



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
DE GOBIERNOS SECCIONALES

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RECINTO FERIAL EN EL PROYECTO S.U.S.A. DEL CANTÓN
URCUQUÍ PROVINCIA IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES

AUTORES: MANRIQUE A, EDISON R.

LITA P, VERÓNICA C.

DIRECTOR: DR. LIMA, FAUSTO

IBARRA, JUNIO 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de esta tesis es la determinación de la factibilidad de la creación de un Recinto Ferial en el Cantón Urcuquí, cuya constitución es como una Empresa Pública, teniendo como aliado estratégico al Gobierno Municipal de San Miguel de Urcuquí. Con la finalidad de aprovechar las potencialidades evidenciadas incluso por el Gobierno Nacional, y con la visión de apoyar el desarrollo local del Cantón Urcuquí, y de la Provincia en varios ámbitos productivos como: agrícola, ganadero, textil, pecuario, artesanal, turístico y gastronómico, se considera viable la creación de un Recinto Ferial en el Cantón Urcuquí.

Al momento el Cantón Urcuquí, constituye un sitio estratégico en varios aspectos de desarrollo y productivos, a través de la implementación del Proyecto Yachay Ciudad del Conocimiento que es una de las prioridades del Gobierno Central, lo que hace de este Cantón un sitio idóneo para la implementación de un recinto ferial.

El Cantón Urcuquí al ser un sector en el que su mayor fuente económica se basa en la agricultura y ganadería especialmente, requiere un sitio adecuado en donde ofrecer sus productos, que le permita mantener un vínculo con clientes, conocer la manera adecuada de presentar y negociar sus productos, tener a una organización que respalde su accionar como productor, aprender de las experiencias de otros productores, dar a conocer las nuevas alternativas de producción amigables con el ambiente y sus resultados. El Recinto Ferial ofrece la oportunidad al productor de encontrar los insumos e implementos que como productores requieren para desarrollar su producción, pues también se contará con la exposición de varias firmas comerciales que brinden estos bienes o servicios, estos aspectos entre otros, son lo que beneficiarán al productor.

Los visitantes de la feria, podrán disfrutar de un ambiente agradable de esparcimiento, con shows culturales y artísticos, tener productos de calidad, directamente de los productores, productos saludables y orgánicos, la exposición de artesanías, producción ganadera, la información turística sobre la localidad y la provincia, y una exquisita gastronomía local.

Realizados los estudios de mercado y los estudios financieros se determina viable y sustentable la creación del Recinto Ferial en el Cantón Urcuquí.

EJECUTIVE SUMMARY

The main objective of this thesis is to determine the feasibility of creating a fairground (recinto ferial) in Urcuquí Canton, whose constitution is like a public company, with the strategic partner to the Municipal Government of San Miguel de Urcuquí. In order to exploit the potential evidenced even by the national government and with the vision to support local development Urcuquí Canton, and the Province in many production areas such as: agriculture, livestock, textiles, handicrafts, tourism and gastronomy for this reason it is considered feasible the creation of a Fairgrounds in Urcuquí Canton.

Nowadays, Urcuquí Canton is a strategic site in many aspects of development and production through implementation of the Yachay Knowledge City project, which is one of the priorities of the Central Government, which makes this an ideal site for the implementation of a fairground.(recinto ferial)

The Canton Urcuquí being a sector in which most economic source based on agriculture and livestock, especially, requires a suitable site where they offer their products, enabling it to keep a link with customers, know the proper way to present and negotiate their products, have an organization that supports its actions as a producer, learn from the experiences of other producers to present the new production alternatives with the environmental and its results. The Fairground offers the opportunity to producer finds inputs and implements that as producers need to develop their production, they also will have exposure to some commercial firms that provide these goods or services, these issues will benefit to the producer.

Visitors to the fair could enjoy a pleasant environment for recreation, with cultural and artistic shows; have quality products directly from producers, healthy and organic products, and the exhibition of handicrafts, livestock production, the tourist information about the place and the province, and an exquisite local cuisine.

Conducted market and financial research we determined viable and sustainable creation of the Trade Fair in the Urcuquí Canton.

AUTORÍA

Nosotros, Verónica Cristina Lita Paredes con cédula de ciudadanía Nro. 100232271-5 y Edison Raúl Manrique Alomía, con cédula de ciudadanía Nro 100171085-2, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RECINTO FERIAL EN EL PROYECTO S.U.S.A. DEL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA IMBABURA” , que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Verónica Cristina Lita Paredes

C.C. # 100232271-5

Firma

Edison Raúl Manrique Alomía

C.C. # 100171085-2

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los estudiantes egresados Verónica Cristina Lita Paredes y Edison Raúl Manrique Alomía, para optar por el Título de Ingeniería en Administración Pública de Gobiernos Seccionales, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RECINTO FERIAL EN EL PROYECTO S.U.S.A. DEL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 28 días del mes de junio del 2012.

Firma

Dr. Fausto Lima Soto



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Verónica Cristina Lita Paredes y Edison Raúl Manrique Alomía, con cédula de ciudadanía Nros. 100232271-5 y 100171085-2, manifestamos nuestra 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 autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RECINTO FERIAL EN EL PROYECTO S.U.S.A. DEL CATÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ADMINISTRACION PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor 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.

(firma):

(firma):

Nombre: Verónica Cristina Lita Paredes

Nombre: Edison Raúl Manrique Alomía

Cédula: 100232271-5

Cédula: 100171085-2

Ibarra, a los 28 días del mes de Junio del 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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100232271-5 y 100171085-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	LITA PAREDES VERÓNICA CRISTINA Y MANRIQUE ALOMÍA EDISON RAÚL		
DIRECCIÓN:	IBARRA URCUQUI CALLE ANTONIO ANTE # 523		
EMAIL:	verocris2005@hotmail.com emanrique71@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2611249 2939593	TELÉFONO MÓVIL:	081492577 081776956

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RECINTO FERIAL EN EL PROYECTO S.U.S.A. DEL CATÓN URCUQUI, PROVINCIA IMBABURA
AUTOR (ES):	LITA PAREDES VERÓNICA CRISTINA MANRIQUE ALOMÍA EDISON RAÚL
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES
ASESOR /DIRECTOR:	DR. FAUSTO LIMA SOTO

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, Verónica Cristina Lita Paredes con cédula de ciudadanía Nro. 100232271-5 y Edison Raúl Manrique Alomía, con cédula de ciudadanía Nro. 100171085-2, en calidad de autores y titulares 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

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de Junio del 2012.

EL AUTORES:

(Firma).....
Nombre: Verónica Cristina Lita Paredes
C.C.: 100232271-5

(Firma).....
Nombre: Edison Raúl Manrique Alomía
CC.: 100171085-2

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A dios todopoderoso, por darnos el bello tesoro de la vida, iluminar nuestros pasos, proveernos de las fuerzas necesarias para lograr esta meta.

A nuestros familiares, a cada uno en particular, ya sean nuestros padres, hermanos e hijas, quienes nos han dado su paciencia, su sacrificio, y nos han ayudado en muchos aspectos para cumplir con uno de nuestros mayores anhelos y que hoy lo hemos logrado con mucha satisfacción.

A todos los que se regocijan con este logro alcanzado porque su alegría es la nuestra.

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, damos gracias a Dios, por estar con nosotros en cada paso que hemos dado, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro apoyo durante nuestro proceso de formación profesional.

De manera especial a nuestros familiares, a quienes agradecemos por su comprensión y motivación.

A nuestro apreciado Director de tesis el Doctor Fausto Lima, quien a más de apoyarnos con sus conocimientos y experiencias, nos ha brindado su valiosa amistad.

A la Universidad Técnica del Norte, por sus constantes avances y logros como institución, para que siempre con mucho cariño y orgullo podamos decir “somos profesionales de la Universidad Técnica del Norte”.

PRESENTACIÓN

El presente emprendimiento se basa en la implementación de un recinto Ferial en la ciudad de Urcuquí, cantón del mismo nombre, provincia de Imbabura, las características de ubicación y bondades climáticas hacen que esta propuesta sea viable. El presente proyecto está conformado por siete capítulos que se consideran aspectos sociales, de mercado, técnico, financiero, propuesta empresarial y de impactos.

El primer capítulo contiene lo referente a diagnóstico situacional donde se recaba y resalta los aspectos más relevantes del Cantón Urcuquí como sitio de interés para la implementación de la propuesta de recinto ferial, las características que se destacan es la gastronomía, turismo, cultura, agricultura, aspectos ambientales, climatológicos entre otros.

El contenido de la propuesta del recinto ferial y aspectos, técnicos, financieros, la consolidación como empresa pública y el análisis de impactos, estos temas fueron se sustentan en bases teóricas recabadas mediante bibliografía especializada, artículos de interés respecto a ferias a nivel nacional y se aprovechó la tecnología mediante investigación por internet.

Para obtener una idea concreta que oriente el establecimiento del recinto ferial fue necesario realizar un estudio de mercado dirigido a productores de las cinco cantones de les provincia, y complementada con entrevista a especialistas como representantes de las Cámaras de Comercio de Ibarra, de Industriales de Atuntaqui y Otavalo; esto con la finalidad de conocer los aciertos y fracasos respecto a la organización de las expo - ferias de Atuntaqui, Otavalo y Cotacachi.

Para el establecimiento del recinto ferial en Urcuqui fue necesario conocer vía investigación bibliográfica y lincográfica experiencias nacionales e

internacionales y determinar la magnitud y elementos técnicos que van desde la macro y micro localización, tamaño, requerimientos en activos fijos, determinación de costos de operación, de instalación, requerimiento de mano de obra calificada y no calificada, financiamiento y por último la distribución de los stand que contenga experiencias de bienes y/o servicios.

La sustentación financiera que dé idea de rentabilidad y viabilidad de la propuesta, fue necesario utilizar indicadores como el VAN, TIR, Tasa de Redescuento, relación Beneficio – Costo, periodo de recuperación de la inversión, el horizonte del proyecto es de cinco años.

Por último fue necesario realizar un análisis de los impactos: social, ambiental, económico y educativo, se determinaron variables para cada uno de ellos y obtener mediante análisis de resultados cuantificables la viabilidad positiva y contrarrestar al aspecto negativo que no afecte el medio ambiente del entorno.

ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iv
Autoría	vi
Certificado de Asesor	vii
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte	viii
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	ix
Dedicatoria	xi
Agradecimiento	xii
Presentación	xiii
Índice	xv

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

Antecedentes	23
Justificación	24
Objetivos	26
Objetivo General	26
Objetivos Específicos	26

CAPÍTULO I

Análisis Situacional	29
Antecedentes	29
Objetivos del Diagnóstico	30
Variables Diagnósticas	31
Indicadores	31
Matriz de Relación Diagnóstica	33
Aspectos relevantes	34
Gastronomía	35

Organización social	35
Salud	36
Educación	36
Cultura y recreación	36
Aspecto económico	37
Servicios básicos	38
Población	38
Componentes ambientales	38
Flora	40
Fauna	41
Mecánica operativa	41
Entrevista a expertos	53
Matriz de indicadores	55
Elaboración de la matriz AOOR	56

CAPÍTULO II

Marco Teórico	59
Recinto ferial	59
La empresa	59
Organización empresarial	61
Proceso administrativo	65
Aspectos conceptuales de mercado	66
Aspectos técnicos	69
Aspectos económicos financieros	71
Estados financieros	74
Estado de flujo de efectivo	74
Evaluación económica	75
Impactos	77

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado	79
Marco de desarrollo	79
Identificación del producto	80
La oferta	81
Proyección de la demanda	86
Análisis de precios	88
Calidad de los servicios	89
Calidad del producto	92
Conclusiones del estudio de mercado	92

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico del proyecto	95
Tamaño del proyecto	95
Características	96
Localización del proyecto	97
Ingeniería del Proyecto	99
Inversión	102
Financiamiento	104
Talento humano requerido	104

CAPÍTULO V

Estudio económico financiero	105
Presentación	105
Inversión inicial	105
Determinación de ingresos	106
Determinación de egresos	109
Gastos administrativos	114
Gastos de ventas	116

Gastos financieros	117
Depreciaciones	120
Estados financieros	120
Evaluación Financiera	122

CAPÍTULO VI

Propuesta estratégica	125
La Empresa	125
Misión	125
Visión	125
Políticas	126
Valores	127
Orgánico estructural	128
Manual de funciones	129

CAPÍTULO VII

Estudio de impactos	135
Determinación de impactos	135
Niveles de Impacto	135
Impacto social	136
Impacto económico	137
Impacto ambiental	138
Impacto educativo	139
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES	143
BIBLIOGRAFÍA	145
LINCOGRAFÍA	147
ANEXOS	148

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N. 1 Matriz diagnóstica	33
Cuadro N. 2 Gastronomía	35
Cuadro N. 3 Población del Cantón Urcuquí	38
Cuadro N. 4 Especies representativas en zona del Cantón Urcuquí	40
Cuadro N. 5 PEA Provincia de Imbabura	41
Cuadro N. 6 Conocimiento del Recinto Ferial	45
Cuadro N. 7 Venta de bienes y/o servicios	46
Cuadro N. 8 Exhibición de bienes y/o servicios	47
Cuadro N. 9 Estrategia de venta de bienes y/o servicios	48
Cuadro N. 10 Incremento de turismo en Cantón Urcuquí	49
Cuadro N. 11 Pago por ingreso al recinto ferial	50
Cuadro N. 12 Urcuquí sitio para instalación de recinto ferial	51
Cuadro N. 13 Número de ferias por año	52
Cuadro N. 14 Matriz de indicadores	55
Cuadro N. 15 Clasificación de la empresa	60
Cuadro N. 16 Simbología del Diagrama de Flujo	64
Cuadro N. 17 Distribución de los Stands	81
Cuadro N. 18 PEA Cantones oferentes	81
Cuadro N. 19 Población provincia de Imbabura	84
Cuadro N. 20 Población de Provincia del Carchi	84
Cuadro N. 21 Ingreso de turistas año 2011 – 2012	86
Cuadro N. 22 Ingreso de turistas por provincia	87
Cuadro N. 23 Ingreso de turistas por país	87
Cuadro N. 24 Precios por alquiler de stand	88
Cuadro N. 25 Confirmación de los stands en el recinto	89
Cuadro N. 26 Especificaciones por sector y stand	90
Cuadro N. 27 Sectores de Exhibición	96
Cuadro N. 28 Resumen de inversión de stands	102
Cuadro N. 29 Infraestructura	102
Cuadro N. 30 Herramientas y equipos	102

Cuadro N. 31 Muebles de oficina	102
Cuadro N. 32 Equipo de Cómputo	103
Cuadro N. 33 Gastos diferidos	103
Cuadro N. 34 Capital de trabajo	103
Cuadro N. 35 Resumen de la inversión	104
Cuadro N. 36 Financiamiento	104
Cuadro N. 37 Talento Humano	104
Cuadro N. 38 Cuadro de inversiones	105
Cuadro N. 39 Costos por sector agrícola	106
Cuadro N. 40 Costos por sector pecuario	106
Cuadro N. 41 Costos pos sector agroindustrial	106
Cuadro N. 42 Costos por sector artesanal	107
Cuadro N. 43 Costos por sector maquinaria y vehículos	107
Cuadro N. 44 Costos por sector de insumos agropecuarios	107
Cuadro N. 45 Costos por sector de tecnología	107
Cuadro N. 46 Costos por sector experimental	107
Cuadro N. 47 Costos por sector turismo	108
Cuadro N. 48 Costos por sector patio de comidas	108
Cuadro N. 49 Ingreso por entradas	108
Cuadro N. 50 Proyección de ingresos	109
Cuadro N. 51 Sector Agrícola	110
Cuadro N. 52 Sector pecuario	110
Cuadro N. 53 Sector agroindustrial	110
Cuadro N. 54 Sector artesanal	111
Cuadro N. 55 Sector maquinaria y vehículos	111
Cuadro N. 56 Sector Insumos agropecuarios	111
Cuadro N. 57 Sector tecnológico	111
Cuadro N. 58 Sector experimental	111
Cuadro N. 59 Sector promoción turística	112
Cuadro N. 60 Sector de patio de comidas	112
Cuadro N. 61 Resumen de los costos de instalación	112
Cuadro N. 62 Mano de obra directa	113

Cuadro N. 63 Servicios básicos	113
Cuadro N. 64 Resumen de los costos de operación	114
Cuadro N. 65 Proyección del SBU	114
Cuadro N. 66 Salario mensual Gerente	115
Cuadro N. 67 Salario anual Gerente	115
Cuadro N. 68 Sueldo mensual Secretaria – Contador	115
Cuadro N. 69 Salario anual Secretaria – Contadora	116
Cuadro N. 70 Gasto de ventas	116
Cuadro N. 71 Amortización del crédito	117
Cuadro N. 72 Cuadro de intereses anuales	119
Cuadro N. 73 Cálculo de depreciaciones	120
Cuadro N. 74 Balance de arranque (año cero)	120
Cuadro N. 75 Estado de Pérdidas y Ganancias	121
Cuadro N. 76. Flujo de caja proyectado	122
Cuadro N. 77 Distribución de la Inversión	122
Cuadro N. 78 Cálculo del VAN	123
Cuadro N. 79 Cálculo del TIR	123
Cuadro N. 80 Cálculo del Período de Recuperación	124
Cuadro N. 81 Medición de impactos	135
Cuadro N. 82 Medición de impacto social	136
Cuadro N. 83 Medición de impacto económico	137
Cuadro N. 84 Medición de Impacto Ambiental	138
Cuadro N. 85 Medición de impacto educativo	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.1 PEA de la Provincia de Imbabura	44
Gráfico N. 2 PEA por Cantones de Imbabura	45
Gráfico N. 3 Conocimiento del recinto ferial	45
Gráfico N. 4 Venta de Bienes y/o servicios	46
Gráfico N. 5 Exhibición de Bienes y/o servicios	47
Gráfico N. 6 Estrategia de venta de bienes y/o servicios	48
Gráfico N. 7 Incremento de turismo en Cantón Urcuquí	49
Gráfico N. 8 Pago por ingreso al recinto ferial	50
Gráfico N. 9 Urcuquí sitio para instalación de recinto ferial	51
Gráfico N. 10 Número de ferias por año	52
Gráfico N. 11. Entrada de extranjeros al Ecuador 2011 – 2012	86

INTRODUCCION AL PROYECTO

ANTECEDENTES

San Miguel de Urququí perteneciente a la provincia de Imbabura, fue creado como Cantón mediante decreto ejecutivo Nro. 158 publicado en el registro oficial Nro. 680 del 9 de Febrero de 1984.

La jurisdicción política – administrativa del Cantón Urququí comprende las siguientes parroquias: Urququí, San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí y la Merced de Buenos Aires.

Este Cantón situado a 19 km de la ciudad de Ibarra a una altura de 2384 m.s.n.m con un clima templado y una temperatura promedio de 20 grados centígrados, se ubica al Nor- Occidente de la provincia de Imbabura, cuyos límites son: al norte el Cantón Ibarra, al Sur el cantón Antonio Ante, al Este Cantón Ibarra y al Occidente limita con el Cantón Cotacachi y Provincia de Esmeraldas.

La población según datos estadísticos del INEC - Censo 2011, cuenta con 15.671 habitantes.

Es un cantón privilegiado que posee un paisaje natural incomparable y un acogedor clima, características que han propiciado el desarrollo de la producción agrícola que van desde productos de clima frío hasta el subtropical. En cuanto a la ganadería, existe crianza de ganado porcino, vacuno y caballar. Sus habitantes han desarrollado la actividad artesanal a través de asociaciones y microempresas, en las cuales también han incursionado en productos no tradicionales.

En el Cantón no se ha fomentado la realización de ferias multisectoriales, que permitan la promoción y comercialización de las

diversas actividades productivas, turísticas y culturales; evidenciándose una falta de un espacio adecuado y específico para este tipo de eventos.

Como aliado estratégico en el presente proyecto está la Asociación “SIEMPRE UNIDOS SEGUIREMOS ADELANTE” SUSAS, organización privada sin fines de lucro, cuyo objetivo es mejorar las condiciones de vida de la población a través de programas de salud, nutrición, producción recreación y de trabajar por el desarrollo cultural y social de los involucrados.

JUSTIFICACION

San Miguel de Urququí ofrece a sus visitantes variados atractivos enmarcados en naturaleza, historia, aventura y diversión complementados con paisajes de páramos, lagunas, valles y hasta selva de incomparable belleza matizada de una policromía de ensueño. Caracterizándose por su actividad agroartesanal.

Las ferias que se han desarrollado en el cantón han surgido de las ideas y planes de mejora de la actividad productiva del cantón, por parte de algunos miembros del Ilustre Municipio de Urququí, los cuales se han esforzado para presentar a la ciudadanía un evento que satisfaga a visitantes y productores.

Para tener una visión real del desarrollo de las Ferias se ha tomando como referencia la II feria Agro artesanal Urququí 2009, se aplicó diferentes técnicas de investigación como las encuestas y la observación, cuyos resultados permitieron diagnosticar diversos criterios de la ciudadanía en la inconformidad ,en aspectos como; poca variedad de producción, limitado espacio, sumado a esto la baja inversión en marketing provocando el ausentismo de expositores y visitantes., a

consecuencia de una carencia en planificación, organización y una anticipada delegación de funciones.

Otro factor desfavorable en la presentación de las ferias anteriores es el tiempo de duración ya que se las realizó un solo día recibiendo a visitantes que en la mayor parte son del mismo cantón, sin embargo más de satisfacer las expectativas de sus habitantes se debe buscar atraer visitantes de otros lugares fortaleciendo así el turismo, por lo que sería recomendable que el tiempo de la feria se amplíe. Para que también la visiten personas de otras ciudades.

Uno de los graves problemas que afronta el cantón Urcuquí, es la falta de alternativas de comercialización de los diferentes productos en los ámbitos agrícolas, ganaderos y artesanales, provocando un desmedro en la economía familia y del cantón en general, mermando la calidad de vida de los pobladores por una serie de factores que a continuación se enuncian:

- La ausencia de programas que permitan consolidar las economías dinámicas y competitivas locales, provinciales y nacionales, capaces de enfrentar los retos de una economía globalizada y que permitan la interrelación directa entre productores y consumidores, tomando en consideración el concepto de desarrollo sostenible. La finalidad del proyecto es promocionar los productos de la zona, de los sectores agrícolas, ganadero y artesanal y dinamizar la economía de la población y puedan determinarse como emprendedores dentro del concepto de cadenas productivas sustentables.

- La falta de alternativas de comercialización para nuestros productores, han generado migración y la consecuente desintegración de la unidad familiar, provocando la pérdida de la

identidad cultural, la falta de sensibilización ante las problemáticas sociales, frente a la desmotivación por la falta de fuentes de trabajo. Falta promover la organización y fortalecimiento comunitario.

- No se ha dado énfasis en las políticas e incentivos para la comercialización de la producción, la ausencia de una planificación sostenida de capacitación, en las aéreas de producción, procesamiento y comercialización a nivel local.
- En la generalidad existe un inadecuado manejo ambiental, que ha provocado un acelerado deterioro de los recursos naturales: erosión de los suelos, pérdida de la biodiversidad, pérdida de semillas nativas, destrucción de las zonas protegidas en las aéreas más vulnerables como paramos y cejas de montaña, utilización de técnicas agrícolas y ganaderas no apropiadas generando el deterioro del ecosistema.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un Recinto Ferial en la “Finca del Proyecto SUSANA” en el cantón Urcuquí – Provincia Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el análisis situacional para determinar la factibilidad de la creación de un recinto ferial.
- Desarrollar el Marco Teórico o Bases Teóricas Mediante la Investigación Bibliográfica.

- Estructurar el Estudio de Mercado para determinar la Oferta y la Demanda del producto o servicio.
- Determinar el Estudio Técnico del Proyecto.
- Estructurar el Estudio Económico Financiero para Determinar la Rentabilidad del Proyecto.
- Elaborar la Propuesta Estratégica
- Determinar los Impactos que generará el proyecto en los ámbitos: Social, Económico, Ambiental y Educativo.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Las condiciones climáticas, de temperatura y suelo, hacen de la Provincia de Imbabura un lugar privilegiado en el norte del Ecuador, éstas características y por la cercanía al puerto de Esmeraldas por la vía Ibarra San Lorenzo y frontera con Colombia por cuestiones de intercambio comercial entre los dos países hacen que la provincia sea la más visitada por turistas internos y externos.

El Cantón Urcuquí perteneciente a la Provincia de Imbabura, fue creado como tal mediante decreto ejecutivo N° 158 publicado en el registro oficial N° 680 del 9 de Febrero de 1984. Es un sector que brinda todas las condiciones como para desarrollar multiplicidad de emprendimientos exitosos.

Por algo el Cantón Urcuquí fue seleccionado como el sitio estratégico para orgullo de la Provincia de Imbabura, el País y Sudamérica para la construcción del proyecto emblemático del Ecuador como es la Ciudad del Conocimiento, sitio que albergará lo mejor de la investigación a nivel mundial. Este mega proyecto ocupa una extensión de 1100 Ha y se convierte en la oportunidad de crecimiento para la población del norte del país.

La iniciativa que es sujeto de esta propuesta de investigación, es la implementación de un recinto ferial en el Cantón Urcuquí, sitio que dará albergue a emprendimientos del sector y norte del país y sur de Colombia, las oportunidades son diversas y se debe trabajar con

productos de calidad, cultivados con técnicas amigables para el medio ambiente promoviendo la seguridad alimentaria para alinearnos con los objetivos del plan nacional del Buen Vivir.

Operativamente se trabajará con enfoque empresarial para establecer claramente las unidades administrativas y el personal requerido para cada una de ellas, además se tomará en cuenta las exigencias tributarias como obligaciones que exige la ley para este tipo de formas organizativas.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico que permita determinar la factibilidad de la creación de un recinto ferial en la “Finca del Proyecto SUSA” en el Cantón Urcuquí – Provincia Imbabura.

1.2.2. Objetivos Específicos

- 1.2.2.1.** Determinar la normativa legal vigente que permita crear la empresa pública.
- 1.2.2.2.** Determinar y consolidar la ubicación estratégica para la estructuración del recinto ferial.
- 1.2.2.3.** Determinar las potencialidades productivas de bienes y servicios del Cantón Urcuquí.
- 1.2.2.4.** Establecer tanto la oferta como la demanda de expositores de bienes y servicios de los cantones de la provincia de Imbabura.

- 1.2.2.5. Realizar alianza estratégica con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Cantón Urcuquí para la creación del recinto ferial.
- 1.2.2.6. Determinar el estudio financiero para establecer la factibilidad de la propuesta.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- 1.3.1. Base Legal
- 1.3.2. Ubicación
- 1.3.3. Oferta
- 1.3.4. Demanda
- 1.3.5. Organización
- 1.3.6. Política Financiera

1.4. INDICADORES

1.4.1. Normativa Legal

- 1.4.1.1. Ley Orgánica de Empresas Públicas
- 1.4.1.2. Código de la Producción
- 1.4.1.3. Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Descentralización.
- 1.4.1.4. Ley de Régimen Tributario Interno

1.4.2. UBICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.4.2.1. Determinación del lugar
- 1.4.2.2. Tamaño
- 1.4.2.3. Legalización

1.4.3. OFERTA

- 1.4.3.1. Servicios
- 1.4.3.2. Calidad
- 1.4.3.3. Competencia

1.4.4. DEMANDA

- 1.4.4.1. Sexo
- 1.4.4.2. Edad
- 1.4.4.3. Preferencias
- 1.4.4.4. Costos

1.4.5. ORGANIZACIÓN

- 1.4.5.1. Número de stands
- 1.4.5.2. Unidades operativas
- 1.4.5.3. Procesos

1.4.6. POLÍTICA FINANCIERA

- 1.4.6.1. Inversión Inicial
- 1.4.6.2. Ingresos
- 1.4.6.3. Gastos
- 1.4.6.4. Capital de Trabajo
- 1.4.6.5. Rentabilidad

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N° 1: Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
1. Determinar la normativa legal vigente que permita crear la empresa pública.	Normativa Legal	Ley Orgánica de Empresas Públicas. COOTAD LRTI	Documental	Primaria
2. Determinar y consolidar la ubicación estratégica para la estructuración del recinto ferial.	Ubicación estratégica	Determinación del lugar. Tamaño Legalización.	Observación directa.	Primaria
3. Determinar las potencialidades productivas de bienes y servicios del Cantón Urcuquí.	Bienes Servicios	Experiencia Capacitación Motivación Remuneración	Entrevista	Primaria
4. Establecer la oferta, la demanda de expositores de bienes y servicios de los cantones de la Provincia de Imbabura.	Oferta Demanda	Servicios Calidad Competencia Sexo Edad Preferencias Costos	Encuesta	Primaria

5. Establecer la, organización a través de la alianza con el GAD de Urququí que permita la promoción y comercialización de los productos, en recinto. Ferial.	Organización	Número de stands Unidades operativas Procesos	Documental	Primaria
6. Determinar el estudio financiero para establecer la factibilidad de la propuesta.	Política Financiera	Inversión Inicial Ingresos Gastos Capital de Trabajo Rentabilidad	Documental	Primaria

Elaborado: Los Autores

a. ASPECTOS RELEVANTES

i. Infraestructura Vial

El acceso al Cantón Urququí se hace por una vía de primer orden, distan de la ciudad de Ibarra capital provincial 19 Km y 152 de la capital ecuatoriana, la conexión vial interna de la ciudad y parroquias se hace por vías de segundo y tercer orden.

ii. Infraestructura Productiva

El Cantón Urququí se destaca por ser una zona, la diversidad productiva se debe a las bondades climáticas que este sector ofrece, la existencia de sistemas de agua de riego asegura favorablemente la producción, la conectividad vial interna favorece la entrada y salida de productos.

iii. Comunal

Dentro del casco urbano y por ser cabecera cantonal, la ciudad dispone para servicio de la sociedad civil, salones de reuniones en el edificio del Gobierno Autónomo Descentralizado, iglesia, instituciones educativas, estadio, mercado para venta de productos alimenticios, las viviendas conservan una arquitectura tradicional acompañada con edificaciones modernas.

b. GASTRONOMÍA

La diversidad en la producción hace que la gastronomía sea también diversa, la mezcla de sabores, olores y la habilidad en el arte culinario hacen que la producción agrícola sea más aprovechada, el siguiente cuadro refleja lo variado de la gastronomía de esta localidad:

Cuadro N° 2: Gastronomía

COMIDAS	BEBIDAS
Arroz con fréjol	Chicha de maíz
Sancocho	Chicha de arroz
Caldo de gallina de campo	Jugo de guayaba
Ensaladas variadas	Jugo de naranjilla
Caldo de bolas de harina	Jugo de limón
Majado con huevo	Jugo de caña
Pasteles de yuca de sal	Agua de panela
Tortillas asadas	
Envueltos de maíz duro	
Ensalada de aguacate	

Fuente: PEDE
Elaborado: Los autores

c. ORGANIZACIÓN SOCIAL

Según el plan de desarrollo estratégico, existen 41 organizaciones sociales en la jurisdicción territorial de la parroquia del Cantón Urcuquí,

estas formas organizativas diversas determinan un nivel coherente de acciones, estas formas diversas de organizarse se componen de: 8 comunidades, 9 barrios, 12 asociaciones de productores, 10 organizaciones sociales y dos religiosas, este mapa de actores las identifica en su mayoría como organizaciones de hecho. Al no estar constituidas jurídicamente aparecen y desaparecen en el tiempo.

d. SALUD

Se cuenta con un subcentro de salud con la presencia de cinco profesionales quienes brindan atención primaria con equipos y medicamentos limitados, además la atención no es permanente, la cercanía a la ciudad de Ibarra hace que la mayoría de la población recurra por diversas dolencias a los hospitales existentes y clínicas privadas.

1.10. EDUCACIÓN

La parroquia urbana y comunidades rurales cuentan con ocho centros educativos de nivel primario con sus seis grados, son treinta y nueve profesores para un total de novecientos niños, un centro infantil o pre primario con tres maestros/as, el nivel secundario conforman dos colegios fiscales, otras formas de educación son centros en diversas ramas artesanales, la educación superior la realizan en las universidades y centros tecnológicos de la ciudad de Ibarra.

1.11. CULTURA Y RECREACIÓN

Según el plan de desarrollo, los sectores rurales y urbanos por su propia forma de constitución histórica no han mantenido una identidad cultural original, sin embargo de ello el desarrollo cultural se ha generado desde una óptica de acoplamientos aportados por todos sus pobladores dependiendo de su ascendencia y procedencia, a pesar de la aparente

debilidad cultural, Cantón Urcuquí es la ciudad más visitada en la época de semana santa por las manifestaciones religiosas que se evidencian en estas fechas.

Los juegos deportivos que se practican habitualmente son: el vóley, fútbol, la denominada pelota nacional, estos deportes están denominados como clásicos y tradicionales porque agrupan gente de toda edad y sexo, se practican en establecimientos educacionales y la cancha del estadio de la localidad.

1.12. ASPECTO ECONÓMICO

El desarrollo económico local pone énfasis en las potencialidades productivas del territorio, que se convierten en un eje transversal de cualquier gestión municipal.

La economía familiar se basa en la agricultura y ganadería como rubros principales, actualmente no se descarta la artesanía y agroindustria, la disponibilidad de tierra es suficiente como para realizar una agricultura intensiva y variada, la producción de caña, plátano, cítricos y variedad de frutas tropicales, son los que alimentan a la ciudad de Ibarra vía intermediación encareciendo el producto al consumidor final.

La ganadería de leche es otra actividad productiva importante por la generación de ingresos significativos a las familias de la comunidad. La implementación de la “ciudad del conocimiento” hará que en el futuro inmediato cambie la dinámica productiva, solo este cambio de comportamiento hará del Cantón Urcuquí una ciudad altamente competitiva a nivel regional y de países fronterizos como Colombia y Perú.

1.13. SERVICIOS BÁSICOS

En la actualidad la Provincia de Imbabura y específicamente el Cantón Urcuquí, como municipio más nuevo de la provincia, la preocupación prioritaria es cumplir con las Necesidades Básicas Insatisfechas NBI, cuenta con servicios de luz, agua, teléfono, alcantarillado sanitario, todo lo concerniente a saneamiento ambiental está solventado.

1.14. POBLACIÓN

La población del Cantón Urcuquí se establece en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 3: Población del Cantón Urcuquí

Habitantes	Hombres	Mujeres
15671	7825	7846

Fuente: INEC 2010
Elaborado: Los Autores

Los habitantes se dedican a labores agrícolas como actividad cotidiana y ganadería como actividad ocasional, a su vez son las mujeres las que colaboran en ambas actividades, equilibrando de alguna manera las relaciones de género en la familia. Otras actividades que predominan más en las mujeres son labores artesanales de toda índole.

1.15. COMPONENTES AMBIENTALES

El Cantón Urcuquí posee diez zonas de vida, de cuyas cualidades físicas ecológicas, topográficas y geológicas, han caracterizado a este territorio como encanto natural en la Provincia de Imbabura.

1.15.1. Precipitación Anual

Su precipitación promedio oscila entre 0.00 mm en las zonas bajas a 1750 mm en sus zonas altas. Las esponjas naturales de los páramos mantienen ríos y lagunas permanentes que irrigan gran parte del territorio cantonal.

1.15.2. Uso actual del suelo

El Cantón Urququí mantiene vegetación primaria, secundaria, páramos y vegetación arbustiva; la mayor parte del espacio territorial es cultivable y se desarrollan siembras de ciclo corto, esta producción variada ha generado que a este cantón se lo conozca como el “Granero de Imbabura”.

1.15.3. Temperatura

La temperatura promedio del caso urbano oscila entre 14°C a 22°C que es la temperatura ambiente del sector.

1.15.4. Clima

El clima del Cantón Urququí va desde el templado subtropical hasta el frío de los páramos, estos extremos climatológicos hacen que sean aptos para el cultivo e introducción de variedad de productos agrícolas propios de estos climas.

1.15.5. Altitud

El Cantón Urququí se encuentra entre una altitud de 800 a 4.400 m.s.n.m., estos pisos altitudinales hacen que se pueda disfrutar de variadas posibilidades de microclimas y producción.

1.16. FLORA

Cuadro Nº 4: Especies representativas en la zona del Cantón Urcuquí

Nombre Científico	Nombre Común
<i>Myrcianthes</i> sp	GUAYABO
<i>Weinmanniasp</i>	WATZI
<i>Myrcyantes</i> sp	ARRAYÁN
<i>Oreopanax</i> sp	PUMAMAQUI
<i>Eritrina</i> sp.),	POROTÓN
<i>Sauraiasp</i>	MOQUILLO
<i>Bauhiniasp</i>	PINO
<i>Alnusacuminata</i>	ALISO
<i>Myricapubescens</i>	LAUREL DE CERA
<i>Miconiasp</i>	MELASTOMATACEAS
<i>Chusqueasp</i>	SUROS
<i>Adiantum</i> sp.	HELECHOS
<i>Macleaniasp.</i>	HUALICÓN
<i>Baccharis</i> sp	CHILCAS
<i>Myricapubescens</i>	FALSO LAUREL
<i>Ocoteasp.</i>	YALTE NEGRO
<i>Cedrela montana</i>	CEDRO
<i>Weinmanniasp.</i>	ENCINO
<i>Simplocos</i> sp	HOJA BLANCA
<i>Clusiaflaviflora</i>	GUANDERA
<i>Miconiasp.</i>	COLCA
<i>Hedyosmuncumbalense</i>	GUAYUSA DE MONTE
<i>Clethrasp</i>	LEÓN
<i>Miconiasp</i>	AMARILLO
<i>Hyeronimas</i> sp.	MOTILÓN

Fuente: www.municipiourcuqui.gob.ec

Elaborado: Los Autores

1.17. FAUNA

La especie emblemática del Ecuador es el famoso colibrí, esta ave muy pequeña se encuentra en el Cantón Urcuquí, dependiendo de la vegetación también se encuentran diversidad de especies, volviéndose difícil la ubicación de algunos animales debido por a la ampliación de la frontera agrícola.



1.18. MECÁNICA OPERATIVA

1.18.1. Identificación De La Población

La población potencial e identificada es la correspondiente a los seis cantones de la Provincia de Imbabura, tomando como datos la Población Económicamente Activa PEA de la provincia de Imbabura según censo 2010.

Cuadro Nº 5: PEA Provincia de Imbabura

Cantones	PEA	Urbana	Rural
Otavalo	42.553	18.036	24.517
Cotacachi	14.967	4.046	10.921
Antonio Ante	18.974	9.972	9.002
Ibarra	80.482	60.951	19.531
Cantón Urcuquí	6.144	1.392	4.752
Pimampiro	5.614	2.369	3.245
TOTAL...	168.734	96.766	71.968

Fuente: Censo 2010
Elaborado: Los Autores

1.18.2. Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se toma la población económicamente activa de los Cantones de la Provincia de Imbabura, según censo 2010 que corresponde a 168.734 habitantes.

Fórmula:

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

Dónde:

N Tamaño de la población.

n Tamaño de la muestra.

E Error muestral.

Z Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola.

& Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 se trabaja en el centro es decir 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

$$n = \frac{168734 \times 0.25 \times 1.96^2}{0.05^2(168734 - 1) + 0.25 \times 1.96^2}$$

$n = 384$ Personas.

1.18.3. INFORMACIÓN PRIMARIA

1.18.3.1. Encuestas

Es una técnica que permite recopilar información de primera mano que está dirigida a potenciales consumidores de bienes o servicios que se

ofertarán en el recinto ferial, y se segmentará proporcionalmente para cada cantón de la provincia de Imbabura.

1.18.3.2. Entrevistas

Las entrevistas están dirigidas a los presidentes de las Cámaras de Comercio de Ibarra, de Industriales de Antonio Ante y Otavalo, la idea es conocer criterios sobre la viabilidad de participación y apoyo en la consolidación de la creación del recinto ferial en el Cantón Urcuquí.

1.18.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Los planes de desarrollo han sido un instrumento investigativo de mucha ayuda para la recopilación de información adicional respecto a la información relevante y adicional que aporte a la consecución de la propuesta, como información secundaria se puede mencionar:

- Plan de desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Urcuquí
- El COOTAD
- Ley Orgánica de Empresas Públicas
- Código de la Producción
- INEC
- Libros de Administración y Contabilidad
- Lincografía

1.18.5. TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Objetivo: Conocer la aceptación de la sociedad de los cantones de la provincia de Imbabura sobre la creación de un recinto ferial en el Cantón Urcuquí.

1.18.6. Instrucciones

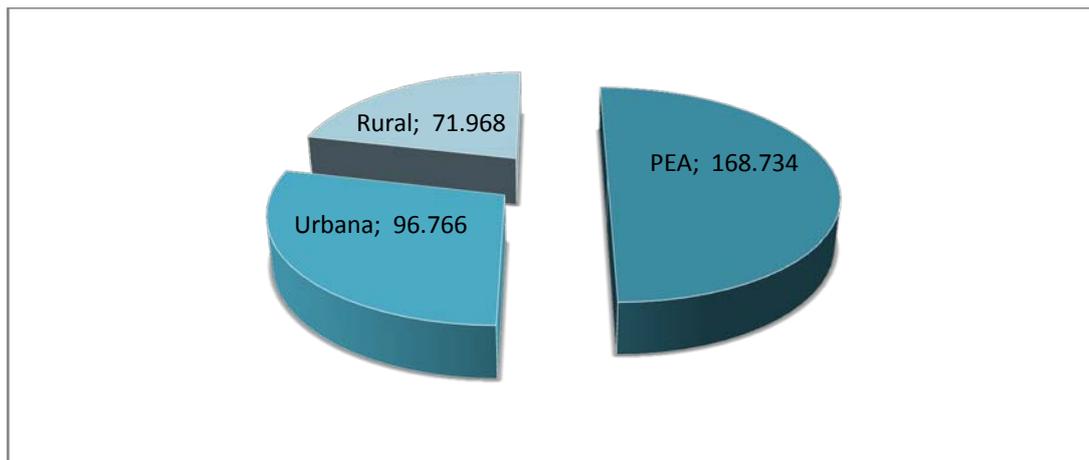
Conteste con toda confianza y sinceridad a cada una de las preguntas planteadas, ya que de su respuesta depende obtener un resultado preciso para la implementación del recinto ferial en el Cantón Urququí.

Datos informativos

La muestra está calculada de la población económicamente activa de la Provincia de Imbabura (Censo 2010), por lo tanto esta es la población objetivo para realizar la encuesta.

El gráfico representa la PEA total de la Provincia de Imbabura y desagregada por población urbana y rural.

Gráfico 1: PEA de la Provincia de Imbabura



Fuente: Censo 2010
Elaborado: Los Autores

El siguiente gráfico muestra la distribución de la PEA total por los cantones que conforman la provincia.

Gráfico 2: PEA por Cantones de Imbabura



Fuente: Censo 2010
Elaborado: Los Autores

Pregunta 1: Usted conoce lo que es un recinto ferial?

Cuadro N° 6: Conocimiento del Recinto Ferial

Alternativa	Frecuencia	%
Si	225	58,59
No	159	41,41
TOTAL...	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 3: Conocimiento de recinto ferial



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

El 59% de los encuestados tienen conocimiento sobre lo que es un recinto ferial, contrastado con un 41% que no conoce o alguna vez escuchó, por lo tanto este resultado mayoritario es lo que da lugar a continuar con la propuesta de implementación del recinto ferial.

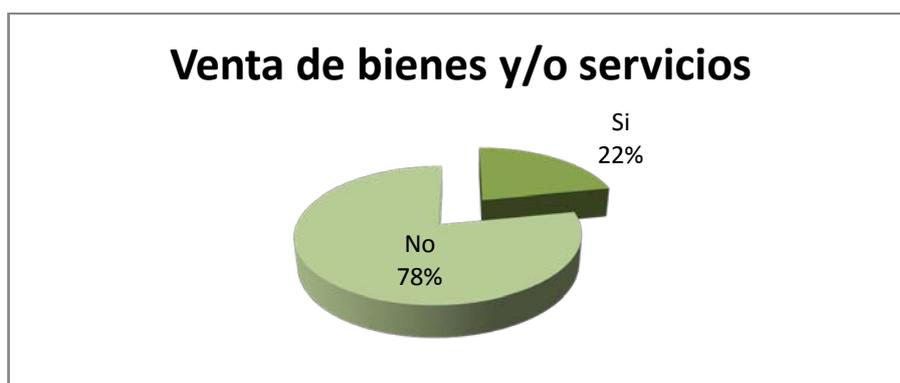
Pregunta 2: Alguna vez ha tenido la oportunidad de vender sus bienes y/o servicios en un recinto ferial?

Cuadro N° 7: Venta de bienes y/o servicios

Alternativa	Frecuencia	%
Si	84	21,88
No	300	78,13
TOTAL...	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 4: Venta de Bienes y/o Servicios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

Apenas el 22% tuvieron la oportunidad de exhibir y vender bienes y/o servicios en un recinto ferial, consecuentemente es viable aprovechar la oportunidad del 78% para captarlos como clientes potenciales para el recinto ferial.

Pregunta 3: Le gustaría que haya un sitio que le brinde posibilidades para exhibición de sus bienes y/o servicios?

Cuadro N° 8: Exhibición de Bienes y/o Servicios

Alternativa	Kg.	%
Si	240	62,50
No	144	37,50
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 5: Exhibición de Bienes y/o Servicios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

La mayoría de los encuestados que representan el 62% sienten la necesidad de exhibir los bienes y/o servicios en un recinto ferial, por lo tanto es prudente la creación del mismo como oportunidad de negociación entre compradores y vendedores.

Pregunta 4: Cuál es la estrategia de venta de sus bienes y/o servicios?

Cuadro N° 9: Estrategia de venta de Bienes y/o Servicios

Alternativa	Frecuencia	%
Venta directa	300	78,13
En pequeñas ferias	84	21,88
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 6: Estrategia de venta de Bienes y/o Servicios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

Actualmente el 78% de los bienes y/o servicios se realizan a través de venta directa, es decir no han tenido la oportunidad de negociar bajo la estrategia de ferias, por lo tanto se debe aprovechar este segmento de mercado bastante significativo como clientes potenciales.

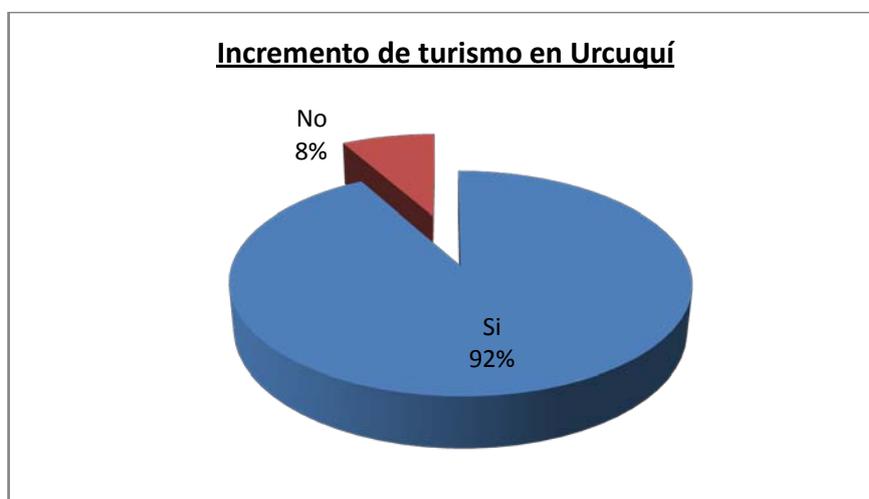
Pregunta 5: El recinto ferial incrementaría el turismo en el Cantón Urcuquí?

Cuadro N° 10: Incremento de turismo en Cantón Urcuquí

Alternativa	Frecuencia	%
Si	353	91,93
No	31	8,07
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 7: Incremento de turismo en Cantón Urcuquí



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

El Cantón Urcuquí por lo general dispone de varios atractivos turísticos que deben aprovecharse, es por esto que el 92% creen que el turismo tendrá un repunte en el Cantón mediante el establecimiento del recinto ferial como complemento donde se puedan realizar negociaciones y compra – venta de bienes y/o servicios.

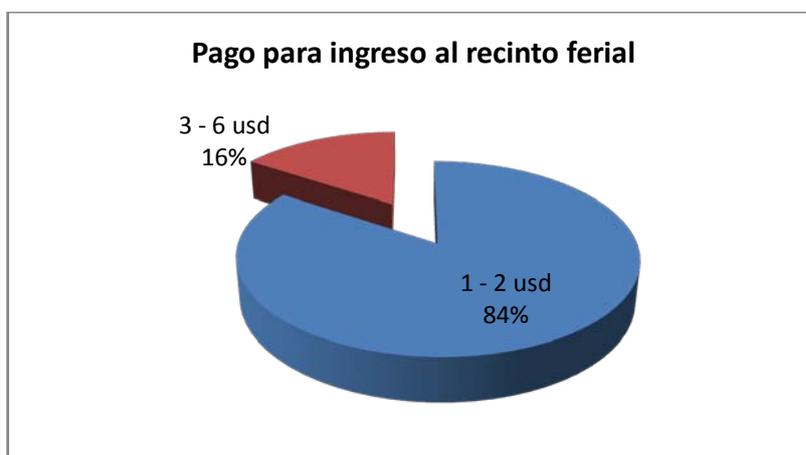
Pregunta 6: Cuanto estaría dispuesto a pagar para ingresar al recinto ferial?

Cuadro N° 11: Pago por ingreso al recinto ferial

Alternativa	Frecuencia	%
1 - 2 dólares	324	84,38
3 - 6 dólares	60	15,63
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 8: Pago por ingreso al recinto ferial



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

Con la implementación del recinto ferial la idea es volver atractivo mediante los precios bajos de entrada, es por esto que el 84% de los/as encuestados prefieren pagar un precio módico para el acceso, sin embargo no se puede descartar el 16% que prefieren pagar un poco más con la finalidad de obtener un servicio de calidad.

Pregunta 7: Considera que la ciudad de Urucuquí por sus atractivos turísticos es propicia para la instalación de un recinto ferial?

Cuadro N° 12: Urucuquí sitio para instalación de recinto ferial

Alternativa	Frecuencia	%
Si	287	74,74
No	97	25,26
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 9: Urucuquí sitio para instalación de recinto ferial



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

Actualmente la creación de la ciudad del conocimiento es la mayor oportunidad en la ciudad de Urucuquí para el establecimiento de varias posibilidades micro empresariales, es por esto que el 75% miran que es oportuno la implementación de un recinto ferial como complemento a varias otras posibilidades innovadoras.

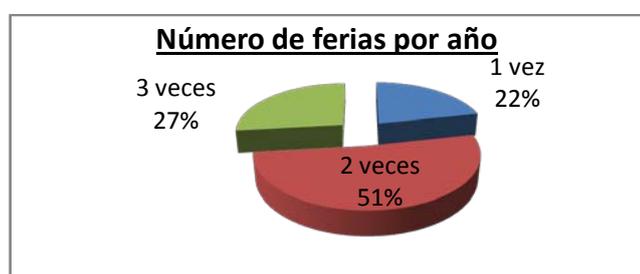
Pregunta 8: Cuántas ferias le gustaría que se hagan en el recinto ferialde Urcuquí?

Cuadro N° 13: Número de ferias por año

Alternativa	Frecuencia	%
1 vez	83	21,61
2 veces	198	51,56
3 veces	103	26,82
TOTAL...	384	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Gráfico 10: Número de ferias por año



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado: Los Autores

Análisis:

El 51% de los encuestados opinan como prudente realizar dos ferias por año, sin descartar el 27% que a posterior se pueden realizar tres ferias anuales, estos porcentajes son importantes porque de esto depende la rentabilidad financiera del recinto ferial.

Conclusión:

De los resultados obtenidos, se determina que la mayor parte de las personas encuestadas, no han podido promocionar y comercializar sus productos a través de ferias, y se evidencia una aceptación considerable con respecto a la creación de un recinto ferial, lo cual representa un factor potencial para el incremento del turismo.

1.19. ENTREVISTA A EXPERTOS

El objetivo es obtener más elementos de juicio que permitan establecer estrategias importantes viables tomando como línea base las experiencias realizadas en la ciudad de Atuntaqui, Cotacachi y Otavalo, en cada una de estas ciudades se tiene varios años donde se organizan ferias importantes que convocan a turistas internos y externos.

Por lo tanto la entrevista está dirigida a los presidentes de las Cámaras de Comercio e industriales de las ciudades mencionadas, las repuestas consideradas a continuación consolida y es la recopilación de todos los entrevistados.

Nombre: Ingeniero Andrés Córdova

Ciudad: Atuntaqui

Fecha: Enero del 2012

Pregunta 1: Considera usted beneficioso organizar ferias a nivel local?

El repunte de la industria en la ciudad es importante, se ha logrado pasar de pequeñas fábricas a industrias con tecnología de punta. Los productos son conocidos a nivel nacional como internacional, este antecedente es lo que ha permitido organizar ferias de altísimo nivel con reconocimiento internacional, a través de estas ferias se ha logrado promocionar los productos a todo nivel logrando records de ventas en los pocos días de feria y como consecuencia de esto ha obligado a las autoridades seccionales preocuparse por el ornato de la ciudad para volver un atractivo turístico donde se puedan ofertar otros bienes y/o servicios.

Pregunta 2:Cuál es el beneficio directo mediante estas ferias para los pequeños y medianos productores?

Tanto los pequeños, como los medianos y grandes artesanos son los más beneficiados, porque son los bienes y/o servicios que exhiben directamente y realizan un relacionamiento directo entre comprador y vendedor, además la relación de negocio entre productores porque se pueden intercambiar ideas que pueden replicarse y mejorarse para eventos futuros.

Pregunta 3:Cuál es el aporte como organizadores de las ferias hacia los pequeños y medianos productores?

Como representantes de las cámaras tanto de comercio como de industriales, nos dedicamos de la planificación y logística de todo el evento que conlleva organizar una feria, posiblemente no hay apoyo económico, pero todo el proceso de lanzamiento desde la inauguración, durante y después está a cargo de las organizadores, esto es el aporte más valioso, es decir todos estos gastos de lanzamiento y promoción de alguna manera tratamos de recuperar con el valor de entradas y alquiler de stands. Por lo tanto el usuario del stand lo que hace es pagar del mismo y exhibir el bien o servicio, por lo tanto la publicidad nos encargamos nosotros.

Pregunta 4: Según su criterio es suficiente realizar una feria al año?

Si logísticamente fuera posible mantener una feria permanente sería bueno, lastimosamente no se cuenta con la infraestructura necesaria y sitio estratégico como para realizar este tipo de eventos, además la idea de las ferias como las que se hacen en el país y en nuestra provincia son temporales, más bien se aprovechan fechas de mayor concurrencia y feriados obligatorios como el carnaval, difuntos y navidad. Al momento lo que se ha logrado es vender imagen al país y fuera de este, ejemplo de ello tenemos la Expo verano de Atuntaqui, la de cuero de Cotacachi y como constante la de Otavalo, la feria de Ibarra tiene que retomarse.

Pregunta 5: A más de los bienes y servicios que se ofertan localmente, que otros aspectos considera que se deben tomar en cuenta?

La provincia de Imbabura es rica en diversidad productiva, cultural, étnica, musical, gastronómica, como puede ver esta diversidad es la que se debe aprovechar en una feria. Estas características adicionales son las que deben incorporarse como riqueza de la provincia y promocionar primero lo nuestro para luego dar lugar a otras experiencias de afuera. Un recinto ferial deber contemplar varios componentes como para mantenerlo de forma permanente y que justifique la creación como tal.

1.20. MATRIZ DE INDICADORES

Cuadro Nº 14: Matriz de Indicadores

OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Determinar la normativa legal vigente que permita crear la empresa pública.	Ley Orgánica de Empresas Públicas. COOTAD LRTI	Normativa Legal	Normativa legal vigente en el país. Facilidad para crear la empresa pública.
Determinar y consolidar la ubicación estratégica para la estructuración del recinto ferial.	Determinación del lugar. Tamaño (1 Ha) Legalización Número de stands	Contratos Actas	Predisposición de propietario de terreno para implementar recinto ferial.

Determinar las potencialidades productivas de bienes y servicios del Cantón Urcuquí.	Determinación de potenciales usuarios del recinto.	Nómina de productores de bienes y servicios.	Participación y colaboración de los productores de la zona de influencia.
Establecer tanto la oferta como la demanda de expositores de bienes y servicios de los cantones de la Provincia de Imbabura.	Servicios Calidad Competencia Sexo Edad Preferencias Costos	Encuesta realizada Entrevista	Colaboración de los/as encuestados para aplicación de ficha de encuesta.
Realizar alianza estratégica con el GAD del Cantón Urcuquí para la creación del recinto ferial.	Acuerdos institucionales	Convenio	Predisposición del GAD Municipal para la creación del recinto.
Determinar el estudio financiero para establecer la factibilidad de la propuesta.	Política Financiera	Estados financieros Informes de rentabilidad.	Políticas crediticias accesibles.

Elaborado: Los Autores

1.21. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ AOR

Es una metodología de análisis que las organizaciones empresariales realizan con la finalidad de conocer las oportunidades y riesgos, así como

los aliados y oponentes que se debe tener presente. Cuyas siglas se describen:

- A** Aliados.
- O** Oportunidades.
- O** Oponentes.
- R** Riesgos.

Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra disponible en la zona. • Espacio físico disponible y suficiente. • Fácil accesibilidad a la zona de intervención. • Unidades de transporte variadas y frecuentes. • Unidades productivas diversas en sectores rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de procesos empresariales en los habitantes rurales. • Prácticas de monocultivo en sector rural. • No hay estrategias de comercialización definidas. • Débil proceso de asociatividad y organización.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad de Cantón Urcuquí, sitio de interés para la construcción de la ciudad del conocimiento. • Financiamiento a través de cooperación internacional. • Exhibición de bienes y servicios de alta calidad por empresas reconocidas. • Primer recinto ferial en la zona norte del Ecuador. • Realizar alianzas estratégicas con empresas reconocidas en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones políticas del Estado desfavorables. • Deficiencia en las estrategias gubernamentales para viabilizar financiamiento. • Empresas grandes absorban las iniciativas rurales.

El Cantón Urcuquí no cuenta con un espacio determinado para un recinto ferial que permita la promoción y comercialización de los productos, bienes y servicios del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Las bases teóricas y científicas es la sustentación de información sobre el tema objeto de estudio o investigación dentro de un portafolio de conocimientos que pueden ser teoría básica, conceptos, principios, leyes, enfoques, modelos, normas, entre otros.

2.1. RECINTO FERIAL

2.1.1. Definición

Un recinto ferial es un área destinada para la realización de eventos demostrativos en aspectos: agrícolas, ganaderos, industriales, tecnológicos, culturales, maquinaria agrícola, turismo, shows artísticos, deliciosa gastronomía, es decir se convierte en un centro de oportunidades para hacer negocio.

El Ecuador tiene un mercado importante respecto a organizaciones de recintos feriales como: La de Durán, Tungurahua, Santo Domingo de Tsáchilas, Esmeraldas.

2.2. LA EMPRESA

2.2.1. Definición de Empresa

SARMIENTO, JP, Análisis de Proyectos empresariales, 2007, Pág. 115, manifiesta. Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y los servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades humanas”.

A criterio personal, una empresa es una organización de personas que realizan aportaciones sea de bienes o capital con la finalidad de producir bienes y servicios para ponerlos a disposición de la sociedad y obtener ganancias.

2.2.2. Clasificación de la Empresa

Las empresas pueden constituirse tomando en cuenta los objetivos para los cuales les motiva la formación, sean estos a corto, mediano y largo plazo. Sin embargo según ANZOLA, Sérvulo, recomienda la siguiente clasificación:

Cuadro N°15: Clasificación de la Empresa

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA
POR SU OBJETIVO	Industrial o de Transformación	Son aquellas que compran bienes o materias primas, someten a un proceso de transformación total o parcial y los venden.
	Comerciales	Son las que buscan utilidad a través de la compra y venta de productos, sin ejercer en ellos ninguna modificación o transformación sustancial.
	De Servicio	Son aquellas que se dedican a realizar o brindar ayuda o asistencia para obtener una remuneración a cambio.
POR SU ORGANIZACIÓN	Individuales	Son aquellas que están constituidas o manejadas por una sola persona.
	De Sociedad	Cuando están conformadas por más de una persona, que a través de un acuerdo, convenio o arreglo, aportan algo para conformar el negocio.

Fuente: wikipedia.org
Elaborado: Los Autores

2.2.3. Características

Las empresas son formas organizativa de fácil constitución, no se requieren grandes capitales ni maquinaria sofisticada, lo que sí es

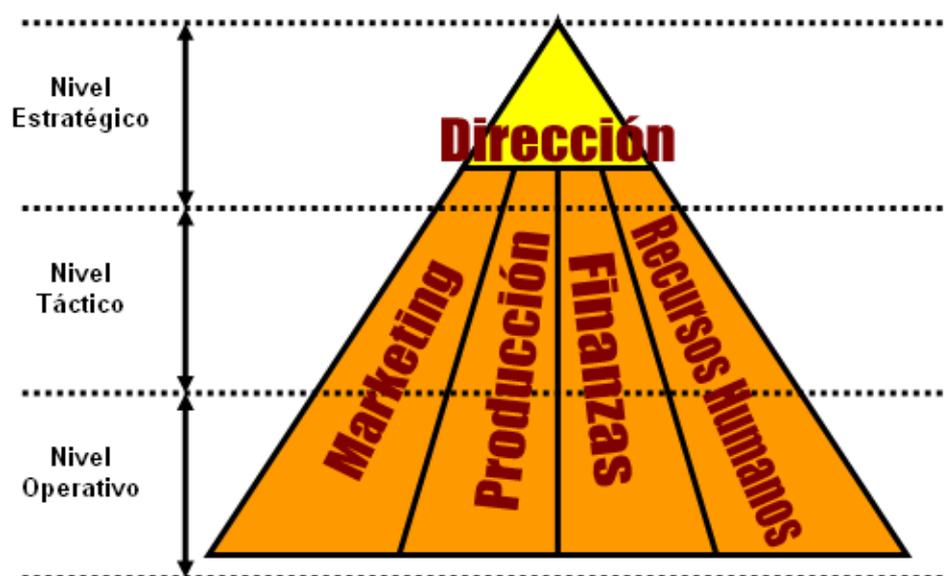
indispensable son las ganas de hacer y emprender en algo. Por lo general es la familia la que se organiza y de alguna manera todos aprenden a través de la asignación de funciones.

Las grandes empresas como las pequeñas se crean para mejorar la calidad de vida de los dueños e indirectamente de los colaboradores, producen bienes o servicios para responder a las demandas concretas de los consumidores.

2.3. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

MUNCH GALINDO, Lourdes. Año 2005, Pag.29 manifiesta que es un “Conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización empresarial ante la sociedad”.

Cualquier tipo de empresa que sea, es importante organizar todos los recursos existentes para lograr competitividad y eficiencia en las operaciones tomando en cuenta cada uno de los niveles descritos en el gráfico siguiente:



Fuente: Wikipedia.org

2.3.1. Misión

Es el fundamento para las prioridades, estrategias, planes y asignación de funciones. Es el punto de inicio para el diseño de puestos administrativos y, sobre todo, para el diseño de las estructuras administrativas.

Es la razón de ser de la organización, su formulación es una etapa de las más importantes en el proceso de planeación.

Es lo mejor que tiene una organización, en su formulación se describe lo mejor que posee en bienes o servicios.

2.3.2. Visión

La visión describe el rumbo que una empresa u organización intenta tomar con el fin de desarrollar y fortalecer su actividad comercial. Expresa el curso estratégico de la empresa en la preparación de su futuro. Es lograr en el futuro el mejor posicionamiento de la empresa de bienes o servicios, tomando en cuenta las ventajas comparativas y competitivas de la organización o empresa.

2.3.3. Políticas

Las políticas son los medios que permiten alcanzar los objetivos anuales. Las políticas incluyen directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de los objetivos enunciados.

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales que hay que observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Son orientaciones que se definen en cada una de las unidades administrativas para una atención eficiente y eficaz, tienen que expresarse por escrito.

2.3.4. Organigrama Estructural

El organigrama consiste en una forma diagramática que muestra las principales funciones y sus respectivas relaciones, los canales de autoridad formal y la autoridad relativa de cada uno de los miembros de la administración a cargo de las respectivas funciones.

Es la representación gráfica de los niveles jerárquicos que tiene una empresa y se establecen las jerarquías mediante líneas de mando.

2.3.5. Organigrama Funcional

El organigrama funcional refleja las jerarquías y cómo van a comunicarse mediante líneas de mando las distintas funciones y dentro de ellas las distintas sub funciones.

2.3.5.1. Manual de Funciones

Son folletos fáciles de manejar en los que se concentran en forma sistemática una serie de normas y reglas que facilitan la operatividad de las unidades administrativas empresariales, además sirve de guía y orienta la conducta de cada grupo humano dentro de la empresa.

2.3.6. Diagrama de Flujo de Proceso

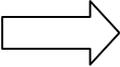
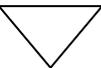
VACA URBINA, Gabriel, año 2006, pag.112. Describe el diagrama de flujo de proceso como: "Usa simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas".

Según Gómez Cejas, Guillermo. Año 2005, El Flujograma o Flujograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional

sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc.

EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

Cuadro N°16: Simbología del Diagrama de Flujo

Símbolos	Significado
	Operación.- Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte.- Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Retraso.- Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento.- Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección.- Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación combinada.- Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Fuente:<http://www.google.com.ec/search?q=simbología+del+diagrama+de+flujo+normas+asme&h>

Elaborado: Los Autores

2.4. PROCESO ADMINISTRATIVO

Una forma de darle direccionamiento a toda forma organizativa es apoyarse en herramientas administrativas que apoyen la gestión empresarial. El proceso administrativo es un instrumento de planificación secuencial y organizada.

2.4.1. Planificación

Según REYES PONCE, Agustín, año 2006, Pág. 343. “La planificación es el proceso de definir metas y objetivos con sus respectivas estrategias de acción para desarrollar las actividades que permitan alcanzarlos”.

La planificación es una herramienta metódica que define todos los caminos posibles para alcanzar objetivos.

2.4.2. Organización

Se trata de recopilar y organizar todos los recursos existentes en una empresa grande o pequeña sean estos económicos, humanos, materiales, tecnológicos, con la finalidad de optimizar de mejor manera cada uno de estos y alcanzar eficientemente los objetivos.

2.4.3. Dirección

Según, MARTÍNEZ MARTÍNEZ, Juan José, Procesos Administrativos. 2008. “Es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos”.

2.4.4. Control

Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas.

2.5. ASPECTOS CONCEPTUALES DE MERCADO

2.5.1. Estudio De Mercado

Según KOTLER, Philip. Año 2008, pag. 127. “Es la información que se usa para identificar oportunidades y problemas de mercado, para generar afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”

El estudio de mercado se sustenta a través de la aplicación de encuestas y su análisis, otra forma de es a través de la realización de entrevistas, la finalidad es determinar la oferta y demanda de los consumidores, por lo tanto el estudio de mercado es un insumo estratégico que permite enfrentar la competencia.

2.5.2. Demanda

BACA URBINA, Gabriel. Quinta Edición, Evaluación de Proyectos, año 2006, pag.17. “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.

La demanda es la posibilidad de adquirir bienes y servicios que ofertan las personas naturales y jurídicas en condiciones óptimas.

2.5.3. Oferta

JACOME, Walter. Año 2005, pag. 101. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, manifiesta, “La oferta constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y este constituye competencia para el proyecto”.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto.

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 determinado.

Oferta es la provisión de bienes y servicios que una empresa pone a disposición de la sociedad a precios accesibles.

2.5.4. Demanda Potencial Insatisfecha

Según BACA, Gabriel. Año 2005. Pág. 51 Evaluación de Proyectos. “Se llama demanda potencial a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

La demanda insatisfecha son los bienes o servicios que no se logra consumir por los consumidores, es importante establecer la demanda insatisfecha porque este es un indicador de que es oportuno iniciar un negocio.

2.5.5. Producto

El producto “Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor”, esta definición según, SANTESMASES, Miguel. Año 2006, Pág. 94.

El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio, para este caso concreto el recinto ferial, es el producto principal de esta investigación. Como definición propia considero que el producto es la consecuencia de la combinación de varios materiales, intervención de mano obra calificada y no calificada hasta obtener la finalización de este.

2.5.6. Precio

Según ARBOLEDA VÉLEZ, Germán. Año 2005, pag.53. “Es el valor, expresado en dinero, de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

Precio es el valor que adquiere un bien o un servicio luego de haber pasado por diferentes procesos.

2.5.7. Mercado

Mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Tomando en consideración las definiciones textuales como autores de esta investigación consideramos que el mercado es el espacio físico donde confluyen oferentes y demandantes de bienes y servicios.

2.5.8. Comercialización

DIAS MOSTO, Jorge. Pág. 195, define “Es la ejecución de una serie de actividades comerciales que permiten dirigir el movimiento de mercaderías y/o servicios del productor al consumidor con la menor dificultad y en las mejores condiciones económicas para ambos”

Según nuestra apreciación, comercializar es movilizar bienes y dinamizar servicios de quien oferta, interviniendo un oferente y por otro lado el consumidor, todo esto en condiciones favorables para las dos partes.

2.6. ASPECTOS TÉCNICOS

2.6.1. Estudio Técnico

Corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades. Se deben realizar varias visitas de campo para aportar con más elementos y confirmar posiblemente las bases teóricas y descartarlas según el caso.

2.6.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se mide en la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las

circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

El tamaño del proyecto es la magnitud que la propuesta a emprender tiene tomando en cuenta financiamiento y tiempo.

2.6.3. Macro localización

La macro localización del proyecto se refiere a establecer con precisión el lugar geográfico donde se va a desarrollar el proyecto, en este caso el recinto ferial.

2.6.4. Micro localización

El micro localización del proyecto es el sitio específico que presta condiciones particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto.

2.6.5. Infraestructura

Son las construcciones necesarias para desarrollar la actividad productiva, sea de bienes o servicios y en la mayoría de los casos se requiere de la intervención de un profesional.

2.6.6. Inversiones

BACA URBINA, Gabriel. Año 2006, pág. 173, manifiesta, “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.

Es la erogación inicial del efectivo para iniciar un proyecto; toda inversión proviene de dos fuentes:

Aporte propio, es el desembolso de dinero por parte de la empresa o dueño del proyecto.

Aporte Financiado, con fondos que se consiguen a través de préstamos realizados a las instituciones financieras.

2.6.7. Talento Humano

Es el elemento proactivo y fundamental de la empresa, con la capacidad de generar beneficios empresariales y personales.

Es el beneficiario del proceso de producción y servicios. Es el que tiene un banco de ideas con la capacidad de aportar al logro personal y de la sociedad.

2.7. ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS

2.7.1. Estudio Financiero

BACA URBINA, Gabriel, año 2006, pág. 160, manifiesta “El estudio económico – financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil. Los datos que son registrados en los componentes del estudio financieros, son el resultado del estudio previo de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

2.7.2. Ingresos

Toda percepción en efectivo, bienes, servicios, valores, título de crédito, crédito en libros o cualquier otra forma que se obtenga como resultado de las operaciones que realiza la empresa.

De la definición anterior a nuestro criterio se podría conceptualizar que los ingresos son todos los dineros provenientes del giro del negocio, en este caso los ingresos constituirían, alquiler de stands, venta de entradas a la feria, auspicios, venta de publicidad y otros.

2.7.3. Egresos

Los egresos constituyen desembolsos de dinero realizados en la parte administrativa del negocio o en el proceso de la producción de un bien.

Para nuestro criterio, los egresos son las erogaciones necesarias en cada uno de los procesos que intervienen en la realización de la feria hasta su culminación. Estos gastos pueden ser administrativos, de ventas y financieros.

2.7.4. Costos de Producción

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico.

Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros.

Está formado por los tres elementos del costo que son: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa, Gastos de Fabricación.

Es el resultado de sumar los costos de fabricación, los gastos administrativos y financieros.

2.7.5. Gastos Administrativos

Son los costos que provienen para realizar la función de administración de la empresa, también debe incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

Además son los gastos necesarios que se incurren en la administración del negocio, aquí interviene la mano de obra especializada en la administración.

2.7.6. Gastos de Ventas

Son los costos y gastos que implica realizar órdenes de compra o conseguir clientes.

Son las erogaciones de dinero necesarias para la colocación del producto o servicio en manos del cliente.

2.7.7. Gastos Financieros

Gasto que está relacionado al financiamiento de una empresa vía crédito bancario, a diferencia del que se aplica directamente a las operaciones.

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.

Son los intereses que se pagan como consecuencia de un crédito realizado para financiar algunas actividades del emprendimiento.

2.8. ESTADOS FINANCIEROS

2.8.1. Estado de Resultados Proforma

La finalidad del análisis del estado de resultados o pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra el proyecto.

Es la presentación ordenada de los ingresos, costos y gastos con la finalidad de determinar utilidad o pérdida.

2.8.2. Balance General

Es la estructuración de los activos, que significa pertenencia material o inmaterial. Pasivos, obligación o deuda que se mantiene con terceros.

El Balance es un documento en el que se copian y presentan en forma ordenada los saldos de las cuentas de Balance: Activo, Pasivo y Capital, sumándose o restándose de este último la utilidad o pérdida obtenido en el estado de Ganancias o Pérdidas.

Capital, son los activos representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas.

2.9. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, hay que tomar en cuenta que son datos basados en aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. Esto

según JÁCOME, Walter. Año 2005, Pág. 74. Bases Teóricas par el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión.

Según OJEDA, F. Año 2006. Pág. 176. “La empresa en funcionamiento está inmersa en un permanente intercambio con los mercados: Continuamente está comprando y vendiendo bienes; adicionalmente invierte en mercados financieros bancarios, colocación de acciones y obligaciones. Toda esta actividad da origen a corrientes (o flujos) de valor que ingresan a la empresa o bien egresan de ésta”.

Flujo de caja son pronósticos de los ingresos y egresos en efectivo con la finalidad de obtener una idea del comportamiento del proyecto en el tiempo.

2.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA

2.10.1. Valor Actual Neto VAN

Según JÁCOME, Walter. Año 2005, Pag. 82. Bases Teóricas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos actualizados descontados a la inversión inicial. Si el resultado obtenido es positivo, es un indicador de que la inversión es viable.

$$VAN = -I.I + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

2.10.2. Tasa Interna de Retorno TIR

Según señala SAPAG N. Año 2007. Pág. 302. Preparación y Evaluación de Proyectos. “La tasa interna de retorno

representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados”

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero. Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[\frac{VAN_{T_i}}{(VAN_{T_s} - VAN_{T_i})} \right]$$

2.10.3. Costo / Beneficio

Este indicador sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, la información se extrae de los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

El resultado del Beneficio / Costo puede reportar los siguientes resultados:

B/C > a 1 se acepta

B/C < a 1 se rechaza

B/C = a 1 es indiferente

$$BeneficioCosto = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

2.10.4. Costo de Oportunidad

“Existen proyectos que utilizan un recurso escaso, para lo cual no existe una manera explícita de cuantificarlo. El costo

de utilizar dichos recursos se conoce como costos de oportunidad, y su medición se realiza mediante la estimación del monto que se hubiese obtenido de ser rechazada la inversión. Aparentemente utilizar los costos de oportunidad en la evaluación financiera de proyectos es una violación del principio de emplear los flujos de efectivo en los que se ha incurrido en realidad. Sin embargo, como se mencionó, el costo de oportunidad que se cargue debe medir el flujo neto de efectivo que se pudo haber obtenido si el proyecto hubiese sido rechazado”, esto según. DE LA TORRE JOAQUÍN-ZAMARRÓN, Berenice, Evaluación de Proyectos de Inversión. Año 2005, Pág. 18.

2.10.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Este elemento de evaluación económica financiera, Permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado.

Cuando se analizan dos alternativas es mejor el que tiene menor tiempo de recuperación.

2.11. IMPACTOS

Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implementa el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cuantificando y cualificando, permitiendo establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.

2.11.1. Económico

Es el efecto multiplicador en cuanto a estabilidad económica o pérdida de empleo de darse el caso extremo, los indicadores de medición pueden ser: Oferta de empleo, demanda de mano de obra, réplica de la experiencia, estabilidad económica familiar, capacidad de compra, etc.

El indicador de impacto que se pretende lograr con esta unidad productiva es la generación de fuentes de trabajo en la zona de intervención y sobretodo servir de modelo productivo alternativo para que mediante la réplica las familias puedan emprender en nuevas formas de producir.

2.11.2. Social

Es la medición de los efectos sociales que se originan como consecuencia de una intervención sea de bienes o servicios en un ciclo de vida del proyecto. Los indicadores serían: vivienda, seguridad familiar, vías de comunicación, servicios básicos, etc.

2.11.3. Ambiental

Son las consecuencias favorables o no favorables que se determinan antes, durante y después de una intervención, algunos indicadores de impacto pueden ser: manejo de desechos, utilización de aguas servidas, no contaminación del agua, conservación y uso racional del suelo, deforestación, contaminación auditiva, etc.

El aprovechamiento óptimo de los recursos naturales disponibles es la mejor estrategia de mantenerlos el ambiente amigable entre hombre – naturaleza.

2.11.4. Educativo

Son los efectos que se pueden conseguir durante o después de una intervención de un proyecto sea de bienes o servicios, algunos indicadores de impacto pueden ser: personas con mejores conocimientos, personas que replican experiencia, formación de centros de capacitación, materiales divulgativos, etc.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. MARCO DE DESARROLLO

La provincia de Imbabura y en especial en la ciudad de Ibarra durante los últimos cinco años se ha notado un creciente impulso a emprendimientos personales debido por un lado al alto porcentaje de desempleo y afluencia de migrantes colombianos con establecimiento de negocios de comida y comercio en general.

En el norte del Ecuador no hay experiencias estables de recintos feriales, exceptuando la que cada año se realiza como estrategia de venta y exhibición de la industria textil de Atuntaqui, tomando como referencia iniciativas grandes de las ferias de Duran en Guayas y la de Ambato en Tungurahua, se pretende replicar en la ciudad de Cantón Urcuquí como lugar estable donde se pueda incorporar un centro de negocios para relacionamiento entre pequeños, medianos y grandes productores tanto de bienes como de servicios.

La implementación de la ciudad del conocimiento en la ciudad de Cantón Urcuquí es una oportunidad para desarrollar emprendimientos con adopción de tecnología de punta en ciencia y tecnología interna y externa.

Tomando en cuenta estas bondades, es conveniente realizar un estudio de mercado para confirmar el establecimiento de este tipo de negocio donde se pueda exhibir iniciativas de familias del sector rural del área de influencia, del sector urbano, empresas y empresas externas al sector de implementación.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1. Producto

La actividad económicas que prevalecen en el Cantón Urcuquí, de manera ancestral es la agricultura y ganadería, incursionando en la actualidad en las áreas agroindustrial y artesanal entre otras; Como es conocido por sus bondades climáticas, en éste sector existe gran variedad de productos que en muchos de los casos son cultivados con técnicas amigables con el ambiente, lo que hace que estos productos sean demandados por la población en general.

De las experiencias tomadas de ferias anteriores y de los agricultores del sector en lo referente a la capacidad de producción y número de expositores que pueden participar en ferias, se determina que el recinto ferial a implementar cubrirá una extensión de una hectárea de terreno plano, ubicado en el casco urbano del Cantón Urcuquí, cuyas características comprenden 146 stands de fácil montaje y desmontaje e infraestructura estable como la concha acústica para presentación de shows artísticos.

De la información proporcionada por el GAD Municipal de Urcuquí, en lo que respecta a ferias realizadas, Productores del Centro Agrícola y agricultores en general, se ha considerado distribuir en varios sectores para exhibición y venta de bienes y servicios de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro N°17: Distribución de los Stands

Descripción	N° stand	Total m2
Sector agrícola	45,00	270,00
Sector pecuario	16,00	166,00
Agroindustria	25,00	150,00
Artesanal	15,00	90,00
Maquinaria y vehículos	5,00	85,00
Insumos (agrícolas y pecuarios)	6,00	36,00
Tecnología	4,00	24,00
Experimental	4,00	24,00
Turismo	4,00	24,00
Patio de Comidas	22,00	132,00
TOTAL	146,00	1.001,00

Fuentes: GAD. Municipal de Urucuquí, Entrevistas.

Elaborado: Los Autores

3.3. LA OFERTA

3.3.1. Mercado meta

El Cantón Urucuquí es el lugar de interés para ejecución de esta propuesta, además es el sitio donde se construirá el recinto ferial, cuyos oferentes de los múltiples servicios a más de los habitantes de la ciudad de Cantón Urucuquí, se involucrarán los cantones de la provincia de Imbabura tal como se consideran en el cuadro siguiente:

CUADRO N°18: PEA Cantones oferentes

Cantones	PEA	Urbana	Rural
Otavalo	42.553	18.036	24.517
Cotacachi	14.967	4.046	10.921
Antonio Ante	18.974	9.972	9.002
Ibarra	80.482	60.951	19.531
Cantón Urucuquí	6.144	1.392	4.752
Pimampiro	5.614	2.369	3.245
TOTAL...	168.734	96.766	71.968

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Los Autores.

El Cantón Urcuquí se va a convertir en la ciudad de mayor concentración de visitantes, una de las razones principales es la construcción de la ciudad del conocimiento, por lo tanto es la oportunidad para crear iniciativas que impulsen la ciencia y el conocimiento a todo nivel.

Los diez sectores definidos para exposición en el recinto ferial tienen de alguna manera mostrar iniciativas urbanas y rurales del Cantón Urcuquí y demás empresarios y empresarios de la provincia de Imbabura y sur de Colombia.

3.3.2. Proyección de la oferta nacional

A nivel nacional hay ferias reconocidas que se realizan cada año como parte del atractivo turístico que las regiones ofrecen al resto del país, las más reconocidas y que tienen reconocimiento nacional e internacional son:

FERIA DE DURÁN	EXPOFERIA AMBATO
<p>La Feria de Durán, organizada y administrada por la Cámara de Comercio de Guayaquil, es una feria que cada 30 de septiembre hasta el 9 de octubre de cada año se realiza en el Cantón Durán, en sus paquetes e infraestructura se consideran aspectos con la finalidad de crear un círculo de éxito entre expositor y visitante.</p> <p>Cada año se evidencia “mejor</p>	<p>La expoferia Ambato, es como se denomina a la feria que se realiza en la ciudad de Ambato, es un recinto ferial con una infraestructura que cuenta con los siguientes servicios:</p> <p>Áreas de expositores, oficinas, servicio de internet, centro de negocios, auditorium, patio de comidas, baños y baterías sanitarias, áreas de descanso, servicios básicos, establos para</p>

infraestructura física, iluminación atractiva, conectividad, prolija limpieza, ampliación y mejoramiento de baterías sanitarias, parqueos exclusivos para expositores, pavimentación y una hermosa jardinería, además de un importante esfuerzo publicitario que garantizarán la máxima rentabilidad por su inversión”.	exhibición de ganado, ring de juzgamiento de ganado, médico veterinario, médico general, ambulancia, personal de apoyo y mantenimiento en el lugar del evento y servicio de guardianía privada las 24 horas.
--	--

Elaborado por: Los Autores

La expoferia Atuntaqui es una oportunidad de encuentro de 250 empresas textiles, que cada año por el mes de febrero se reúnen para establecer relaciones de negocios entre visitante y expositor, esta experiencia de feria exposición de la industria textilera local no tiene recinto definido sino más bien se aprovecha la infraestructura existente como establecimientos educativos grandes.

Como se puede apreciar del análisis, en el norte del país no hay una infraestructura que preste las condiciones de un recinto ferial como la de Duran en la Provincia del Guayas o Ambato en la Provincia de Tungurahua, por lo tanto el establecer un recinto ferial en la provincia de Imbabura, replicando algunas características de las existentes, y aprovechando los recursos disponibles en el sector, nos permitirá implementar de mejor manera el recinto ferial.

3.3.3. Demanda Interna y Externa

3.3.3.1. Demanda Interna

Los demandantes de los bienes y/o servicios que se exhiban en el recinto ferial de la ciudad de Cantón Urcuquí tendrán como clientes exclusivos, seis cantones de la provincia de Imbabura y seis cantones de la provincia del Carchi, todos estos determinados como demanda potencial cercanos al sector de interés del recinto ferial.

Cuadro N°19: Población Provincia de Imbabura

Cantón	Género	Urbana	Rural
Ibarra	Masculino	63.349	24.437
	Femenino	68.507	24.882
Antonio Ante	Masculino	10.216	10.853
	Femenino	11.070	11.379
Cotacachi	Masculino	4.280	15.810
	Femenino	4.568	15.378
Otavalo	Masculino	18.821	31.625
	Femenino	20.533	33.895
Pimampiro	Masculino	2.494	3.954
	Femenino	2.644	3.878
Cantón Urcuquí	Masculino	1.593	6.232
	Femenino	1.705	6.141
TOTAL...		209.780	188.464

Fuente: Censo 2010

Elaborado: Los Autores

La provincia del Carchi tiene sus características de producción definidas por lo tanto es un potencial expositor de las experiencias agro productivas que se pueden promocionar a través de los diferentes stand del recinto ferial.

Cuadro N°20: Población de Provincia del Carchi

Cantón	Género	Urbana	Rural
Tulcán	Masculino	25.957	16.627
	Femenino	27.601	16.313
Bolívar	Masculino	1.499	5.667
	Femenino	1.499	5.682
Espejo	Masculino	2.153	4.374
	Femenino	2.344	4.493
Mira	Masculino	1.949	4.627
	Femenino	1.602	4.457
Montufar	Masculino	6.997	7.913
	Femenino	7.490	8.111
Huaca	Masculino	1.937	1.910

	Femenino	1.922	1.855
TOTAL...		82.950	82.029

Fuente: Censo 2010

Elaborado: Los Autores

De la información obtenida se puede determinar una población demandante que comprenden los cantones de las provincias de Imbabura y Carchi.

Los demandantes más directos con la implementación del recinto ferial son las parroquias urbanas y rurales del Cantón Urcuquí.

3.3.3.2. Demanda Externa

El mercado potencial existente y cercano a la provincia de Imbabura son las ciudades sureñas de Colombia, esta población son visitantes frecuentes al Ecuador por cuestiones de turismo y negocio. Por lo tanto este segmento de mercado son consumidores potenciales de bienes y servicios.

Según datos proporcionados por la Dirección Nacional de Migración al Ecuador ingresaron 96.358 turistas extranjeros registrándose un incremento del 5.81% respecto a las entradas del año 2009.

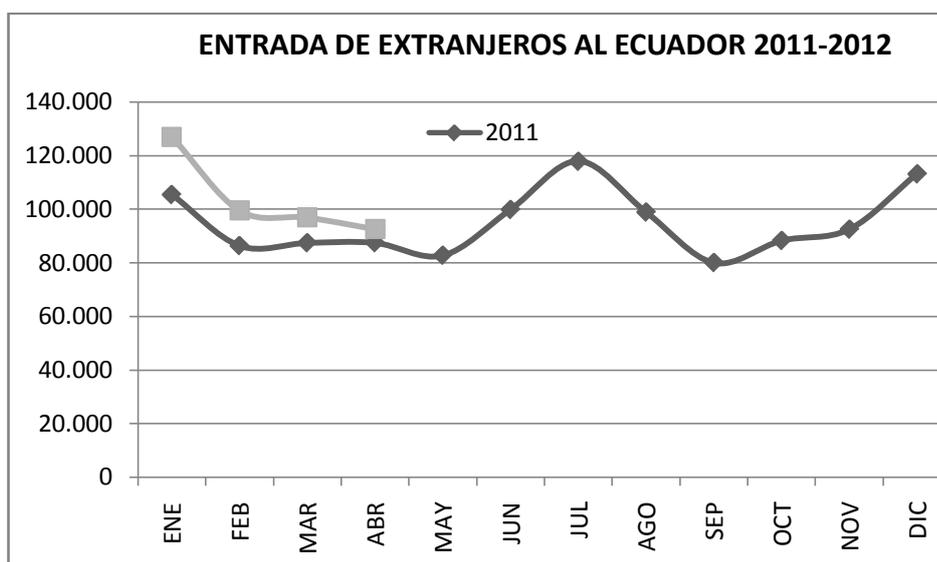
El cuadro siguiente contiene información del número de turistas que ingresaron al país durante los años 2011 hasta abril 2012, por lo tanto es menester aprovechar la presencia de turistas y capturarlos como clientes potenciales del recinto ferial.

Cuadro N° 21: Ingreso de turistas año 2011- 2012

MES	2011	2012
ENE	105.541	127.119
FEB	86.424	99.551
MAR	87.486	96.975
ABR	87.509	92.627
MAY	82.811	
JUN	99.944	
JUL	117.997	
AGO	98.987	
SEP	80.083	
OCT	88.338	
NOV	92.566	
DIC	113.292	
TOTAL	1.140.978	416.272

Fuente: Ministerio de turismo

Gráfico 11: Entrada de extranjeros al Ecuador 2011 - 2012



3.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Según información estadística del número de visitantes que frecuentan la expoferia de Atuntaqui es de 200 mil personas en el año 2011, este dato da la idea del número de visitantes promedio que se puede establecer

como demandantes de los bienes y/o servicios del recinto Ferial Cantón Urcuquí, tomando en cuenta que en el Cantón Urcuquí la exposición de bienes y servicios será variado.

Cuadro N°22: Ingreso de turistas por Provincia

JEFATURAS	ENE		FEB		MAR		ABR		MAY	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
PICHINCHA	38.236	41.586	34.556	38.313	39.629	41.445	36.075	38.156	38.426	
GUAYAS	25.296	32.171	24.240	28.609	22.987	26.350	22.519	21.841	21.531	
CARCHI	18.704	29.598	10.303	14.406	10.966	15.364	14.359	19.292	10.075	
EL ORO	19.473	19.522	14.988	15.579	11.252	10.367	11.801	9.977	10.246	
LOJA	1.351	1.328	1.232	1.044	1.040	878	1.264	1.037	995	
OTRAS JEFATURAS	2.481	2.914	1.105	1.600	1.612	2.571	1.491	2.324	1.538	

Fuente: Dirección Nacional de Migración
Elaborado: Dirección de Investigación – Ministerio de Turismo mayo-12

Cuadro N°23: Ingreso de turista por País.

PAIS	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA
	ENE	FEB	MAR	ABR	Acumulado Ene-Abr
COLOMBIA	40.066	21.704	24.916	29.036	115.722
ESTADOS UNIDOS	19.486	18.505	20.579	15.932	74.502
PERU	14.569	12.303	9.722	9.638	46.232
ESPAÑA	5.195	5.246	4.475	4.076	18.992
ARGENTINA	10.725	4.543	4.019	3.407	22.694
VENEZUELA	2.952	3.389	2.616	2.485	11.442
CHILE	5.233	7.069	3.180	2.500	17.982

Fuente : Dirección Nacional de Migración
Elaboración: Dirección de Investigación

La presencia de turistas colombianos representa el 37.67% respecto a los otros países que también tienen preferencia y destino turístico al Ecuador.

La venta de bienes y servicios se hace a través de ferias programadas, es la mejor oportunidad de posicionar en el mercado lo ofertado, los demandantes son diversos como diversas tienen que ser las experiencias que exhiban y vendan.

3.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios respecto a costos por uso de stand sufren un incremento cada año, debido a que los servicios básicos también incrementan cada año, por lo tanto la subida de precios por alquiler es necesaria.

Cuadro N°24: Precios por alquiler de stand

Descripción	N° stand	TOTAL M ² POR SECTOR	PRECIO m2	V. TOTAL POR SECTOR
Sector agrícola	45,00	270,00	40,00	10.800,00
Sector pecuario	16,00	166,00	40,00	6.640,00
Agroindustria	25,00	150,00	40,00	6.000,00
Artesanal	15,00	90,00	40,00	3600,00
Maquinaria y vehículos	5,00	85,00	40,00	3.400,00
Insumos	6,00	36,00	40,00	1.440,00
Tecnología	4,00	24,00	40,00	960,00
Experimental	4,00	24,00	40,00	960,00
Turismo	4,00	24,00	40,00	960,00
Patio de Comidas	22,00	132,00	40,00	5.280,00
TOTAL INGRESOS	146,00	1.001,00	4.000,00	40.040,00

Elaborado: Los Autores

Se prevé un incremento al costo por alquiler por uso de stand tomando como referencia la inflación para los siguientes años partiendo como año base el 2012.

Los precios por stand del recinto ferial que se pretende implementar son relativamente módicos si se comparan con los precios de las ferias de Duran donde un stand costó 20 mil dólares durante los días de feria, esto

da una idea del costo de oportunidad que se convierten las ferias a nivel nacional.

Otras experiencias como la expoferia de Atuntaqui, un stand llegan a costar por cuestiones de alquiler hasta 400 dólares americanos, por lo tanto el costo por stand en recinto ferial que se pretende implementar es bastante cómodo.

3.6. CALIDAD DE LOS SERVICIOS

El recinto ferial tendrá una capacidad inicial para instalación de diez sectores de servicios claramente identificados, estos stands permitirán satisfacer necesidades familiares en base a la exposición de iniciativas locales de producción agropecuaria, industrialización en algunos casos; el cuadro siguiente da muestra de los sectores que se pretende implementar en el recinto ferial

Cuadro N°25: Conformación de los stands en el recinto

Descripción	N° stand	Total m2
Sector agrícola	45,00	270,00
Sector pecuario	16,00	166,00
Agroindustria	25,00	150,00
Artesanal	15,00	90,00
Maquinaria y vehículos	5,00	85,00
Insumos	6,00	36,00
Tecnología	4,00	24,00
Experimental	4,00	24,00
Turismo	4,00	24,00
Patio de Comidas	22,00	132,00

TOTAL ...	146,00	1.001,00
------------------	---------------	-----------------

Elaborado: Los Autores

A continuación se desglosa cada una de las especificidades de la conformación de los stands tomando en cuenta los 10 sectores de exposición:

Cuadro N°26: Especificaciones por sector y stand.

Sector agrícola	N° stand	M2	Total m2
Horticultores	5	6	30
Fruticulturas	5	6	30
Granos	5	6	30
Granos tierno	5	6	30
Floricultores	5	6	30
Cañicultores	5	6	30
Plantas ornamentales	5	6	30
Plantas frutales	5	6	30
Semillas	5	6	30
Sub total	45	54	270
Sector pecuario	N° stand	M2	Total m2
Ganadería Mayor	5	20	100
Ganadería menor	8	6	48
Animales domésticos	3	6	18
Sub total	16	32	166
Agroindustrial	N° stand	M2	Total m2
Lácteos	5	6	30
Mermeladas	5	6	30
Panela	5	6	30
Apicultura	5	6	30
Pulpas	5	6	30
Sub total	25	30	150
Artisanal	N° stand	M2	Total m2
Muebles	3	6	18
Bordados y tejidos	4	6	24

Pintura	3	6	18
Artesanías	5	6	30
Sub total	15	24	90
Maquinaria y vehículos	N° stand	M2	Total m2
Agrícola	2	20	40
Vehículos	3	15	45
Sub total	5	35	85
Insumos	N° stand	M2	Total m2
Agrícolas	3	6	18
Veterinarios	3	6	18
Sub total	6	12	36
Tecnología	N° stand	M2	Total m2
Software	2	6	12
Hardware	2	6	12
Sub total	4	12	24
Experimental	N° stand	M2	Total m2
Proyectos	4	6	24
Sub total	4	6	24
Turismo	N° stand	M2	Total m2
Promoción	4	6	24
Sub total	4	6	24
<u>Patio de Comidas</u>	N° stand	M2	Total m2
Jugos naturales	3	6	18
Heladería	3	6	18
Postres	3	6	18
Dulcería	3	6	18
Comida Tradicional	10	6	60
Sub total	22	30	132
TOTAL	146	241	1001

Elaborado: Los Autores

En los cuadros precedentes se puede apreciar diversidad de iniciativas que se pretenden promocionar en el recinto ferial.

3.7. CALIDAD DEL PRODUCTO

El valor agregado respecto a los bienes y servicios que se expondrán en el recinto ferial serán los provenientes de manos campesinas de las parroquias rurales del Cantón Urcuquí, esto como prioridad, lo referente a productos agrícolas deben ser producidos con tecnología orgánica como condición de venta, la idea es promocionar alimentos sanos a la sociedad consumidora.

Los bienes y servicios complementarios es exhibir maquinaria agrícola y veterinaria, un stand dedicado a vender ideas de proyectos de toda índole, exhibición de software para automatizar iniciativas y emprendimientos micro – empresariales, promoción de sitios turísticos del Cantón Urcuquí, y para deleite de los visitantes se tiene previsto la instalación de un patio de comidas como productos principal la preparación de alimentos tomando en consideración la gastronomía local como aspecto principal.

3.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

La motivación mayor es que en el norte del país no hay un recinto ferial establecido como política provincial, más bien son iniciativas particulares que se dan por la agrupación de varias personas y familias provenientes de otras provincias, en algunos casos vienen de los países vecinos de Perú y Colombia, para exhibir, vender ropa y bienes materiales de novelería de consumo masivo por la juventud.

El estudio determina como potencial la implementación de un recinto ferial en la ciudad de Urcuquí, el enganche actual y de renombre nacional es la construcción a futuro de la ciudad del conocimiento, por lo tanto esto se convertiría en ventajas comparativas y competitivas hacia otras iniciativas.

Otro factor importante del estudio es el incremento del potencial turístico para el Cantón Urcuquí y Provincia de Imbabura, en vista de esto es importante impulsar cualquier iniciativa tanto de bienes como de servicios que la provincia y norte del país si lo tienen.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

No hay estándares establecidos para la implementación de un recinto ferial, la iniciativa y creatividad de los organizadores prevalece en el momento de la instalación, las ferias que se realizan en el mundo se destinan espacios bastante grandes como para albergar delegaciones de varios países, como ejemplo de ello se puede mencionar: Feria de Jijón en España 160.000 m² (16 Ha).



Otro de ejemplo de ferias a gran escala es la de FITUR que se realiza desde hace 32 años en Madrid, tiene capacidad para albergar a 10.434 empresas expositoras de 166 países del mundo, 7.726 periodistas de 59 países del mundo, esto da idea de la gran capacidad de atracción que tienen las ferias en el mundo.

El recinto Ferial de Cantón Urcuquí tiene un área destinada de 10 mil m², con 146 stands de 6 m² como promedio en su mayoría, distribuido en los siguientes sectores productivos:

Cuadro N°27: Sectores de Exhibición

SECTORES
Sector agrícola
Sector pecuario
Agroindustrial
Artesanal
Maquinaria y vehículos
Insumos
Tecnología
Experimental
Turismo
Patio de Comidas
Eventos culturales

Elaborado: Los Autores

El emprendimiento sujeto de este estudio comprende la utilización de una extensión de una hectárea de terreno que se encuentra en los predios del Proyecto Siempre Unidos Seguiremos Adelante SUSAs, predio que se pretende aprovechar en su máxima capacidad para la instalación de 146 stand distribuidos en áreas productivas, agroindustriales, de ciencia y tecnología, educativas, entre otras.

El terreno debe ser preferiblemente plano capaz que permita el libre flujo de personas y materiales para montaje y desmontaje de los stands, fácil desplazamiento en los interiores y exteriores.

4.2. CARACTERÍSTICAS

El Recinto Ferial del Cantón Urcuquí nace con la idea de realizar un centro de negocios y exhibición de diferentes alternativas productivas tanto agrícolas como pecuarias, de industrialización, de tecnología, gastronomía diversa, shows culturales, rescate de la cultura, entre otras

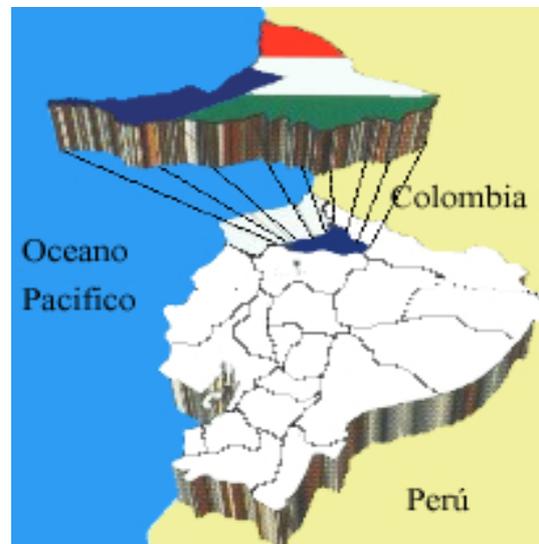
posibilidades; en la actualidad el Cantón Urcuquí es el centro de atención de todo el país y posiblemente de los países latinoamericanos por ser el Cantón escogido entre muchos del país para la construcción de la Ciudad del Conocimiento, esta oportunidad hace que se creen alternativas y emprendimientos innovadores ocupando en su mayoría las potencialidades que la gente ofrece desde sus conocimientos ancestrales.

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.3.1. Macro Localización

Tomando en cuenta las bondades climáticas, vías de acceso, de primer y segundo orden, el proyecto se desarrollará en la región sierra norte del Ecuador, en la Provincia de Imbabura.

La Provincia de Imbabura goza de microclimas diversos, a pocas horas se puede disfrutar del calor intenso como del extremo frío, estos pisos altitudinales hace que la provincia y el país sea un paraíso turístico desde los ojos externos.

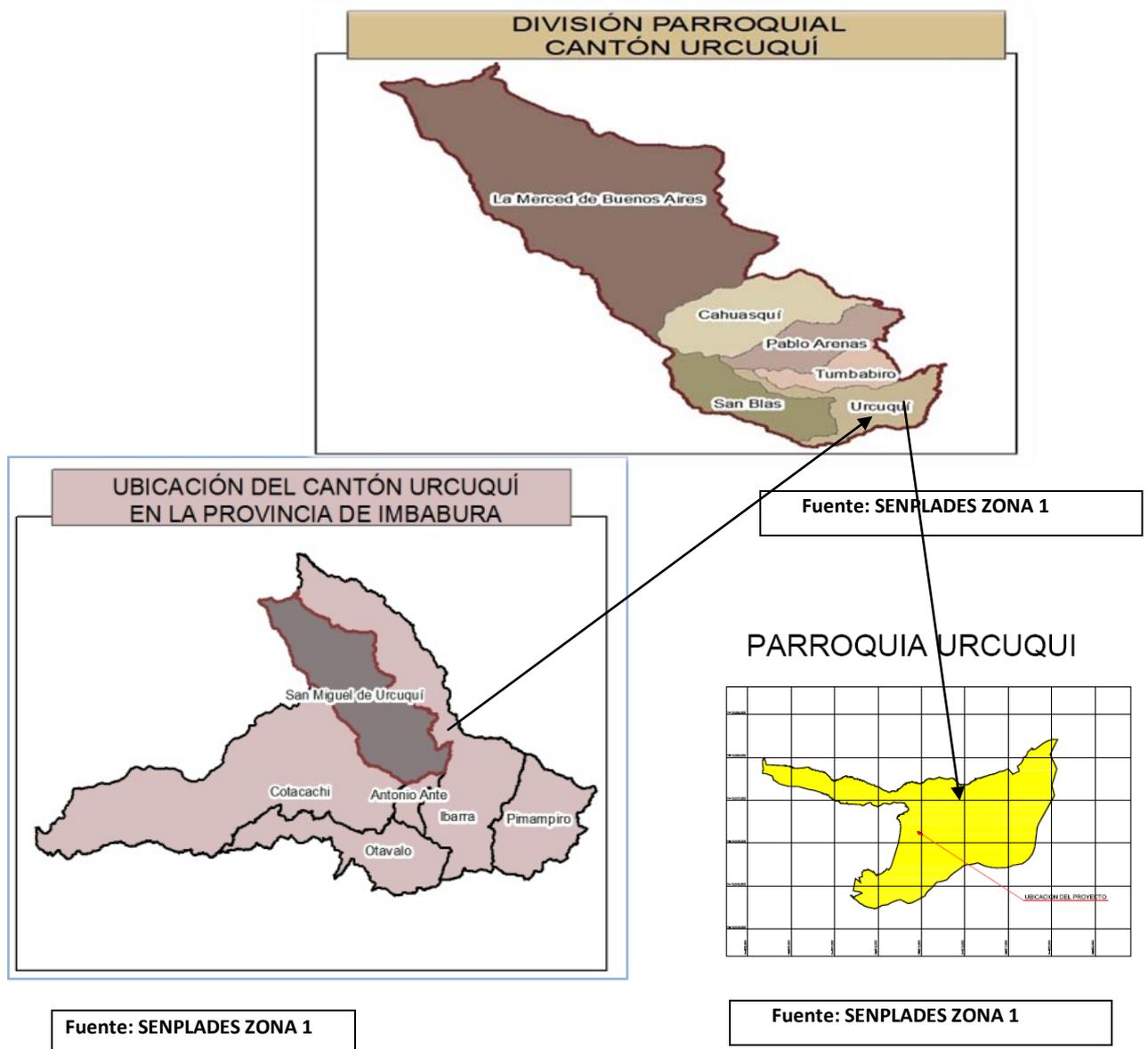


Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

4.3.2. Micro localización

“El Cantón San Miguel de Cantón Urcuquí se encuentra rodeado de un paisaje natural incomparable y un acogedor clima. De las entrañas de la madre tierra brotan aguas con poder curativo por lo que es visitado por turistas nacionales y extranjeros que buscan en ellas una terapia para su

cuerpo y alma. Este rincón está habitado por gente amable y trabajadora con deseo de luchar.



Rodeado de majestuosas montañas que representan un legado histórico, y un paisaje natural incomparable, nace el Cantón San Miguel de Cantón Urcuquí, como una bendición a la naturaleza y al hombre. El poder curativo de sus aguas que brotan de las entrañas de la tierra y el acogedor clima, atrae al turista nacional e internacional fascinándolo con

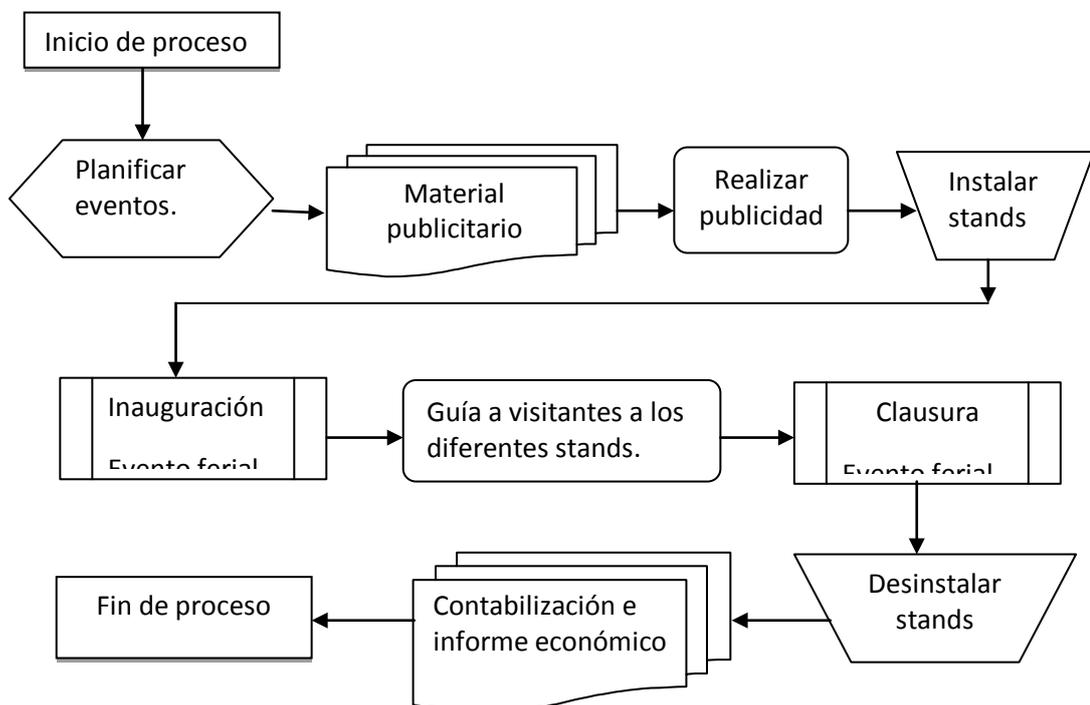
el encanto de una tierra amable, gestora de hijos trabajadores con deseo de luchar y alcanzar el más alto curul de progreso.

Aunque cuenta con tan solo 767 kilómetros cuadrados, el Cantón Urcuquí, perteneciente a la provincia de Imbabura, es famoso y reconocido a nivel nacional e internacional por su gran diversidad y concentración de recursos naturales así como la cordialidad de sus habitantes, que lo distinguen como un especial atractivo para los turistas nacionales y extranjeros, mismos que no por casualidad ya sobrepasan el millón de visitas anuales”

El acceso desde la ciudad de Ibarra distan 22 km hacia el Cantón Urcuquí, por una carretera asfaltada, hay frecuencias diarias de transporte público que facilita el flujo de personas y productos, la relación comercial directa es con la ciudad de Ibarra.

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1. Flujograma de Procesos



4.4.2. Descripción de procesos

4.4.2.1. Planificar eventos

- Establecer fechas
- Elaboración de presupuesto
- Invitación expositores
- Distribución de stands
- Portafolio de proveedores
- Logística
- Diseño Publicitario

4.4.2.2. Material y Publicidad

Elaboración de trípticos, dípticos, banners, pancartas, hojas volantes cuñas radiales, spots TV, publicación en prensa.

Establecimiento de estrategias de marketing y publicidad para la promoción y difusión de los diferentes eventos feriales a realizarse en fechas de mayor relevancia en el Cantón Urcuquí, como son: Fecha de Cantonización en el mes de febrero, Celebración de la Semana Santa en el mes de Abril, Fiestas del Patrono de San Miguel de Urcuquí en el mes de Septiembre, entre otras.

4.4.2.3. Instalar Stands

Distribución y montaje de stands en función del espacio físicos destinados para cada sector productivo que se expondrá en la feria, tales como: Agrícola, Pecuario, Agroindustrial, Artesanal, Maquinaria y Vehículos, Insumos Agropecuarios, Tecnología, Turismo y Gastronomía.

Los Stans serán instalados de tal manera que brinden las condiciones necesarias y de seguridad tanto para los expositores como para los visitantes; con su respectiva señalética, que oriente adecuadamente a los visitantes.

4.4.2.4. Inauguración evento de feria

Es el evento de apertura de la feria en el que se desarrollarán actividades artísticas y culturales que contribuyan a difundir aspectos tradicionales así como las potencialidades del Cantón en las diversas áreas productivas. Además constituye en el lanzamiento de los eventos feriales que se planifique en el año.

4.4.2.5. Guía a visitantes

Es una actividad operativa que se realiza para conocer cada uno de los sectores oferentes de bienes y servicios. Mediante una cartelera informativa se hará conocer sobre la ubicación de los stands dentro del recinto ferial. Además se instalará un stand de información y enlace entre el productor y consumidor.

4.4.2.6. Clausura Evento Ferial

Es el acto de cierre de la feria y agradecimiento a los visitantes, a través de un show artístico bailable. Con ofertas promocionales en coordinación con los expositores y aliados estratégicos.

4.4.2.7. Desinstalar Stand

En este proceso se debe establecer normas de seguridad y verificación a fin de que los materiales y mobiliario utilizados por los expositores se encuentren en perfectas condiciones.

El espacio destinado para el almacenamiento de los materiales y mobiliario de la feria deberá ser adecuado para evitar el deterioro de los mismos. Con su respectivo inventario.

4.4.2.8. Contabilización e informe Económico

Es una actividad administrativa que se realiza de forma concurrente para un eficiente control de todas las operaciones financieras que se realizan en cada una de los procesos desde el inicio y fin de feria.

4.5. INVERSIÓN

4.5.1. Activos Fijos

Cuadro N°28: Resumen de inversión de stands

Descripción	Total m2	V. por m ²	Costo total
Sector agrícola	270,00	12,00	3.240,00
Sector pecuario	166,00	12,00	1.992,00
Agroindustria	150,00	12,00	1.800,00
Artesanal	90,00	12,00	1.080,00
Maquinaria y vehículos	85,00	12,00	1.020,00
Insumos	36,00	12,00	432,00
Tecnología	24,00	12,00	288,00
Experimental	24,00	12,00	288,00
Turismo	24,00	12,00	288,00
Patio de Comidas	132,00	12,00	1.584,00
TOTAL INGRESOS	1.001,00	12,00	12.012,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°29: Infraestructura

Rubro	Unidad Medida	Cant.	Costo Unitario	Costo Total
Concha acústica	m ²	200	70,00	14.000
Área de bodega	m ²	200	60,00	12.000
Área administrativa	m ²	40	100,00	4.000
TOTAL		440		30.000

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°30: Herramientas y equipos

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Juego de llaves	Unid	4	30	120
Equipos de seguridad	Unid	4	100	400
Materiales de eléctrico	M	1	1.000	1.000
TOTAL				1.520

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°31: Muebles de Oficina

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Escritorio metálico	Und	2	150	300
Sillas	Und	12	40	480
Archivador	Und	2	90	180
Estantería	Und	1	120	120
TOTAL				1080

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°32: Equipo de Cómputo

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Computador	Und	2	600	1.200
TOTAL				1.200

Elaborado: Los Autores

4.5.2. Activos Diferidos

Es una inversión intangible que es necesario realizar para el establecimiento del recinto ferial, gastos que se incurrirán para trámites judiciales para la legalización de la misma y todos los gastos de gestión realizados en la investigación.

Cuadro N°33: Gastos Diferidos

Descripción	V Unit.	V. Total
Gastos de investigación	1.000	1.000
Gastos de constitución	200	200
TOTAL		1.200

Elaborado: Los Autores

4.5.3. Capital de Trabajo

Son valores necesarios para la puesta en marcha de la propuesta, cuyo valor requerido es de 44.629,00 dólares y corresponde a costos y gastos para operación del proyecto.

Cuadro N°34: Capital de Trabajo

Descripción	Parcial	V. Total
Costos de Operación		25.814
Gastos de Instalación	24.024	
Mano de Obra	1.440	
Costos de Servicios Básicos	350	
Gastos Administrativos		13.735
Gastos de Ventas		5.080
TOTAL		44.629

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 35: Resumen de la Inversión

INVERSIONES	TOTAL
Inversión Fija:	48.800
Construcciones	30.000
Equipo y Maquinaria	16.120
Equipo de Cómputo	1.600
Muebles de Oficina	1.080
Inversión Diferida:	1.200
Gastos de investigación	1.000
Gastos de constitución	200
Inversión Variable:	44.629
Capital de trabajo	44.629
INVERSION TOTAL	94.629

Elaborado: Los Autores

4.6. FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del recinto ferial es necesario involucrar fondos propios como financiados de acuerdo al siguiente detalle:

Cuadro N°36: Financiamiento

Estructura	Valor	%
Fondos propios	37.629	39,76
Fondos financiados	57.000	60,24
Total	94.629	100,00

Elaborado: Los Autores

4.7. TALENTO HUMANO REQUERIDO

Los requerimientos de talento humano para este emprendimiento productivo es el siguiente.

Cuadro N°37: Talento Humano

Requerimiento	Cant.	Mes	SBU	Salario Anual
Gerente	1	12	600	7.200
Contador/ra	1	12	350	4.200
TOTAL			950	11.400

Elaborado: Los Autores

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. PRESENTACIÓN

El comprar y vender es la dinámica de la sociedad, por lo tanto todo emprendimiento por más pequeño que sea requiere obtener rentabilidad en un tiempo prudencial.

La propuesta de implementación del recinto ferial en el Cantón Urcuquí se plantea un horizonte de cinco años, para lo cual se consideran los costos y gastos necesarios para realizar el mencionado emprendimiento.

5.2. INVERSIÓN INICIAL

Para realizar el emprendimiento propuesto se requiere una inversión de 94.629,00 dólares americanos, distribuidos en 48.800,00 dólares en activos fijos, 1.200,00 dólares destinados para gastos de investigación y constitución de la empresa y 44.629,00 dólares como capital de trabajo, distribuidos entre gastos de operación, administrativos y de ventas.

Cuadro N°38: Cuadro de inversiones

INVERSIONES	TOTAL
<u>Inversión Fija:</u>	48.800
Construcciones	30.000
Equipo y Maquinaria	16.120
Equipo de Cómputo	1.600
Muebles de Oficina	1.080
<u>Inversión Diferida:</u>	1.200
Gastos de investigación	1.000
Gastos de constitución	200
<u>Inversión Variable:</u>	44.629
Capital de trabajo	44.629
Inversión Total	94.629

Elaborado: Los Autores

5.3. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Para determinar los ingresos es conveniente especificar cada uno de los sectores que conformarán el recinto ferial y los costos que se incurrirán en por cada uno de estos, además se debe resaltar que el precio promedio por stand para alquiler es de 269,32 dólares.

Cuadro N°39: Costos por sector Agrícola

Sector agrícola	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Horticultores	5	6	30	40	1.200,00
Fruticultoras	5	6	30	40	1.200,00
Granos	5	6	30	40	1.200,00
Granos tierno	5	6	30	40	1.200,00
Floricultores	5	6	30	40	1.200,00
Cañicultores	5	6	30	40	1.200,00
Plantas ornamentales	5	6	30	40	1.200,00
Plantas frutales	5	6	30	40	1.200,00
Semillas	5	6	30	40	1.200,00
Sub total	45	54	270	360	10.800,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°40: Costos por sector Pecuario

Sector pecuario	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Ganadería Mayor	5	20	100	40	4.000,00
Ganadería menor	8	6	48	40	1.920,00
Animales domésticos	3	6	18	40	720,00
Sub total	16	32	166	120	6.640,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°41: Costos por sector Agroindustrial

Agroindustrial	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Lácteos	5	6	30	40	1.200,00
Mermeladas	5	6	30	40	1.200,00
Panela	5	6	30	40	1.200,00
Apicultura	5	6	30	40	1.200,00
Pulpas	5	6	30	40	1.200,00
Sub total	25	30	150	200	6.000,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°42: Costos por sector Artesanal

Artesanal	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Muebles	3	6	18	40	720,00
Bordados y tejidos	4	6	24	40	960,00
Pintura	3	6	18	40	720,00
Artesanías	5	6	30	40	1.200,00
Sub total	15	24	90	160	3.600,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°43: Costos por sector Maquinaria y Vehículos

Maquinaria y vehículos	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Agrícola	2	20	40	40	1.600,00
Vehículos	3	15	45	40	1.800,00
Sub total	5	35	85	80	3.400,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°44: Costos por sector de Insumos agropecuarios

Insumos	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Agrícolas	3	6	18	40	720,00
Veterinarios	3	6	18	40	720,00
Sub total	6	12	36	80	1.440,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°45: Costos por sector de Tecnología

Tecnología	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Software	2	6	12	40	480,00
Hardware	2	6	12	40	480,00
Sub total	4	12	24	80	960,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°46: Costos por sector Experimental

Experimental	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Proyectos	4	6	24	40	960,00
Sub total	4	6	24	40	960,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°47: Costos por sector Turismo

Turismo	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Promoción	4	6	24	40	960,00
Sub total	4	6	24	40	960,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°48: Costos por sector Patio de Comidas

<u>Patio de Comidas</u>	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Jugos naturales	3	6	18	40	720,00
Heladería	3	6	18	40	720,00
Postres	3	6	18	40	720,00
Dulcería	3	6	18	40	720,00
Comida Tradicional	10	6	60	40	2.400,00
Sub total	22	30	132	200	5.280,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°49: Ingreso por entradas

<u>Entradas Visitantes</u>	N°	N° días	Valor	Total
Adultos	600	3	2	3.600,00
Niños	100	3	1	300,00
Tercera edad	300	3	1	900,00
Discapacitados	50	3	1	150,00
Show (personas)	525	2	5	5.250,00
TOTAL				10.200,00

Elaborado: Los Autores

El cuadro siguiente consolida los ingresos obtenidos por los diferentes sectores distribuidos en el recinto ferial, la proyección para los siguientes años se hace con el 5,41% de inflación que es la tasa acumulada a diciembre del 2011.

Cuadro N°50: Proyección de ingresos

DESCRIPCION	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>INGRESOS POR SECTORES</u>						
Sector agrícola	10.800,00	11.384,28	12.000,17	12.649,38	13.333,71	14.055,06
Sector pecuario	6.640,00	6.999,22	7.377,88	7.777,03	8.197,76	8.641,26
Agroindustrial	6.000,00	6.324,60	6.666,76	7.027,43	7.407,62	7.808,37
Artesanal	3.600,00	3.794,76	4.000,06	4.216,46	4.444,57	4.685,02
Maquinaria y vehículos	3.400,00	3.583,94	3.777,83	3.982,21	4.197,65	4.424,74
Insumos	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83	1.874,01
Tecnología	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22	1.249,34
Experimental	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22	1.249,34
Turismo	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22	1.249,34
Patio de Comidas	5.280,00	5.565,65	5.866,75	6.184,14	6.518,70	6.871,36
Entradas visitantes	10.200,00	10.751,82	11.333,49	11.946,64	12.592,95	13.274,23
Ferias por año	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL INGRESOS	100.480	105.916	111.646	117.686	124.053	130.764

Elaborado: Los Autores

5.4. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

Para los egresos se consideran los costos por instalación de cada uno de los sectores que serán distribuidos en el recinto ferial, el costo promedio por stand es de 82,27 dólares americanos:

5.4.1. Costos de Operación

Los costos de operación en esta propuesta se refieren a los sectores programados distribuidos en los diferentes stands que conformarán el recinto ferial y están considerados como siguen:

5.4.1.1. Costos de Instalación

Cuadro N° 51: Sector Agrícola

Sector agrícola	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Horticultores	5	6	30	12	360
Fruticultores	5	6	30	12	360
Granos	5	6	30	12	360
Granos tierno	5	6	30	12	360
Floricultores	5	6	30	12	360
Cañicultores	5	6	30	12	360
Plantas ornamentales	5	6	30	12	360
Plantas frutales	5	6	30	12	360
Semillas	5	6	30	12	360
Sub total	45	54	270	12	3.240

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 52: Sector Pecuario

Sector pecuario	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Ganadería Mayor	5	20	100	12	1.200,00
Ganadería menor	8	6	48	12	576,00
Animales domésticos	3	6	18	12	216,00
Sub total	16	32	166	12	1.992,00

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 53: Sector Agroindustrial

Agroindustria	N° stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Lácteos	5	6	30	12	360
Mermeladas	5	6	30	12	360
Panela	5	6	30	12	360
Apicultura	5	6	30	12	360
Pulpas	5	6	30	12	360
Sub total	25	30	150	12	1800

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 54: Sector Artesanal

Artesanal	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Muebles	3	6	18	12	216
Bordados y tejidos	4	6	24	12	288
Pintura	3	6	18	12	216
Artesanías	5	6	30	12	360
Sub total	15	24	90	12	1080

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 55: Sector Maquinaria y Vehículos

Maquinaria y vehículos	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Agrícola	2	20	40	12	480
Vehículos	3	15	45	12	540
Sub total	5	35	85	12	1020

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 56: Sector Insumos Agropecuarios

Insumos	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Agrícolas	3	6	18	12	216
Veterinarios	3	6	18	12	216
Sub total	6	12	36	24	432

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 57: Sector Tecnológico

Tecnología	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Software	2	6	12	12	144
Hardware	2	6	12	12	144
Sub total	4	12	24	24	288

Elaborado: Los Autores

Cuadro N° 58: Sector Experimental

Experimental	N° stand	M2	Total m2	V. por m ²	Costo total
Proyectos	4	6	24	12	288
Sub total	4	6	24	12	288

Elaborado: Los Autores

Cuadro Nº 59: Sector Promoción Turística

Turismo	Nº stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Promoción	4	6	24	12	288
Sub total	4	6	24	12	288

Elaborado: Los Autores

Cuadro Nº 60: Sector de Patio de Comidas

Patio de Comidas	Nº stand	M2	Total m2	V. por m²	Costo total
Jugos naturales	3	6	18	12	216
Heladería	3	6	18	12	216
Postres	3	6	18	12	216
Dulcería	3	6	18	12	216
Comida Tradicional	10	6	60	12	720
Sub total	22	30	132	60	1584

Elaborado: Los Autores

El cuadro siguiente refleja el resumen de la inversión que es la sumatoria de cada uno de los sectores programados, además se debe anotar que la proyección está dada en base a la inflación del 5,41% que fue la acumulada a diciembre del 2012.

Cuadro Nº 61: Resumen de los costos de Instalación

DESCRIPCION	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>COSTOS POR SECTORES</u>						
Sector agrícola	3.240,00	3.415,28	3.600,05	3.794,81	4.000,11	4.216,52
Sector pecuario	1.992,00	2.099,77	2.213,36	2.333,11	2.459,33	2.592,38
Agroindustria	1.800,00	1.897,38	2.000,03	2.108,23	2.222,29	2.342,51
Artesanal	1.080,00	1.138,43	1.200,02	1.264,94	1.333,37	1.405,51
Maquinaria y vehículos	1.020,00	1.075,18	1.133,35	1.194,66	1.259,29	1.327,42
Insumos	432,00	455,37	480,01	505,98	533,35	562,20
Tecnología	288,00	303,58	320,00	337,32	355,57	374,80
Experimental	288,00	303,58	320,00	337,32	355,57	374,80
Turismo	288,00	303,58	320,00	337,32	355,57	374,80
Patio de Comidas	1.584,00	1.669,69	1.760,02	1.855,24	1.955,61	2.061,41
Ferias por año	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL COSTOS	24.024	25.324	26.694	28.138	29.660	31.265

Elaborado: Los Autores

5.4.1.2. Mano de Obra

El requerimiento de mano obra es para realizar montaje y desmontaje de los stand y logística, es un personal que se hará contratación bajo honorarios, debido a que se realizarán dos ferias por año, por lo tanto no se requiere personal permanente. La proyección se realiza en base al 5.41% de inflación para los siguientes años, tomando como base el año 2012.

Cuadro N°62: Mano de Obra Directa

Cargo	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ensambladores	6	6	6	6	6	6
Ferias año	2	2	2	2	2	2
Valor por ensamblador	120	126,49	133,34	140,55	148,15	156,17
Total Anual	1440	1517,90	1600,02	1686,58	1777,83	1874,01

Elaborado: Los Autores

5.4.1.3. Gasto Servicios Básico

Cuadro N°63: Servicios Básicos

Descripción	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz						
Consumo (por feria)	100	105,41	105,41	105,41	105,41	105,41
Nº de ferias	2	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Consumo (por año)	200	210,82	210,82	210,82	210,82	210,82
Agua						
Consumo (por feria)	30	31,62	31,62	31,62	31,62	31,62
Nº de ferias	2	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Consumo (por año)	60	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25
Teléfono						
Consumo (por feria)	45	47,43	47,43	47,43	47,43	47,43
Nº de ferias	2	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Consumo (por año)	90	94,87	94,87	94,87	94,87	94,87
TOTAL	350	368,94	368,94	368,94	368,94	368,94

Elaborado: Los Autores

El cuadro siguiente es el resumen de la sumatoria de los costos de instalación, mano de obra para montaje, desmontaje de los stands y costos de servicios básicos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

Cuadro N°64: Resumen de los costos de Operación

Descripción	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Instalación (stands)	20.020,00	21.103,08	21.103,08	21.103,08	21.103,08	21.103,08
Mano de Obra (logística)	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83	1.874,01
Servicios Básicos	350,00	368,94	368,94	368,94	368,94	368,94
TOTAL	21.810,00	22.989,92	23.072,04	23.158,60	23.249,85	23.346,03

Elaborado: Los Autores

5.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos contienen rubros por pago a Gerente y Contadora/Secretaria, por lo tanto para el cálculo del Salario Básico Unificado se tomó como referencia los SBU de años anteriores para determinar la tasa de crecimiento y proyectar con la misma en los siguientes años.

Cuadro N° 65: Proyección del SBU

Años	SBU	$i = \frac{Q_t}{Q} - 1$
2005	150	0
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10.09
2011	264	10.00
2012	292	10.61
TOTAL		70,28

Elaborado: Los Autores

Fórmula:

La tasa promedio es:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.7028}{7} = 10.04$$

Por lo tanto la tasa de crecimiento calculado corresponde al 10,04% para proyectar los años siguientes, partiendo del año base.

5.5.1. Sueldo Gerente

El criterio aplicado para la proyección del SBU de los años siguientes, se toma como año base el salario del 2012 que corresponde a 292,00 dólares por mes, por lo tanto la tasa de crecimiento aplicada es del 10,04%.

Cuadro N°66: Salario Mensual Gerente

Rubro	Años					
	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	600,00	660,24	726,53	799,47	879,74	968,06

Elaborado: Los Autores

Cuadro N°67: Salario Anual Gerente

Rubro	Años					
	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	7.200,00	7.922,88	8.718,34	9.593,66	10.556,86	11.616,77
Aporte Patronal	874,80	962,63	1.059,28	1.165,63	1.282,66	1.411,44
Fondo de Reserva		321,32	353,58	389,08	428,14	471,12
Décimo Tercero	600,00	660,24	726,53	799,47	879,74	968,06
Décimo Cuarto		321,32	353,58	389,08	428,14	471,12
TOTAL	8.674,80	10.188,38	11.211,30	12.336,91	13.575,54	14.938,52

Elaborado: Los Autores

5.5.2. Sueldo Contadora /Secretaria

Para el pago de la Contadora/Secretaria se basa en las mismas consideraciones de proyección que el Gerente.

Cuadro N°68: Sueldo Mensual – Contadora/ Secretaria

Rubro	Años					
	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	350,00	385,14	423,81	466,36	513,18	564,70

Elaborado: Los Autores

Cuadro Nº 69: Salario Anual – Contadora/ Secretaria

Rubro	Años					
	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	4.200,00	4.621,68	5.085,70	5.596,30	6.158,17	6.776,45
Aporte Patronal	510,30	561,53	617,91	679,95	748,22	823,34
Fondo de Reserva		330,12	363,26	399,74	439,87	484,03
Décimo Tercero	350,00	385,14	423,81	466,36	513,18	564,70
Décimo Cuarto		330,12	363,26	399,74	439,87	484,03
TOTAL	5.060,30	6.228,59	6.853,94	7.542,08	8.299,31	9.132,56

Elaborado: Los Autores

5.6. GASTOS DE VENTAS

El rubro de gastos de ventas para este emprendimiento es bastante considerable debido a que la publicidad es muy relevante para este tipo de iniciativas. La proyección para los siguientes años se hace en base al 5,41% de inflación.

Cuadro Nº70: Gastos de Ventas

Descripción	Año Base 2012	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Publicidad TV</u>						
Spot publicitario	2	2	2	2	2	2
Costo por spot	200	220	242	266	293	323
Meses por año	4	4	4	4	4	4
SUBTOTAL...	1600	1760,64	1937,41	2131,92	2345,97	2581,50
<u>Publicidad Radio</u>						
Spot publicitario	4	4	4	4	4	4
Costo por spot	10	11	12	13	15	16
Meses por año	4	4	4	4	4	4
SUBTOTAL...	160,00	176,06	193,74	213,19	234,60	258,15
<u>Publicidad Prensa</u>						
Spot publicitario	4	4	4	4	4	4
Costo por spot	20	22	24	27	29	32
Meses por año	4	4	4	4	4	4
SUBTOTAL...	320,00	352,13	387,48	426,38	469,19	516,30
<u>Material Divulgativo</u>						
Trípticos, afiches (millares)	4	4	4	4	5	5
Valor por ciento	250	275	303	333	367	403
Meses por año	3	3	3	3	3	3
SUBTOTAL	3000	3413,77	3884,61	4420,39	5030,07	5723,83
TOTAL	5080	5703	6403	7192	8080	9080

Elaborado: Los Autores

5.7. GASTOS FINANCIEROS

Para el emprendimiento de esta unidad productiva se requiere una inversión vía crédito por el valor de 57.000,00 usd que representa el 60,24% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 14% que es la referencial del Banco Central para estas operaciones crediticias, a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

La distribución de la deuda será de acuerdo a la siguiente tabla de amortización siguiente:

5.7.1. Cálculo de Amortización

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$\text{VALOR PRESENTE} = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}}$$

$$VP = \frac{57.000 \cdot 0,0117 \cdot (1+0,117)^{60}}{\{(1+0,0117)^{60} - 1\}} = \frac{1.340,19}{1,0096} = 1.327,47$$

Cuadro Nº 71: Amortización del Crédito

Capital:	57.000					
Interés:	14%	1,17	mensual			
Tiempo:	5 años	60	meses			
Nº	valor presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
1	1327,47	666,90	660,57	56.339		
2	1327,47	659,17	668,30	55.671		
3	1327,47	651,35	676,12	54.995		
4	1327,47	643,44	684,03	54.311		
5	1327,47	635,44	692,03	53.619		
6	1327,47	627,34	700,13	52.919		
7	1327,47	619,15	708,32	52.210		

8	1327,47	610,86	716,61	51.494		
9	1327,47	602,48	724,99	50.769		
10	1327,47	594,00	733,48	50.035		
11	1327,47	585,41	742,06	49.293		
12	1327,47	576,73	750,74	48.543	7.472	8.457
13	1327,47	567,95	759,52	47.783		
14	1327,47	559,06	768,41	47.015		
15	1327,47	550,07	777,40	46.237		
16	1327,47	540,98	786,50	45.451		
17	1327,47	531,77	795,70	44.655		
18	1327,47	522,46	805,01	43.850		
19	1327,47	513,05	814,43	43.036		
20	1327,47	503,52	823,96	42.212		
21	1327,47	493,88	833,60	41.378		
22	1327,47	484,12	843,35	40.535		
23	1327,47	474,26	853,22	39.682		
24	1327,47	464,27	863,20	38.818	6.205	9.724
25	1327,47	454,17	873,30	37.945		
26	1327,47	443,96	883,52	37.062		
27	1327,47	433,62	893,85	36.168		
28	1327,47	423,16	904,31	35.263		
29	1327,47	412,58	914,89	34.348		
30	1327,47	401,88	925,60	33.423		
31	1327,47	391,05	936,43	32.486		
32	1327,47	380,09	947,38	31.539		
33	1327,47	369,01	958,47	30.581		
34	1327,47	357,79	969,68	29.611		
35	1327,47	346,45	981,03	28.630		
36	1327,47	334,97	992,50	27.637	4.749	11.181
37	1327,47	323,36	1004,12	26.633		
38	1327,47	311,61	1015,86	25.617		
39	1327,47	299,72	1027,75	24.590		
40	1327,47	287,70	1039,77	23.550		
41	1327,47	275,53	1051,94	22.498		
42	1327,47	263,23	1064,25	21.434		
43	1327,47	250,77	1076,70	20.357		
44	1327,47	238,18	1089,30	19.268		

45	1327,47	225,43	1102,04	18.166		
46	1327,47	212,54	1114,93	17.051		
47	1327,47	199,49	1127,98	15.923		
48	1327,47	186,30	1141,18	14.782	3.074	12.856
49	1327,47	172,94	1154,53	13.627		
50	1327,47	159,44	1168,04	12.459		
51	1327,47	145,77	1181,70	11.277		
52	1327,47	131,94	1195,53	10.082		
53	1327,47	117,96	1209,52	8.872		
54	1327,47	103,81	1223,67	7.649		
55	1327,47	89,49	1237,98	6.411		
56	1327,47	75,00	1252,47	5.158		
57	1327,47	60,35	1267,12	3.891		
58	1327,47	45,52	1281,95	2.609		
59	1327,47	30,53	1296,95	1.312		
60	1327,47	15,35	1312,12	0	1.148	14.782
TOTAL		22.648	57.000			

Elaborado: Los Autores

5.7.2. Gastos Financieros

Los gastos financieros corresponden a los intereses que generan el uso de capital prestado por las instituciones financieras durante los cinco años de horizonte de este proyecto.

Cuadro N°72: Cuadro de intereses anuales

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	7472	6205	4749	3074	1148
Total Financieros	7472	6205	4749	3074	1148

Elaborado: Los Autores

5.8. DEPRECIACIONES

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del Servicio de Rentas Internas SRI, Art. 25, página 10, Depreciaciones de Activos Fijos.

Cuadro N°73: Cálculo de Depreciaciones

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cálculo	Cuota de depreciación
Construcciones	20	30.000	30.000 / 20	1.500
Maquinaria y Equipo	10	16.120	16.120 / 10	1.612
Equipo de cómputo	3	1.600	1.600 / 3	533
Muebles de Oficina	10	1.080	1.080 / 10	108
TOTAL...		48.800		3.753

Elaborado: Los Autores

5.9. ESTADOS FINANCIEROS

Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto y se consideran los siguientes Estados Financieros proyectados: Estado de Situación Financiera (año cero), Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado, Flujo de caja Proyectado.

5.9.1. Estado de Situación Financiera de arranque.

Cuadro N° 74: Balance de Arranque (año cero)

ACTIVOS			94.629
Inversión variable		44.629	
Inversión diferida		1.200	
Inversión fija		48.800	
Terreno			
Construcciones	30.000		
Maquinaria	16.120		
Equipo de Cómputo	1.600		
Muebles de Oficina	1.080		
PASIVOS		57.000	
Deuda por pagar		57.000	
PATRIMONIO		37.629	
Inversión Propia		37.629	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			94.629

Elaborado: Los Autores

5.9.2. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Cuadro N°75: Estado de Pérdidas y Ganancias

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ventas Proyectadas	105.916	111.646	117.686	124.053	130.764
(-)	Costos Proyectados	27.211	28.663	30.193	31.807	33.508
(=)	Utilidad Bruta Proyectada	78.705	82.983	87.493	92.246	97.256
(-)	Gastos:					
	Administrativos	16.417	18.065	19.879	21.875	24.071
	De Ventas	5.703	6.403	7.192	8.080	9.080
	Financieros	7.472	6.205	4.749	3.074	1.148
	Depreciación	3.753	3.753	3.753	3.753	3.753
	Imprevistos (5% de las ventas)	1.059	2.233	2.354	2.481	2.615
	Total gastos proyectados	34.404	36.660	37.927	39.263	40.668
(=)	Utilidad Operacional proyectada	44.301	46.323	49.566	52.983	56.589
(-)	15% Participación Trabajadores	6.645	6.948	7.435	7.947	8.488
(=)	Utilidad proyectada antes IR	37.656	39.375	42.131	45.036	48.101
(-)	Impuesto a la renta	9.414	9.844	10.533	11.259	12.025
(=)	Utilidad Neta	28.242	29.531	31.598	33.777	36.075

Elaborado: Los Autores

5.9.3. Flujo de Caja Proyectado

Cuadro N°76: Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	94.629					
Utilidad Operacional		44.301	46.323	49.566	52.983	56.589
Depreciación		3.753	3.753	3.753	3.753	3.753
TOTAL INGRESOS	-	48.054	50.077	53.319	56.736	60.342
Pago del principal		8.457	9.724	11.181	12.856	14.782
15% Participación Trabajadores		6.645	6.948	7.435	7.947	8.488
Impuesto a la renta		9.414	9.844	10.533	11.259	12.025
TOTAL EGRESOS		24.517	26.516	29.149	32.062	35.295
FLUJO NETO (I-E)	-94.629	23.538	23.560	24.171	24.674	25.047

Elaborado: Los Autores

5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.10.1. Tasa de Redescuento

Cuadro N°77: Distribución de la Inversión

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	37.629	39,76	6	239
Inversión financiada	57.000	60,24	14	843
Inversión Total...	94.629	100,00		1082

Elaborado: Los Autores

Fórmula:

Costo de capital	1082/100	=	10.82%
------------------	----------	---	--------

$$TRM = (1 * C_k) (1 * \text{Inflación}) - 1$$

$$TRM = (1 * 0,1082) (1 * 0,0541) - 1 = 16,82\%$$

Por lo tanto la tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio es del 16,82% que a su vez es la tasa de oportunidad que utilizará para el cálculo de los indicadores financieros.

5.10.2. Valor Actual Neto (VAN)

Se presenta gráficamente como se hace el cálculo del VAN, se toma como tasa de oportunidad el 16,82% para un horizonte de 5 años.

Cuadro N°78: Cálculo del VAN

Años	Flujos Netos	TRM 16,82%	Flujos Netos actualizados
0	-57.000		-57.000
1	23.538	0,856017805	20.149
2	23.560	0,732766483	17.264
3	24.171	0,627261156	15.161
4	24.674	0,536946718	13.249
5	25.047	0,459635951	11.513
			20.336

Elaborado: Los Autores

De este cálculo se obtiene un VAN positivo de 20.336,00 dólares, por lo tanto es un indicador de que la inversión es viable.

Fórmula: Σ de flujos actualizados (-) Inversión Inicial

$$77.336,00 \quad (-) \quad 57.000,00 \quad (=) \quad \mathbf{20.336,00}$$

5.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro N°79: Cálculo de la TIR

Años	Flujos Netos	TRM 16,83%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-57.000		-57.000		-57.000
1	23.538	0,856017805	20.149	0,761658884	17.928
2	23.560	0,732766483	17.264	0,580124255	13.668
3	24.171	0,627261156	15.161	0,441856793	10.680
4	24.674	0,536946718	13.249	0,336544152	8.304
5	25.047	0,459635951	11.513	0,256331843	6.420
					0

Elaborado: Los Autores

TIR	31,29%
------------	---------------

Los flujos se igualaron a cero, por lo tanto la TIR de esta inversión es del 31,29% que comparada con la tasa de redescuento del 16,82% es viable la inversión, y si se compara la tasa activa del 14% referencial del Banco Central, es mucho más viable la inversión.

5.10.4. Beneficio / Costo

Fórmula:

$$B/C = \frac{\frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{(1+i)^n}}{\frac{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}{(1+i)^n}}$$

$$B/C = \frac{\frac{48054}{1,1683}}{24517} + \frac{\frac{50077}{1,1683}}{26516} + \frac{\frac{53319}{1,1683}}{29149} + \frac{\frac{56736}{1,1683}}{32062} + \frac{\frac{60342}{1,1683}}{35295}$$

$$B/C = \frac{41132}{20985} + \frac{36688}{19427} + \frac{33437}{18279} + \frac{30454}{17210} + \frac{27724}{16216} = \frac{169434}{92117}$$

B/C = 1,84

Del cálculo realizado se obtiene un beneficio / costo mayor a 1, por lo tanto es otro indicador de que la propuesta es viable de realizar.

5.10.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Cuadro N°80: Cálculo del Período de Recuperación

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	94.629	
1	23.538	23.538
2	23.560	47.098
3	24.171	71.269
4	24.674	95.943
5	25.047	120.990

Elaborado: Los Autores

Regla de tres:

120.990	5 años
94.629	x

3,91	años
------	------

En este caso el periodo de recuperación es de 3 años, 11 meses.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1. LA EMPRESA

Se constituirá como Empresa Pública, Recinto Ferial Urcuquí E.P., se registrará por las disposiciones constitucionales. Legales vigentes y la ordenanza debidamente discutida en Consejo en pleno y expedida por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de San Miguel de Urcuquí, tendrá autonomía financiera, económica, administrativa que operará sobre bases de servicio al cliente en la organización de ferias multisectoriales.

6.1.1. Nombre a Razón Social

La empresa se constituirá como pública y se denominará “Empresa Pública Recinto Ferial Urcuquí E.P. se registrará bajo los fines propuestos en el Estatuto y cuyo domicilio principal será la ciudad de Urcuquí.

6.2. MISIÓN

La Empresa Pública se dedicará a la promoción de bienes y/o servicios de expositores potenciales internos y externos del Cantón Urcuquí, dirigidos a todo público; autogestionaria, autónoma, legalmente constituida, que contribuya a mejorar la calidad de vida de los miembros de la empresa y comunidad.

6.3. VISIÓN

En los próximos cinco años, convertirse en una empresa líder en el norte del país, capaz de generar servicios de promoción, para pequeños,

medianos y grandes productores de bienes y/o servicios, con capacidad de negociación, constituyendo alianzas estratégicas con instituciones de apoyo y/o empresas que faciliten el acceso a servicios y al mercado.

6.4. POLÍTICAS

Las políticas más relevantes que orientarán las decisiones serán las que se establezcan en el estatuto de constitución y que aportarán al cumplimiento de la visión y misión institucional son:

- 6.4.1. Cada actividad desarrollada en las diferentes áreas de la empresa, se cumplan bajo normativa legal e institucional.
- 6.4.2. Cumplir con procedimientos de control interno, establecidos para un cumplimiento eficiente de las actividades operativas.
- 6.4.3. Mantener la imagen institucional dentro y fuera de los predios de la empresa.
- 6.4.4. Tardar los pagos y acelerar los cobros, sin dañar la imagen de la empresa.
- 6.4.5. El talento humano involucrado estará sujeto a evaluaciones de desempeño.
- 6.4.6. Mantener al talento humano con capacidades de eficiencia y alto espíritu de responsabilidad.
- 6.4.7. Incentivar al talento humano por el buen desempeño.

6.5. VALORES

6.5.1. Honestidad

Honestidad nuestra manera de ser. Cada una de las tareas realizarlas con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia.

6.5.2. Vocación de servicio

Actitud proactiva deberá tener el talento humano de la micro empresa, atender la necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.

6.5.3. Actitud de Liderazgo

Buscar el mejoramiento continuo, para constituirse en el mejor referente del desarrollo local y regional.

6.5.4. Trabajo en Equipo

Complementar y potenciar las iniciativas, los conocimientos individuales deben explotarse para que cada actividad sea realizada eficientemente.

6.5.5. Competitividad

Ofrecer los bienes y/o servicios de calidad, con principios de eficiencia, eficacia.

6.5.6. Generadores de Desarrollo Sustentable

Con la empresa de servicios propuesta, propiciar el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la colectividad y de los dueños.

6.5.7. Respeto

Valor supremo por encima de todos, orientará las relaciones entre la comunidad, la empresa y todo el grupo de interés que esta conforma.

6.5.8. Lealtad

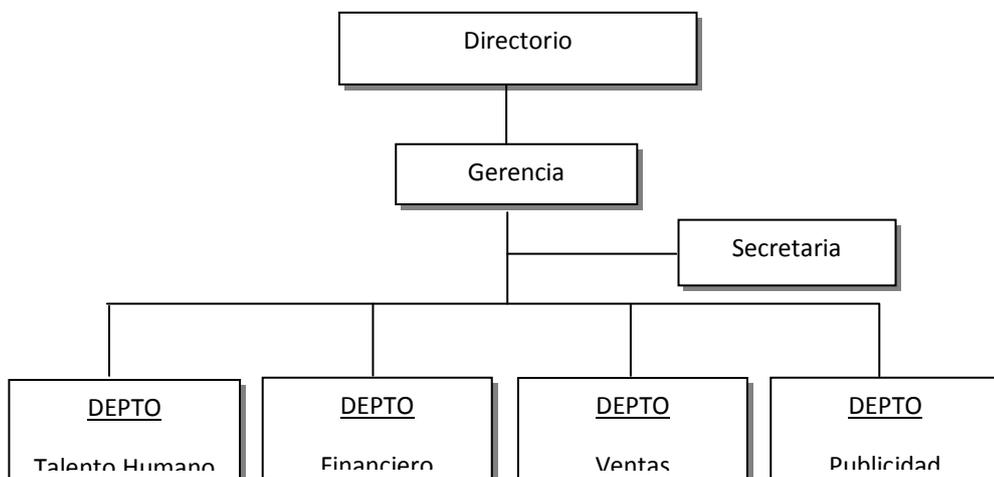
Talento humano comprometido con la empresa en todo momento, obrando con honestidad y justicia.

6.5.9. Responsabilidad

Cumplir con las obligaciones, dando siempre lo mejor de uno, tomando decisiones justas y a tiempo.

6.6. ORGÁNICO ESTRUCTURAL

Para puesta en marcha de la empresa pública, se propone incorporar en la estructura un directorio conformado por el Alcalde/sa o representantes designados por el Municipio, la estructura es básica tomando en cuenta cada una de las áreas fundamentales necesarias para arranque de la propuesta.



6.7 MANUAL DE FUNCIONES

6.7.1. Del Directorio

Son deberes y atribuciones del Presidente/a del directorio las siguientes:

Cumplir y hacer cumplir todas las normas que regulan el funcionamiento de la empresa.

Convocar y presidir las sesiones del Directorio y suscribir las actas conjuntamente con el/la Secretaria/o.

Someter a consideración del consejo Municipal, cuando este deba conocer los asuntos tratados por el directorio.

Conceder licencia al Gerente/a de la E.P., de acuerdo con la normativa jurídica.

Todas las demás que se establezcan en el estatuto y reglamento de la empresa.

6.7.2. Departamento Administrativo

a. Cargo: Gerente

b. Naturaleza del Cargo:

Planificación y Monitoreo constante de las estrategias del plan estratégico y operativo de la empresa.

Requisitos

Título de tercer nivel como mínimo en: Administración de Empresas, Contabilidad, Economía o carreras afines.

Mínimo tres años de experiencia en lanzamiento de eventos de expoferias.

Funciones:

Es responsable ante el Directorio, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con el talento humano, planea, dirige y controla las actividades de la empresa

Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización, es decir es el representante legal de la empresa.

Planificar, supervisar, controlar y evaluar cada uno de los procesos operativos y administrativos de la empresa.

Implementar mecanismos de control interno, en el área administrativa.

Mantener buenas relaciones con instituciones financieras para posibles fondeos.

Mantener relaciones de afiliación con todas las cámaras provinciales.

Mantener e incrementar el portafolio de proveedores de bienes y/o servicios.

Controlar mensualmente las obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (ESS) y Servicio de Rentas Internas (SRI).

Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

6.7.3. Departamento Financiero

a. Cargo: Contador/a

b. Naturaleza del Cargo

Planificar, ejecutar y controlar las transacciones contables y emitir los informes correspondientes de acuerdo a principios contables.

Requisitos

Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.

Tres años de experiencia en empresas de venta de servicios.

Funciones:

Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.

Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos. Encargado de los aspectos financieros de todas las compras que se realizan en la empresa.

Mantener actualizada las obligaciones tributarias y patronales de la empresa.

Manejo del inventario. Optimizar los niveles de inventario, tratando de mantener los días de inventario lo más bajo posibles.

Control completo de las bodegas, monitoreo y arqueos que aseguren que no existan faltantes. Monitoreo y autorización de las compras necesarias por bodegas.

Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia.

Manejo del archivo administrativo y contable.

Aprobación de la facturación que se realiza por ventas de bodega.

Supervisión de la facturación de proyectos hecha por bodega bajo lo establecido en los contratos firmados con el cliente.

6.7.4. Departamento Administrativo

a. Cargo: Secretaria

b. Naturaleza del Cargo:

Planificar, ejecutar las labores de secretaría y mantener al día la agenda del personal administrativo en especial de gerencia.

Requisitos:

Título de tercer nivel o Tecnología como mínimo, en Secretaría o Técnicas de Archivo.

Acreditar dos años de experiencia en trabajos de secretaría, se dará preferencia a quien haya trabajado con empresas de servicios.

Funciones:

Planificar mensualmente y ejecutar las acciones a desarrollar tomando en cuenta recomendaciones de Gerencia.

Mantener el archivo de clientes y proveedores.

Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.

Llevar registros de entrada y salida de todo el personal que laborará en la micro empresa.

Preocuparse de pedir respaldos de toda la información en impreso y medio magnético y realizar el archivo correspondiente.

Mantener al día la agenda del Gerente

Llevar inventarios de los suministros de oficina y control de los mismos en cuanto a uso y destino.

6.7.5. Departamento de Comercialización

a. Cargo: Jefe de Comercialización

b. Naturaleza del Cargo:

El Jefe de Comercialización tiene a su cargo el manejo del departamento técnico dentro del que se incluye la elaboración y supervisión de de las actividades inherentes a la promoción, publicidad y venta de los servicios en general del recinto ferial.

Requisitos:

Título de tercer nivel en Publicidad y Marketing abalizado por el SENESCYT.

Experiencia mínima de tres años en diseño, publicidad y lanzamiento de eventos de ferias para exhibición de bienes y/o servicios.

Funciones:

Tener autoridad total en el manejo de las ventas dentro de la razonabilidad del negocio.

Encargarse totalmente del manejo operativo de montaje y desmontaje de la infraestructura de los stands.

Coordinar con el Gerente de la empresa todas las acciones técnicas para lograr un evento de óptima calidad.

Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente.

El Jefe de Publicidad y Ventas elabora un bosquejo del proyecto con los datos proporcionados por el cliente.

Es el encargado de realizar los cálculos de pérdida de presión y capacidad del sistema para aquellos expositores que lo requieran.

Es el responsable de elaborar la lista de materiales que se va a utilizar en un determinado proyecto así como también el presupuesto del mismo.

El Jefe de Publicidad y Ventas es quien realiza la presentación del proyecto junto conjuntamente con el Gerente, además de encargarse de la negociación con el cliente en cuanto a precio y crédito.

Reportar informes técnicos de las visitas realizadas a clientes potenciales.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

7.1. DETERMINACIÓN DE IMPACTOS

Los impactos son posibles consecuencias o cambios que se generan a través de la ejecución del proyecto y que se determinaran los efectos en los ámbitos de influencia del mismo.

7.2. NIVELES DE IMPACTO

Esta propuesta de recinto ferial se sustenta con un análisis técnico de los impactos: social, económico, ambiental y educativo. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz mediante la formulación de variables para cada uno de los impactos propuestos, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en los que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciona un rango o parámetros de niveles de impacto positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N°81: Medición de Impactos

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Elaborado: Los Autores

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen variables medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

7.3. IMPACTO SOCIAL

La migración interna entre ciudades es frecuente en los países del mundo, pero el comportamiento mayor es la migración fuera del país de origen, los últimos dos años por la crisis financiera europea, los países latinoamericanos están viviendo el retorno de migrantes, este acontecimiento social ha incrementado la desocupación, como consecuencia de esto se está acentuando cada día más y no se puede evitar, la novelería y consumismo en las grandes ciudades motiva a la salida del campesino a la ciudad, este comportamiento migratorio genera desocupación y menos posibilidades de trabajo.

Cuadro N°82: Medición de Impacto Social

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Seguridad Familiar						x	
Calidad de vida						x	
Relaciones Interpersonales							x
Bienestar Comunitario							X
TOTAL						4	6

Elaborado: Los Autores

$$\boxed{\text{Total de Impacto Social}} = \boxed{10/4} = \boxed{2,5}$$

$$\boxed{\text{Nivel de Impacto Social}} = \boxed{\text{medio positivo}}$$

Análisis:

El contar con un sitio donde se pueda exhibir los bienes y/o servicios que son iniciativa familiar, es una oportunidad para establecer relaciones de

asociatividad con otros grupos organizados. El impacto es medio positivo donde se puede evidenciar mediante el establecimiento de iniciativas feriales el mejorar las relaciones interpersonales de los participantes y el bienestar comunitario del sitio de interés que es Cantón Urququí.

7.4. IMPACTO ECONÓMICO

En el Cantón Urququí la dependencia económica de las familias es a través de la agricultura concentrada en el cultivo de caña de azúcar para la elaboración de panela, y la actividad ganadera para producción de carne y leche, rubros que permiten la sobrevivencia familiar, la construcción de la ciudad del conocimiento en el sector es lo que permitirá crear un nicho comercial de venta de servicios a través de la creación de un recinto ferial que albergará a productores de bienes y/o servicios de los cantones de la provincia de Imbabura , Carchi y sur de Colombia.

Cuadro N° 83: Medición de Impacto Económico

Indicador \ Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							x
Estabilidad Económica Local						x	
Estabilidad Económica Regional							x
Estabilidad Económica Familiar							x
Participación en el PIB					x		
Posicionamiento provincial						x	
TOTAL				0	1	4	9

Elaborado: Los Autores

Total de Impacto	=	14/6	=	2.33
Nivel de Impacto	=	medio positivo		

Análisis:

El incremento de negocios familiares en los portales de las viviendas es un indicador de falta de oportunidades laborales, la proliferación de

migrantes colombianos de alguna manera abarata el costo de mano de obra ecuatoriana, volviéndose cada vez menos competitiva. Sin embargo de ello el establecimiento de oportunidades de ofertar bienes y servicios de iniciativa personal o familiar en un recinto ferial de alguna manera abre las puertas para el establecimiento de relaciones comerciales entre dueños de negocios a fines. Se busca con toda iniciativa el bienestar común de todos los actores involucrados, el recinto ferial es una oportunidad de negociación.

7.5. IMPACTO AMBIENTAL

La propuesta planteada es una actividad micro empresarial que vende servicios que no involucra uso de productos tóxicos, por el contrario es un emprendimiento sano que promueve la exhibición de bienes y servicios de clientes potenciales de las provincias de Imbabura y Carchi y de alguna manera involucra indirectamente a dueños de negocios de las ciudades sureñas del vecino país de Colombia.

Una de las estrategias es involucrar a productores locales como oportunidad de venta de productos sanos y acercar a través del recinto ferial entre productor y consumidor.

Cuadro N°84: Medición de Impacto Ambiental

Indicador \ Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Aprovechamiento óptimo del espacio							x
Uso racional de los recursos							x
Manejo de deshechos						x	
Manejo adecuado de productos						x	
TOTAL						4	6

Elaborado: Los Autores

$$\boxed{\text{Total de Impacto}} = \boxed{10/4} = \boxed{2,50}$$

$$\boxed{\text{Nivel de Impacto}} = \boxed{\text{medio positivo}}$$

Análisis:

Por lo tanto el impacto ambiental es positivo porque no afectará los recursos naturales existentes, más bien la actividad da lugar a circular productos sanos.

Los stands se plantea realizar con materiales de fácil montaje y desmontaje para que no afecte el entorno visual interno, la infraestructura a construir para la presentación de artistas se realizará con materiales y arquitectura acorde a la existente en la ciudad de Cantón Urcuquí.

El requerimiento físico es de una hectárea, espacio suficiente como para implementar el recinto ferial cuyas características internas y externas serán diseñadas para que no haya afectación visual, auricular.

7.6. IMPACTO EDUCATIVO

La formación del talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral cada vez exigente. El replicar experiencias exitosas es otra forma de educación porque se copia lo mejor, el solo hecho de estar en el territorio donde se construirá la ciudad del conocimiento es la gran oportunidad para adoptar conocimientos de altísimo nivel. Los estudiantes de los establecimientos educativos son clientes potenciales para visitar el recinto ferial, este emprendimiento se vuelve una experiencia enriquecedora por la diversidad de iniciativas productivas y de servicios que los estudiantes pueden adoptar para enriquecer los conocimientos.

Cuadro N°85: Medición de Impacto Educativo

Indicador \ Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Desarrollo de habilidades							X
Centro de investigación							X
Lograr replicabilidad de experiencias						x	
Nuevas formas de producción.							X
Interrelación con otras iniciativas							X
TOTAL						2	12

Elaborado: Los Autores

$$\boxed{\text{Total de Impacto}} = \boxed{14/5} = \boxed{2.8}$$

$$\boxed{\text{Nivel de Impacto}} = \boxed{\text{alto positivo}}$$

Análisis:

El involucramiento de estudiantes, pequeñas, medianas y grandes empresas, tanto de la provincia de Imbabura, Carchi y posibles empresarios del sur de Colombia hace de este emprendimiento una alternativa de acercamiento entre productor y consumidor, un centro de exhibición de iniciativas innovadoras tanto de bienes y servicios que fácilmente se pueden replicar para emprender empresas personales y familiares.

Por la cercanía y traslado al lugar, indirectamente se convierte en un centro de investigación y generación de manuales operativos para la difusión mediante la observación y captura en fotografías.

La tendencia del campesino es “copiar” experiencias productivas novedosas que se introducen vía personal interno y técnicos externos, en este caso concreto la réplica es inminente, esto es bueno porque se logra la adopción de nuevas formas de producción que se presentan en una feria.

CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad realizado para la Creación de un Recinto Ferial EN EL Proyecto S.U.S.A. del Cantón Urcuquí, Provincia Imbabura se determina lo siguiente:

1. En el análisis situacional se realizó la recopilación de información necesaria para desarrollar la investigación como variables e indicadores, que determinen aspectos positivos del Cantón para la creación del recinto ferial en el cantón Urcuquí.
2. En lo referente al marco teórico se ha sustentado la investigación y afianzado los conocimientos en los temas relacionados con el desarrollo del proyecto.
3. El estudio de mercado determina favorable la creación del recinto ferial en el proyecto S.U.S.A. del cantón Urcuquí, por las potencialidades y posibilidades de crecimiento turístico así como los beneficios que el proyecto genere a los pequeños y medianos productores.
4. El estudio técnico ha facilitado el análisis de las condiciones para la creación del recinto ferial, resultando viable su implementación para su exitoso funcionamiento.
5. En el estudio económico se determina la inversión requerida, ingresos, gastos que genera el proyecto y la evaluación financiera que garantiza su rentabilidad.
6. En la propuesta estratégica se considera la visión, misión, políticas, valores corporativos, orgánico estructural y el manual de

funciones que garantizan una adecuada administración, que aporte al desarrollo del cantón.

7. La implementación del proyecto genera impactos positivos en los aspectos social, económico, ambiental y educativo, aportando al mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados y dinamizando su economía.

RECOMENDACIONES

Para que el proyecto se desarrolle de la mejor manera se establecen las siguientes recomendaciones:

1. Se debe aprovechar la información recopilada para fortalecer el funcionamiento del recinto ferial tomando en cuenta las bondades que ofrece la provincia de Imbabura y actualmente la ciudad de Urcuquí con la implementación de la ciudad del conocimiento, proyecto emblemático del Ecuador y centro de atención de los países del mundo.
2. El sustento teórico debe considerarse para el funcionamiento adecuado y toma de decisiones inherentes la creación y funcionamiento del recinto ferial.
3. Se sugiere la creación de un recinto ferial en el cantón Urcuquí, que se convierta en el dinamizador de la economía, permitiendo vincular directamente a productores y consumidores a través de la comercialización y promoción de bienes y servicios.
4. El recinto ferial deberá considerar todas las actividades que de alguna manera son indispensables y necesarias como para poner en marcha la propuesta, por tratarse de una unidad productiva de servicios alternativa e innovadora en la provincia de Imbabura y Cantón Urcuquí. La infraestructura tiene que ser la adecuada, si se puede utilizar materiales del medio que garantiza el flujo de bienes y servicios locales dinamizando las economías familiares
5. Se debe considerar el resultado del estudio financiero con la finalidad de que el proyecto sea sustentable, optimizando recursos, además se deberá buscar alternativas que permitan generar

mayores ingresos y promueva un crecimiento e innovación del proyecto.

6. Se debe realizar alianzas estratégicas con personas, empresas y en este caso concreto con un el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Urucuquí, debido a que se va a estructurar el emprendimiento como Empresa Pública, lo que garantizará su funcionamiento.
7. Por ser un proyecto vinculado con las áreas de producción, artesanal, cultural y de turismo se recomienda establecer normas que garanticen la preservación del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA:

- Baca, G. (2006). *Evaluación de proyectos*, México DF: Editorial McGrawHill.
- Arboleda, G. (2005). *Proyectos, Evaluación y Control*. AC, Colombia.
- Santesmases, M. (2006). *Marketing Conceptos y Estrategias*.
- Dias, J. *Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración*. Lima Perú: Universo.
- Bravo, M. y Ubidia, C. (2007). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodía.
- Hargadón, B. Jr. y Múnera, A. (2005). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Norma.
- Gamboa, R. (2007). *Curso Básico de Administración de Empresas: Finanzas (2ª.ed)*. Cali Colombia: Norma.
- Much, G. (2006). *Planeación Estratégica*. México DF: Trillas.
- Convenio Fundejur. (2005). *Manual de Costos*. Colombia: Fundación Carvajal.
- Ojeda, Alonso. (2006). *Finanzas aplicada a proyectos*.
- Sapag, N. (2007). *Preparación y Evaluación de proyectos*.
- Jácome, W. (2005). *Bases Teóricas Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra: Universitaria.

Zamarrón, B. (2005). *Evaluación de proyectos de inversión*.

Fred, D. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica* (10ra ed.).
México: Pearson

Thompson, Jr. ; Strickland III, A. y Gamble, J. (2007). *Administración
Estratégica, Teoría y Casos* (15ª ed.). México: McGrawHill.

Gómez, G. (2005). *Sistemas Administrativos: Análisis y
Diseños*. Mc Graw Gil.

Kotler, P. (2008). *Principios de Márketing* (12ª ed.). México: Prentice
Hall.

Martínez, J. (2008). *Procesos Administrativos*.

Reyes, A. (2006). *Administración de Empresas*.

Gómez, G. (2007). *Administración de Empresas*.

Anzola, S. (2005). *Administración I*. México.

Sarmiento, J. (2007). *Análisis de Proyectos Empresariales: Plan de
Ordenamiento Territorial del Cantón Urcuquí*

LINCOGRAFÍA

Wikipedia.org

www.inec.gob.ec

www.bce.fin.ec

www.santodomingo.gob.ec/recintoferial

www.expoferiaambato.com.ec

www.lacamara.org/feriadeduran

ANEXOS

Anexo “A”: Encuesta dirigida a la población de la Provincia de Imbabura



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Objetivo: Conocer la aceptación de la sociedad de los cantones de la provincia de Imbabura sobre la creación de un recinto ferial en el Cantón Urcuquí.

Instrucciones

Conteste con toda confianza y sinceridad a cada una de las preguntas planteadas, ya que de su respuesta depende obtener un resultado preciso para la implementación del recinto ferial en el Cantón Urcuquí.

Marque con una X la respuesta seleccionada

Pregunta 1: Usted conoce lo que es un recinto ferial?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 2: Alguna vez ha tenido la oportunidad de vender sus bienes y/o servicios en un recinto ferial?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 3: Le gustaría que haya un sitio que le brinde posibilidades para exhibición de sus bienes y/o servicios?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 4:Cuál es la estrategia de venta de sus bienes y/o servicios?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 5: El recinto ferial incrementaría el turismo en el Cantón Urcuquí?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 6: Cuanto estaría dispuesto a pagar para ingresar al recinto ferial?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 7: Considera que la ciudad de Urcuquí por sus atractivos turísticos es propicia para la instalación de un recinto ferial?

Alternativa	
Si	
No	

Pregunta 8: Cuántas ferias le gustaría que se hagan en el recinto ferialde Urcuquí?

Alternativa	
Si	
No	

Anexo “B”: Entrevista realizada a Organizadores de Ferias en la Provincia de Imbabura



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Pregunta 1: Considera usted beneficioso organizar ferias a nivel local?

Pregunta 2:Cuál es el beneficio directo mediante estas ferias para los pequeños y medianos productores?

Pregunta 3:Cuál es el aporte como organizadores de las ferias hacia los pequeños y medianos productores?

Pregunta 4: Según su criterio es suficiente realizar una feria al año?

Pregunta 5: A más de los bienes y servicios que se ofertan localmente, que otros aspectos considera que se deben tomar en cuenta?