{VAN Ti} - \text{VAN Ts}}$$

**BENEFICION /COSTO**

***Según CORDOBA, Marcial, (2006) Pág. 369 en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos. Expresa: “Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad”.***

$$\text{BENEFICIO-COSTO} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Gastos Actualizados}}$$

El beneficio-costo tiene la finalidad de obtener resultados positivos con el menor esfuerzo realizado, tiene el principio de que se debe conseguir las metas sin agregar más de lo acordado en su presupuesto.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN

***Según, FLORES U. Juan A. (2007) Pág. 119 en su libro de Proyecto de Inversión para las PYMES Creación de Empresas expresa: Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.***

El periodo de recuperación está encaminado a determinar en qué tiempo se recupera la inversión del proyecto, lo importante es contribuir para que el proyecto recupere lo invertido en el menor tiempo posible para considerarlo factible y seguir trabajando sin ningún riesgo.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite realizar el análisis de las ventas que están realizando para conocer en que condiciones esta para cubrir los gastos realizados, además está pendiente de las utilidades que la empresa esta logrando dependiendo de las ventas que ha tenido en el periodo, lo que significa que demuestra la situación económica-financiera de la entidad.

Es importante su aplicación ayuda a conocer el equilibrio en el que se encuentra en ese momento la empresa, puede ser que este en un punto donde no existe ni pérdidas ni ganancia, lo que quiere decir que hay que tomar nuevas decisiones de trabajo.

Para su cálculo se considera la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{\frac{1-CV}{V}}$$

## 2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

***REYES PONCE, Agustín 1993 Pág. 212 Dice: “La organización se refiere a estructurar, corresponde a la mecánica administrativa, se refiere a como deben ser las funciones, jerárquicas y actividades, a niveles o actividades.”***

Una estructura organizacional es asignar a autoridades en su función de desempeño de la manera ordenada para que no exista el incumplimiento de las tareas a desempeñarse.

Mediante esta estructura se puede conocer las funciones que cumplen cada uno de los empleados para la correcta ejecución de las actividades.

### **Misión**

***Según WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Pág. 12 dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”.***

La misión de la empresa es dar a conocer y dibujar desde un inicio una buena imagen en el mercado sobre el producto o servicio que está ofreciendo, además es buscar los mecanismos necesarios para mantener su imagen y logra en poco tiempo conquistar parte del mercado, esperando que por la calidad y el servicio prestado sea reconocido y se mantenga de manera indefinida en el mercado.

### **Visión**

**FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Pág. 21 en su obra *Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia expresa: “la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro”.***

La visión es la expresión formal de cómo la empresa ve su realidad futura en el más alto nivel”. Responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?

### **Valores**

**VÁSQUEZ, Hugo (2002) Pág. 108. Afirma: “Son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización, constituyen la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional”.**

Dentro de una organización siempre deben existir los valores ya que es muy fundamental para el éxito de una empresa, y con ello cada ser sabe cómo comportarse dentro de una organización.

### **Organigrama Estructural**

**VÁSQUEZ, Hugo (2002) Pág. 219. Menciona: “Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas “.**

El organigrama estructural es donde una empresa o institución están ubicadas de manera jerárquica de acuerdo a las funciones que se desempeñan.

También este organigrama permite dar a conocer las áreas de cada departamento o los cargos que se desempeñe. Ejemplo El Gerente.

### **Organigrama Funcional**

***VÁSQUEZ, Hugo (2002)Pág. 220. Recalca “Parte del organigrama estructural y a nivel de cada unidad administrativa se detalla las funciones principales básicas, al detallar las funciones se inicia por las mas importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia.- en este tipo de organigrama se determina que es lo que se hace, pero no como se hace”.***

Divide la organización por funciones típicas: personal, finanzas, producción o manufactura, ingeniería, etc. donde cada trabajador responde o no a un solo jefe, como en la organización militar, sino a varios de ellos, según la especialidad o función de que se trate.

Dentro de una empresa lleva un rol de cumplir en sus áreas o departamentos con el propósito de que la empresa este en buenas condiciones de trabajo, pues el recurso humano es muy importante dentro de una empresa para llegar a los objetivos deseados.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado busca determinar la demanda turística que sustenta la implantación de un centro de agroturismo en la Hacienda las Marías.

#### **3.1. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General**

Determinar la demanda turística que sustenta la implantación de un centro de agroturismo en la Hacienda Las Marías.

##### **Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar los posibles servicios que brindara la microempresa de agroturismo.
- ✓ Conocer la oferta turística en el área de influencia del proyecto.
- ✓ Determinar demanda potencial existente para la creación de un centro de agroturismo.
- ✓ Determinar el precio de los servicios que ofrecerá la nueva unidad productiva.
- ✓ Determinar los mecanismos adecuados de comercialización de los servicios.
- ✓ Establecer las formas adecuadas de publicidad para dar a conocer el servicio que presta el centro de agroturismo.

#### **3.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- ✓ Producto o servicio
- ✓ Oferta
- ✓ Demanda

- ✓ Precio
- ✓ Comercialización
- ✓ Publicidad

### **3.3. INDICADORES O SUB ASPECTOS**

#### **Producto**

- ✓ Tipo de producto o servicio
- ✓ Infraestructura

#### **Oferta Turística**

- ✓ Datos estadísticos
- ✓ Estimaciones de la oferta actual
- ✓ Sitios turísticos

#### **Demanda**

- ✓ Datos estadísticos
- ✓ Estimaciones de la demanda
- ✓ Tipos de clientes

#### **Precio**

- ✓ Fijación de precio del producto o servicio

#### **Comercialización**

- ✓ Tipos de comercialización
- ✓ Canales de distribución

#### **Publicidad**

- ✓ Prensa escrita
- ✓ Radio
- ✓ Televisión
- ✓ Internet

### 3.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No. 11

#### MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>PÚBLICO INTERVINIENTE</b>
Determinar los posibles servicios que brindara la microempresa de agroturismo.	Servicio	Tipos de productos o Servicio Infraestructura	Encuestas Entrevistas Observación directa	Turistas nacionales Turistas extranjeros Empresas existentes
Conocer la oferta turística en el área de influencia del proyecto	Oferta turística	Datos estadísticos Estimaciones de la oferta actual Sitios turísticos	Encuestas Observación directa	Empresas existentes
Determinar la demanda potencial existente para la creación de un centro de agroturismo	Demanda	Datos estadísticos Estimación de la demanda actual Tipos de clientes	Encuesta Observación directa	Turistas Nacionales Turista extranjeros

Determinar el precio de los servicios que brindara la nueva unidad productiva.	Precio	Fijación de precio producto o servicio	Encuesta Entrevista Observación directa	Turistas Nacionales Turistas Extranjeros
Determinar los mecanismos adecuados de comercialización de los servicios.	Comercialización	Tipos de comercialización Canales de distribución	Encuestas Observación directa	Turistas Nacionales Turistas Extranjeros Empresas existentes
Establecer las formas adecuadas de publicidad para dar a conocer el servicio que presta el centro de agroturismo.	Publicidad	Prensa escrita Radio Hojas Volantes Internet	Encuesta Observación directa.	Turistas Nacionales Turistas Extranjeros

### **3.5. FUENTES DE INVESTIGACIÓN**

#### **Fuentes primarias**

La investigación por encuesta es considerada como una rama de la investigación social orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas. Se caracteriza por la recopilación de testimonios orales o escritos provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones y actitudes. La investigación por encuesta es una técnica de recolección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas.

En resumen, para la investigación de este proyecto se utilizó la encuesta como forma de estudio a la población de potenciales clientes del negocio, mediante el análisis de muestras representativas y dirigidas. La instrumentación consistió en el diseño de un cuestionario de entrevista elaborado para medir opiniones sobre aspectos o hechos importantes que favorecieron la investigación. El anterior instrumento se basó en una serie de preguntas. En el cuestionario las preguntas fueron administradas por escrito aleatoriamente a los clientes potenciales, tanto nacionales como extranjeros.

Además se utilizó la entrevista a los administradores de las empresas existentes, también fue necesario utilizar la técnica de la observación, misma que permitió obtener buenos resultados.

#### **Fuentes Secundarias**

Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, textos, boletines y revistas, datos de las propias empresas y otras. Entre las razones que justifican su uso se pueden citar las siguientes:

- ✓ Pueden solucionar el problema sin recurrir a la información obtenida a través de fuentes primarias.
- ✓ Sus costos de búsqueda son muy bajos en comparación con el uso de fuentes primarias.
- ✓ Pueden ayudar a formular una hipótesis sobre la solución y contribuir a la planeación de la recolección de datos.

### **3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **Tamaño del universo**

Se ha determinado el universo en función de la información proporcionada por la Cámara de Turismo de Otavalo, acerca del número de visitantes que recibe la ciudad, que es de 250.000 turistas anuales.

#### **Tamaño de la muestra**

En estadística y para investigación de mercado se utilizan dos tipos de fórmulas para determinar el tamaño mínimo de la muestra, una es cuando la población es menos a 100.000 y la otra cuando ésta es mayor a 100.000. En este caso se calculó el tamaño de la muestra, partiendo del tamaño del universo que es de 250.000 turistas al año, según datos obtenidos de la Cámara de Turismo de Otavalo.

A continuación se muestra la forma de aplicación. El porcentaje o límite aceptable de error que se admitió para este estudio es de 5%. La fórmula a emplear es la siguiente:

✓ **Formula del Cálculo**

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

**Donde:**

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

Z = Nivel de confianza al cuadrado (95% = 1,96)

$\delta^2$  = Probabilidad de que ocurra o no el evento ( 0.25 )

E = Error muestral del 5%

Aplicación de la fórmula:

✓ **Calculo de la Muestra**

$$n = \frac{250000 * (1,96)^2 * (0,25)}{(0,05)^2 (250000 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 383.58$$

$$n = 384 \text{ Turistas a encuestar.}$$

### 3.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las encuestas se aplicaron a turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Otavalo. Se los ubicó en la conocida Plaza de los

Ponchos, se les explicó el motivo de la encuesta y se les entregó el documento, Este proceso tuvo una duración de tres semanas.

### **Cuestionario de la Encuesta**

El cuestionario aplicado a la investigación ha sido diseñado en base a preguntas dicotómicas, de identificación, de información, de intención y en conjunto. Consta a continuación y contiene 12 preguntas.

### **3.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

## ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS

1. ¿Conoce el sector de Ilumán?

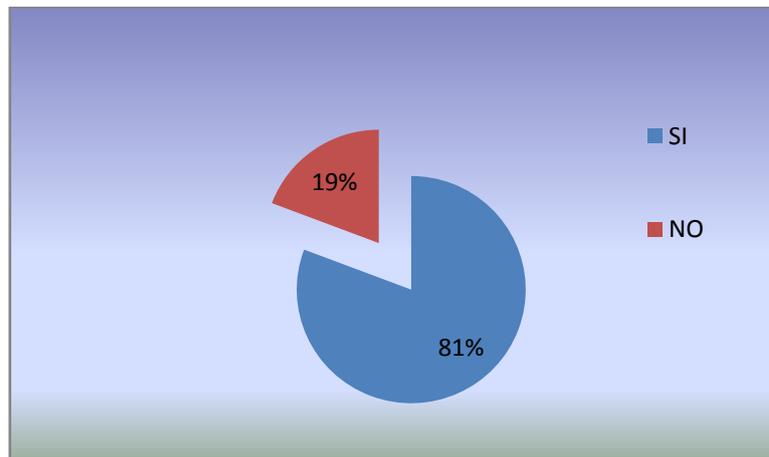
**CUADRO N. 12**

### **DATOS SOBRE EL SECTOR DE ILUMAN**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	310	81
NO	74	19
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.1**

### **DATOS SOBRE EL SECTOR DE ILUMAN**



**Fuente: Turistas**

**Elaborado: La Autora**

### **ANÁLISIS:**

De los turistas encuestados la mayoría manifiesta que si conoce el sector de Ilumán, debido a que este sector es más conocido por los shamanes curanderos que hacen el bien a la gente y también por la producción de sombreros que elaboran en este sector, una minoría de los turistas no conocen este sector, esto puede ocasionar por lo que algunos turistas llegan por primera vez a la ciudad de Otavalo y no conocen al sector.

2. ¿Le gustaría acudir a un restaurante en una hacienda?

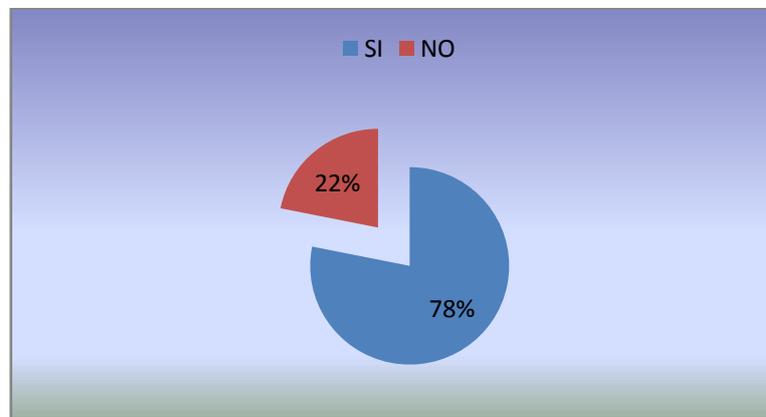
**CUADRO N.13**

**ASISTIR A UN RESTAURANTE A UNA HACIENDA**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	300	78
NO	84	22
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.2**

**ASISTIR A UN RESTAURANTE A UNA HACIENDA**



**Fuente: Turistas**

**Elaborado por: La Autora**

**ANÁLISIS**

De los turistas encuestados la mayoría de los turistas nacionales y extranjeros manifiestan que están de acuerdo acudir a una hacienda, esto permite determinar que un restaurante en una hacienda puede ser mayor acogida para los turistas, y la diferencia de los turistas no están dispuestos acudir a una hacienda, puede ser por el desconocimiento de los turistas o por motivo que no le atrae del sector agrario

3. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se ofreciera en el restaurante de la hacienda?

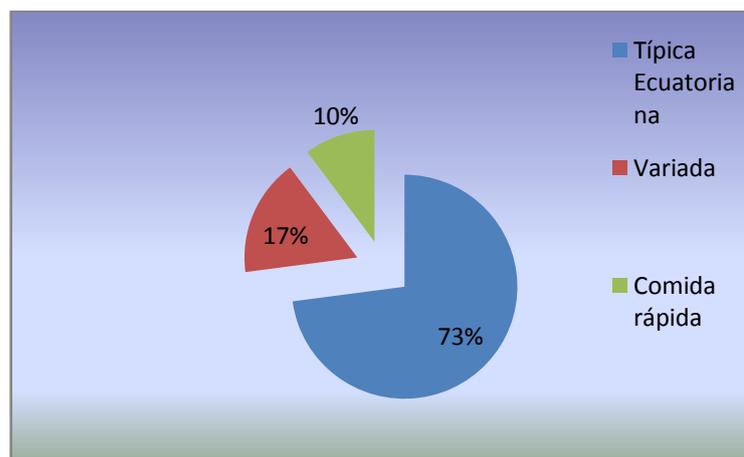
**CUADRO N. 14**

**TIPO DE COMIDA DENTRO DE UNA HACIENDA**

OPCION	FRECUENCIA	%
Típica Ecuatoriana	280	73
Variada	65	17
Comida rápida	39	10
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.3**

**TIPO DE COMIDA DENTRO DE UNA HACIENDA**



**Fuentes: Turistas**

**Elaborado por: La Autora**

**ANÁLISIS**

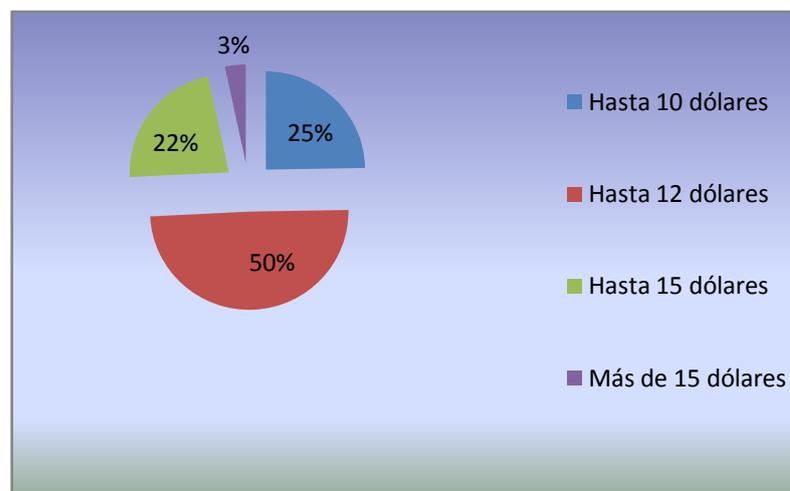
La mayoría señala que le interesa el consumo de la comida típica ecuatoriana, porque la comida de esta zona es muy llamativo a la gente tanto para los turistas nacionales y extranjeros, mientras se puede observar que existen turistas están de acuerdo con la comida variada o la comida rápida o puede ser por el gusto de cada cliente que satisfaga su necesidad de consumo.

4. ¿Cuánto dinero destinaría diariamente para su alimentación?  
(Desayuno, almuerzo, cena)

**CUADRO N.15**  
**INVERSION PARA LA ALIMENTACIÓN**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Hasta 10 dólares	95	25
Hasta 12 dólares	190	50
Hasta 15 dólares	86	22
Más de 15 dólares	13	3
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.4**  
**INVERSION PARA LA ALIMENTACIÓN**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

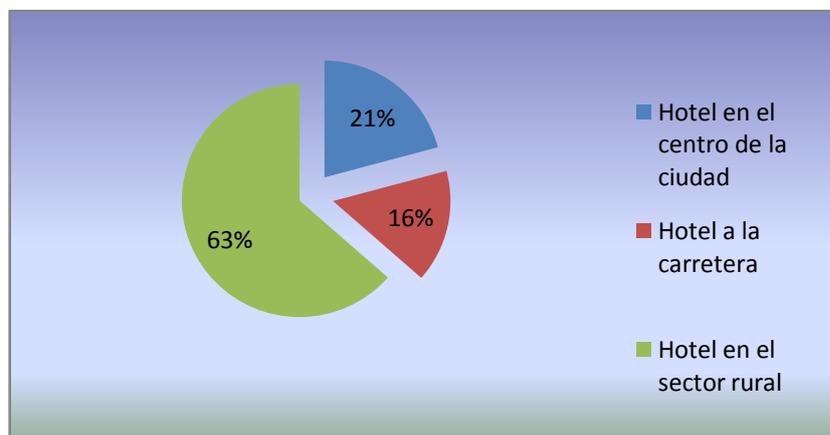
La mayoría de los encuestados de los turistas están dispuestos a gastar los 12 dólares, mientras que la minoría de los turistas están de acuerdo en gastar la cantidad de 15 dólares, puede ser que el turista extranjero haya llegado por primera vez o también la necesidad de relacionarse con el campo y la ciudad.

5. ¿De alojarse en el cantón Otavalo le gustaría hacerlo en?

**CUADRO N. 16**  
**PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Hotel en el centro de la ciudad	80	21
Hotel a la carretera	60	16
Hotel en el sector rural	244	63
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.5**  
**PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO**



**Fuente: Turistas**

**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

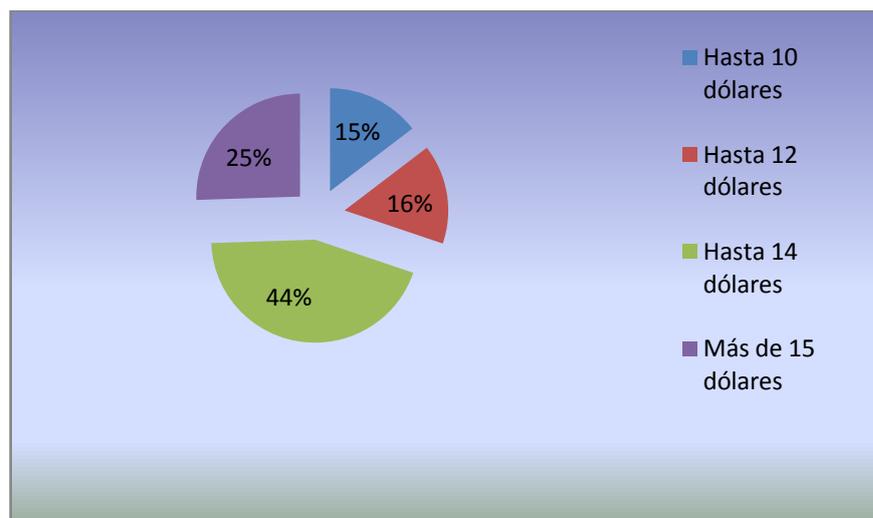
Los resultados de la encuesta manifiestan que en su mayoría les gustaría alojarse en un hotel del sector rural porque el costo en este tipo de locales no es tan alto ya que dan una prioridad de seguridad de alojarse en el sector de la zona, y la minoría de los encuestados están de acuerdo en alojarse en hoteles de la ciudad porque es posible que desconozcan de la bondades de los hoteles de las zonas rurales, y también se puede decir que alojarse en hoteles cerca de la carretera es una mejor opción de sentirse seguro.

6. ¿Cuánto dinero destinaría diariamente para alojamiento?

**CUADRO N. 17**  
**VALOR POR ALOJAMIENTO**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Hasta 10 dólares	56	15
Hasta 12 dólares	60	16
Hasta 14 dólares	170	44
Más de 14 dólares	98	25
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.6**  
**VALOR POR ALOJAMIENTO**



**Fuente: Turistas**

**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

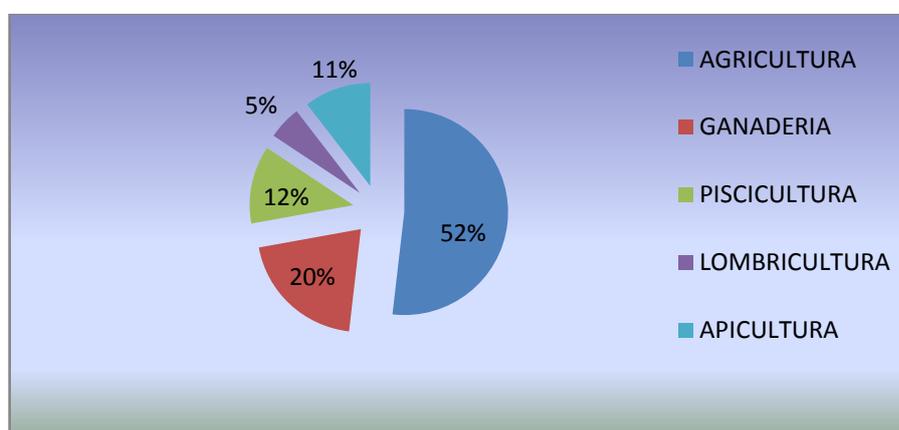
La mayoría de los encuestados de los turistas nacionales y extranjeros destinarían a pagar los \$14, la minoría de los turistas manifiestan estar dispuestos a pagar una cantidad de 15 dólares porque ven el deseo de conocer y estar en contacto con la naturaleza dentro de una hacienda.

7. ¿Con cuál actividad productiva del campo le gustaría relacionarse o conocer?

**CUADRO N.18**  
**RELACION ACTIVIDAD PRODUCTIVA**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
AGRICULTURA	199	52
GANADERIA	78	20
PISCICULTURA	47	12
LOMBRICULTURA	20	5
APICULTURA	40	11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.7**  
**RELACION ACTIVIDAD PRODUCTIVA**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

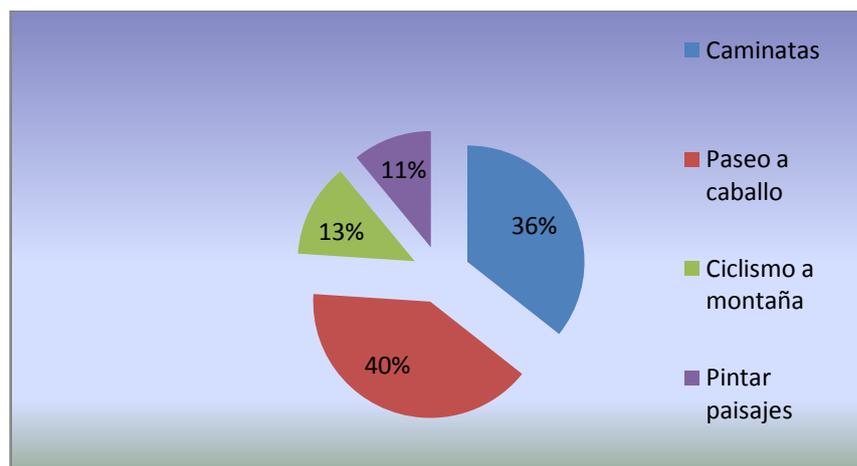
La mayoría de los turistas encuestados desean vincularse con la actividad agrícola y conocer más de cerca los atractivos naturales de la zona, y la minoría de los encuestados dan una aceptación que le interesa por la ganadería porque creen que es vinculo más adecuado para relacionarse con el campo y la naturaleza, y en cuanto a la actividad piscicultura y actividad apícola no dan mucho énfasis de relacionarse, puede ser por el desconocimiento de los turistas.

8. ¿Qué actividad natural y/o ecológica de distracción le gustaría realizar?

**CUADRO N. 19**  
**PREFERENCIA A LA ACTIVIDAD DE DISTRACCIÓN**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Caminatas	137	36
Paseo a caballo	155	40
Ciclismo a montaña	50	13
Pintar paisajes	42	11
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 8**  
**PREFERENCIA A LA ACTIVIDAD DE DISTRACCION**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: La Autora**

### **ANÁLISIS**

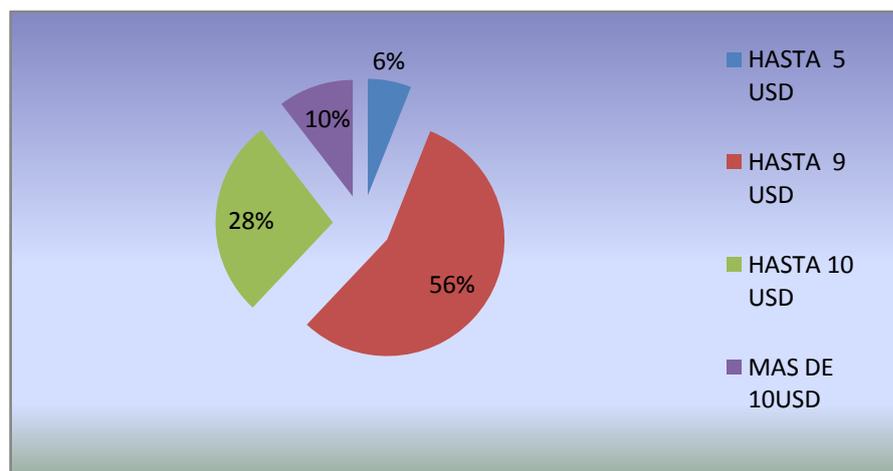
De los turistas encuestados demuestran que la distracción de paseos de caballo es la forma de distracción en la naturaleza para la diversión de conocer el sector de la flora y fauna y mientras que un porcentaje de os turistas encuestados prefieren realizar su visita caminatas, en donde les permite respirar el aire puro, y por último se determina que la distracción de ciclismo en las montañas si es aceptable porque con el ciclismo se puede realizar ejercicio físico y la distracción del cuerpo y la mente.

9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por caminatas guiadas?

**CUADRO N. 20**  
**PRECIO POR CAMINATAS**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
HASTA 5 USD	23	6
HASTA 9 USD	215	56
HASTA 10 USD	106	28
MAS DE 10USD	40	10
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO N. 9**  
**PRECIO POR CAMINATAS**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: La Autora**

### **ANÁLISIS**

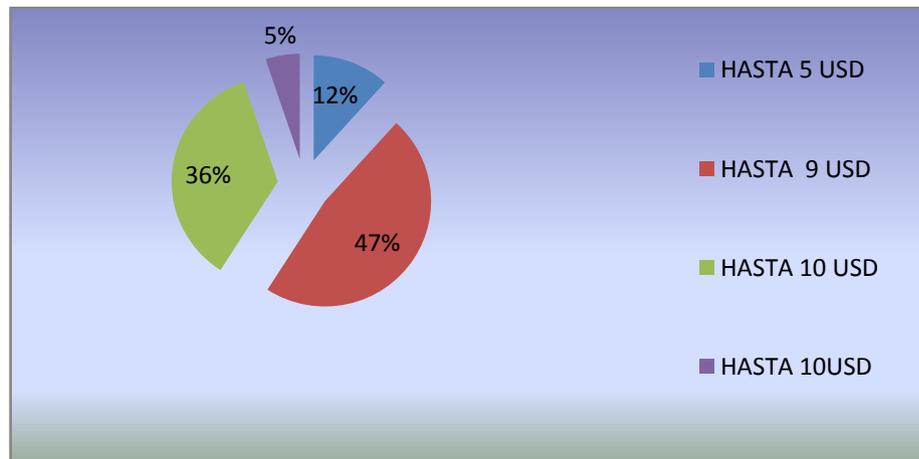
De los turistas encuestados da una aceptación favorable de pagar hasta \$ 9 esto es por el interés que tienen de conocer más de cerca la vida de campo y poder relacionarse adecuadamente con la flora y fauna, y la minoría de los encuestados prefieren realizar caminatas para satisfacer su curiosidad sobre el entorno y ecología y una minoría no le interesa el campo porque consideran que la vida campestre no existe ningún atractivo.

10. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un paseo en caballo?

**CUADRO N.21**  
**PRECIO POR PASEO EN CABALLO**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
HASTA 5 USD	45	12
HASTA 9 USD	182	47
HASTA 10 USD	137	36
HASTA 10USD	20	5
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.10**  
**PRECIO POR PASEO EN CABALLO**



**Fuente: Turista**  
**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

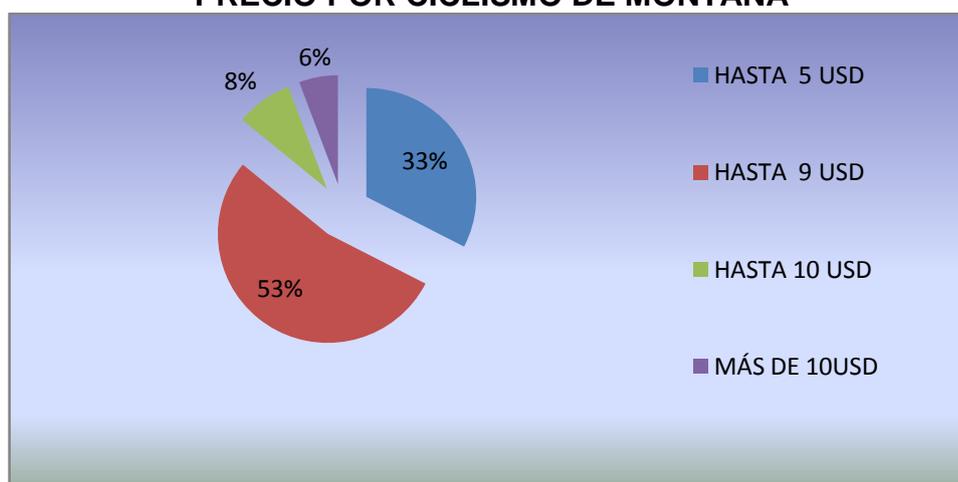
La mayoría de los encuestados está dispuesto a pagar los \$ 9 por un paseo en caballo porque consideran que este tipo de servicio ayuda a la relajación mental y refuerza la salud de la persona, mientras que la minoría les gusta realizar paseos a caballo pero no con mucho énfasis como en el anterior grupo, porque no tienen mucho conocimiento de este tipo de actividad, también hay una minoría que está a favor del paseo a caballo, porque consideran que es un paseo agradable para compartir con la familia y conocer el campo.

11. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por realizar ciclismo de montaña?

**CUADRO N. 22  
PRECIO POR CICLISMO DE MONTAÑA**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
HASTA 5 USD	125	33
HASTA 9 USD	205	53
HASTA 10 USD	32	8
MÁS DE 10USD	22	6
<b>TOTAL.</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.11  
PRECIO POR CICLISMO DE MONTAÑA**



**Fuente: Turistas  
Elaborado por: La Autora**

### **ANÁLISIS**

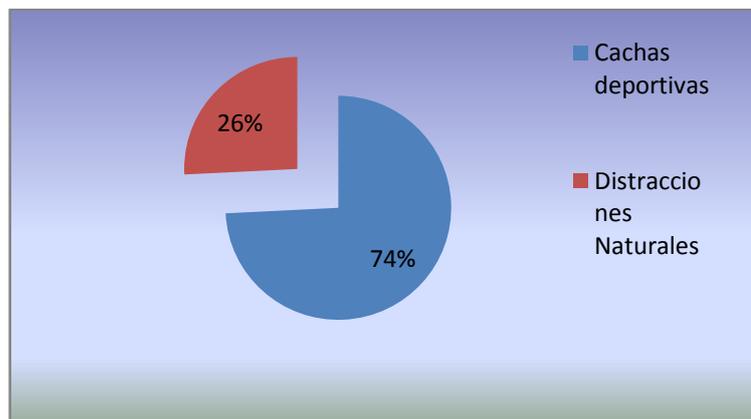
De la encuestas realizadas a los turistas señala que están dispuestos a pagar hasta \$ 8 consideran que es una actividad interesante que además de fortalecer el estado físico existe un contacto directo con la naturaleza que ayuda al relajamiento, cree que la oferta de este servicio ayudaría como complemento a los servicios hoteleros de la hacienda, sin embargo una minoría si cree que es correcto los 10 dólares porque evitaría la incomodidad de trasladar el equipo de la ciudad al campo

12. ¿Qué servicios adicionales al de alojamiento y restaurante le gustaría que ofreciera la Hacienda Las Marías?

**CUADRO N. 23**  
**SERVICIO ADICIONAL EN UNA HACIENDA**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Canchas deportivas	285	74
Distracciones Naturales	99	26
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.12**  
**SERVICIO ADICIONAL EN UNA HACIENDA**



**Fuentes: Turistas**

**Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

Los resultados de la encuestados realizadas se ha determinado que les gusta realizar los deportes por lo tanto aprovecharían de mejor manera la infraestructura deportiva existente, mientras que la minoría les gusta las distracciones naturales esto es compartir y disfrutar de las bellezas de la flora, fauna y de la naturaleza que rodea en su entorno, inclusive proclives al deporte de aventura.

### **3.9. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA**

Los resultados permiten deducir que existe un gran interés por parte de los turistas investigados para conocer el campo y vincularse con las actividades rurales, ya sean productivas o de distracción. Posiblemente es una respuesta a la necesidad de buscar sitios de descanso y esparcimiento que les permita el contacto directo con el medio ambiente a la vez que interrelacionarse con las costumbres tradicionales del campesino.

La vida agitada de las grandes ciudades provoca en el ser humano estrés y la actividad rutinaria le hace vivir en forma mecánica, si esta condición no se cambia en el corto plazo la posibilidad de adquirir enfermedades graves es bastante alta por lo tanto una alternativa de prevención y de medicina sana es relacionarse con actividades del campo y de la naturaleza para lograr una armonía entre su estabilidad emocional y las bellezas naturales es decir aprovechar adecuadamente el tiempo libre.

La mayoría de los encuestados manifestaron su interés por alojarse en un hotel ubicado en el sector rural y un porcentaje de los encuestados desearía concurrir a un restaurante en una hacienda; porque se interesa en degustar los platillos nacionales, que llevan intrínseco el sabor criollo que identifica al sector rural de Imbabura. Otro punto que se ha determinado es paseo a caballo y caminatas son estrategias de actividades de distracción para relajar la mente y el autoestima y respirar el aire puro y estar contacto con la naturaleza. También está interesado en realizar prácticas agrícolas y pecuarias que les permita generar nuevos conocimientos, aplicar técnicas mejoradas y compartir conocimientos lo que originara un intercambio de ideas creativas y despertara el gusto por vivir en el campo y realizar actividades ligadas a él.

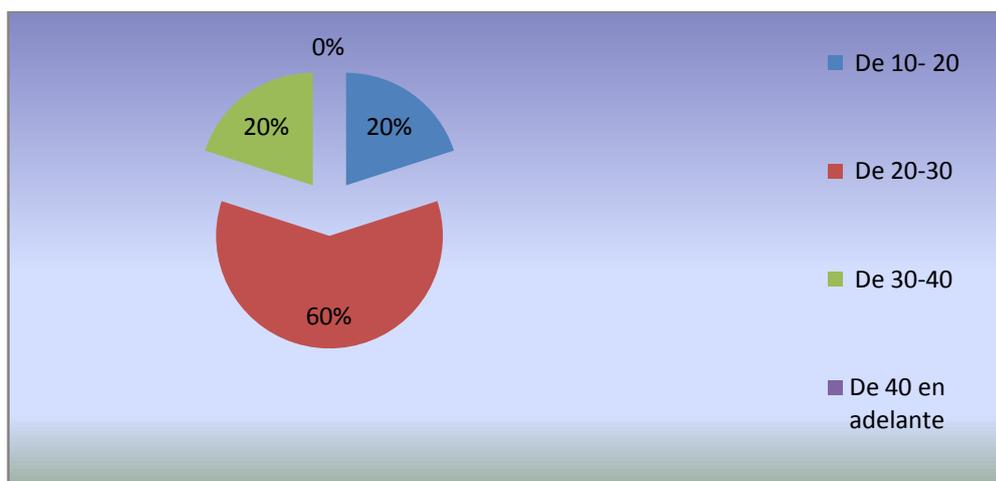
## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE HOTELES DE LA CIUDAD DE OTAVALO (OFERENTES)

1. ¿Qué Cantidad de turistas diariamente llegan a su establecimiento?

**CUADRO No.24  
CANTIDAD DE TURISTAS**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
De 10- 20	1	20
De 20-30	3	60
De 30-40	1	20
De 40 en adelante	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.13  
CANTIDAD DE TURISTAS**



**Fuente: Encuesta a Gerente**  
**Elaborado por: La Autora**

### ANÁLISIS

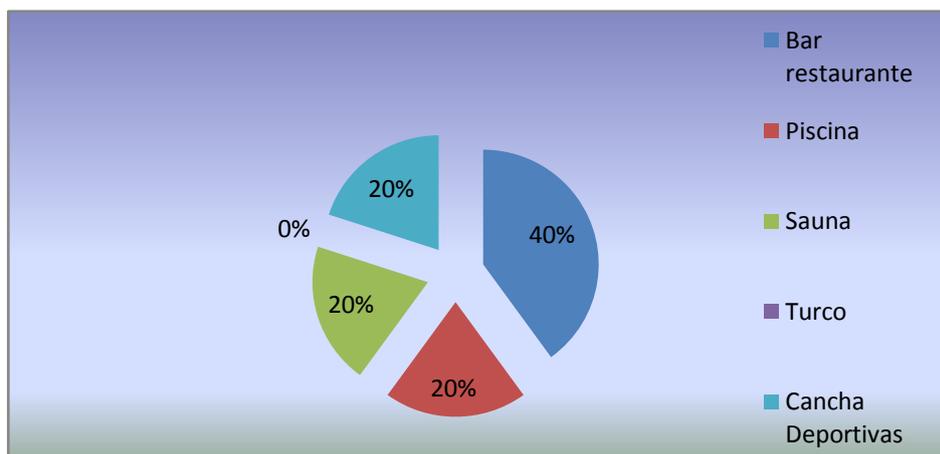
La encuesta realizada a los hoteles de la ciudad de Otavalo permite determinar que existe una aceptación de 20 a 30 turistas extranjeros mientras que el resto solo capta entre 10 y 20 turistas tanto extranjeros como nacionales, es posible que estos resultados sean motivados por una promoción o publicidad adecuada o falta de la misma.

2. ¿Qué servicios ofrece su establecimiento?

**CUADRO No. 25**  
**SERVICIOS DEL ESTABLECIMIENTO**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Bar restaurante	2	40
Piscina	1	20
Sauna	1	20
Turco	0	0
Cancha Deportivas	1	20
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.14**  
**SERVICIOS DEL ESTABLECIMIENTO**



**Fuente: Encuesta a Gerente**  
**Elaborado por: La Autora**

## ANÁLISIS

La mayoría de los jefes de hoteles respondieron que el servicio de bar restaurante tiene mayor demanda de acogida a los turistas y la minoría de los servicios complementarios de piscina, Sauna, canchas deportivas entre otros tiene poca aceptación de este servicio, esto quiere decir que los hoteles de la ciudad de Otavalo cuenta con el servicio de bar restaurante para los turistas.

3. ¿Los precios de los servicios que brinda su establecimiento con respecto a otros hospedajes son?

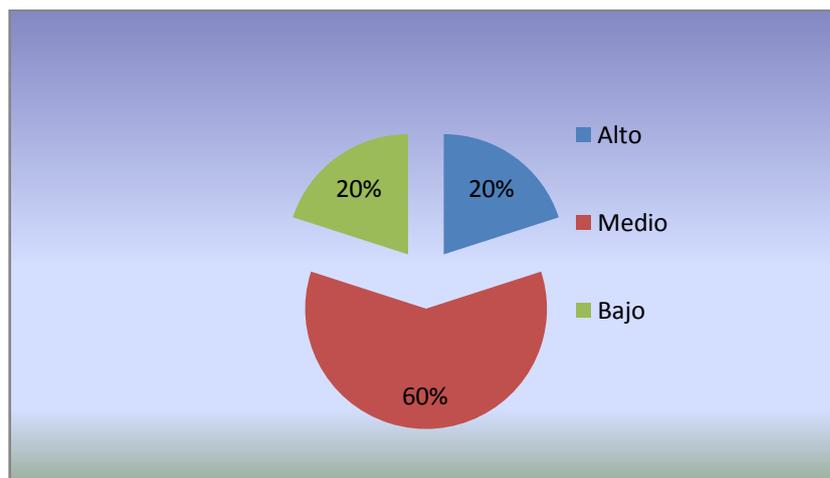
**CUADRO N. 26**

**CONSIDERACIÓN DE LOS PRECIOS DE SERVICIO**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Altos	1	20
Medios	3	60
Bajos	1	20
Total	5	100

**GRÁFICO No.15**

**CONSIDERACIÓN DE LOS PRECIOS DE SERVICIO**



**Fuente: Encuesta a Gerente**  
**Elaborado por: La Autora**

**ANÁLISIS**

Los resultados de la encuesta indica que los hoteles brindan un servicio a un precio razonable, a demás de que la calidad del mismo es aceptable lo que provoca un crecimiento de su demanda, y la minoría se los servicio ofrece a precios muy altos que en muchos casos no se compadecen con la calidad del servicio ofertado lo que restringe a la demanda de turistas.

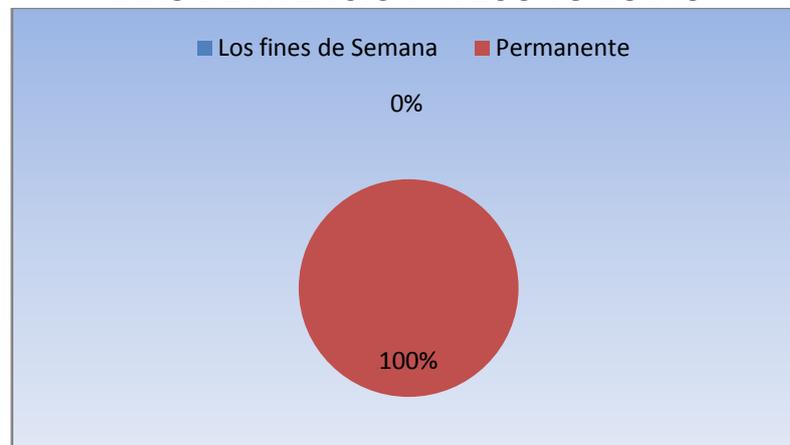
4. ¿Su entidad que presta servicio a los turistas atiende solo?

**CUADRO N.27**  
**DIAS DE ATENCION A LOS TURISTAS**

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Los fines de Semana	0	0
Permanente	5	100
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

GRÁFICO No.16

**DIAS DE ATENCION A LOS TURISTAS**



**Fuente: Encuesta a Gerente**  
**Elaborado por: la Autora**

## **ANÁLISIS**

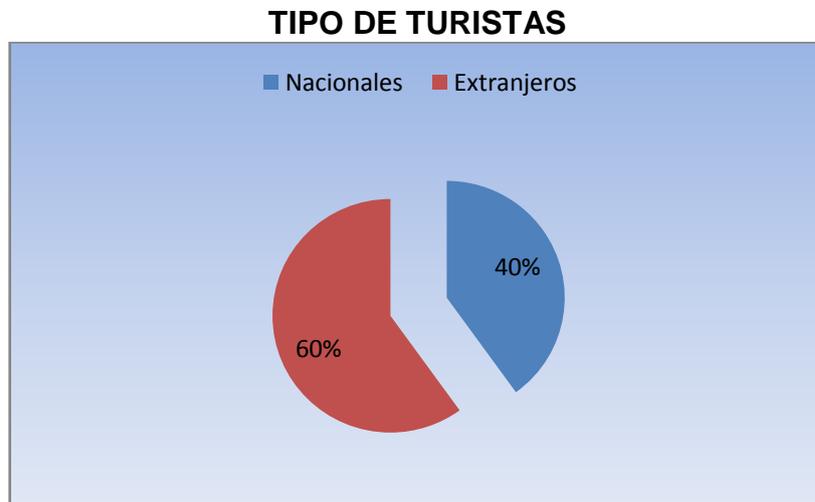
Los resultados de la encuesta realizada indican que los hoteles de la ciudad de Otavalo brindan una atención permanente lo que constituye un atractivo para nacionales y extranjeros, contribuyendo a que Otavalo mantenga su atractivo que históricamente lo ha ganado, por ello esta ciudad se ha convertido en un lugar turístico y atractivo por su artesanías, por ello los turistas llegan con mayor frecuencia a esta localidad.

5. ¿Los turistas que visitan su establecimiento son?

**CUADRO No.28  
TIPO DE TURISTAS**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Nacionales	2	40
Extranjeros	3	60
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.17**



**Fuente: Encuesta a Gerente  
Elaborado por: La Autora**

## **ANÁLISIS**

La mayoría de los turistas que se alojan en los hoteles de Otavalo son extranjeros, mientras que la minoría de los turistas nacionales que en su mayoría prefieren el servicio para deleitarse de la gastronomía local. Los que con mayor frecuencia llegan a la ciudad de Otavalo son los turistas extranjeros es por la diversidad que tiene esta ciudad, y las elaboraciones de artesanías que están al gusto de ellos, por ende también existe servicio de están al gusto de cada turista.

### 3.10. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El proyecto pretende ofrecer al turista servicios de hospedaje, restaurante, caminatas, paseos en caballo y paseo en bicicleta.

- ✓ **Hospedaje.-** Como se puede recalcar dentro de una hacienda existirá el servicio de hospedaje para los turistas tanto nacionales como para extranjeros dando un buen servicio y calidad de atención.
- ✓ **Restaurante.-** Dentro de una hacienda existirá el servicio de restaurante donde ofrecerá platos típicos ecuatorianos con una atención de primera clase a la vez que será un incentivo para disfrutar del paisaje rural.
- ✓ **Caminatas.-** En esta hacienda existirá un guía turístico el mismo que dará a conocer el sector, la flora y fauna natural así como el sector agropecuario de la zona
- ✓ **Paseos en caballo.-** La Hacienda cuenta con caballos suficientes para brindar a los turistas paseos alrededor del entorno como motivando a tener un mejor contacto con la naturaleza
- ✓ **Paseo en Bicicleta.-** Este servicio puede convertirse en el de mayor preferencia de mayor acogida para los turistas porque el paseo en bicicleta cumple con dos propósitos básicos mejorar el estado físico y potencial la relación individuo naturaleza.

### 3.11. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El mercado meta es la parte del mercado disponible calificado que la empresa trata de captar. También es el conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización está dispuesta a servir.

El mercado meta de este proyecto de inversión se lo identificó analizando el movimiento turístico del país y concretamente el de la zona de influencia.

De acuerdo a la información estadística obtenida en la Dirección Nacional de Migración, el número de turistas extranjeros que han ingresado al Ecuador durante el año 2010 es de 1'046.968, de los cuales el 95% tienen categoría de no inmigrantes, es decir que llegan al país con afán de hacer turismo y conocerlo, por trabajo y por estudios. Un 87% de este grupo tienen edades superiores a los 20 años, lo que significa que tienen capacidad económica y decisión para invertir en sus tours.

**CUADRO N. 29**  
**ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR</b>	
<b>AÑO</b>	<b>CANTIDAD.</b>
2004	818.927
2005	859.888
2006	840.555
2007	937.487
2008	1.005.297
2009	968.499
2010	1.046.968

Fuente: Anuarios de Migración Internacional -INEC (2007-2009)

Dirección Nacional de Migración (2008-2010-2011)

Datos Provisionales.

Elaborado por: La Autora

La orientación del proyecto tiene como objetivo primordial dirigirse al mercado nacional e internacional, y comercializar el servicio a los turistas nacionales y extranjeros ofreciendo un producto de calidad certificada.

Tomando en cuenta el segmento de mercado del turismo interno y , que proviene América del Norte, América Central, América el sur . África,

Europa, Asia, y el Caribe, el siguiente cuadro se detalla la procedencia de los turistas que llegan a nuestro país.

**Cuadro N. 30**

**MERCADO DE TURISTA QUE VISITAN A ECUADOR**

ORIGEN		NUMERO DE PERSONAS	%
<b>América Norte</b>		<b>280.934</b>	27.95
CANADÁ	22.839		
MÉXICO	13.689		
EEUU	244.406		
<b>América Central</b>		<b>13.649</b>	1.36
COSTA RICA	4.045		
PANAMÁ	4.504		
OT.AMER CENT	5.100		
<b>América Sur</b>		<b>444.251</b>	44.19
ARGENTINA	21.718		
BOLIVIA	4.797		
BRASIL	15.052		
CHILE	24.212		
COLOMBIA	200.487		
PERÚ	147.420		
URUGUAY	2.758		
VENEZUELA	26.771		
OTR AM SUR	1.036		
<b>Otros de América</b>		<b>8</b>	0.00
OTR AMÉRICA	8		
<b>África</b>		<b>1.560</b>	0.16
<b>Europa</b>		<b>194.621</b>	19.36
<b>Asia</b>		<b>39.799</b>	3.96
<b>El Caribe</b>		<b>14.424</b>	1.43
CUBA	10.904		
OTROS CARIBE	3.520		
<b>Otros</b>		<b>16.051</b>	1.60
<b>Total</b>		<b>1.005.297</b>	100%

Dirección Nacional de Migración - 2008 - Clasificación OMT  
Elaborado por: La Autora

## **Demanda Real**

En la provincia de Imbabura el turismo da un crecimiento notable del 5% en estos últimos 5 años, este aumento está basado en los niveles de satisfacción que han tenido los turistas nacionales y extranjeros.

La expectativa de un turista que desea visitar Otavalo, antes de conocerlo es porque la promoción y difusión de los encantos de la ciudad ha sobrepasado las fronteras físicas esto se puede aseverar porque la plaza de ponchos es conocida mundialmente.

Las actividades que se realizan en Otavalo no solamente son artesanales y de comercialización sino que existen otras con alto acervo cultural y artístico que hacen atractiva a la ciudad de Otavalo.

Por otra parte los encantos de los sectores rurales también han sido socializados y la personalidad de los indígenas de la zona rural indiscutiblemente tiene un alto prestigio. En consecuencia hay una demanda real significativa de las actividades del sector urbano y rural del cantón Otavalo. El flujo de turistas y en especial de los extranjeros ha estimulado la creación de centros de hospedajes gastronomía y de recreación cultural y artística, muy conocidos fuera del país.

A demás de lo expuesto las bondades de la naturaleza circundante permiten el desarrollo de actividades atractivas como son: ciclismo de montaña turismo de aventura entre otros.

## **Demanda Potencial.**

De acuerdo a los datos estadísticos la demanda turística que ha tenido Imbabura en el año 2010 fue de 1046968 turistas internacionales

Los encantos de Imbabura son y serán siempre un atractivo para el turismo, porque la naturaleza ha sido generosa en cuanto se refiere a belleza natural.

### **Turismo Interno.**

Se refiere a la movilización de ecuatorianos dentro territorio nacional para disfrutar del tiempo libre.

En el caso de Otavalo, el turismo interno constituye un importante segmento del mercado y su potencialidad puede ser desarrollada en el mediano plazo. Aunque no existe estadísticas ciertas que cuantifiquen el número de turistas nacionales o excursionistas que llegan a la ciudad, es evidente mirar en los fines de semana un flujo significativo de visitantes.

### **Turismo Receptor**

Se refiere a los turistas extranjeros que llegan a nuestro sitio natal, podemos dar nos cuenta que 1046968 turistas extranjeros llegan a conocer nuestros sitios naturales y turísticos.

También el objetivos es en los niveles de ingreso por los turistas que llegan para alojarse o alimentarse, Otro apartado es que los turistas nacionales y extranjero buscan el placer del descanso con su familia por ello, Otavalo es una ciudad reconocida internacionalmente por sus atractivos turísticos y por sus artesanías. Las estimaciones de los diferentes países de donde provienen los turistas extranjeros se detallan en el siguiente cuadro.

**CUADRO N. 31**  
**TURISTAS QUE INGRESAN AL PAÍS (MILES)**

2008			
	País	Total	%
1	EEUU	240,40	24
2	Colombia	200,48	20
3	Perú	147,42	15
4	España	49,94	5
5	Reino Unido	25,18	3
6	Alemania	24,23	2
7	Chile	24,21	2
8	Canadá	22,89	2
9	Argentina	21,71	2
10	Francia	18,87	2
11	Resto del Mundo	255,99	22
	TOTAL	<b>10.3132</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Ministerio de Turismo de Imbabura**  
**Elaborado por: La Autora.**

**Demanda de turismo interno en la provincia de Imbabura.**

En Imbabura la actividad turística ha ido desarrollándose desde los años 60, entre los principales atractivos turísticos está la feria artesanal indígena de Otavalo Plaza Centenario, más conocida como la plaza de los Ponchos que en ése tiempo ya llamaba la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros. En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas extranjeros y nacionales, además de la excelente infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación ubicados en las zonas urbanas y rurales; estos factores han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

Entre los más importantes atractivos de origen natural se tiene: la laguna de Cuicocha, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Yahuarcocha con el autódromo en el cantón de Ibarra y San Pablo con su paisaje único. En la actualidad la feria de Otavalo se efectúa todos los días, siendo el de mayor importancia la feria del día sábado, que motiva

la visita de turistas a nivel nacional e internacional; la feria de Moda de Atuntaqui en días feriados como el carnaval, motivan a turistas nacionales a visitar la provincia, a más de la gastronomía con apetecidos platos típicos con sus especialidades en cada uno de los Cantones. Las fiestas como la del Yamor en la ciudad de Otavalo, y de la Jora en Cotacachi, llaman la atención de los turistas en los meses de agosto y septiembre. Con estos atractivos, servicios e instalaciones turísticas, la demanda y el interés de los turistas nacionales y extranjeros ha incrementado y diversificado, hasta llegar a ser en la actualidad en el sector económico más importante en toda la provincia.

### **Demanda de Turismo en Otavalo.**

Según datos obtenidos tomando como base la información proporcionada (enero-noviembre), por la Dirección Nacional de Migración en el año 2010 un 20% del total de los turistas que ingresan al Ecuador, es indicar que 1046968 turistas que ingresan al país, 209393 llagaron a Otavalo.

**CUADRO N. 32**  
**TURISTAS QUE INGRESAN A OTAVALO**

<b>AÑOS</b>	<b>TURISTAS EXTRAJEROS</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TOTAL TURISTAS</b>
2004	163.695	40.915	204.610
2005	171.978	42.995	214.973
2006	168.111	42.028	210.139
2007	187.497	46.874	234.371
2008	201.059	50.265	251.324
2009	193.699	48.425	242.124
2010	209.393	52.348	261.741

**Fuente: Cámara de Turismo De Otavalo**

**Elaborado por: La Autora**

**CUADRO N. 33**  
**TURISMO DE NATURALEZA (TURISTAS EXTRANJEROS)**

AÑOS	TOTAL TURISTAS OTAVALO	SECTOR DE LA ZONA RURAL 80%	$i = \frac{Cn}{Co} - 1$
2004	204.610	163.688	
2005	214.973	171.978	0,051
2006	210.139	168.111	(0,022)
2007	234.371	187.497	0,115
2008	251.324	201.059	0,072
2009	242.124	193.699	(0,037)
2010	261.741	209.393	0,081
TOTAL			$\sum i = 0,26$

Fuente: Cámara de Turismo de Otavalo  
Elaborado por: La Autora

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.26}{6} = 0.043$$

$$i = 4,3\%$$

La tasa de crecimiento en este servicio del periodo 2004 al 2010 es de 4,3%, esto significa que existió un crecimiento razonable del servicio en la ciudad e Otavalo.

### **Proyección de la Demanda**

Para realizar la proyección de la demandase utilizo la cantidad de turistas que llagan a la ciudad de Otavalo, como base de información tomo en cuenta a los turista que llegan a los sectores turísticos o ecológicos de esta zona, Tomando los datos el año 2010 y la tasa de crecimiento del 4.3% se realizara, una proyección para los próximos 5 años aplicando la siguiente formula.

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Donde:

C<sub>n</sub>= Consumo Futuro

C<sub>o</sub>= Consumo Histórico

I= Tasa de Crecimiento

N= Año Proyectado

### CUADRO N.34

#### PROYECCION DE LA DEMANDA DE LOS TURISTAS A OTAVALO

AÑOS	DEMANDA FUTURA $C_n = C_o(1 + i)^n$
2011	218.397
2012	227.788
2013	237.583
2014	247.799
2015	258.454

**Fuente: Datos Proyectados**

**Elaborado por: La Autora**

La demanda proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento de 4,3% será para el año 2015 de 258454 turistas que llegarán a la ciudad de Otavalo.

### 3.12. ANÁLISIS DE PROYECCION DE LA OFERTA

#### OFERTA TURISTICA NACIONAL

La oferta turística en el Ecuador se ha ido desarrollando paulatinamente en la medida en que ha ido creciendo la cantidad de visitantes. Este crecimiento se ha dado tanto en infraestructura y facilidades como en productos turísticos y posibilidades de hacer actividades relacionadas con el turismo, especialmente de aventura y visitas a sitios naturales.

Los principales indicadores del crecimiento de la oferta de servicios son: la cantidad de de establecimientos, habitaciones y camas hoteleras, las de agencias de viajes y tour operadores, así como los establecimientos de alimentación, distracción y recreación.

**CUADRO N. 35**  
**OFERTA DE SERVICIOS**

SERVICIOS	CANTIDAD
# Establecimientos de Alojamiento	2.888
# Habitaciones	55.920
# Plazas (capacidad de hospedaje)	125.883
Empleo directo	21.588
Promedio habitaciones por establecimiento	19,4
Promedio plazas por establecimiento	43,6
Relación plazas por habitación (lo adecuado es 1.7 <sup>28</sup> )	2,3
Relación plazas por empleo	5,8

**Fuente: Informe Final PLANDETUR (Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador)**

**Elaborado por: La Autora**

### **OFERTA TURISTICA EN OTAVALO**

Cabe destacar la importancia que tiene la ubicación geográfica de la provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo. Se encuentra a una distancia relativamente corta de la ciudad de Quito, principal centro de operaciones del turismo receptivo y los tour operadores del Ecuador y también principal mercado generador de turismo interno para la Sierra Norte. Se suma a esto la excelente accesibilidad a las principales ciudades y atractivos turísticos a través de la vía panamericana, que tiene un excelente mantenimiento por parte de su concesionaria Pana vial. Este

aspecto juega un rol muy importante para donde desarrollar turismo en forma creciente y exitosa.

Estas circunstancias han hecho que la visita al corredor turístico Quito-Otavalo-Cotacachi-Cuicocha-San Antonio de Ibarra sea prácticamente obligatorio para todo turista extranjero que visita el Ecuador y para muchas familias de turistas ecuatorianos que salen por un fin de semana desde la capital.

La ciudad de Otavalo cuenta con varios hoteles que están al servicio de los turistas nacionales y extranjeros, mismos que son primera y segunda categoría y a si de la misma manera se cuenta a sus alrededores con hosterías las cuales brindan servicio de calidad para atraer a los turistas nacionales y extranjeros.

La oferta turística en cuanto al servicio de turismo comunitario a nivel de la provincia de Imbabura se detalla a continuación.

CUADRO N. 36

**ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN SERVICIOS DE TURISMO COMUNITARIO**

ESTABLECIMIENTOS	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO
<b>COMUNIDAD SAN CLEMENTE</b>	Se encuentra ubicado en la parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra	Consiste en una red de 6 alojamientos familiares rurales, que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación, actividades culturales, visita a talleres artesanales, caminatas por senderos ecológicos,
<b>COMUNITARIA DE TURISMO "RUNA TUPARI".</b>	La oficina en Otavalo alojamiento en Cotacachi.	Cabañas de alojamiento en comunidades y cuenta con 16 habitaciones
<b>COMUNIDAD CHILCAPAMBA</b>	Está en la zona andina del Cantón Cotacachi, muy cerca de la cabecera parroquial de Quiroga	Cuenta con alojamiento familiares de, convivencia, cultura indígena, gastronomía, cultural,
<b>COMUNIDAD PERIBUELA.</b>	ubicada en la zona andina de Cotacachi, en la	Alojamiento comunitario con capacidad para 15 personas.

	Parroquia Imantag	
<b>COMUNITARIO</b> <b>“LOS</b> <b>MANDURIACOS” –</b> <b>ZONA DE INTAG.</b>	Cantón Cotacachi Parroquia García Moreno	Alojamiento en albergues familiares, alimentación, caminatas guiadas, paseos a caballo

**Fuente: Plan de Vida de Otavalo**

**Elaborado por: La Autora**

En base a esta información se puede dar cuenta que la ciudad de Otavalo a sus alrededores cuentan con los servicios comunitarios para los turistas nacionales como extranjeros.

## **OFERTA ACTUAL**

De acuerdo a la información en la Cámara de Turismo de Cantón Otavalo la planta hotelera del Cantón consiste en el conjunto de establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento, cuya cantidad de 50 establecimientos, con capacidad para 789 habitaciones y 1678 camas hoteleras, clasificados de la siguiente manera.

Esto no sería posible determinar a través de la designación en estrellas es decir hoteles de 5, 4, 3 por ejemplo, porque ninguno de los establecimientos existentes logra esos niveles.

### **CUADRO N° 37**

#### **PLANTA HOTELERA INSTALADA EN EL CANTON OTAVALO**

<b>Establecimientos</b>	<b>Cantidad</b>
Hotel Primera	1
Hotel Segunda	2
Hostales Primera	2
Hostal Segunda	7
Hostal tercera	3
Hostería segunda	1

Hostería Tercera	1
Hostal Residencial segunda	6
Hostal Residencial tercera	17
Cabañas de Segunda	1
Cabañas Tercera	1
Pensiones de primera	1
Pensiones de segunda	1
Pensiones de tercera	6
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Fuente: Cámara de Turismo de Otavalo

Elaborado por: La Autora

Tomando como referencia la Parroquia de San Juan de Ilumán, que motiva esta investigación, la estructura hotelera está distribuida de la siguiente manera.

### Cuadro N. 38

#### PLANTA HOTELERA INSTALADA EN LA PARROQUIA DE ILUMAN 2008

Establecimientos	Cantidad	Habitaciones	Camas o Plazas
Cabañas Tambo Koya	1	12	58
Hostería (Hacienda Pinsaqui)	1	30	91
Motel (Séptimo Cielo)	1	19	83
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>61</b>	<b>232</b>

Fuentes Cámara de turismo de Otavalo

Elaborado por: La Autora

La oferta histórica de los establecimientos que prestan servicio en la parroquia de Ilumán se detalla de la siguiente manera:

**CUADRO No. 39**  
**OFERTA HISTÓRICA**

	Número de establecimientos hoteleros	Número de habitaciones	Número de camas o plazas	Oferta de camas anual	$I = (Cn/Co)-1$
2005	2	49	202	19.796	
2006	2	53	208	22.048	0,11
2007	2	58	220	25.520	0,16
2008	3	61	232	42.456	0,66
2009	5	88	264	116.160	1,74
2010	5	96	286	137.280	0,18
TOTAL					$\sum i = 2,85$

Fuente: Cámara de Turismo de Otavalo

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{2,85}{5} = 0.57\%$$

Con la siguiente tasa se procede a realizar el cálculo de las proyecciones.

**Proyección de la Oferta**

**CUADRO N. 40**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑO	OFERTA FUTURA $Cn = Co(1 + i)^n$
2011	138.062
2012	138.849
2013	139.641
2014	140.437
2015	141.237

**Elaborado por: La Autora**

## BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

**CUADRO No.41**  
**BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA A SATISFACER</b>
2011	218.397	138.062	80.334
2012	227.788	138.849	88.939
2013	237.583	139.641	97.942
2014	247.799	140.437	107.362
2015	258.454	141.237	117.217

**Fuente: Datos Proyectados**

**Elaborado por: La Autora**

De acuerdo a los datos obtenidos se puede determinar una demanda insatisfecha del servicio, se puede considerar que existe una oportunidad para la creación de un centro de agroturismo.

## DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

La demanda a captar por el proyecto para el primer año de funcionamiento es aproximadamente de un 4% (3,8838) de la demanda insatisfecha del año 2011, con un crecimiento del 10% anualmente de los turistas, por ser la capacidad instalada del proyecto.

**CUADRO N. 42**  
**PROYECCIÓN DE OFERTA DEL PROYECTO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA A SATISFACER</b>	<b>CAPTACIÓN DEL PROYECTO</b>
2011	80.334	3.120
2012	88.939	3.432
2013	97.942	3.775
2014	107.362	4.153
2015	117.217	4.568

Elaborado por: La Autora

La demanda total del proyecto para los 5 años proyectados es de 19048 turistas que están dispuestos a visitar este establecimiento.

### 3.13. ANÁLISIS DE PRECIOS

EL precio es el elemento más importante, ya que constituye un aspecto esencial al momento de brindar nuestro servicio el mismo que está determinado por a oferta y demanda.

Es necesario en este punto conocer el comportamiento de la competencia, para lo cual se investigó sobre el precio de hospedaje diario por persona, tomando en cuenta las características de los servicios que ofrecen.

**CUADRO N.43**  
**ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA**

PRECIOS DE LA COMPETENCIA			
NOMBRE	TIPO	HOSPEDAJE POR PERSONA + IVA	OBSERVACIONES
Acoma	Hotel	\$ 16,70	Incluye desayuno
Curiñán	Hotel	\$ 14,95	
Valle del amanecer	Hostal	\$ 14,00	Incluye desayuno
Doña Esther	Hostal	\$ 28,00	Incluye desayuno
Mashy's	Hotel	\$ 8,00	
Chukitos	Hotel	\$ 8,00	
Ali Shungu	Hostal	\$ 44,80	Incluye desayuno
Prince	Hotel	\$ 12,00	
Casa Mojanda	Hostería	\$ 67,20	Incluye desayuno y cena
Cabañas del Lago	Hostería	\$ 78,40	Incluye desayuno y cena
Cabañas El Rocío	Hostería	\$ 56,00	Incluye desayuno y cena

Elaborado por: La Autora

Como se aprecia en el cuadro anterior, existen marcadas diferencias a nivel de precios, pero se debe a la categoría de los establecimientos; sin embargo se puede apreciar también que está orientada hacia todos los niveles económicos y se ajusta a la capacidad de gasto de los turistas.

Dentro de este punto ha sido muy importante contar con la información de las encuestas, puesto que se ha establecido la disponibilidad de recursos de los turistas para atender sus necesidades de alojamiento y alimentación, y paseo en caballo.

Para la determinación de los precios se ha considerado el precio de servicio por día con un incremento del 3,33% de inflación del año 2010 para cada año, a continuación se presenta el siguiente cuadro.

**CUADRO N. 44**  
**ANÁLISIS DE LOS PRECIOS**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Alojamiento	14	14,47	14,95	15,45	15,96
Alimentación	12	12,40	12,81	13,24	13,68
Recreación	9	9,30	9,61	9,93	10,26
<b>TOTAL</b>	<b>35,00</b>	<b>36,17</b>	<b>37,37</b>	<b>38,61</b>	<b>39,90</b>

Fuente: Datos Proyectados

Elaborado por: La Autora

### **3.14. PLAN COMERCIAL.**

#### **Producto o Servicio**

Aunque el centro de agroturismo, es una empresa de servicios, se puede decir que su producto está compuesto de: calidad del servicio, infraestructura, talento humano, gastronomía, entre otros.

El proyecto está orientado hacia la instalación de una hostería con cabañas individuales, que brinden un ambiente de comodidad a los visitantes; y de un restaurante que ofrezca el servicio de comidas y bebidas de primera calidad

Por último para darle imagen al centro se puede utilizar una estrategia de marca, como diseñar el logotipo del centro e incorporar un eslogan asociado a lo que se garantiza al cliente.

### *CENTRO AGROTURISTICO "LAS MARIAS"*



*VIVE LO TRADICIONAL*

### **Precio**

Los precios se los determinara en base a la competencia y a las expectativas de los turistas que fueron encuestados, se establecerá el precio de los servicios de la siguiente manera:

Costo por persona: \$ 35,00. Incluye alojamiento, desayuno, almuerzo o cena y recreación de actividades agropecuarias realizadas dentro de la hacienda.

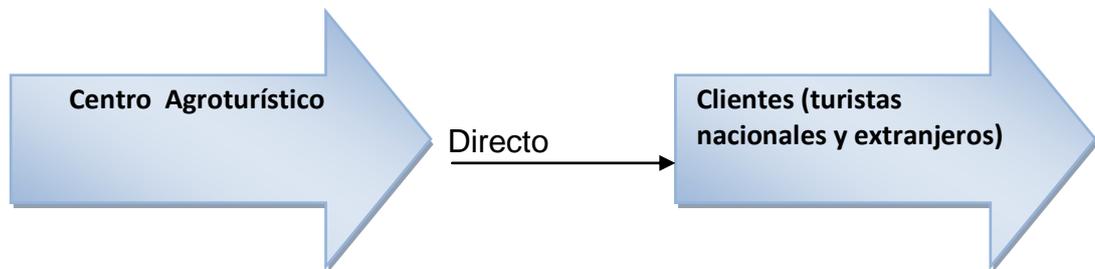
### **Publicidad**

El servicio se promocionará a través de publicidad entregada en las oficinas de turismo y adicionalmente se abrirá una página web a la que accederán directamente los potenciales turistas nacionales e internacionales. En esta información de dará a conocer los servicios que ofrecerá el centro de desarrollo agro turístico y se demostrará a través de fotografías las instalaciones de toda la hacienda.

Dependiendo de las temporadas se realizarán promociones ofreciendo descuentos a grupos grandes de turistas, o también se podrá ofrecer algún obsequio o recuerdo a quienes visiten el centro de agroturístico.

### **Plaza o distribución**

El servicio que se brinde en el centro de desarrollo agro turístico será personalizado; es decir que cada cliente será atendido en forma directa por el administrador, los empleados y el personal de la hacienda, quienes les harán participar en sus trabajos diarias a los turistas. De esta forma se mantendrá un solo canal de distribución que será directo a la persona.



Se estableció que este canal, es el más adecuado debido a que se tendrá un contacto personalizado con cada cliente, para conocer los requerimientos de los turistas nacionales y extranjeros.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

El tamaño del proyecto consiste en determinar la capacidad diaria de visitantes que puede recibir el centro para cubrir la demanda, y las capacidades diarias para el centro de agroturismo.

##### **Factores y determinantes**

La determinación del tamaño se ha analizado las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento y otros factores ambientales y de organización.

##### **✓ Condicionantes del Mercado.**

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior, y éste debe ser tal que sólo cubra un bajo porcentaje de esa demanda, siempre y cuando haya mercado libre.

De acuerdo a lo analizado en el estudio de mercado, el presente proyecto captará 3120 turistas al año lo que representa la capacidad instalada del proyecto y el 3,8838% de la demanda insatisfecha.

De acuerdo a la demanda turística, el centro de agroturismo debe poseer una infraestructura adecuada para brindar un buen servicio, para lo cual se considera implantar el centro en un área aproximadamente de 10000 metros cuadrados lo que representa 1 hectárea, y se contempla la

construcción de 12 cabañas de 35m<sup>2</sup> cada una. El presupuesto de construcción se ha establecido en \$ 30.870, conforme a los registros de construcción que manejan en el Municipio de Otavalo.

✓ **Disponibilidad de recursos financieros**

La disponibilidad de recursos financieros incide en el tamaño del proyecto, así como el origen de esos recursos; puesto que se debe tender a la utilización de aquellos fondos que puedan financiarse con mayor seguridad y comodidad y exijan menores costos y al mismo tiempo puedan generar más altos rendimientos al capital.

✓ **Disponibilidad de mano de obra**

La cercanía del mercado laboral adecuado es un factor predominante en la elección de la ubicación de un proyecto. En este sentido se ha analizado la factibilidad de que moradores de la parroquia San Luis de Agualongo sean quienes aporten su contingente en la hostería, pues tendrían facilidad para llegar a su lugar de trabajo, y por otro lado se ha considerado que las labores básicas de aseo y limpieza no requieren de personal que sea capacitado técnicamente.

Para el área de la cocina se contará con un chefs capacitado, el cual dirigirá los trabajos de la preparación de alimentos. En este caso se recurrirá al mercado laboral de la zona, en donde existe disponibilidad de profesionales en la rama.

El personal administrativo requerirá estar capacitado a nivel administrativo, contable y financiero, ya que es un área sensible y de difícil manejo.

✓ **Disponibilidad de Insumos**

El abastecimiento suficiente en cantidad y calidad de las materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Los insumos para aseo personal y limpieza serán adquiridos en las ciudades y poblaciones más cercanas, en donde se cuenta con importantes distribuidores que expenden a precios limitados cuando la compra es continua y el volumen es considerable.

Los insumos destinados a la preparación de alimentos se adquirirán en los mercados de la zona, pero dentro de la hostería se desarrollará un proyecto hortícola que permita satisfacer los requerimientos básicos de hortalizas, legumbres e inclusive algunas frutas del sector. En cuanto a carnes, pollo y pescado se adquirirán productos de primera calidad en supermercados de Ibarra, Otavalo y Atuntaqui. Las bebidas como colas, agua y cervezas serán abastecidas igualmente semanalmente a través de los vehículos repartidores a domicilio.

#### ✓ **Disponibilidad de Tecnología**

En cuanto a tecnología se aplicará un diseño ergonómico en el área de la cocina, que permitirá un mejor empleo de los recursos humanos, para despacho y atención a los pedidos, para limpieza de las ollas y vajillas y eliminación de los desechos. La calidad de la comida que se ofrecerá, dependerá de la calidad de los equipos de refrigeración adecuados para conservar el pescado, las carnes, los lácteos, las frutas y las hortalizas. Así mismo se dispondrán de sistemas de extracción de olores en esta área. Las cocinas industriales de buena calidad permitirán tener la capacidad de preparar varios platos a la vez.

En lo referente a las áreas sociales, se dispondrá siempre de música ambiental a un volumen apropiado para permitir ser escuchada y no interferir con las conversaciones de los clientes, esto se conseguirá al utilizar sistemas de amplificación ubicados en lugares estratégicos. En las

habitaciones se dispondrá de un televisor que contará con servicio de cable.

En la sala de estar de la Administración se acondicionarán dos computadoras para que los clientes puedan acceder al servicio de internet.

Para mantenimiento y aseo se dispondrá de lavadora, secadora y aspiradora de polvos.

#### ✓ **Capacidad de producción o prestación del servicio**

El proyecto, contará con una capacidad de hospedaje para 30 personas, en 12 cabañas, y en 3 habitaciones en la casa central; en casos especiales y de alta demanda se podrá acondicionar una cama adicional en cada cabaña.

La capacidad se estableció de la siguiente manera: 15 habitaciones, en cada una 2 camas, se considero únicamente los fines de semana (52 semanas) ya que la mayoría de turistas se movilizan durante esos días, obteniendo de esta manera una capacidad diaria:

$$Capacidad = \frac{3210}{52} = 60 \text{ turistas cada fin de semana}$$

El restaurante dispondrá de capacidad para atender a 30 personas al mismo tiempo ya que tendrá 6 mesas de 5 personas cada una.

## **4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **MACROLOCALIZACIÓN**

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura cantón Otavalo. Esta provincia se ha diferenciado de las demás por ser una de las

provincias con un gran potencial para el desarrollo del turismo la cual tiene las siguientes características:

- ✓ Variedad de atractivos naturales.
- ✓ Infraestructura vial.

### GRAFICO N° 18 MAPA DEL ECUADOR



Fuente: [www.Google.com/mapadelEcuador](http://www.Google.com/mapadelEcuador)

Elaborado por: La Autora

El proyecto está ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo

### GRAFICON. 19 MAPA DE IMBABURA



Fuente: [www.google.mapaimbabura.com](http://www.google.mapaimbabura.com)

Elaborado por: La Autora



problemas no solo económicos han experimentado un acelerado incremento, pues la realidad actual y que tiene que ver con el aprovechamiento de los recursos naturales ha obligado este proceso de “erosión” de la calidad de vida, con graves consecuencias sobre la organización, la economía y hasta la cultura de las comunidades locales, un ejemplo claro está en que la mayor parte de la población posee un nivel de instrucción educativa solo de primaria, por lo que presenta un poco de complejidad al momento de contratar la mano de obra, pero esto se lo pretende solucionar mediante la capacitación y nivelación, por parte de los profesionales entendidos en esta temática.

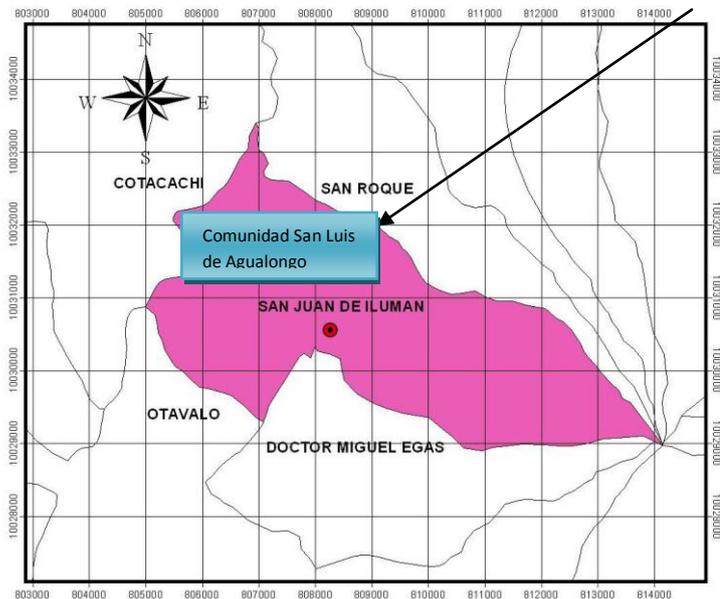
## **MICRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto se localizará en el interior de la Hacienda Las Marías, ubicada en la Comunidad de San Luis de Agualongo, a 2.650 m.s.n.m., en la parroquia Ilumán del cantón Otavalo.

El cantón Otavalo está dividido territorialmente en dos parroquias urbanas y 9 parroquias rurales, una de las cuales es Ilumán y se encuentra al norte del cantón.

## GRAFICO N 21

### LOCALIZACION DE LA HACIENDA LAS MARÍAS



Elaborado por: La Autora

Las vías de acceso a la Hacienda Las Marías son de primer orden, pues de la Panamericana Norte, a la altura del peaje de San Roque se toma un carretero empedrado de aproximadamente 2 Km que conduce a la población de San Luis de Agualongo, por el que transitan todo tipo de vehículos e incluso transporte inter parroquial de pasajeros (Cooperativa Imbaburapak).

La zona dispone de servicios de energía eléctrica, agua potable y redes telefónicas, sin embargo es una zona agrícola y existen varias haciendas por el sector que desarrollan actividades agropecuarias, que en el presente caso desean ser aprovechadas por los propietarios de la Hacienda Las Marías para complementar con la actividad turística que se desarrolla en toda la provincia.

La propiedad en la que se desarrollará el proyecto cuenta con una casona de hacienda muy bien conservada, que de por sí constituye un atractivo turístico y de instalaciones para el desarrollo de la ganadería de leche, es

decir establos, comederos, sala de ordeño y potreros. Además cuenta con huertas y sembríos de frutas.

El clima de la zona es templado, en ocasiones un poco frío y lluvioso, pero por lo general la temperatura ambiente promedio es de 14<sup>0</sup>C.

La ubicación de la propiedad permite disfrutar de hermosos paisajes de la serranía y contemplar la majestuosidad de los volcanes Imbabura y Cotacachi, así como sentir los gélidos vientos de las montañas en las tardes.

La cercanía de la hacienda a los poblados de San Luis de Agualongo y de Ilumán permite establecer que existe disponibilidad de mano de obra para ocupar los puestos de trabajo.

### **4.3. INGENIERIA DEL PROYECTO**

#### **Distribución de espacios físicos**

La creación de centro de un agroturismo en la hacienda las Marías estará dispuesto de la siguiente manera:

- ✓ Área Administrativa
- ✓ Área de Alojamiento
- ✓ Área de Restaurante
- ✓ Área de Recreación

#### **Obra Civil.**

Para el funcionamiento del establecimiento turístico es primordial contar con un espacio físico con todos los servicios básicos donde pueda funcionar la microempresa.

En un área de aproximadamente 10000 metros cuadrados (1 hectárea) se contempla la construcción de 12 cabañas de 35m<sup>2</sup> cada una, Lo cual estará construida bajo criterios técnicos que se requieren para este tipo de

empresas. Para el desarrollo de este negocio contará con todos los servicios básicos con el fin de garantizar seguridad a los turistas nacionales y extranjeros.

### **Requerimiento de Infraestructura**

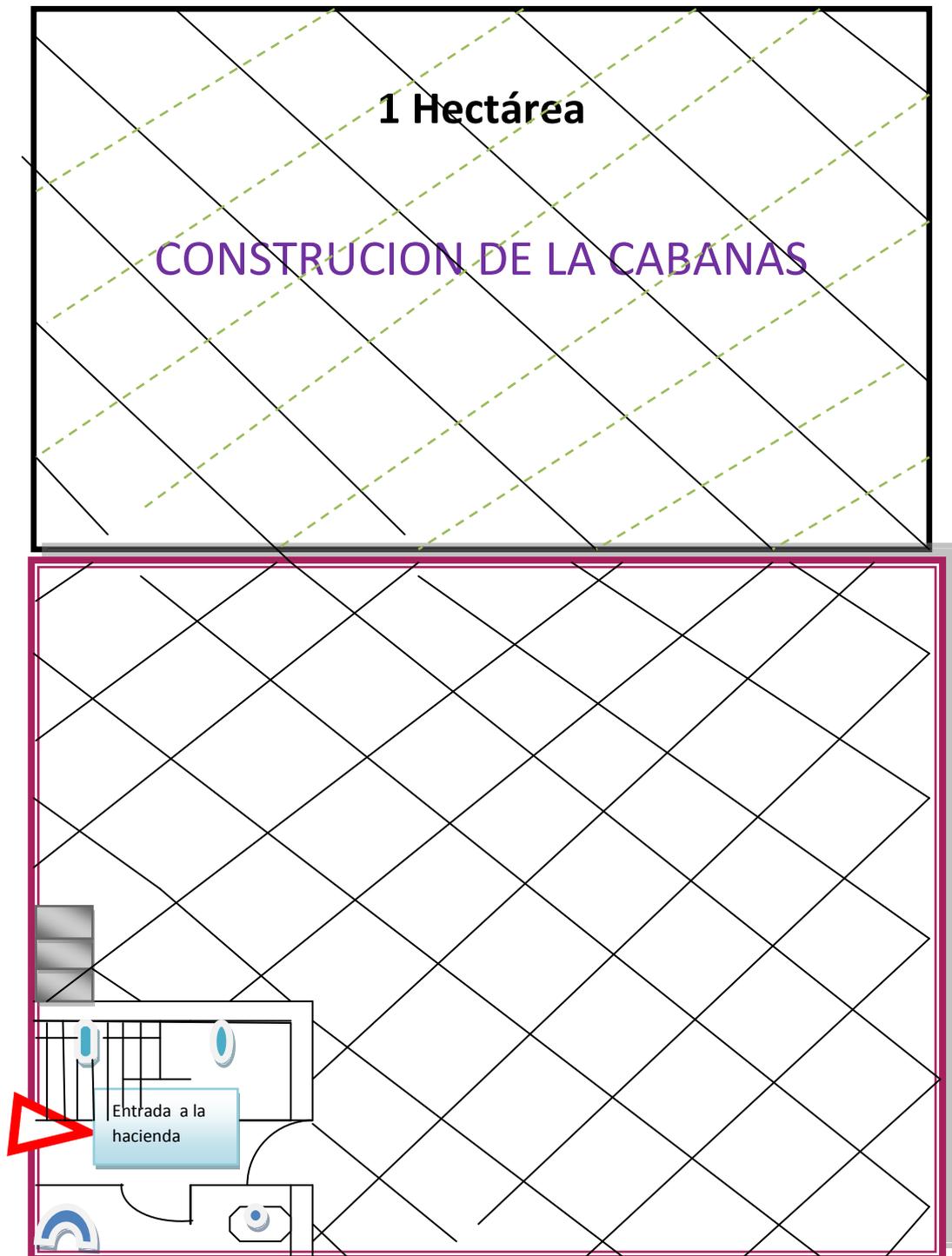
La Hacienda Las Marías dispone de una superficie de 34 hectáreas, de las cuales 19 hectáreas se dedican al cultivo de tomate de árbol, 10 hectáreas están destinadas para pastos de ganadería y en una hectárea se encuentran las instalaciones como casa de hacienda, casa de trabajadores, establo, granero, jardines y espacios libres para futuras construcciones.

En un área de aproximadamente 10000 metros cuadrados lo que representa 1 hectárea se contempla la construcción de 12 cabañas de 35m<sup>2</sup> cada una. El presupuesto de construcción se ha establecido en \$30870, conforme a los registros de construcción que manejan en el Municipio de Otavalo.

Adicionalmente se contempla la rehabilitación de caminos y senderos internos y la readecuación de la casa de hacienda donde se dará el servicio de restaurante.

Dentro del proyecto turístico se contempla ofrecer servicios, adicionales al alojamiento y restaurante, de manera que el turista se relacione con la naturaleza y con la vida cotidiana del campo mientras descansa y se pasea; estos servicios son: paseos en caballo, paseos en tractor, caminatas guiadas a lugares de atracción turística del sector, visitas al establo, visitas al área agrícola, actividades típicas de la zona como juegos tradicionales y bailes, talleres de pintura y lectura, taller de preparación de comidas típicas, siembra y cosecha de cereales, legumbres y hortalizas, ordeño y cuidado del ganado, elaboración de quesos, preparación de pan, entre otros. Para este fin se dispone de las instalaciones existentes en la casona de la hacienda

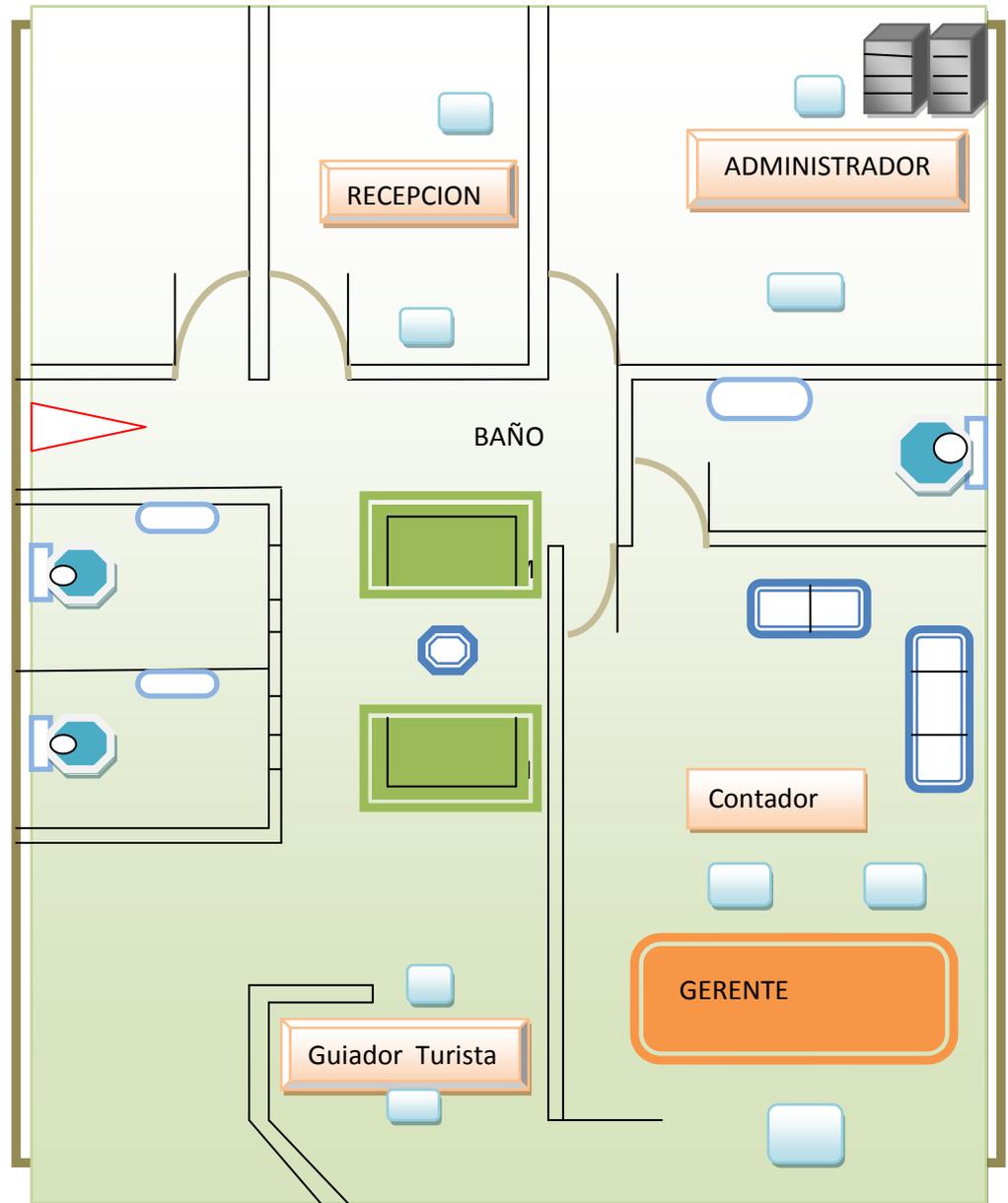
GRAFICO N° 22  
CONSTRUCCION DE CABAÑAS



Elaborado por: La Autora

# DISEÑO DE INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS

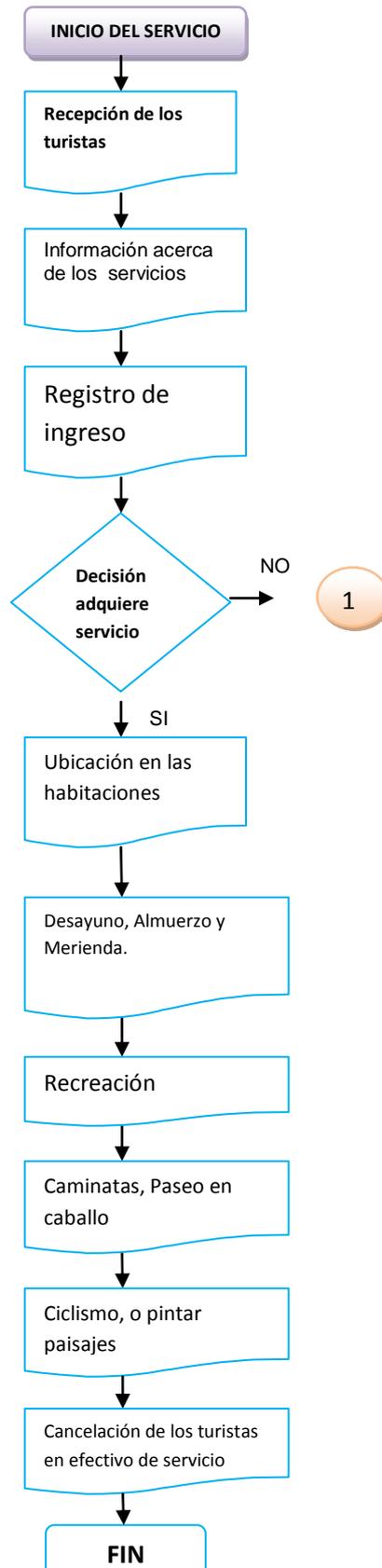
GRAFICO N° 23



Elaborado por: La Autora

## Diagrama de Flujo de Servicio

GRAFICO N.24



## **Proceso del servicio**

En esta parte se describe las actividades más importantes que con lleva la prestación del servicio que ofrece el centro de agroturismo.

## **Recepción de turistas**

Para receptar turistas se visitara agencias de viajes, hoteles de las ciudades como Otavalo e Ibarra y otros lugares turísticos con el fin entregar informaros a través trípticos.

## **Información turística**

Una vez que el turista llegue a las instalaciones del centro agro turístico se le informará acerca de los servicios y actividades que se puede realizar en el tour dentro de la hacienda.

## **Descripción de los servicios**

Para que el turista conozca el tipo de servicio a recibir, se tendrá que describir cada uno de los servicios poniendo en énfasis acerca de los aspectos negativos que puedan darse.

## **Pago por el servicio**

El cobro del servicio se lo efectuara a través de factura, su valor estará de acuerdo al servicio.

## **Entrega del servicio**

En esta etapa consiste en el desarrollo del servicio, dependiendo que tipo de servicio elija el turista, este tendrá la supervisión de un guía.

#### 4.4. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

##### INVERSIÓN FIJA

###### ✓ **Requerimiento de Terreno**

El proyecto para su desarrollo cuenta con una extensión de 34 hectáreas el valor productivo del terreno es de \$400000, para la instalación de las 12 cabañas se va a utilizar solo 1 hectáreas lo cual tiene un costo de 10000 dólares.

###### ✓ **Infraestructura Civil**

**CUADRO N. 45**  
**INFRAESTRUCTURA CIVIL**

Detalle	CANTIDAD	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Cabañas	12	35	73,5	30.870

Elaborado por: La Autora

###### ✓ **Vehículo**

El proyecto de Agroturismo por encontrarse en el sector rural necesitará de un vehículo (camioneta) para movilizarse para las compras y gestiones ya sea a Otavalo o, a Ibarra, e incluso a Quito.

**CUADRO No.46**  
**VEHICULO**

VEHICULO	DETALLE	AÑO	TOTAL
Camioneta motor 2700 cc medio uso 4x2	Mazda Cabina Simple	año 2008	17500
<b>TOTAL</b>			<b>17.500</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **Bienes Muebles y Enseres**

Para acondicionar cómodamente las habitaciones de la hostería y el área del restaurante, se requerirán los muebles que constan en el cuadro siguiente. Pero es necesario aclarar que las instalaciones actuales del área social de la hacienda serán utilizadas y se encuentran convenientemente amobladas y decoradas.

**CUADRO N.47**  
**MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas de 2 plazas	15	200	3.000
Cama de 1 1/2 plaza	15	170	2.550
Veladoras	15	65	975
Roperos	15	38	570
Cómodas	12	180	2.160
Espejos	12	48	576
Sofás	12	130	1.560
Sillones	6	100	600
Mesas Baúl	6	40	240
Lámparas de pie	6	25	150
Mesas cuadradas comedor	6	70	420
Sillas	30	20	600
Lámparas de velador	15	10	150
<b>TOTAL</b>			<b>13.551</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **Maquinaria y Equipo**

La maquinaria y los equipos que se van a necesitar para el funcionamiento de la microempresa se los va a adquirir dentro del mercado local, de tal manera que se proveerá con todos los implementos necesarios para la puesta en marcha, computadoras, televisores etc.

**CUADRO N.48**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Bombas de Agua	1	1.200	1.200
Cocina industrial	2	230	460
Horno industrial	1	180	180
Plancha freidora	1	150	150
Asistente de cocina	1	270	270
Refrigeradora	1	1.000	1.000
Congelador	1	1.000	1.000
Horno Microondas	1	100	100
Lavadora	1	500	500
Secadora	1	800	800
Aspiradora	1	120	120
Bicicleta	15	300	4500
Televisores	15	400	6000
Equipo de Sonido	1	400	400
Teléfono	15	65	975
<b>TOTAL</b>			<b>17.655</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **Equipo Informático**

**CUADRO No.49**  
**EQUIPO INFORMATICO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora	Unidad	3	650	1.950
Impresora multifunción	Unidad	1	180	180
<b>TOTAL</b>				<b>2.130</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **Equipo de oficina**

**CUADRO No.50**  
**EQUIPO DE OFICINA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Teléfono	2	90	180
Calculadora	3	30	90
Caja registradora	1	450	450
<b>TOTAL</b>			<b>720</b>

Elaborado por: La Autora

✓ **Requerimiento de Menaje**

Para brindar comodidad y confort a los turistas que se hospeden en las instalaciones se requerirá el menaje apropiado tanto para las habitaciones, como para el área de restaurante y el menaje acorde para cada uno de los platos que se prepara.

**CUADRO N. 51  
REQUERIMIENTO DE MENAJE**

<b>Descripción</b>	<b>UNI</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Juegos de sabana 2 plazas	UNI	45	18	810
Juegos de sabana 1 1/2 plazas	UNI	45	14	630
Colchón 2 plazas	UNI	15	150	2.250
Colchón 1 1/2 plazas	UNI	15	90	1.350
Almohada	UNI	24	5	120
Cobijas 2 plazas	UNI	45	15	675
Cobijas 1 1/2 plazas	UNI	45	12	540
Colchas 2 plazas	UNI	45	15	675
Colchas de 1 1/2 plazas	UNI	45	14	630
Toallas de baño	UNI	30	10	300
Toallas de mano	UNI	30	6	180
Toallas de pies	UNI	30	6	180
Manteles cuadrados 1x1	UNI	30	10	300
Cubremanteles 0.8 x 0.8	UNI	30	8	240
Servilletas 0.4 x0.4 (tela)	UNI	50	2	100
Platos tendidos grandes	UNI	150	0,8	120
Platos soperos	UNI	150	0,9	135
Platos medianos	UNI	150	0,55	82,5
Platos postreros	UNI	150	0,4	60
Platos y tazas de Café	UNI	150	1,1	165
Vasos para agua y jugos	UNI	200	0,8	160
Copas para vino	UNI	100	1,05	105
Copas para helados	UNI	100	1	100
Juegos de cubierto 4 pz	UNI	150	3,5	525
Jarra para jugos	UNI	50	4,5	225
Ollas cacerolas y sartenes (Juegos)	UNI	4	200	800
Implementos de cocina	UNI	1	191,58	191,58
<b>TOTAL</b>				<b>11.649,08</b>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N. 52**  
**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	10.000
Infraestructura	30.870
Vehículo	17.500
Muebles y enseres	13.551
Maquinaria y equipo	17.655
Equipo de computación	2.130
Equipo de oficina	720
Menaje	11.649,08
<b>Subtotal</b>	<b>104.075,08</b>
Imprevistos 1%	1.040,75
<b>TOTAL</b>	<b>105.115,83</b>

Elaborado por: La Autora

**Inversión Diferida**

✓ **Gastos de constitución**

Son aquellos gastos que se requieren para cumplir con los requisitos de ley los cuales son exigidos por las diferentes entidades de control, para el correcto funcionamiento.

**CUADRO No.53**  
**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Tramites de constitución	350
Estudios y diseños	600
<b>TOTAL</b>	<b>950</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

## Capital de Trabajo

Se tomará en cuenta el capital de trabajo de 1 mes una vez emprendida la microempresa, debido a que este servicio puede abastecer y que microempresa de servicio puede abastecer y generar mayores ingresos.

**CUADRO N. 54**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>3120,75</b>
Materia prima (menú)	910,00	
Mano de obra	1403,68	
Honorarios limpieza y seguridad	300,00	
Servicios básicos	260,00	
Consumo de gas	10,00	
Mantenimiento maquinaria y equipo	10,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	130,00	
Reposición de menaje	97,08	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1329,92</b>
Sueldos	1227,46	
Servicios básicos	20,00	
Servicios de comunicación	54,00	
Mantenimiento computación	20,00	
Útiles de oficina	8,46	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>80,83</b>
Publicidad	80,83	
Subtotal		4531,50
Imprevistos 3%		135,95
<b>TOTAL</b>		<b>4667,45</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El capital de trabajo es de \$ 4667,45 es el monto efectivo con el que hay que contar para empezar a trabajar antes de recibir ingresos, Para el presente proyecto se ha considerado que el capital de trabajo estará destinado a cubrir los costos.

## **Inversión Total**

**CUADRO No.55  
INVERSIÓN DEL PROYECTO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Activos Fijos	105.115,83	94,93%
Activos Diferidos	950,00	0,86%
Capital de Trabajo	4.667,45	4,22%
<b>TOTAL</b>	<b>110.733,28</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por: La Autora**

## **Financiamiento para el Proyecto**

**CUADRO Nº 56  
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Crédito	66.439,97	60%
Capital Propio	44.293,97	40%
<b>TOTAL</b>	<b>109.648,14</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por: La Autora.**

El proyecto necesitará de inversión propia y financiada, la misma que se realizara el crédito a la CFN, por las facilidades existentes para acceder al crédito.

## **Talento Humano.**

Para empezar el funcionamiento de la microempresa de “Servicio de Centro de Agroturismo” requerirá de 7 personas para brindar servicio a los turistas nacionales y extranjeros.

En lo que corresponde al personal administrativo se necesitan 3 personas: gerente, contador, secretaria recepcionistas, para la personal

operativa cuenta con 4 ayudantes para brindar el servicio, un cocinero, un mesero, camarero y Guía Turístico.

✓ **Personal para la operación del proyecto**

**CUADRO Nº 57**  
**PERSONAL DE OPERACIÓN DEL PROYECTO**

<b>ÁREA</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>Nº</b>	<b>REMUNERACIÓN</b>
<b>ADMINISTRATIVA</b>	Gerente	1	400
	Contadora	1	300
	Secretaria Recepcionista	1	264
<b>OPERATIVO</b>	Cocinero	1	300
	Mesero	1	264
	Guía de Turístico	1	264
	Camarera	1	264
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

Elaborado por: La Autora.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. PRESENTACIÓN**

En este capítulo se encuentra toda la información financiera como: Inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, los cuales son la base para aplicar la respectiva evaluación y determinar si el proyecto es factible, cuyo antecedente permite a los inversionistas a tomar las más adecuadas y oportunas decisiones para la gestión del mismo.

#### **5.2. INGRESOS.**

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios de la microempresa agroecológica a los turistas pronosticados.

Para el número de turista se ha tomado en cuenta la capacidad instalada de la microempresa de la siguiente forma: 15 habitaciones (de cabañas y de la casa) con 2 plazas cada una, dando como resultado 30 plaza multiplicado por dos días a la semana y 52 semanas del año da como resultado 3120 turista con un promedio de 60 turista cada semana, con un crecimiento del 10% anual.

El precio del servicio se lo determino en bases a la competencia y a un análisis de costos y gastos por los servicios a ofertar, el servicio corresponde básicamente a: alimentación, hospedaje, tour agroturísticos paseos alternativos. El precio crece anualmente en base a la inflación del 2010.

### 5.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Como se puede observar en el año dos mil once la microempresa obtendrá ingresos de \$109200 y para el quinto año tendrá \$182263

**CUADRO Nº 58  
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
DESCRIPCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015
<b>HABITACIONES</b>					
Cantidad de turistas	3120	3432	3775	4153	4568
Precio	14,00	14,47	14,95	15,45	15,96
Valor	43.680,00	49.648,00	56.431,40	64.141,63	72.905,30
<b>ALIMENTACIÓN</b>					
Cantidad de turistas	3120	3432	3775	4153	4568
Precio	12,00	12,40	12,81	13,24	13,68
Valor	37.440,00	42.555,43	48.369,78	54.978,54	62.490,26
<b>RECREACIÓN</b>					
Cantidad de turistas	3120	3432	3775	4153	4568
Precio	9,00	9,30	9,61	9,93	10,26
Valor	28.080,00	31.916,57	36.277,33	41.233,90	46.867,69
<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>109.200</b>	<b>124.120</b>	<b>141.079</b>	<b>160.354</b>	<b>182.263</b>

Fuente: Información Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.4. EGRESOS

En esta parte se encuentran detalladas las erogaciones que se efectuara para ofertar el servicio basado en la calidad y calidez.

### COSTOS OPERATIVOS

Son todos los costos tanto directos como indirectos que son indispensables para efectuar los servicios pronosticados.

## Materia Prima

En los costos operativos la materia prima se estableció tomando en cuenta el número de turistas al año y la estadía, ya que representan al número de menús que necesita preparar para efectuar el trabajo.

El costo unitario de cada menú se estableció mediante un análisis de los componentes de cada uno (ver anexo), los cuales crecen al ritmo de la inflación del 2010 que es del 3,33%

**CUADRO N° 59**  
**COSTO UNITARIO DEL MENÚ ( MP )**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Cantidad de turistas	3120	3432	3775	4153	4568
Costo de alimentación unitario	3,50	3,62	3,74	3,86	3,99
<b>TOTAL</b>	<b>10.920,00</b>	<b>12.423,84</b>	<b>14.119,25</b>	<b>16.029,50</b>	<b>18.226,29</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## Mano de Obra

Dentro de la mano de obra a requerir se encuentra el cocinero, mesero, Guía turístico, y un camarero los cuales serán contratados exclusivamente para la prestación del servicio.

**CUADRO N° 60**  
**PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

PERSONAL	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Cocinero	300,00	325,77	353,75	384,14	417,14
Mesero	264,00	286,68	311,30	338,04	367,08
Guía turístico	264,00	286,68	311,30	338,04	367,08
Camarero	264,00	286,68	311,30	338,04	367,08
MENSUAL	1.092,00	1.185,80	1.287,66	1.398,27	1.518,39
ANUAL	<b>13.104,00</b>	<b>14.229,63</b>	<b>15.451,96</b>	<b>16.779,28</b>	<b>18.220,62</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 61**  
**PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Salario Básico Unificado	13.104,00	14.229,63	15.451,96	16.779,28	18.220,62
Aporte Patronal	1.592,14	1.728,90	1.877,41	2.038,68	2.213,81
Fondos de Reserva		1.185,80	1.287,66	1.398,27	1.518,39
Decimo Tercero	1.092,00	1.185,80	1.287,66	1.398,27	1.518,39
Decimo Cuarto	1.056,00	1.146,71	1.245,21	1.352,18	1.468,33
<b>Total Costo de Mano de Obra</b>	<b>16.844,14</b>	<b>19.476,85</b>	<b>21.149,91</b>	<b>22.966,69</b>	<b>24.939,53</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**Costos Indirectos de Operación**

Estos costos se los cálculo se los estableció tomando en cuenta los servicios a ofertar, los cuales crecen envase a la inflación proyectada.

- ✓ **Honorarios por servicios ocasionales (Limpieza y seguridad)**

**CUADRO N. 62**  
**HONORARIOS POR SERVICIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Limpieza y seguridad	3.600,00	3.909,24	4.245,04	4.609,69	5.005,67

**Elaborado por:** La Autora

- ✓ **Servicios básicos**

**CUADRO N° 63**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Agua	360,00	371,99	384,38	397,17	410,40
Luz	720,00	743,98	768,75	794,35	820,80
Teléfono	2.040,00	2.107,93	2.178,13	2.250,66	2.325,60
<b>TOTAL</b>	<b>3.120,00</b>	<b>3.223,90</b>	<b>3.331,25</b>	<b>3.442,18</b>	<b>3.556,81</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Consumo de gas**

**CUADRO N° 64  
CONSUMO DE GAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo de gas	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Mantenimiento maquinaria y equipo**

**CUADRO N° 65  
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Mantenimiento maquinaria y equipo	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80
<b>TOTAL</b>	<b>120,00</b>	<b>124,00</b>	<b>128,13</b>	<b>132,39</b>	<b>136,80</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Combustible y mantenimiento vehículo**

**CUADRO N° 66  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Combustible y mantenimiento vehículo	1.560,00	1.611,95	1.665,63	1.721,09	1.778,40

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Reposición de menaje**

Para establecer la reposición del menaje se sacó el 10% del valor total de menaje.

**CUADRO N° 67  
REPOSICIÓN DE MENAJE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Reposición de menaje	1.164,91	1.203,70	1.243,78	1.285,20	1.328,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

**CUADRO N° 68  
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Materia prima	10.920	12.424	14.119	16.029	18.226
Mano de Obra	16.844,14	19.476,85	21.149,91	22.966,69	24.939,53
Honorarios por limpieza y seguridad	3.600,00	3.909,24	4.245,04	4.609,69	5.005,67
Servicios Básicos	3.120,00	3.223,90	3.331,25	3.442,18	3.556,81
Consumo de gas	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80
Combustible y mantenimiento vehículo	1.560,00	1.611,95	1.665,63	1.721,09	1.778,40
Reposición menaje	1.164,91	1.203,70	1.243,78	1.285,20	1.328,00
Imprevistos 3%	1.123,47	1.262,92	1.380,33	1.509,57	1.653,25
<b>TOTAL</b>	<b>38.572,52</b>	<b>43.360,39</b>	<b>47.391,45</b>	<b>51.828,71</b>	<b>56.761,54</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$38572,52 y para el quinto año es de \$. 56761,54.

**5.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Los gastos administrativos, están proyectados anualmente según la tasa de crecimiento de 0.0859.

✓ **Sueldos administrativos**

**CUADRO N° 69  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

PERSONAL	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Gerente	400,00	434,36	471,67	512,19	556,19
Secretaria recepcionista	264,00	286,68	311,30	338,04	367,08
Contadora	300,00	325,77	353,75	384,14	417,14
<b>MENSUAL</b>	<b>964,00</b>	<b>1.046,81</b>	<b>1.136,73</b>	<b>1.234,37</b>	<b>1.340,41</b>
<b>ANUAL</b>	<b>11.568,00</b>	<b>12.561,69</b>	<b>13.640,74</b>	<b>14.812,48</b>	<b>16.084,87</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 70  
PROYECCION DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Salario Básico Unificado	11.568,00	12.561,69	13.640,74	14.812,48	16.084,87
Aporte Patronal	1.405,51	1.526,25	1.657,35	1.799,72	1.954,31
Fondos de Reserva		1.046,81	1.136,73	1.234,37	1.340,41
Decimo Tercero	964,00	1.046,81	1.136,73	1.234,37	1.340,41
Decimo Cuarto	792,00	860,03	933,91	1.014,13	1.101,25
Total sueldos administrativos	14.729,51	17.041,58	18.505,46	20.095,08	21.821,24

Elaborado por la: La Autora

✓ **Servicios básicos**

**CUADRO Nº 71  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Agua	60,00	62,00	64,06	66,20	68,40
Luz	180,00	185,99	192,19	198,59	205,20
<b>TOTAL</b>	<b>240,00</b>	<b>247,99</b>	<b>256,25</b>	<b>264,78</b>	<b>273,60</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Servicios de comunicación**

**CUADRO Nº 72  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Servicio de teléfono	360,00	371,99	384,38	397,17	410,40
Servicio de internet	288,00	297,59	307,50	317,74	328,32
<b>TOTAL</b>	<b>648,00</b>	<b>669,58</b>	<b>691,88</b>	<b>714,91</b>	<b>738,72</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ Útiles de oficina

**CUADRO Nº 73  
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Resma de papel bond	12	4,00	48,00	49,58	51,22	52,91	54,66
Carpetas archivadoras	10	2,00	20,00	20,66	21,34	22,05	22,77
Grapadora	3	1,50	4,50	4,65	4,80	4,96	5,12
Perforadora	3	3,00	9,00	9,30	9,60	9,92	10,25
Útiles varios	1	20,00	20,00	20,66	21,34	22,05	22,77
<b>TOTAL</b>			<b>101,50</b>	<b>104,85</b>	<b>108,31</b>	<b>111,88</b>	<b>115,58</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ Mantenimiento computación

**CUADRO Nº 74  
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

**CUADRO Nº 75  
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Sueldos	15.693,51	17.041,58	18.505,46	20.095,08	21.821,24
Servicios básicos	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60
Servicios de comunicación	648,00	669,58	691,88	714,91	738,72
Mantenimiento computación	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60
Útiles de oficina	101,50	104,85	108,31	111,88	115,58
<b>TOTAL</b>	<b>16.923,01</b>	<b>18.312,00</b>	<b>19.818,14</b>	<b>21.451,44</b>	<b>23.222,74</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Los gastos administrativos ascienden a **\$16.923,01** para el primer año de funcionamiento de la pequeña empresa y el quinto año **\$ 23.222,74**

## 5.6. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta corresponden a los sueldo en ventas y publicidad que se efectuara para hacer conocer el servicio a nivel local. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación del 2010 que es el 3,33%.

### ✓ **Publicidad**

**CUADRO N° 76  
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Prensa escrita	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60
Radio	480,00	495,98	512,50	529,57	547,20
Hojas volantes	100,00	103,33	106,77	110,33	114,00
Pagina web	150,00	155,00	160,16	165,49	171,00
<b>TOTAL</b>	<b>970,00</b>	<b>1.002,30</b>	<b>1.035,68</b>	<b>1.070,17</b>	<b>1.105,80</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## 5.7. FINANCIAMIENTO

Para llevar a cabo la gestión del proyecto se obtendrá un crédito de **\$65.788,88** con una tasa del 11% anual en la CFN.

### **DATOS**

CAPITAL = 66.439,97

TASA= 11,00%

TIEMPO= 5

CUOTA= TRIMESTRAL

**CUADRO N° 77  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>trimestre</b>	<b>cuota</b>	<b>intereses</b>	<b>amortización</b>	<b>amortizado</b>	<b>pendiente</b>
<b>0</b>					66.439,97
<b>1</b>	4.363,23	1.827,10	2536,13	2.536,13	63.903,84
<b>2</b>	4.363,23	1.757,36	2605,87	5.142,00	61.297,97
<b>3</b>	4.363,23	1.685,69	2677,53	7.819,53	58.620,43
<b>4</b>	4.363,23	1.612,06	2751,17	10.570,70	55.869,27
<b>5</b>	4.363,23	1.536,40	2826,82	13.397,52	53.042,45
<b>6</b>	4.363,23	1.458,67	2904,56	16.302,08	50.137,89
<b>7</b>	4.363,23	1.378,79	2984,44	19.286,52	47.153,45
<b>8</b>	4.363,23	1.296,72	3066,51	22.353,03	44.086,94
<b>9</b>	4.363,23	1.212,39	3150,84	25.503,86	40.936,10
<b>10</b>	4.363,23	1.125,74	3237,48	28.741,35	37.698,62
<b>11</b>	4.363,23	1.036,71	3326,52	32.067,86	34.372,10
<b>12</b>	4.363,23	945,23	3417,99	35.485,86	30.954,11
<b>13</b>	4.363,23	851,24	3511,99	38.997,85	27.442,12
<b>14</b>	4.363,23	754,66	3608,57	42.606,42	23.833,55
<b>15</b>	4.363,23	655,42	3707,81	46.314,22	20.125,74
<b>16</b>	4.363,23	553,46	3809,77	50.123,99	16.315,98
<b>17</b>	4.363,23	448,69	3914,54	54.038,53	12.401,44
<b>18</b>	4.363,23	341,04	4022,19	58.060,72	8.379,25
<b>19</b>	4.363,23	230,43	4132,80	62.193,52	4.246,45
<b>20</b>	4.363,23	116,78	4246,45	66.439,97	0,00

**Fuente:** CFN

**Elaborado por:** La autora

## **5.8. GASTOS FINANCIEROS**

Son los intereses por el crédito obtenido a través de la CFN.

**CUADRO N° 78**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Interés	6.882,21	5.670,58	4.320,08	2.814,78	1.136,94

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.9. DEPRECIACIONES

Para obtener la depreciación se aplico la siguiente fórmula en base a los porcentajes legales:

$$DEPRECIACIÓN = \frac{COSTO HISTÓRICO - VALOR RESIDUAL}{VIDA ÚTIL}$$

**CUADRO N° 79  
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Infraestructura	3.0870	1.543,5	1.466,325	1.466,325	1.466,325	1.466,325	1.466,325
Equipo de Computación	2.130,00	710,00	473,33	473,33	473,33		
Renovación de equipo de Computación	2.236,50	745,5				497,00	497,00
Equipo de Oficina	720,00	72	64,8	64,80	64,80	64,80	64,80
Maquinaria y equipo	17.655,00	1.765,5	1.588,95	1.588,95	1.588,95	1.588,95	1.588,95
Muebles y Enseres	13.551,00	1.355,1	1.219,59	1.219,59	1.219,59	1.219,59	1.219,59
Vehículo	17.500,00	3500	2800	2800	2800	2800	2800
<b>TOTAL</b>	<b>67.162,50</b>	<b>9.691,60</b>	<b>7.613,00</b>	<b>7.613,00</b>	<b>7.613,00</b>	<b>7.636,67</b>	<b>7.636,67</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.10. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

Para la amortizar los activos diferidos se aplico el 20% cada año según la Ley de Régimen Tributario Interno.

**CUADRO Nº 80  
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Activo Diferidos	950,00	20%	190	190	190	190	190

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora.

**5.11. RESUMEN DE EGRESOS**

**CUADRO Nº 81  
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Costos Operativos	38.572,52	43.360,39	47.391,45	51.828,71	56.761,54
Gastos Administrativos	15.959,01	18.312,00	19.818,14	21.451,44	23.222,74
Gastos de Ventas	970,00	1.002,30	1.035,68	1.070,17	1.105,80
Gastos por depreciación	7.613,00	7.613,00	7.613,00	7.636,67	7.636,67
Gastos de Amortización	190	190	190	190	190
Gastos Financieros	6.882,21	5.670,58	4.320,08	2.814,78	1.136,94
<b>TOTAL</b>	<b>70.186,74</b>	<b>76.148,27</b>	<b>80.368,34</b>	<b>84.991,76</b>	<b>90.053,68</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$70.186,74 y en el quinto año son de \$90.053,68

**5.12. ESTADOS FINANCIEROS**

Con la información presupuestada se estableció los siguientes estados financieros.

✓ **BALANCE DE ARRANQUE O SITUACIÓN INICIAL**

Este balance representa el total de activos y pasivos con los que inicia la microempresa-

**CUADRO Nº 82**  
**BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>	<b>4.667,45</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>66.439,97</b>
Caja - Bancos	4.667,45	Préstamo por pagar	66.439,97
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>104.131,08</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>44.293,31</b>
Terreno	10.000,00	Inversión propia	44.293,31
Infraestructura	30.870,00		
Equipo de Computación	2.130,00		
Equipo de oficina	720,00		
Muebles y enseres	13.551,00		
Maquinaria y equipo	17.655,00		
Menaje	11.649,08		
Vehículo	17.500,00		
Otros	1.040,75		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>950,00</b>		
Gastos de constitución	950,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>110.733,28</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>	<b>110.733,28</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **ESTADO DE RESULTADOS**

Con el estado de resultados se puede apreciar la utilidad neta proyectada de la microempresa.

**CUADRO Nº 83  
ESTADO DE RESULTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ingresos proyectados	109.200,00	124.120,00	141.078,51	160.354,07	182.263,24
- Costos Operativos	38.572,52	43.360,39	47.391,45	51.828,71	56.761,54
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>70.627,48</b>	<b>80.759,61</b>	<b>93.687,06</b>	<b>108.525,36</b>	<b>125.501,71</b>
Gastos Administrativos	15.959,01	18.312,00	19.818,14	21.451,44	23.222,74
Gastos de Ventas	970,00	1.002,30	1.035,68	1.070,17	1.105,80
Depreciación	7.613,00	7.613,00	7.613,00	7.636,67	7.636,67
Amortización Diferidos	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>45.895,47</b>	<b>53.642,31</b>	<b>65.030,25</b>	<b>78.177,08</b>	<b>93.346,50</b>
Gastos Financieros Intereses	6.882,21	5.670,58	4.320,08	2.814,78	1.136,94
<b>Utilidad Antes de Reparto</b>	<b>39.013,26</b>	<b>47.971,73</b>	<b>60.710,17</b>	<b>75.362,31</b>	<b>92.209,56</b>
(-15%) Part.Trabajadores	5.851,99	7.195,76	9.106,53	11.304,35	13.831,43
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>33.161,27</b>	<b>40.775,97</b>	<b>51.603,64</b>	<b>64.057,96</b>	<b>78.378,13</b>
-Impuesto a la Renta	7958,71	9378,47	11352,80	14092,75	17243,19
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>25.202,57</b>	<b>31.397,50</b>	<b>40.250,84</b>	<b>49.965,21</b>	<b>61.134,94</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Para el primer año de actividades la utilidad neta proyecta es de \$25.202,57y en el quinto año \$61.134,94

✓ **Estado de flujo de caja**

El flujo de caja representa la dinámica de la microempresa tanto entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO Nº 84  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
<b>INGRESOS</b>						
Inversión Inicial	-110.733,28					
(=) Utilidad Neta		25.202,57	31.397,50	40.250,84	49.965,21	61.134,94
Depreciación		7.613,00	7.613,00	7.613,00	7.636,67	7.636,67
Valor de Rescate						45.840,18
Otros						
<b>(=) Total Ingresos</b>		<b>32.815,57</b>	<b>39.010,49</b>	<b>47.863,84</b>	<b>57.601,87</b>	<b>114.611,78</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al Principal		10.570,70	11.782,33	13.132,83	14.638,13	16.315,98
Reinversión					2.236,50	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>10570,70004</b>	<b>11782,32699</b>	<b>13132,8322</b>	<b>16874,63391</b>	<b>16315,9753</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-110.733,28</b>	<b>22.244,87</b>	<b>27.228,17</b>	<b>34.731,01</b>	<b>40.727,24</b>	<b>98.295,80</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

El flujo de caja neto para el primer año es \$22.244,87 y en el quinto año es de \$98.295,80

### 5.13. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplico evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

### 5.14. DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO.

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4, 35% y la tasa activa del 11%.

**CUADRO Nº 85  
INVERSIONES**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	44.293,31	40,00	4,35	174,00
Capital Financiado	66.439,97	60,00	11,00	660,00
<b>TOTAL</b>	<b>110.733,28</b>	<b>100,00</b>	<b>15,35</b>	<b>834,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula:

**Datos:**

Ck(valor ponderado)= 8,34%

If(Inflación)= 3,33%

TRM=  $((1+Ck)(1+If)-1)$

TRM= 0,1195

**TRM= 11,95%**

**5.15. ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO**

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

**CUADRO Nº 86  
Análisis del Valor Actual Neto**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 11,95%	ENTRADAS ACTUALES
0	-110.733,28			-110.733,28
1		22.244,87	0,89	19.870,76
2		27.228,17	0,80	21.726,41
3		34.731,01	0,71	24.755,49
4		40.727,24	0,64	25.931,28
5		98.295,80	0,57	55.906,03
<b>VAN</b>				<b>37.456,69</b>

**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

**VAN= 37.456,69**

EL VAN del proyecto es de \$**37.456,69** por tanto es factible.

### 5.16. ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Este evaluador representa la rentabilidad el proyecto en términos relativos o porcentuales.

**CUADRO Nº 87**  
**Análisis de la Tasa Interna de Retorno**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 11,95%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 22%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-110.733,28		-110.733,28		-110.733,28
1	22.244,87	0,89	19.870,76	0,82	18.233,50
2	27.228,17	0,80	21.726,41	0,67	18.293,58
3	34.731,01	0,71	24.755,49	0,55	19.126,60
4	40.727,24	0,64	25.931,28	0,45	18.384,24
5	98.295,80	0,57	55.906,03	0,37	36.369,37
<b>VAN</b>			<b>37.456,69</b>		<b>-325,98</b>

**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 11,95 + (22 - 11,95) \frac{37.456,69}{37.456,69 - (-325,98)}$$

**TIR= 21,89%**

El TIR del proyecto es de 21,89% lo que representa factibilidad para el emprendimiento, esta tasa es la rentabilidad del proyecto.

## 5.17. ANÁLISIS DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

✓ PRI con valores constantes

**CUADRO N° 88**  
**PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION DE FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	22.245	0,893	19.870,8
2	27.228	0,798	21.726,4
3	34.731	0,713	24.755,5
4	40.727	0,637	25.931,3
5	98.296	0,569	55.906,0

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 89**  
**TIEMPO DE RECUPERACION**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	<b>110.733,28</b>	19.870,76	<b>19.870,76</b>	1	Año
2		21.726,41	<b>21.726,41</b>	2	Años
3		24.755,49	<b>24.755,49</b>	3	Años
4		25.931,28	<b>25.931,28</b>	4	Años
5		55.906,0	18.449,34	4	Mes

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

El análisis del PRI con valores constantes se recupera en 4 años y 4 meses, en este caso el periodo de recuperación es más real

## 5.18. ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO

**CUADRO N° 90**  
**ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 11,95	FNE ACTUALIZADOS
1	22.244,87	0,89	19.870,76
2	27.228,17	0,80	21.726,41
3	34.731,01	0,71	24.755,49
4	40.727,24	0,64	25.931,28
5	98.295,80	0,57	55.906,03
			148.189,97

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

$$C/B = \frac{\Sigma FNE ACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{148.189,97}{110.733,28}$$

$$C/B = 1,34$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generara 0.34 centavos de dólar.

## 5.19. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PEP = \frac{Inversión.Fija + CostosFijos}{PVu - CVu}$$

**CUADRO N° 91**

Activos fijos	105.115,83
Costos Fijos	31.614,22
Precio	35
Costo Variable	12,36
PE	6040

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

El punto de equilibrio obtenido determina que la microempresa necesita vender a 6.040 turistas el servicio para comenzar a recuperar la rentabilidad.

## 5.20. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO Nº 92  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>EVALUADOR</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
TRM =		11,95%	
VAN =	VAN > 0	37.456,69	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	21,89%	Aceptable
PRI=		4,4	Años bueno
PE=		6040	Aceptable
B/C =	R B/C > 1	1,34	Aceptable

En conclusión analizada todos los puntos del capítulo se determina que el proyecto tiene un alto grado de factible en las condiciones estudiadas.

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

#### **6.1. PRESENTACIÓN**

Tomando como base el diagnóstico efectuado a los diferentes centros que brindan un servicio casi similar al propuesto por el proyecto se ha identificado que la estructura organizativa que utilizan estas organizaciones no son las adecuadas, ya que se desempeña las actividades de una forma tradicional donde existe jefes que ordenan y subordinados que obedecen dejando a lado el compromiso de organización exitosa.

De tal manera el objetivo central de este estudio es definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal del negocio, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración del personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y los resultados y la posibilidad de contar con todos los elementos.

#### **6.2. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.**

##### **✓ Misión**

*Es un Centro de Agroturismo dedicado a dar a conocer las  
maravillas de la naturaleza de la Parroquia Ilumán  
ofreciendo una estadía de calidad.*

## ✓ **Visión**

*Para el 2015 será un Centro de Agroturismo líder en brindar una atención de calidad en la región norte del país.*

## **Nombre de la Empresa**



## **Objetivos Empresariales**

- ✓ Satisfacer a los clientes completamente en la prestación de nuestros servicios.
- ✓ Modernizar las áreas físicas y mantener en constante mantenimiento para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho.
- ✓ Incrementar el número de clientes en un tiempo determinado pensando siempre en dar a conocer nuestra empresa a nivel nacional.
- ✓ Buscar el crecimiento constante en el tiempo que llevara a la empresa darse a conocer.

## **Políticas de la Empresa**

- ✓ Que el trabajo sea de calidad.
- ✓ Tener un trato de calidad con los clientes y que sus reclamos y solicitudes sean atendidos inmediatamente.
- ✓ Mantener constantemente en capacitación al personal que labora en la empresa.

- ✓ Tener reuniones cada mes en donde se pueda coordinar y evaluar planes y programas fijados por el personal.
- ✓ Conservar un buen ambiente de trabajo.
- ✓ Trabajar constantemente en equipo para el alcance de los objetivos.
- ✓ Evaluar siempre el desarrollo de la empresa y como se va consiguiendo los objetivos planteados.
- ✓ Preocuparse por los problemas de los empleados y dar solución.

## **Principios y Valores**

### **Principios**

- ✓ La empresa considera a sus colaboradores como principal recursos, y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportunidad, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
- ✓ Respetara las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- ✓ La gestión organizacional contara con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar con sus compañeros en el caso de ser necesario aunque sean actividades no asignadas a ellos mismos.
- ✓ Proporcionara a sus colaboradores las herramientas y materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de sus funciones.

- ✓ La empresa buscara un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busque el cliente.

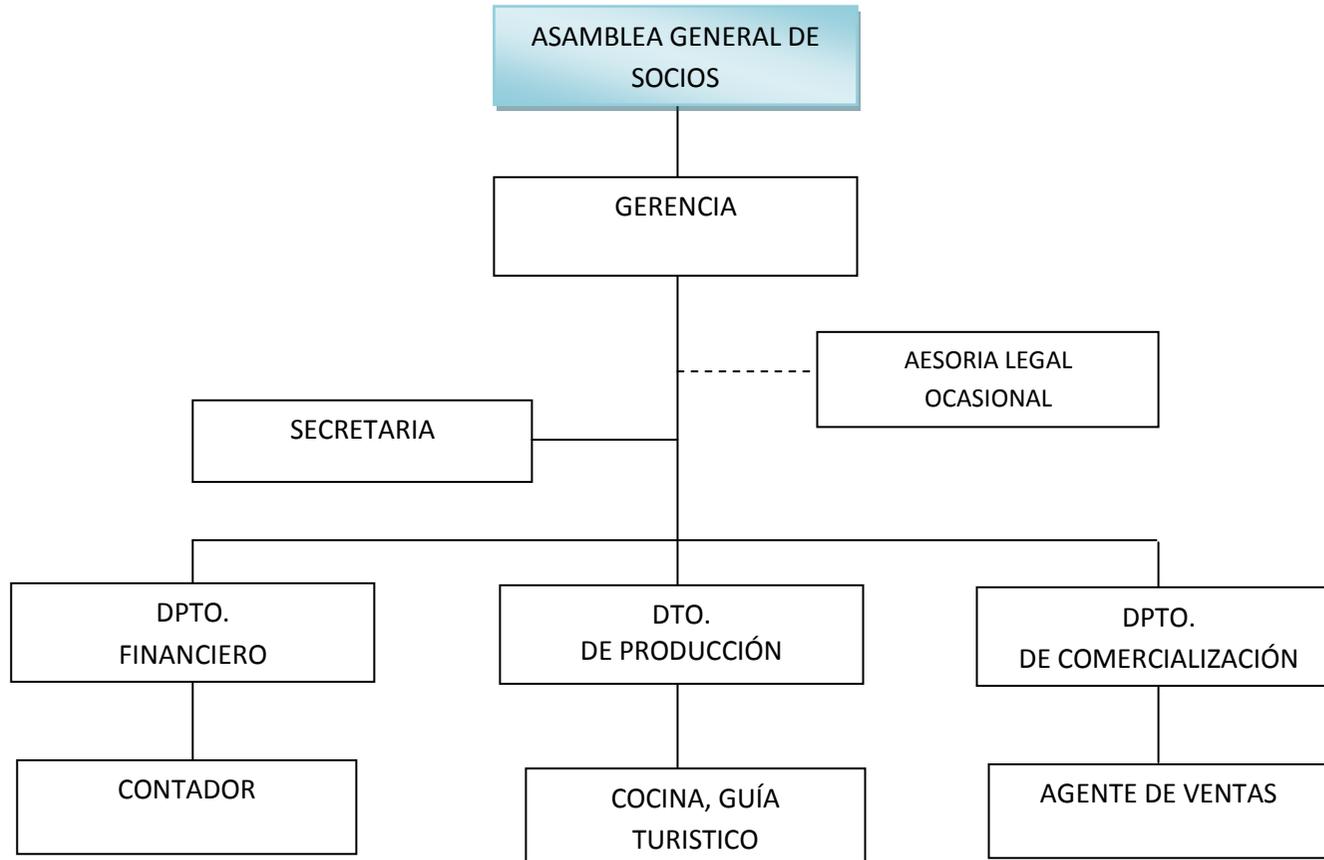
## **Valores**

- ✓ **Honestidad.-** Con los compañeros de trabajo.
- ✓ **Servicio de excelencia.-** Cumpliendo con las demandas de nuestros clientes y satisfaciendo a lo máximo.
- ✓ **Calidad.-**Demostrar la calidad en el servicio y la atención.
- ✓ **Compromiso con el cliente.-**El cliente es muy importante para nuestra empresa.
- ✓ **Calidad humana.-**Compromiso personal por ser mejores cada día
- ✓ **Sinceridad.-**Sinceridad con el cliente tanto externo como interno.
- ✓ **Compañerismo.-** Apoyar a los compañeros en los momentos difíciles.
- ✓ **Ética.-** Actuamos en base a normas morales que rigen a la conducta humana.
- ✓ **Responsabilidad.-**Saber reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

## **6.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

### **Organigrama Estructural**

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

## **Niveles Administrativos**

Toda empresa está constituida por niveles administrativos que cumplen funciones y responsabilidades para el logro de sus metas y objetivos.

Estos niveles responden a un tipo estructural, funcional y jurídico que facilitan el estudio de la gestión de servicio a la comunidad, su principal diferencia radica en la amplitud de la responsabilidad, en el tamaño de cada unidad y en su respectiva jurisdicción; y son:

### ✓ **Nivel legislativo**

Está integrado por un grupo de personas: la junta de accionistas en una empresa, la cámara de concejales en un municipio, etc. Tiene como función legislar sobre las políticas que sigue la organización, normar los procedimientos, establecer reglamentos, ordenanzas resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.

### ✓ **Nivel ejecutivo**

Está constituido por el gerente, siendo sus funciones de dirigir, controlar y evaluar las actividades de la organización, interpreta planes, programas y más directrices de alto nivel y los trasmite a los órganos de inferior jerarquía para su ejecución.

Este nivel está orientado a obtener un desempeño eficiente de la organización dirigiéndose con eficiencia y eficacia para cubrir las necesidades de las personas.

✓ **Nivel asesor**

Cumple con la tarea de sugerir y recomendar a las autoridades, director y demás funcionarios, con el objeto de contribuir al adecuado funcionamiento de todos los niveles y unidades administrativas de la empresa.

✓ **Nivel de apoyo**

Es el responsable de la eficiente administración de los recursos humanos y materiales, financieros, tecnológicos y logísticos, este nivel constituye la unidad que tiene a su cargo las actividades complementarias, para ofrecer ayuda material, de procedimiento y servicios internos a todos los niveles y unidades administrativas a fin de que cumplan sus funciones y la realización de los objetivos institucionales.

- **Nivel operativo.**

Este nivel está compuesto por el organizador de eventos, cocina, contador y marketing, son quienes comparten una relación directa en la prestación del servicio con el cliente, es la parte medular del negocio.

## MATRIZ DE COMPETENCIAS

### CUADRO N.93

#### REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA GERENTE

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>GERENTE</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Autocontrol</li> <li>• Compromiso con la organización</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento analítico y conceptual.</li> <li>• Capacidad para liderar</li> <li>• Habilidades para negociar.</li> <li>• Capacidad tomar decisiones</li> <li>• Trabajar en equipo</li> <li>• Dirección de personas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación formal Superior.</li> <li>• Especialidad y título: CPA</li> <li>• Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en el área contable financiera.</li> <li>• Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.</li> <li>• Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante legal en todos los actos públicos y privados.</li> <li>• Diseñar el plan de gestión del centro agro turístico.</li> <li>• Seleccionar el personal administrativo y de servicios</li> <li>• Aprobar convenios encaminados a mejorar el ingreso económico del proyecto.</li> <li>• Coordinar actividades con el guía turístico.</li> <li>• Coordinar y controlar el funcionamiento de todo el centro.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Estudios Superiores.</p> <p><b>Edad:</b> De preferencia de 28 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 5 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N.94**

**REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA SECRETARIA**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Confidencialidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Destreza en computación</li> <li>• Conocimiento de los documentos de facturación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación formal: Superior</li> <li>• Especialidad y título: CPA o Secretariado Ejecutivo</li> <li>• Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área</li> <li>• Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 35 años.</li> <li>• Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el orden y seguridad de los documentos de la empresa.</li> <li>• Prepara los documentos e informes que corresponden a la gerencia.</li> <li>• Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente.</li> <li>• Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con buen trato y calidez.</li> <li>• Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Estudios en secretaria ejecutivo</p> <p><b>Edad:</b> Entre 26 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 3 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N.95**

**REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA GUIA TURISTICO**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
<p align="center"><b>GUIA TURISTICO</b></p>	<p align="center"><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Organización</li> <li>• Autocontrol</li> <li>• Confianza en sí mismo</li> </ul> <p align="center"><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de personas</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Monitoreo y control.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Formal: Superior</li> <li>• Especializado y Titulado en Hotelería y Turismo.</li> <li>• Tiempo de Experiencia de 3 años.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> <li>• Intercomunicación.</li> <li>• Saber por lo menos 3 idiomas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina las actividades que se realizaran durante la visita al Centro Agroturismo.</li> <li>• Orientar al turista dentro del área de funcionamiento. Y controlar que las actividades que se vayan a realizar no tengan ningún riesgo que cuenten con todas las medidas de seguridad.</li> <li>• Explicar el proceso de producción de los cultivos y responder las inquietudes del turista.</li> <li>• Planifica y preparar información turística para uso de los visitantes.</li> <li>• Coordinar con la agencia la hora de inicio y término del tour.</li> <li>• Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, el número de turistas y el nombre del pasajero o grupo.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Estudios en Hotelería y Turismo</p> <p><b>Edad:</b> Entre 25 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

**Elaborado por: La Autora**

**CUADRO N.96**

**REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA COCINERO**

<b>PUESTO</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>PERFIL/ROL</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>REQUISITOS</b>
<b>COCINERO</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Organización</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Destreza Culinaria.</li> <li>• Saber realizar de los platos típicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Formal</li> <li>• Especialidad y titulo: Chef de cocina</li> <li>• Dominio del idioma inglés.</li> <li>• Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área de chef.</li> <li>• Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.</li> <li>• Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar que los equipos de cocina estén en perfecto estado.</li> <li>• Receptar los pedidos que realizan los meseros.</li> <li>• Entregar los pedidos a los meseros.</li> <li>• Controlar el cumplimiento de horarios y tareas asignadas a sus subordinados.</li> <li>• Controlar que los productos que utilizará para la realización de los platos que conforman el menú, tanto en su recepción como en la disponibilidad de los mismos a medida que son consumidos. También deberá controlar la cantidad y calidad del producto.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Chef de cocina, gastronomía.</p> <p><b>Edad:</b> Entre 25 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 3 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N. 97**

**REQUERIMIENTO EL PERSONAL PARA CONTADOR**

<b>PUESTO</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>PERFIL/ROL</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>REQUISITOS</b>
<b>CONTADOR</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Confidencialidad</li> <li>• Organización</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Destreza matemática</li> <li>• Monitoreo y control</li> <li>• Pensamiento analítico y conceptual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación formal: Contabilidad Superior y Auditoria.</li> <li>• Especialidad y titulo: CPA</li> <li>• Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área.</li> <li>• Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 35 años.</li> <li>• Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los registros contables de la empresa.</li> <li>• Elaborar el cronograma de pagos.</li> <li>• Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.</li> <li>• Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores.</li> <li>• El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Contabilidad Superior y Auditoría</p> <p><b>Edad:</b> Entre 26 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N. 98**

**REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA MARKETING**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
<p align="center"><b>MARKETING</b></p>	<p align="center"><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Confidencialidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Autocontrol</li> </ul> <p align="center"><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Monitoreo y control</li> <li>• Análisis del Mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Formal: Marketing</li> <li>• Experiencia 2 años en las áreas de Marketing.</li> <li>• Edad entre 25 a 35 años</li> <li>• Manejo del marketing.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> <li>• Conocimientos previos para realizar las publicidades a nivel nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los mercados actuales y potenciales.</li> <li>• Planificar las estrategias de mercado.</li> <li>• Diseñar y controlar el presupuesto de ventas y costos asociados.</li> <li>• Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas.</li> <li>• Elaborar las estrategias de precios que este acorde al alcance de los turistas, Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo.</li> </ul>	<p><b>Instrucción Formal:</b> Estudios de marketing</p> <p><b>Edad:</b> Entre 25 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La Autora

## 6.4. REQUISITOS LEGALES

### Razón social

**CENTRO DE AGROTURISMO  
"HACIENDA LAS MARÍAS"**

### Figura Jurídica

Compañía Limitada

### Representante Legal

OLGA PICUASI

### Permisos de funcionamiento.

De las investigaciones realizadas en el Ilustre Municipio de Ibarra, en los departamentos respectivos, se pudo establecer, que no existiría ningún impedimento para su funcionamiento en esta zona, los requisitos son los siguientes: El Registro único de contribuyentes (RUC), Patente Municipal, y el respectivo permiso de funcionamiento de las entidades correspondientes.

### REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

- ✓ Cédula del representante legal
- ✓ Copia del certificado de votación
- ✓ Recibo del pago de agua, luz o teléfono

### REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL POR PRIMERA VEZ

- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación
- ✓ Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad económica
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Declaración juramentada de inicio de actividades
- ✓ Escritura de compra-venta
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante legal
- ✓ Inspección

### **REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

- ✓ Permiso de la Intendencia.
- ✓ Ficha de Inspección.
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Certificado de Salud (Original y copia)
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación.

### **REQUISITOS PARA LA AFILIACIÓN A LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO**

- ✓ Solicitud dirigida al señor Presidente.
- ✓ Copiad de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia del contrato de arrendamiento en caso de ser arrendado, copia de la escritura en caso de ser propio.
- ✓ Fotografía tamaño carné.
- ✓ Copia del Registro de Calificación del Ministerio de Turismo.
- ✓ En caso de compañías se solicita copia certificada de la autorización de la Súper Intendencia de Compañías.

- ✓ Copia del nombramiento del Sr. Presidente y del Sr. Gerente debidamente registrado.
- ✓ Título profesional que acredite la actividad turística.

Cancelar la cantidad de \$50 por concepto de afiliación

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 7.1. IMPACTOS

La creación de la microempresa produce la reacción de impactos positivos y negativos en el sector entre ellos tenemos.

**CUADRO N. 99**  
**MATRIZ DE EVALUACION DE IMPACTOS**

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La Autora

## 7.2. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

**CUADRO No.100**  
**MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

								TOTAL
IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Comunidades beneficiadas por el proyecto							X	
Bajar el índice de migración							X	
Eliminación de los intermediarios							X	
Trabajo comunitario							X	
TOTAL							12	12

Elaborado por: La Autora

Total indicadores =

$$3+3+3+3 = 12$$

$$12/4 = 3$$

### ANÁLISIS

De acuerdo al resultado del impacto Socio-Económico se determina que la creación del Centro Agroturístico genera un impacto alto positivo, porque favorece al sector y a sus habitantes de diferentes maneras como: generando nuevas fuentes de empleo lo que se bajaría el índice de migración a otros lugares, también va a mejorar los ingresos en cada familia porque serán tomados en cuenta todos los productos que cultiva para consumir en el centro agro turístico, lo que impide que se venda a intermediarios a bajo costo y lo más importante tomar un lugar de reconocimiento como un sector turístico en el país.

### 7.3. IMPACTO COMERCIAL

**CUADRO No.101**  
**MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL**

								TOTAL
IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Satisfacción del cliente						X		
Precios razonables del producto							X	
Servicio y Atención de calidad							X	
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: La Autora

Total indicadores =

$$3+3+ 2= 8$$

$$8/3 = 2.6$$

#### ANÁLISIS

El impacto comercial genera un nivel medio positivo, está encaminado a buscar las estrategias más adecuadas para brindar un satisfacción total en estadía a sus turistas, de igual manera aplica los mejores mecanismos para beneficiar a los productores del sector en la compra de su productos para consumo del Centro Agro turístico al mejor precio posible, con los servicios de atención y de calidad se espera atraer más turistas que visiten el sector.

#### 7.4. IMPACTO EDUCATIVO

**CUADRO Nro.102**  
**MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Técnicas específicas en el área productiva						X		
Avance en la gestión empresarial							X	
TOTAL						2	3	5

Elaborado por: La Autora

Total indicadores =

$$2+3= 5$$

$$5/2 = 2.5$$

#### ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado a la matriz de impacto educativo se determina que el impacto genera un nivel medio positivo, ya que los habitantes del sector estarán mejor incentivados en el área de la producción por que los productos se podrán consumir en el mismo lugar con la visita de los turista, lo que engrandece de igual forma al sector en la parte del avance empresarial con la creación del Centro Turístico.

## 7.5. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No.103**  
**MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Disminución de la polución ambiental						2		
Manejo de desechos tóxicos						2		
Salud humana							3	
Contaminación del ambiente						2		
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La Autora

Total indicadores=  $6+3=9$

TOTAL =  $9/4= 2,25$

### ANÁLISIS

En el impacto ambiental se determina que los efectos que accionaria son de nivel medio positivo, porque su mayor prioridad será tener un control constante sobre el manejo de desechos toxico para no contaminar el medio ambiente, porque lo primero que toman en cuenta es no afectar de ninguna forma la salud de los habitantes más bien conservar un ambiente limpio y puro.

## 7.6. IMPACTO GENERAL

**CUADRO No. 104**  
**MATRIZ DE IMPACTO GENERAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
SOCIO-ECONÓMICO							X	
COMERCIAL							X	
EDUCATIVO						X		
AMBIENTAL						X		
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La Autora

Total indicadores= 4+6=10

TOTAL =10/4= 2,5

### ANÁLISIS

Con los datos obtenidos en el impacto general se determina que la Creación del Centro de Agroturismo, genera efectos positivos que beneficia tanto a las personas del sector como al sector mismo de varias maneras, principalmente por el factor económico porque se observaron mejores ingresos para el lugar.

## CONCLUSIONES

En el desarrollo del proyecto se obtuvo varios aspectos importante se concluye que el proyecto tiene grandes expectativas.

- ✓ Existencia de Muy Buena condición para la implementación de un centro de agroturismo en la Hacienda las Marías, especialmente por los cultivos tradicionales existentes en el sector tales como: maíz, frejol, papas habas, quinua, cebada entre otras.
- ✓ Lo importante es que se ha visto un gran interés en el desarrollo del proyecto agroturístico en donde la demanda de turista lo hace posible, por sus visitas tan frecuentes por conocer sus atracciones.
- ✓ El sector es el más idóneo para la creación del nuevo proyecto, porque según los estudios realizados en el diagnóstico es un sector rico en agricultura, ganadería, fauna, lo que atrae a los turistas.
- ✓ La localización del lugar en donde se desarrolla el proyecto es la más apropiada cuenta con casi todos los servicios necesarios y es un lugar muy atractivo por las riquezas de la naturaleza que le ha hecho merecedor.
- ✓ El financiamiento del proyecto es el más adecuada para iniciar brevemente con sus actividades ya que a través del análisis económico financiero se ha determinado que el proyecto obtendrá ingresos en poco tiempo.
- ✓ El proyecto generara impactos que tienen un nivel alto positivo, porque está encaminada más a mejorar las condiciones del sector y de sus habitantes el mismo tomara medidas preventivas para evitar la contaminación del medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Aprovechamiento de las instalaciones de la hacienda y de las buenas condiciones del suelo para promover diversidad de cultivos, evitando que los agricultores cultiven un solo tipo de producto, mediante la conformación de una asociación de tipo jurídico.
- ✓ Aplicar las estrategias más apropiadas para lograr que el centro agro turístico sea conocido y preferido por los turistas extranjeros y nacionales.
- ✓ Dar a conocer a los habitantes del sector sobre el nuevo proyecto que se pondrá en marcha para que ellos consideren seguir cultivando sus productos y esperar el momento para vender a los turistas.
- ✓ Buscar ayuda de otras Instituciones Públicas en caso de no contar el sector con servicios básicos que son importantes para el buen funcionamiento y mantenimiento del sector.
- ✓ Realizar un breve análisis para conocer en qué nivel se está logrando alcanzar los objetivos y cuáles son las utilidades que está rindiendo el proyecto.
- ✓ Se recomienda realizar estudios más profundos sobre impactos ambientales los mismos que deberán estar acompañados de soluciones en el corto, mediano y largo plazo.

## BIBLIOGRAFIA

- ✓ ARBOLEDA, Germán, (2001) *Proyectos Formulación Evaluación y Control*, Editorial Ac, cuarta Edición; Colombia
- ✓ BACA, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, McGraw- Hill, 5 edición, México, 2006
- ✓ BLOCK, Stanley B., HIRT, Geoffrey A., Año 2005, *Administración Financiera*, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE DITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- ✓ CORDOBA, Marcial. (2006) *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Primera Edición, Ediciones, Colombia
- ✓ CHILQUINGA Manuel, (2007), *Costos*, primera edición, Ibarra-Ecuador
- ✓ CHARLES W. Lamb, (2006) *Obra Marketing Octava Edición Edición Thomson - México.*
- ✓ DAHDA Jorge, *Elementos de Turismo*, primera edición, editorial trillas S.A, 2007, México.
- ✓ FLORES U. Juan, (2007). *Proyectos de Inversión para las PYME*, Primera Edición, Editorial Eco Ltda. Colombia.
- ✓ FONTAINE R. Ernesto, (2008) *Evaluación Social de Proyectos*, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.
- ✓ FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) *Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia* Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.
- ✓ GURRIA Manuel,( 2007)*Introducción al Turismo*, editorial trillares, primera edición, México.

- ✓ JÁCOME Walter, Bases Teóricas y Practicas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión-CUDIC Editorial Universitaria Ibarra- Ecuador 2005
- ✓ KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS William, Año 2006, Marketing "CORE", Segunda edición en español, Editorial Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA S. A. U., Aravaca (Madrid).
- ✓ KOMIYA S. Raúl (2004) *Marketing para PYMES* Primera Edición, Editora Palomino. Perú.
- ✓ MONTEROS Edgar (2005) Manual de Gestión Micro empresarial, Editorial Universitaria, primera edición.
- ✓ MOLINA Sergio, Turismo Ecología, año 2004, Editorial trillares, sexta edición, País México.
- ✓ MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.
- ✓ NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*, Primera Edición, Editorial Trillas. México
- ✓ ORTIZ, Alberto G., Año 2005, Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Segunda edición, Editorial Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.
- ✓ RALPHS, Polimeni, Contabilidad de Costo concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales, tercera edición, Mc Graw- Hill, Colombia, 2003.

- ✓ REYES PONCE Agustín, Organización y Sistemas, año 1993, tercera edición.
  
- ✓ ROMERO Javier, (2006) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.
- ✓ WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007), Administración Estratégica y Política de Negocios sexta edición.
  
- ✓ SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F., Año 2009, Fundamentos de Administración Financiera, Decimocuarta edición, Editorial CENGAGE LEARNING S.A. de V.C., México.
- ✓ SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.
- ✓ VASQUEZ Hugo, Organización Aplicada. Segunda edición, 2002. Quito.
  
- ✓ VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón: Ecuador su realidad, fundación José Peralta, Quito Ecuador, 2006.
  
- ✓ ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2007, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.
  
- ✓ ZAPATA, Pedro. Contabilidad General. Sexta Edición. Editorial Mc Graw- Hill. Colombia 2008.

## LINCOGRAFIA

<http://www.infoagro.com/turismo.rural/agroturismo.catal>

<http://www.tourism-watch.de/rsp3esp/3esp.indigenas/index.html>

<http://www.tourism-watch.de/asp/3esp/3esp.regiones/inde.htm>

<http://tourism-wact.de/esp/3esp/esp.ecuador/index.html>

<http://kiskeya-alternative-org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html>

<http://www.kiskeya-alternative.org/publica/bolivar/sociohtml5>

<http://wikipedia.org/wiki/>

[www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos](http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos)

**ANEXOS**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS (DEMANDANTES)**

**Objetivo**

El objetivo de la presente encuesta es determinar la factibilidad de la creación de un centro de agroturismo en la Hacienda Las Marías, parroquia de Ilumán, comunidad de San Luis de Agualongo.

**Instrucciones**

La encuesta es anónima para garantizar su integridad y veracidad en las respuestas.

Marque con una X su respuesta.

**1. ¿Conoce el sector de Ilumán?**

SI

NO

**2. ¿Le gustaría acudir a un restaurante en una hacienda?**

SI

NO

**3. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se ofreciera en el restaurante de la hacienda?**

Típica ecuatoriana

Variada

Comida rápida

**4. ¿Cuánto dinero destinaría diariamente para su alimentación?  
(Desayuno, almuerzo, cena)**

Hasta 10 dólares

- Hasta 12 dólares
- Hasta 15 dólares
- Más de 15 dólares

**5. ¿De alojarse en el cantón Otavalo le gustaría hacerlo en?**

Hotel en el centro de la ciudad

Hotel a la carretera

Hotel en el sector rural

**6. ¿Cuánto dinero destinaría diariamente para alojamiento?**

- Hasta 10 dólares
- Hasta 12 dólares
- Hasta 15 dólares
- Más de 15 dólares

**7. ¿Con cuál actividad productiva del campo le gustaría relacionarse o conocer?**

- Agricultura
- Ganadería
- Piscicultura
- Lombricultura
- Apicultura

**8. ¿Qué actividad natural y/o ecológica de distracción le gustaría realizar?**

- Caminatas
- Paseo a caballo
- Ciclismo a montaña
- Pintar paisajes

**9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por caminatas guiadas?**

- HASTA 5 USD
- HASTA 8 USD
- HASTA 10 USD
-

MAS DE 10USD

**10. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un paseo en caballo?**

HASTA 5 USD

HASTA 8 USD

HASTA 10 USD

HASTA 10USD

**11. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por realizar ciclismo de montaña?**

HASTA 5 USD

HASTA 8 USD

HASTA 10 USD

MÁS DE 10USD

**12. ¿Qué servicios adicionales al de alojamiento y restaurante le gustaría que ofreciera la Hacienda Las Marías?**

Canchas deportivas

Distracciones Naturales

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE HOTELES DE LA  
CIUDAD DE OTAVALO (OFERENTES)**

La presente investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de un centro de agroturismo en la hacienda las Marías comunidad de San Luis de Agualongo.

**Instrucciones.-** Conteste el siguiente cuestionario

Ciudad -----

Establecimiento-----

Dirección-----

2. **¿Qué Cantidad de turistas diariamente llegan a su establecimiento?**

- De 10- 20
- De 20-30
- De 30-40
- De 40 en adelante 0

3. **¿Qué servicios ofrece su establecimiento?**

- Bar restaurante
- Piscina
- Sauna
- Turco
- Cancha Deportivas

4. **¿Los precios de los servicios que brinda su establecimiento con respecto a otros hospedajes son?**

- Altos
- Medios
- Bajos

5. **¿Su entidad que presta servicio a los turistas atiende solo?**

Los fines de Semana

Permanente

6. **¿Los turistas que visitan su establecimiento son?**

Nacionales

Extranjeros

**ANEXO COSTO DE MATERIA PRIMA**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid.</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>café de estilar</b>					0,08
café	2	gm	0,012	0,02	
azucar	15	gm	0,0004	0,01	
leche	1	mil	0,05	0,05	
<b>jugo</b>					0,02
azucar	20	gm	0,0004	0,01	
guayaba	50	gm	0,0003	0,02	
<b>pan de yuca</b>	1	unid	0,15	0,15	0,15
huevos	1	unid	0,08	0,08	0,08
<b>Total</b>				0,25	0,333

**REFRIGERIO ENSALADAS DE FRUTAS**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>TOTAL</b>
papaya	25	gm	0,0006	0,02
banano	20	gm	0,0005	0,01
piña	20	gm	0,0005	0,01
sandía	15	gm	0,0008	0,01
manzana	15	gm	0,001	0,02
pera	10	gm	0,001	0,01
uva	10	gm	0,001	0,01
<b>Total</b>				0,08

**ALMUERZO: ENTRADA**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid.</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>TOTAL</b>
papaya	80	gm	0,0006	0,05
<b>Total</b>				0,05

**CREMA DE VERDE**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>TOTAL</b>
platano	50	gm	0,0003	0,02
zanahoria	10	gm	0,0007	0,01
costilla de res	50	gm	0,0015	0,08
queso	4	gm	0,0022	0,01
leche	1	mil	0,01	0,01
<b>Total</b>				0,12

**CARNE**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>TOTAL</b>
Carne	1	unid	0,75	0,75
arroz	91	gm	0,0006	0,05
papa	100	gm	0,0001	0,01
patacones	2	unid	0,0093	0,02
tomate	15	gm	0,002	0,03
cebolla paiteña	20	gm	0,001	0,02
<b>Subtotal</b>				<b>0,88</b>

**JUGO DE NARANJA**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>TOTAL</b>
naranja	2	unid	0,10	0,20
azúcar	20	gm	0,0004	0,01
<b>Total</b>				<b>0,21</b>

**TARDER: CAFÉ CON TORTILLAS**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>TOTAL</b>
tasa de café de estilar				
café	5	gm	0,009	0,05
azúcar	15	gm	0,009	0,14
tortilla	1	unid	0,0494	0,05
<b>Total</b>				<b>0,23</b>

**MERIENDA**

<b>DETALLE</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unid</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>TOTAL</b>
Arroz	40	gm	0,002	0,08
carne	10	gm	0,027	0,27
Papas	15	gm	0,001	0,02
<b>Total</b>				<b>0,37</b>

## POLLO A LA BRAZA

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
pollo	125	gm	0,005	0,625
yuca	100	gm	0,002	0,2
arroz	90,8	gm	0,003	0,27
zanahoria	10	gm	0,0005	0,01
choclo	15	gm	0,0011	0,02
arveja	15	gm	0,0011	0,02
gaseosa	1		0,1	0,1
<b>Total</b>				<b>1,2</b>

COSTOS DE MATERIA PRIMA  
POR TURISTA

3,50

## ANEXO COSTOS Y GASTOS MENSUALES

### COSTOS

Honorarios por servicios ocasionales

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de limpieza	120	1440
Servicio de Seguridad	180	2160
<b>TOTAL</b>		<b>3600</b>

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	30	360
Luz	60	720
teléfono	170	2040
<b>TOTAL</b>		<b>1080</b>

Consumo de gas

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	10	120
<b>TOTAL</b>		<b>120</b>

Mantenimiento maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	10	120
<b>TOTAL</b>		<b>120</b>

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	90	1080
Mantenimiento vehículo	40	480
<b>TOTAL</b>		<b>1560</b>

## GASTOS

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	5	60
Luz	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>240</b>

### SERVICIO DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de teléfono	30	360
Servicio de internet	24	288
<b>TOTAL</b>		<b>648</b>

Publicidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prensa escrita	60,00	240,00
Radio	120,00	480,00
Hojas volantes	25,00	100,00
Pagina web	12,50	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>217,50</b>	<b>970,00</b>

## CALCULO DE TASA DE CRECIMIENTO

AÑO	SUELDO
2006	190
2007	200
2008	218
2009	240
2010	264
2011	264

**El valor de la Mano de Obra se incrementa en un 8.588% que es la tasa de crecimiento promedio de los sueldos y salario de los 5 años anteriores según datos del Ministerio de trabajo**

# FOTOGRAFÍAS







