



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOGÍA EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**

AUTORA: PAMELA ARMAS TAPIA

DIRECTOR: ECO. JOSÉ CHAMORRO M.

Ibarra, octubre, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad con el nombre: CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOÍA EN EL CANTÓN URQUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA, es una propuesta que tiene como finalidad promover el desarrollo económico y social del Cantón Urcuquí; razón por la cual se ha realizado la respectiva investigación, que nos permitirá ayudar al crecimiento del sector aprovechando los recursos de la zona, mejorando la calidad de vida de la población y con ello existan más fuentes de trabajo y no se dediquen solo a la agricultura. Uno de los propósitos con los cuales ha sido creada esta propuesta es beneficiar a la comunidad con el incremento de turistas tanto nacionales como extranjeros para que den a conocer lo que posee el cantón y de esta forma el sea reconocido por la diversidad de paisajes, cascadas que posee. A través del análisis en cuanto al diagnostico externo se pudo establecer aspectos importantes como son; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que se expone la creación de la nueva microempresa. Con la implantación de la nueva microempresa dedicada al turismo comunitario cooperaremos con la creación de nuevos empleos en forma directa, con la disminución de al menos 10 a 12 personas desempleadas, lo cual es un aporte positivo para la población. Además de contribuir con el crecimiento socio – económico del cantón Urcuquí. Se propone que la mencionada microempresa funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es brindar un servicio de calidad y eficiencia para que el turista tanto nacional como extranjero se sienta cómodo, disfrute y que responda a las necesidades de todos los integrantes de la misma. Con el análisis financiero se determino que el proyecto dejara grandes ingresos a favor de la microempresa como al sector mismo, por la cantidad de vistas turísticas que tendrá al año.

SUMMARY

The present feasibility study with the name CREATION A MICROENTERPRISE DEDICATED TO COMMUNITARY TOURISM FOCUSED ON AGROECOLOGY IN THE URCUQUÍ TOWN PROVINCE OF IMBABURA, It's a proposal that has the purpose to promote the economical and social development of Urcuquí Town; due this an investigation has been carried out which will boost the growth of this place by taking advantage of the resources of the area in order to improve population's life quality and create more jobs not only in agriculture. One of the major purpose to create this proposal has been to benefit the population of the community increasing the number of national and foreign tourists so that by this way they can share information about the town and at the same time through this the town its landscapes and waterfalls could be known. Regarding to the analysis of the external diagnostic, important points were established such as: opponent aliens, opportunities and risks that face the new microenterprise. Across the implementation of the new microenterprise dedicated to community tourism, new jobs will be created directly and 10 Or 12 unemployed people will be helped; this is a positive support to the population: Also the project will contribute in favor of the economical and social growth of Urcuquí town. The mentioned microenterprise will work with a correct and efficient administration, the main objective will be give a quality and efficient service in order to help the national and foreign tourists to feel comfortable and enjoy. With the financial analysis, it's expected that the project will give great incomes to the microenterprise and to the community due the number of tourist visits in a year.

AUTORÍA

Yo, PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1002236162 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA

100223616 – 2

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA, con cédula de identidad Nro. 1002236162, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOGÍA EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA,”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra 13 del mes de Octubre de 2011.

Firma

Firma

ECO. JOSÉ CHAMORRO MAYANQUER
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA**, con cédula de identidad Nro. 1002236162 expreso mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOGÍA EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA

100223616 – 2

Ibarra a los 13 días del mes de Octubre de 2011



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:	100223616 – 2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA		
DIRECCIÓN:	CALLE JORGE DÁVILA MEZA 8 – 90 Y SALVADOR DALÍ		
EMAIL:	pamela_nena18@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2950 – 021	TELÉFONO MÓVIL:	090419343

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOGÍA EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA :	PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA
FECHA: AAAAMMDD	OCTUBRE -2011
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.
ASESOR/ DIRECTOR:	ECON. JOSE CHAMORRO

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PAMELA ALEXANDRA ARMAS TAPIA, con cédula de identidad Nro. 1002236162, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los trece días del mes de octubre de 2011

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: ..Pamela Armas.....
C.C.:100223616-2.....

ACEPTACIÓN:

Firma:
Nombre: Ing. Bethy Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Con enorme satisfacción dedico el presente trabajo de investigación a DIOS, que me ha dado luz y guía a mi vida en todo momento.

Dedico a mis padres que con su cariño y desvelo han luchado para darme una buena educación y con su ejemplo me han inculcado valores para hacer de mí una mejor persona y profesional a la vez.

A mi hermana que ha estado a mi lado en todo momento y a mis amigos que me han apoyado y colaborado incondicionalmente.

PAMELA ARMAS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por darme el suficiente tiempo de vida para poder culminar este trabajo, por darme la sabiduría suficiente para conseguirlo.

A mis padres y mi hermana por estar en los momentos más difíciles con su apoyo y luchar juntos hasta el final.

También agradezco a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte en especial al Eco. José Chamorro M. quien con sus enseñanzas fue enriqueciendo día a día mis conocimientos para que culmine esta etapa de mi vida.

GRACIAS POR SU APOYO

PAMELA ARMAS

PRESENTACIÓN

“El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al turismo comunitario enfocado a la agroecológica en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”, busca constituirse con el desarrollo comunitario del sector.

Para el desarrollo del proyecto se analiza los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico: Este capítulo busca establecer la situación actual del sector y conocer con que factores cuenta para el desarrollo del proyecto, considerando la importancia de estos factores para su ejecución.

Capítulo II Bases Teóricas: En este capítulo se hace referencia a las bases teóricas, que permiten dar mayor confianza para el desarrollo de la investigación, sirven de guía para la realización del proyecto; y a la vez nos ayuda a tener en claro lo que implica crear una microempresa de turismo comunitario.

Capítulo III Estudio de Mercado: En el capítulo se establece la oferta y demanda del producto o servicio con el que el sector cuenta en donde se llevara a cabo el desarrollo del proyecto, también identifica al mercado al cual va dirigido.

Capítulo IV Estudio Técnico: Analiza la parte en donde el proyecto va a ser desarrollado, toma en consideración una serie de factores que garantice que está de acuerdo a las necesidades del proyecto a ejecutarse.

Capítulo V Estudio Financiero: En el estudio económico financiero se analiza la inversión del proyecto y se determina la factibilidad, también se conoce que utilidades deja desde un inicio.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Demuestra cómo estará estructurada la organización considerando los diferentes departamentos con sus distintas funciones.

Capítulo VII Impactos: En el capítulo de impactos se analiza los impactos que genera el proyecto, también cuales son los efectos por ejecutarlo y las medidas que se debe tomar para evitarlo.

ÍNDICE GENERAL

	Págs.
PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
THE EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
INDICE GENERAL.....	xiii
INDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xixi
INTRODUCCIÓN.....	24
JUSTIFICACIÓN.....	25
OBJETIVOS.....	26

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes Diagnósticos.....	29
Objetivos Diagnósticos.....	29
VARIABLES Diagnósticas.....	30
Indicadores.....	30
Identificación de la Población.....	32
Cálculo de la Muestra.....	34
Diseño de Instrumentos de Investigación.....	35
Evaluación de la información.....	37
Resultados de encuestas aplicadas a la población de Urcuquí	37
Resultados de encuesta aplicadas a turistas.....	49

Resumen de las entrevistas.....	57
Diagnóstico externo.....	59
Aliados.....	59
Oponentes.....	60
Oportunidades.....	60
Riesgos.....	61
Determinación de la oportunidad de inversión.....	62

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

Microempresa.....	63
Definición.....	63
Base Legal.....	63
Ventajas y Desventajas de las Microempresas.....	64
Microempresa comunitaria	64
Turismo comunitario.....	65
Definición.....	65
Características del turismo comunitario.....	66
Importancia del turismo comunitario.....	67
Áreas de gestión de los centros de turismo comunitario.....	68
Agroecología.....	68
Definición.....	68
Base de creación.....	68
Consideraciones generales.....	69
Aplicación de la agroecología.....	69
Principios de la agroecología.....	70
Fundamentos de aplicación.....	71
Importancia del desarrollo de la agroecología.....	72
Fundamentos Administrativos.....	73
Administración.....	73
El proceso administrativo.....	74
Fundamentos contables.....	76

Contabilidad.....	76
Objetivos de la Contabilidad.....	76
Importancia.....	76
Proceso contable.....	77
Libros base utilizados en contabilidad.....	78
Estados Financieros.....	79
El marketing en la empresa.....	81
Demanda.....	81
Oferta.....	82
Producto.....	82
Distribución.....	83
Precio.....	83
Publicidad.....	84
Evaluación financiera.....	84
Valor Presente Neto.....	84
Tasa Interna de Rendimiento.....	85
Beneficio – Costo.....	86
Período de Recuperación.....	87
Punto de Equilibrio.....	87

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos.....	89
Identificación del producto o servicio.....	90
Mercado Meta.....	90
Análisis y proyección de la demanda.....	93
Demanda Actual.....	93
Demanda Potencial.....	93
Demanda de turismo interno en la provincia de Imbabura.....	95
Demanda de turismo local.....	96
Proyección de la demanda.....	98
Análisis y proyección de la oferta.....	99
Oferta turística nacional.....	99
Oferta turística a nivel local.....	100

Oferta actual.....	103
Proyección de la oferta.....	104
Balance entre oferta y demanda.....	105
Demanda potencial a satisfacer por el proyecto.....	105
Análisis de precios.....	106
Plan comercial.....	107
Producto o servicio.....	107
Precio.....	108
Publicidad.....	108
Plaza o distribución.....	109
Conclusión del estudio.....	109

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Localización del proyecto.....	110
Macrolocalización.....	110
Microlocalización.....	112
Tamaño del proyecto.....	114
Ingeniería del proyecto.....	117
Diseño de Instalaciones.....	119
Diagrama de flujo de Servicios.....	120
Presupuesto de Inversión	122
Inversión Fija.....	122
Inversión Diferida.....	126
Capital de trabajo.....	126
Inversión Total.....	127
Financiamiento para el proyecto.....	127
Talento Humano.....	128

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

Ingresos.....	129
Proyección de Ingresos.....	130
Egresos.....	131
Costos operativos.....	131
Gastos Administrativos.....	134
Gastos de venta.....	136
Financiamiento.....	137
Gastos Financieros.....	138
Depreciaciones.....	138
Amortización Diferidos.....	139
Resumen de egresos	139
Estados financieros.....	139
Balance de Situación Inicial.....	140
Estado de Resultados.....	141
Estado de Flujo de Efectivo Proyectado.....	142
Evaluación Financiera.....	143
Determinación del costo capital y tasa de rendimiento medio	143
Análisis del Valor Actual Neto.....	144
Análisis de la Tasa Interna de Retorno.....	144
Análisis del período de recuperación de la inversión.....	145
Análisis del costo beneficio.....	146
Determinación del Punto de Equilibrio.....	147
Resumen de la Evaluación Financiera.....	147

CAPÍTULO VI ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Estructura estratégica.....	148
Misión.....	148
Visión.....	149
Nombre de la Empresa.....	149

Objetivos empresariales.....	149
Políticas de la empresa.....	149
Principios y valores.....	150
Estructura organizativa.....	151
Niveles Administrativos.....	153
Matriz de Competencias.....	154
Requisitos legales.....	161
Figura Jurídica.....	161
Representante Legal.....	161
Permisos de Funcionamiento.....	161

CAPÍTULO VII IMPACTOS

Impacto socio económico.....	164
Impacto comercial.....	165
Impacto ambiental.....	166
Impacto general.....	167
CONCLUSIONES.....	168
RECOMENDACIONES.....	170
BIBLIOGRAFÍA.....	171
ANEXOS.....	176

ÍNDICE DE CUADROS

Nro.		PÁG.
Cuadro 1	PEA, por Sector, según Género.....	33
Cuadro 2	Turistas que visitan Urcuquí.....	33
Cuadro 3	Atractivos turísticos que posee Urcuquí.....	37
Cuadro 4	Aspectos negativos del Cantón Urcuquí.....	38
Cuadro 5	Problemas causados por aspectos negativos del Cantón.....	39
Cuadro 6	Posibles soluciones para los aspectos negativos del Cantón.....	40
Cuadro 7	Actividad que desempeña.....	41
Cuadro 8	Ingresos mensuales.....	42
Cuadro 9	Prácticas agroecológicas que se lleva en el cantón	43
Cuadro 10	Opinión de la comunidad sobre turismo comunitario	44
Cuadro 11	Actividades y servicios que se lleva en la Microempresa.....	45.
Cuadro 12	Radio que escucha la comunidad.....	46
Cuadro 13	Periódico que lee la comunidad.....	47
Cuadro 14	Canal de Televisión que observa la comunidad.....	48
Cuadro 15	Lugares que van a visitar los turistas.....	49
Cuadro 16	Tiempo de permanencia.....	50
Cuadro 17	Gastos de movilización.....	51
Cuadro 18	Hospedajes.....	52
Cuadro 19	Comida a degustar.....	53
Cuadro 20	Gasto promedio individual.....	54
Cuadro 21	Actividades que les gustaría realizar.....	55
Cuadro 22	Aceptación de la microempresa comunitaria.....	56
Cuadro 23	Entrada de extranjeros a Ecuador.....	91
Cuadro 24	Mercado de turistas que visitan Ecuador.....	92
Cuadro 25	Turistas que ingresan al país.....	95
Cuadro 26	Turistas que ingresan a Otavalo.....	97
Cuadro 27	Turismo de naturaleza (turistas extranjeros).....	97
Cuadro 28	Ecuador: Oferta de Servicios Turísticos.....	100
Cuadro 29	Establecimientos que ofrecen servicios de turismo comunitario.....	101

Cuadro 30	Planta hotelera en el cantón Otavalo.....	102
Cuadro 31	Empresas comunitarias locales.....	103
Cuadro 32	Precios de la competencia.....	106
Cuadro 33	Requerimiento de Talento Humano.....	128
Cuadro 34	Nivel de Impactos.....	164
Cuadro 35	Impacto Socio – Económico.....	164
Cuadro 36	Impacto Comercial.....	165
Cuadro 37	Impacto Ambiental.....	166
Cuadro 38	Impacto General.....	167

ÍNDICE DE TABLAS

Nro.		PÁG.
Tabla 1	Proyección de los turistas anualmente.....	34
Tabla 2	Proyección de la demanda de los turistas.....	98
Tabla 3	Oferta Actual del Cantón Urcuquí	104
Tabla 4	Proyección de la oferta.....	104
Tabla 5	Balance entre oferta y demanda.....	105
Tabla 6	Proyección de demanda para la microempresa..	105
Tabla 7	Análisis de los precios.....	107
Tabla 8	Infraestructura Civil.....	122
Tabla 9	Vehículo.....	122
Tabla 10	Muebles y Enseres.....	123
Tabla 11	Maquinaria y Equipo.....	123
Tabla 12	Equipo de Computación.....	124
Tabla 13	Equipo de oficina.....	124
Tabla 14	Menaje.....	125
Tabla 15	Resumen de Activos Fijos.....	125
Tabla 16	Gastos de Constitución.....	126
Tabla 17	Capital de Trabajo.....	126
Tabla 18	Inversión del Proyecto.....	127
Tabla 19	Estructura de la Inversión.....	127
Tabla 20	Ingresos por Alojamiento.....	130
Tabla 21	Ingresos por Alimentación.....	130
Tabla 22	Ingresos por Recreación.....	130
Tabla 23	Ingresos Consolidados.....	131
Tabla 24	Materia Prima.....	131
Tabla 25	Mano de Obra.....	132
Tabla 26	Servicios Básicos.....	132
Tabla 27	Consumo de gas.....	132
Tabla 28	Mantenimiento, maquinaria y equipo.....	133
Tabla 29	Combustible y mantenimiento vehículo.....	133
Tabla 30	Reposición de Menaje.....	133
Tabla 31	Resumen de Costos Operativos.....	133
Tabla 32	Sueldos Administrativos.....	134
Tabla 33	Honorarios por servicios.....	134

Tabla 34	Servicios Básicos.....	135
Tabla 35	Servicios de Comunicación.....	135
Tabla 36	Útiles de Oficina.....	135
Tabla 37	Mantenimiento de Computación.....	135
Tabla 38	Resumen de Gastos Administrativos.....	136
Tabla 39	Publicidad.....	136
Tabla 40	Tabla de Amortización.....	137
Tabla 41	Gastos Financieros.....	138
Tabla 42	Depreciaciones.....	138
Tabla 43	Amortización Diferidos.....	139
Tabla 44	Resumen de Egresos.....	139
Tabla 45	Balance de Situación Inicial.....	140
Tabla 46	Estado de Resultados.....	141
Tabla 47	Flujo de Caja proyectado.....	142
Tabla 48	Inversiones.....	143
Tabla 49	Análisis VAN.....	144
Tabla 50	Análisis TIR.....	145
Tabla 51	Flujos Actualizados.....	145
Tabla 52	Tiempo de Recuperación.....	146
Tabla 53	Análisis Costo Beneficio.....	146
Tabla 54	Punto de Equilibrio.....	147
Tabla 55	Resumen de Evaluación Financiera.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.		PÁG.
Gráfico 1	Atractivos Turísticos.....	37
Gráfico 2	Aspectos negativos.....	38
Gráfico 3	Problemas causados por aspectos negativos.....	39
Gráfico 4	Posibles soluciones.....	40
Gráfico 5	Actividad que desempeña.....	41
Gráfico 6	Ingresos mensuales.....	42
Gráfico 7	Prácticas agroecológicas.....	43
Gráfico 8	Opinión del turismo comunitario.....	44
Gráfico 9	Actividades y servicios.....	45
Gráfico 10	Radio que escucha la comunidad.....	46
Gráfico 11	Periódico que lee la comunidad.....	47
Gráfico 12	Canal de Televisión.....	48
Gráfico 13	Lugares a visitar.....	49
Gráfico 14	Tiempo de permanencia.....	50
Gráfico 15	Gastos por movilización.....	51
Gráfico 16	Hospedajes.....	52
Gráfico 17	Comida a degustar.....	53
Gráfico 18	Gasto promedio individual.....	54
Gráfico 19	Actividades a realizar.....	55
Gráfico 20	Aceptación de una microempresa comunitaria.....	56
Gráfico 21	Utilidad neta proyectada.....	142

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En el Ecuador se están llevando procesos que logran consolidar la actividad turística como una política de desarrollo económico para el país.

En este sentido existen organismos que están dirigiéndose por líneas que otorga viabilidad a las actividades relacionadas a este sector como son: en el marco Institucional el Ministerio de Turismo, órgano que planifica, regula y formula la actividad turística; Secretaría de Pueblos, se encarga de dar un informe al Ministerio de Turismo sobre la calidad del Centro de Turismo Comunitario sin este informe no se puede dar dicha categoría a una actividad turística comunitaria; y a partir del 11 de septiembre del 2002, se crea la Fundación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) que asocia iniciativas comunitarias en territorio ecuatoriano.

Según el Art. 14 de la Constitución Política del Ecuador que está dentro de la Sección Segunda – Ambiente Sano, dice: “ Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la preservación del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados”; el presente estudio toma en cuenta este artículo que tiene relación con la agroecología o en otras palabras a la puesta en práctica de actividades que preservan el medio ambiente.

La provincia de Imbabura cuenta con 6 cantones que son: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí; cada uno de estos tiene diversidad de atractivos que cautivan a diferentes tipos de turistas.

JUSTIFICACIÓN

Nuestras comunidades al igual que la Organización Mundial del Turismo, están convencidas de que el turismo puede emplearse como una fuerza importante para reducir la pobreza y proteger el medio ambiente, ya que confiere un valor económico al patrimonio cultural, crea empleo y produce ingresos.

El turismo comunitario del Ecuador es una alternativa ambiental, social, cultural y económica para diversificación de fuentes de ingreso y generación complementaria de empleo respetando la racionalidad y favoreciendo el posicionamiento e identidad propia de la comunidad en el sector turístico nacional.

Según el Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador, no se puede hablar de “calidad del turismo” sin pensar antes en la “calidad de vida de los pobladores”; el turismo comunitario busca armonizar la actividad turística como vida comunitaria, de tal modo que integrándolas equilibradamente, podamos ampliar los beneficios a la vida plena de nuestras comunidades.

Se reconoce la existencia y práctica del turismo comunitario en el Ecuador hace 30 años como lo manifiesta el Lcdo. Byron Quisphe FEPTCE – CITURCE, pero que en la actualidad cada vez más toma fuerza y se va involucrando en la provincia de Imbabura que ya tiene comunidades que están poniendo en práctica este turismo, de acuerdo a la Gerencia Regional Sierra Norte, Ministerio de Turismo como son: en la comunidad de Mascarrilla del cantón Ibarra se encuentra el Grupo Artesanal Esperanza Negra, Comunidad La Florida y San Clemente; en el cantón Cotacachi el Ecoturismo Junín, Manduriacos, Comunidad de Peribuela y Runa Tupari y en el cantón Pimampiro tenemos Puruhanta Foreste Lodge en la Reserva Ecológica Cayambe – Coca.

El Cantón San Miguel de Urucuquí, ha puesto de manifiesto en los últimos tiempos que es una zona rica y megadiversa por sus ecosistemas hídricos, turísticos, recreacionales, arqueológicos y culturales, recursos que hoy se han constituido para algunos grupos empresariales en la base económica para mejorar y generar empleo por el aprovechamiento de estos sistemas.

Cabe mencionar que a pesar de la riqueza turística que tiene no lleva a cabo el turismo comunitario en el cantón.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al turismo comunitario enfocado a la agroecología en el cantón Urucuquí, provincia de Imbabura, que contribuya a mejorar la calidad de vida de los habitantes mediante una adecuada comercialización del producto, con un apropiado servicio, atención al cliente, precios razonables y servicios de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar los factores internos y externos que inciden en la problemática de la comunidad, un diagnóstico externo que permita determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la microempresa a instalarse.
- Sentar las bases teóricas mediante una investigación documental que sirva como referente conceptual y técnico del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al turismo comunitario enfocado a la agroecología, en el cantón de Urucuquí, provincia de Imbabura.

- Elaborar un estudio de mercado en base a un análisis de la oferta y demanda del turismo comunitario, precios, competencia y formas de comercializar el servicio a establecerse, efectuando las correspondientes proyecciones.
- Efectuar un estudio técnico del proyecto tomando en cuenta los aspectos básicos para la creación de la microempresa, como son: tamaño, localización, cuestiones técnicas y valoración de inversiones fijas.
- Desarrollar un estudio económico y financiero de la propuesta de creación de la microempresa, valorando ingresos, egresos, rentabilidad y factibilidad del proyecto.
- Detallar la organización de la microempresa para con ello dar a conocer con que departamentos, puestos de trabajo y funciones va a contar y realizar cada uno que integre la microempresa.
- Definir los principales impactos que generaría el proyecto en los ámbitos: socioeconómico, comercial y ambiental.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

San Miguel de Urququí es un cantón eminentemente agrícola y ganadero, que fomenta el agroturismo, motivando a las personas que visitan este cantón a vivir más de cerca las tradiciones milenarias para trabajar la tierra. Cada uno de los rincones ofrece diversas actividades para ser realizadas por eso las caminatas, paseos en bicicleta o caballo, son una opción interesante que permite olvidarse del ritmo de la ciudad y sentir el latido de la naturaleza. La diversidad de relieve territorial permite la práctica de deportes extremos como: rafting y kayaking que ponen a prueba la resistencia de las personas que visitan este cantón y disfrutar de un atractivo paisaje y sobre todo sintiendo la adrenalina de descubrir nuevas experiencias en medio de sus paisajes.

Entre los principales recursos y atractivos turísticos están las Cascadas de Conrayaro y la Virgen, las Lagunas de Yanacocha, Ñagñaro, Patacocha, y un conjunto de pequeñas lagunas en la zona de la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas, en los páramos de Piñán y las haciendas del sector.

Debido a que la geografía de Urququí permite disfrutar de una variedad de sitios turísticos es necesario contar con un proyecto que ayude al crecimiento del sector y aprovechar los recursos de la zona para mejorar el nivel de vida de la población urcuquireña. Es importante señalar que el principal atractivo turístico que tiene el cantón son las fuentes de aguas termales de origen volcánico; esta actividad ha hecho que el turismo poco a poco vaya creciendo en el cantón, sin brindar al turista tanto nacional como extranjero otras alternativas para disfrutar.

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de caracterizar objetivamente el área donde se implementará el proyecto, enfocando principalmente aspectos relacionados a:

- Analizar el interés de la comunidad del cantón Urcuquí para la creación de una microempresa de turismo comunitario.
- Determinar la aceptación de los turistas con respecto al turismo comunitario.

1.1 ANTECEDENTES

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica y determinando las fuentes de información. A continuación detallamos los aspectos señalados.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar los factores internos y externos que inciden en la problemática de la comunidad, un diagnóstico externo que permita determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la microempresa a instalarse.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar el interés de la comunidad del cantón Urcuquí para la creación de una microempresa de turismo comunitario.

- Determinar la aceptación de los turistas con respecto al turismo comunitario.
- Evaluar los aspectos negativos que afectan al desarrollo del turismo en la comunidad
- Conocer los atractivos turísticos que tiene la parroquia para el progreso del turismo

1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Luego de determinar los objetivos, se han identificado las siguientes variables:

- Interés de la Comunidad
- Aceptación de los Turistas
- Aspectos Negativos
- Atractivos Turísticos

1.2.4 INDICADORES

De acuerdo a las variables expuestas se detalla los respectivos indicadores para su análisis:

➤ INTERÉS DE LA COMUNIDAD

Transporte
 Restaurantes
 Alojamiento
 Producción de alimentos orgánicos
 Guías Comunitarios
 Artesanías

➤ ACEPTACIÓN DE LOS TURISTAS

Opinión de los turistas

➤ **ASPECTOS NEGATIVOS**

Opinión de la comunidad

➤ **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Lugares visitados

Opinión de la comunidad

Actividades turísticas

Tiempo de permanencia

Hospedaje

Alimentación

Transporte

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS
a) Analizar el interés de la comunidad del cantón Urcuquí para la creación de una microempresa de turismo comunitario.	Interés de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Restaurantes • Alojamiento • Producción/ alimentos orgánicos • Guías comunitarios • Artesanías 	Encuesta a la Comunidad
b) Determinar la aceptación de los turistas con respecto al turismo comunitario.	Aceptación de los Turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de los turistas 	Encuesta A turistas
c) Evaluar los aspectos negativos que afectan al desarrollo del turismo en la comunidad	Aspectos Negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de la comunidad 	Encuesta Comunidad
d) Conocer los aspectos positivos que tiene la parroquia para el progreso del turismo	Atractivos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Lugares visitados • Opinión de la comunidad • Actividades turísticas • Hospedaje • Alimentación • Transporte 	Encuestas y Entrevistas

FUENTE: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

ELABORACION: La Autora

1.2.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente diagnóstico, se pondrá en conocimiento los datos socio demográficos; que permiten conocer la población que se va a investigar y debido a que el universo de estudio es grande se tomará en cuenta para la comunidad: la PEA del Cantón Urcuquí; información proporcionada por el INEC, de acuerdo al Censo del 2010, siendo desglosada de la siguiente manera:

CUADRO No. 1
URCUQUI: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR
SECTOR, SEGÚN GÉNERO

AREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	5.841	4.644	1.220
URBANA	1.061	844	221
RURAL	4.780	3.800	999

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
ELABORCIÓN: La autora

CUADRO No. 2
TURISTAS QUE VISITAN URCUQUÍ, DE ACUERDO A SU CATEGORÍA

Para los turistas se tomo como base la matriz otorgada por la Unidad de Turismo del Municipio de Urcuquí del año 2010, el cual se proyectó a través de un porcentaje de crecimiento de turistas que es el 15% anual:

TURISTAS	TOTAL	%
NIÑOS	709	25%
JOVENES	425	15%
ADULTOS	1332	47%
ADULTOS MAYORES	369	13%
TOTAL	2835	100%

FUENTE: Unidad de Turismo del Municipio de San Miguel de Urcuquí
ELABORACIÓN: La Autora

TABLA No. 1
PROYECCIÓN DE LOS TURISTAS ANUALMENTE

DATOS 2010	% CRECIMIENTO	2011
2835	15%	3260

FUENTE: Unidad de Turismo del Municipio de San Miguel de Urcuquí
ELABORACIÓN: La Autora

1.2.6 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Debido a que la población es mayor a cincuenta (50) personas, se utilizó la técnica del muestreo específicamente a la PEA de Urcuquí y a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

a) Muestra Población Económicamente Activa del Cantón Urcuquí

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

DATOS

N = Tamaño de la población (5.841)

σ^2 = Varianza (0.25)

Z^2 = Nivel de confianza 95% → (1.96)

E^2 = Nivel de error (0.05)

$$n = \frac{(1.96^2)(0.25)(5841)}{(0.05^2)(5841 - 1) + (0.25)(1.96^2)}$$

$$n = \frac{5609,6964}{15,5604}$$

$$n = 361$$

Muestra 1 = 361 encuestas para aplicar a la PEA del cantón Urcuquí

b) MUESTRA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN URCUQUÍ

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

DATOS

N = Tamaño de la población (3.260)

σ^2 = Varianza (0.25)

Z² = Nivel de confianza 95% → (1.96)

E² = Nivel de error (0.05)

$$n = \frac{(1.96^2)(0.25)(3260)}{(0.05^2)(3260 - 1) + (0.25)(1.96^2)}$$

$$n = \frac{3130,904}{9,1079}$$

$$n = 344$$

Muestra 2 = 344 encuestas para aplicar a turistas nacionales y extranjeros

1.2.7 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El presente diagnóstico se realizó, en base a las diferentes técnicas de investigación de campo para la recopilación de información, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

a) Información Primaria

➤ Encuestas

Se realizó dos encuestas: la primera a la población del cantón Urcuquí, información proporcionada por el INEC del Censo del 2010, la misma que consta de once preguntas referentes a que conoce la comunidad y si está de acuerdo con la realización del proyecto. La

segunda realizada a los turistas locales, nacionales y extranjeros, que consta de ocho preguntas que me ayudaron a saber que gustos y preferencias tienen los turistas y con esta información sea factible el proyecto.

➤ **Entrevistas**

Se llevó a cabo una entrevista con el Ing. Wiliam Chuquín que es el encargado de la Unidad de Turismo que se encuentra en el Municipio de Urcuquí y que tienen conocimientos amplios en este campo y también se realizo entrevistas al Jefe Político del Cantón y Tenientes Políticos de las parroquias, para que con su ayuda podamos determinar si les interesa la creación de la microempresa de turismo comunitario.

b) Información Secundaria

- Libros Didácticos
- Información de Internet
- Trípticos

1.3. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.3.1 RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DE URCUQUÍ (ANEXO 1)

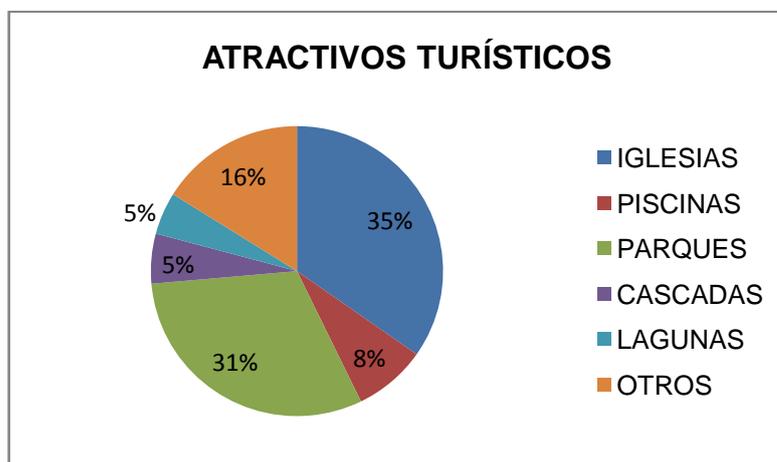
PREGUNTA 1: Desde su punto de vista con qué atractivos turísticos cuenta la parroquia?

**CUADRO No. 3
ATRATIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE URCUQUÍ**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IGLESIAS	126	35%
PISCINAS	29	8%
PARQUES	111	31%
CASCADAS	20	6%
LAGUNAS	17	5%
OTROS	58	16%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad. Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 1



ANÁLISIS:

De análisis de los resultados de la pregunta se concluye que los atractivos más significativos en el Cantón Urcuquí son las iglesias, los parques, respecto a las iglesias porque guardan una tradición de muchos

años atrás e incluso son símbolos de la fe cristiana en ciertas épocas del año, mientras que los parques se enfocan en un turismo mítico es decir una forma de mostrar a los visitantes las creencias y los mitos, pero sobre todo la hermosa arquitectura que poseen sus estructuras.

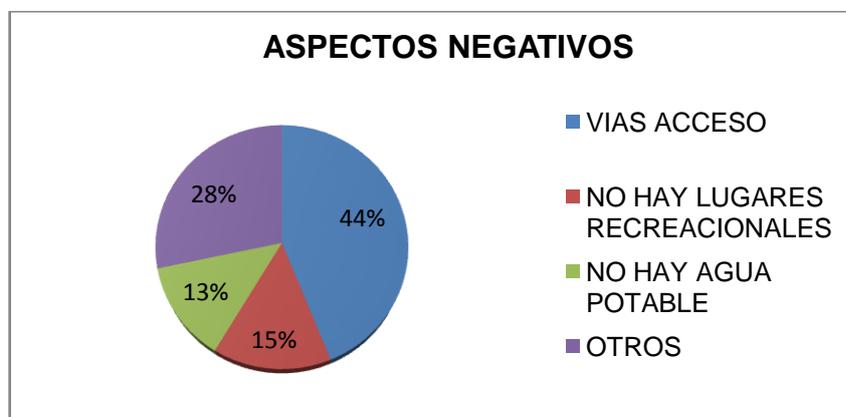
PREGUNTA 2.- Desde su punto de vista qué aspectos negativos tiene la parroquia?

**CUADRO No. 4
ASPECTOS NEGATIVOS DEL CANTÓN URCUQUÍ**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VIAS ACCESO	159	44%
NO HAY LUGARES RECREACIONALES	53	15%
NO HAY AGUA POTABLE	47	13%
OTROS	102	28%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 2



ANÁLISIS:

Entre los aspectos negativos de mayor connotación están las vías de acceso que se encuentran en mal estado por falta de mantenimiento, por otro lado existe una marcada escases de agua que provoca insatisfacción entre los habitantes del cantón, y a esto, a lo anterior se identifica una

falta de espíritu de cuerpo de los habitantes provocando desunión y apatía.

PREGUNTA 3.- ¿Cómo le está afectando a Usted esos problemas?

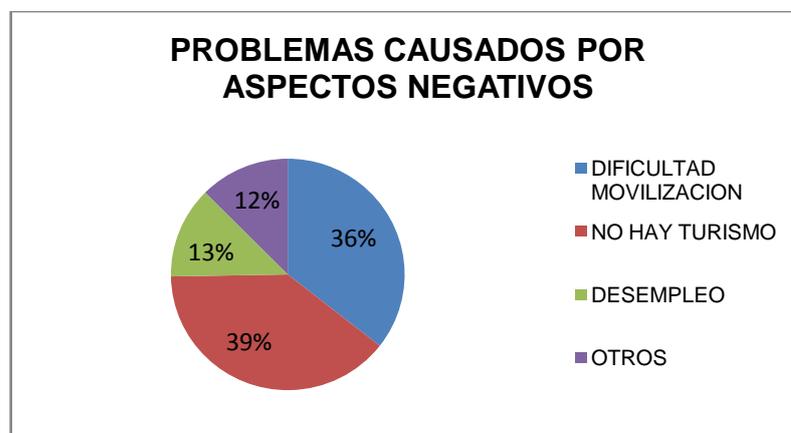
**CUADRO No. 5
PROBLEMAS CAUSADOS POR ASPECTOS NEGATIVOS DEL
CANTÓN**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIFICULTAD MOVILIZACION	129	36%
NO HAY TURISMO	141	39%
DESEMPLEO	46	13%
OTROS	45	13%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 3



ANÁLISIS:

Por la falta de atractivos bien administrados ocasionan un casi nulo flujo de turistas, por otro lado la dificultad de acceder a la parroquia limita la visita de personas no residentes en la mismas, esto ha provocado un insipiente desarrollo de la parroquia, ya que en la mayoría de las actividades de su pobladores son de supervivencia, salvo contadas excepciones.

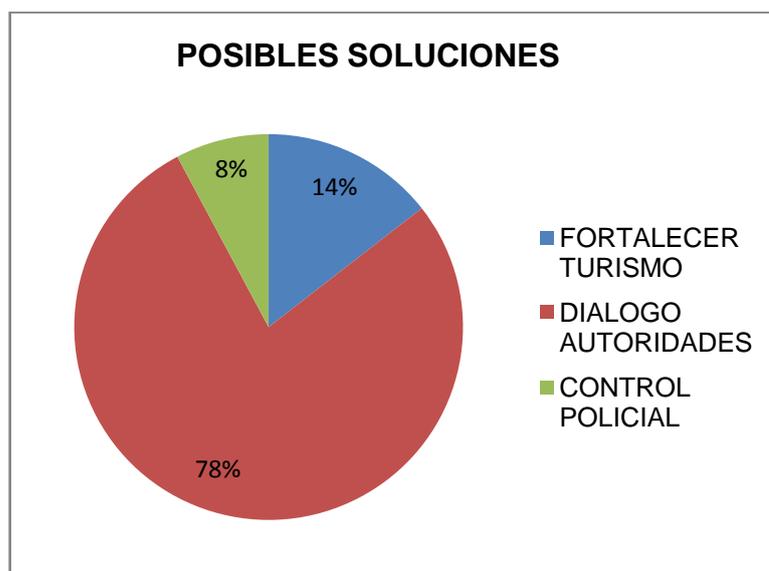
PREGUNTA 4.- ¿Qué cree Usted que se podría hacer para cambiar estos problemas?

**CUADRO No. 6
POSIBLES SOLUCIONES PARA LOS ASPECTOS NEGATIVOS DEL
CANTÓN**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FORTALECER TURISMO	52	14%
DIALOGO AUTORIDADES	281	78%
CONTROL POLICIAL	28	8%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 4



ANÁLISIS:

Una propuesta de solución a problemática identificada es el dialogo con las autoridades respectivas para conseguir un apoyo permanente y continuo, a la vez que reforzar la seguridad mediante el incremento de la presencia de la policía y relevar de las funciones a las autoridades parroquiales que no estén comprometidas con el progreso.

PREGUNTA 5.-Cuál es la actividad que Usted desempeña?

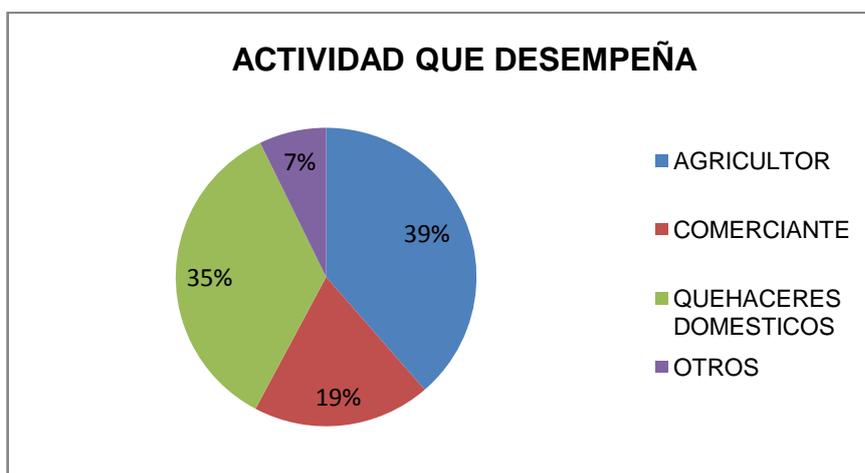
CUADRO No. 7
ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGRICULTOR	140	39%
COMERCIANTE	69	19%
QUEHACERES DOMESTICOS	126	35%
OTROS	26	7%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 5



ANÁLISIS:

La actividad principal de los habitantes es la agricultura pero lamentablemente en su mayoría no genera una rentabilidad adecuada que le permita salir adelante, porque esta actividad se encuentra afectada de problemas graves como es los bajos precios, las condiciones climáticas negativas y la falta de agua, por otra parte la mayoría de las mujeres en edad productiva se dedican a los quehaceres domésticos, esto significa que el ingreso principal de las familias es el dinero del padre, y en menor porcentaje al comercio de los productos nativos de la parroquia.

PREGUNTA 6.- ¿Cuál es su ingreso mensual en la actividad a la que Usted se dedica?

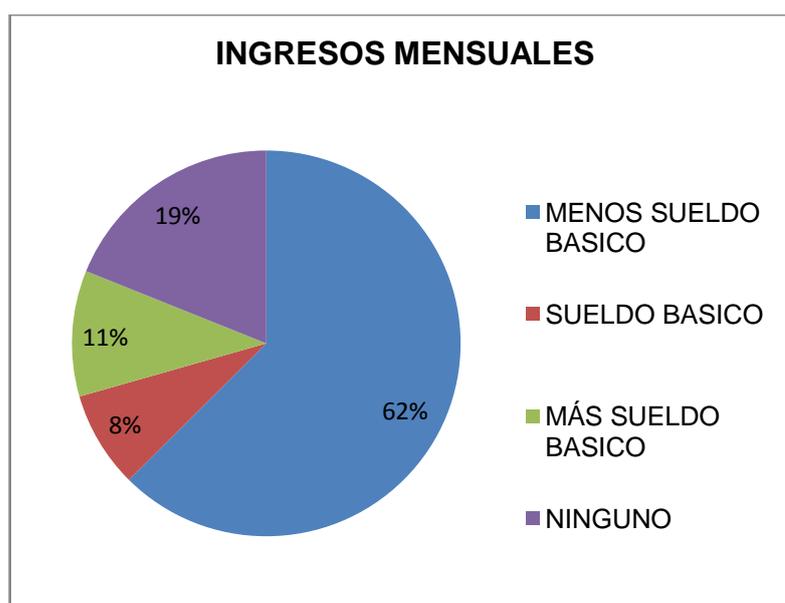
**CUADRO No. 8
INGRESOS MENSUALES**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS SUELDO BASICO	226	63%
SUELDO BASICO	29	8%
MÁS SUELDO BASICO	38	11%
NINGUNO	68	19%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 6



ANÁLISIS:

El ingreso promedio de los encuestados revela que es menor que el salario básico, esto indica que casi no pueden cubrir las necesidades básicas si se toma en cuenta el número de integrantes de cada familia, lo que provoca una alta migración en busca de mejores ingresos.

Pregunta 7.- Conoce si en su comunidad se lleva a cabo alguna práctica agroecológica?

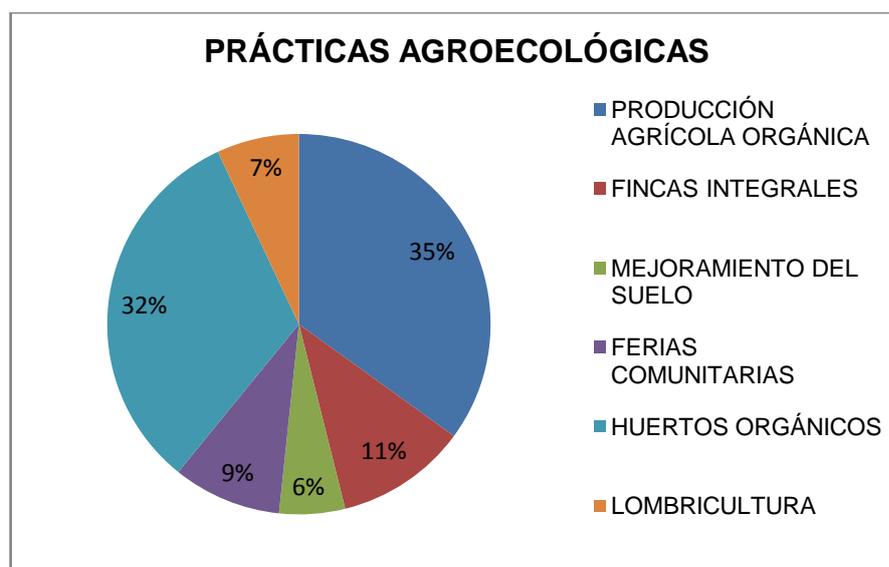
**CUADRO No. 9
PRÁCTICAS AGROECOLÓGICAS QUE SE LLEVA EN EL CANTÓN**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA ORGÁNICA	127	35%
FINCAS INTEGRALES	40	11%
MEJORAMIENTO DEL SUELO	20	6%
FERIAS COMUNITARIAS	33	9%
HUERTOS ORGÁNICOS	116	32%
LOMBRICULTURA	25	7%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 7



ANÁLISIS:

A pesar de las limitaciones de las actividades agrícolas existen programas que han incentivado la producción agrícola orgánica, como una alternativa de mejoramiento de sus ingresos, pero que necesita de una mejor reforzamiento para lograr producciones de mayor escala.

Pregunta 8.- Ha escuchado Usted acerca del Turismo Comunitario

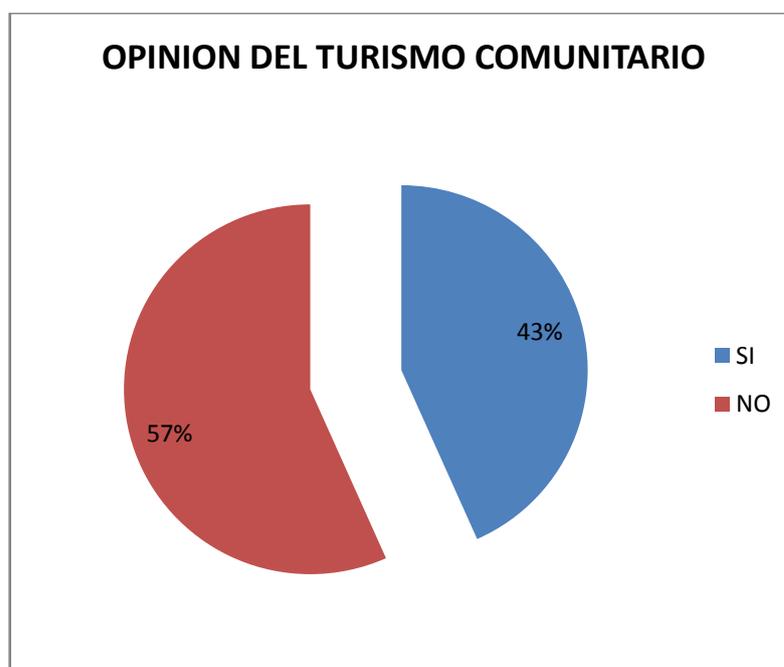
CUADRO No. 10
OPINIÓN DE LA COMUNIDAD SOBRE TURISMO COMUNITARIO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	156	43%
NO	205	57%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 8



ANÁLISIS:

La mayoría de la población no conoce lo que es el turismo comunitario por lo tanto no existe experiencias positivas ni negativas, esto ha provocado una pérdida de aprovechamiento de oportunidades de los recursos naturales existentes.

Pregunta 9.- En una microempresa de turismo comunitario existen varios tipos de actividades y servicios que generan ingresos. En cuál de ellos a Usted le gustaría intervenir?

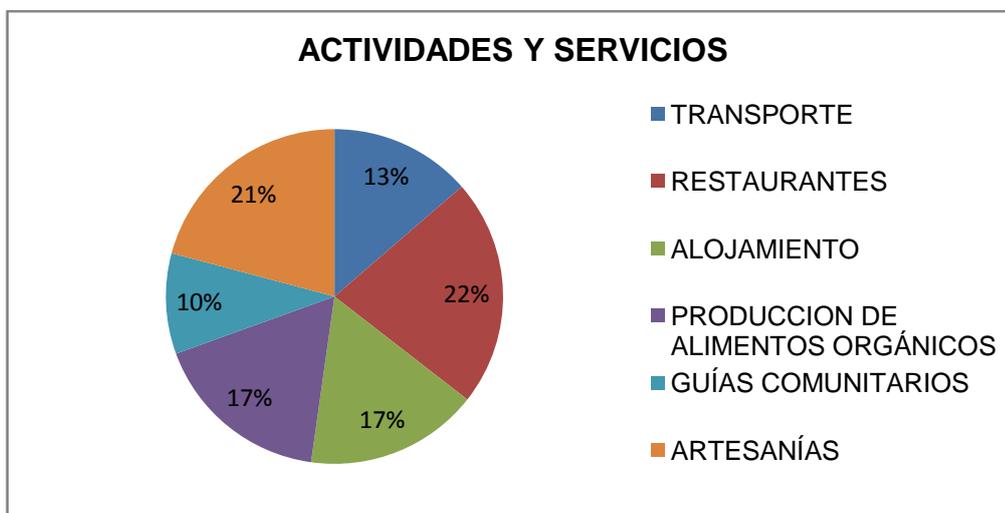
**CUADRO No. 11
ACTIVIDADES Y SERVICIOS QUE SE LLEVAN EN LA
MICROEMPRESA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRANSPORTE	49	14%
RESTAURANTES	80	22%
ALOJAMIENTO	60	17%
PRODUCCION ALIMENTOS ORGÁNICOS	62	17%
GUÍAS COMUNITARIOS	35	10%
ARTESANÍAS	75	21%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 9



ANÁLISIS:

A pesar de desconocer lo que es el turismo comunitario de implantarse un programa de esta naturaleza los pobladores estarían dispuestos a participar mayoritariamente en programas de gastronomía nativa y la confección de artesanías.

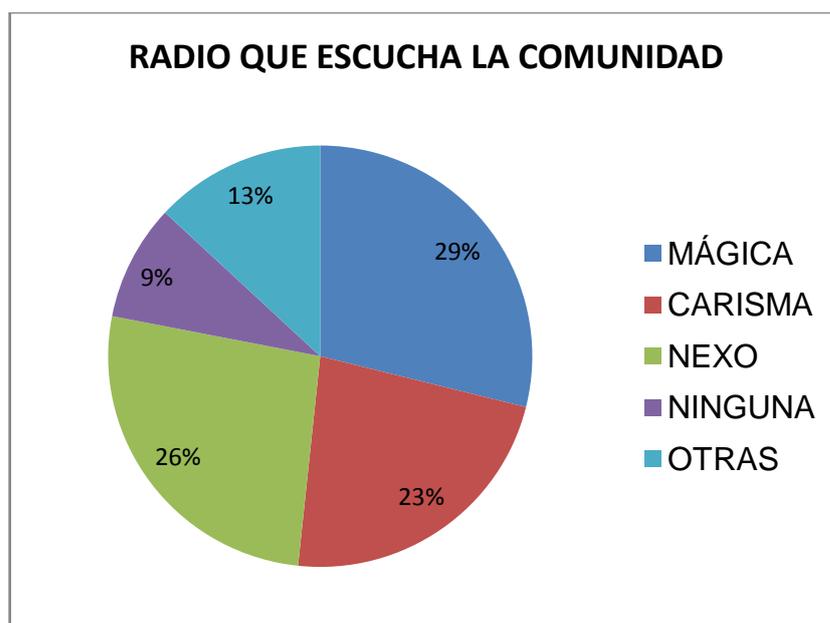
Pregunta 10.- ¿Qué radio escucha Usted?

CUADRO No. 12
RADIO QUE ESCUCHA LA COMUNIDAD

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MÁGICA	105	29%
CARISMA	82	23%
NEXO	95	26%
NINGUNA	32	9%
OTRAS	47	13%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO NRO. 10



ANÁLISIS:

Las radios de mayor sintonía o rating son aquellas que ofertan música popular con poco contenido de programación cultural entre las que sobresalen, nexo, mágica carisma.

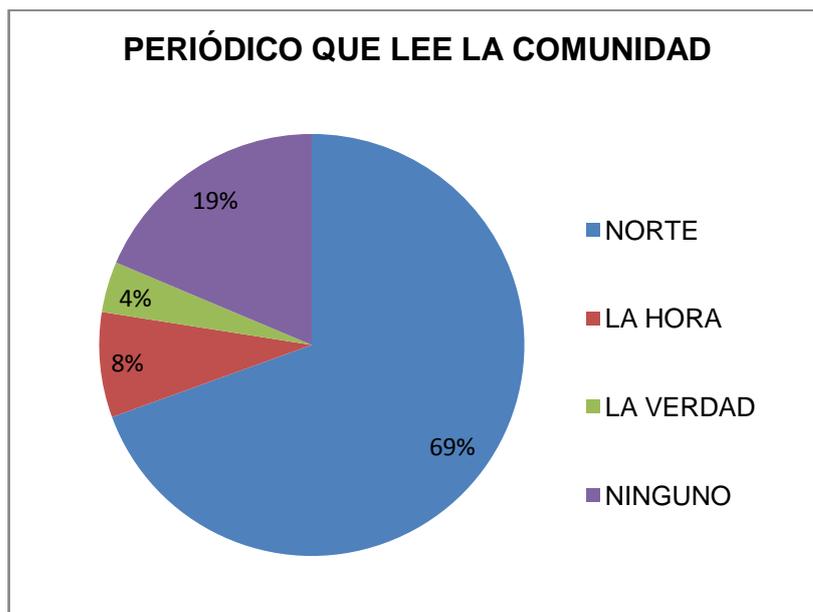
Pregunta 11.- ¿Qué periódico lee Usted?

**CUADRO No. 13
PERIÓDICO QUE LEE LA COMUNIDAD**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NORTE	251	69%
LA HORA	29	8%
LA VERDAD	14	4%
NINGUNO	67	19%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 11



ANÁLISIS:

Con respecto a la prensa escrita la de mayor difusión es el diario el norte, por su bajo precio y por tener cierta afinidad en las noticias locales.

Pregunta 12.- ¿Qué canal de televisión observa?

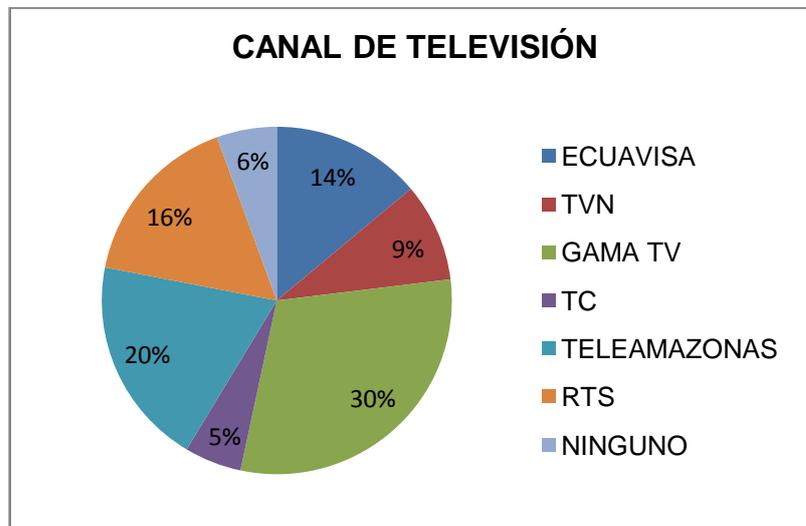
**CUADRO No. 14
CANAL DE TELEVISIÓN QUE OBSERVA LA COMUNIDAD**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECUAVISA	50	14%
TVN	33	9%
GAMA TV	110	30%
TC	19	5%
TELEAMAZONAS	70	19%
RTS	59	16%
NINGUNO	20	6%
TOTAL	361	100%

FUENTE: Encuestas a la Comunidad mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 12



ANÁLISIS:

Entre los canales de mayor aceptación porque tienen la señal de mayor nitidez son Gama TV, Ecuavisa y Teleamazonas, los otros canales tienen señal deficiente, por lo tanto no son de mayor aceptación.

1.3.2 RESULTADOS DE ENCUESTA APLICADAS A TURISTAS (ANEXO 2)

Pregunta 1.- ¿Qué sitio va a visitar Usted?

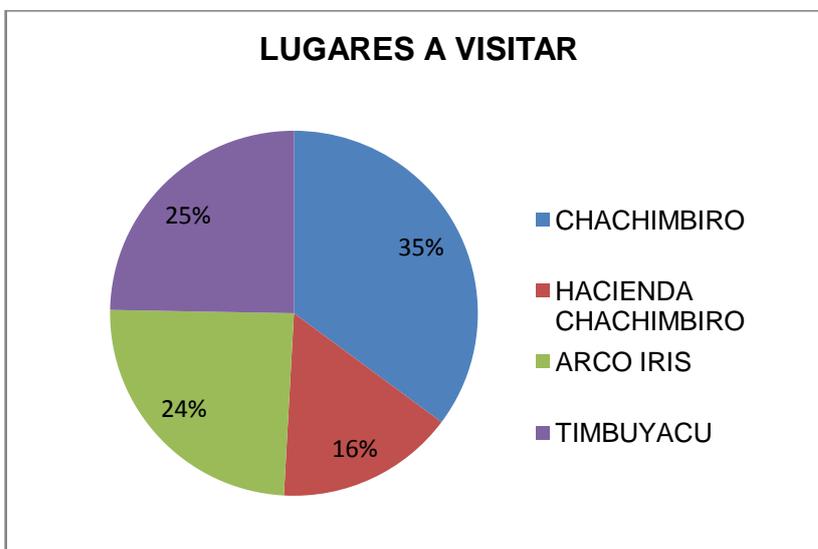
CUADRO No. 15
LUGARES QUE VAN A VISITAR LOS TURISTAS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CHACHIMBIRO	121	35%
HACIENDA CHACHIMBIRO	54	16%
ARCO IRIS	84	24%
TIMBUYACU	85	25%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 13



ANÁLISIS:

El mayor flujo de turistas es para chachimbiro y en menor número la hostería arco iris y hacienda chachimbiro, estos resultados se producen porque el balneario de chachimbiro es de mejor infraestructura y el más conocido y en menor grado los otros dos.

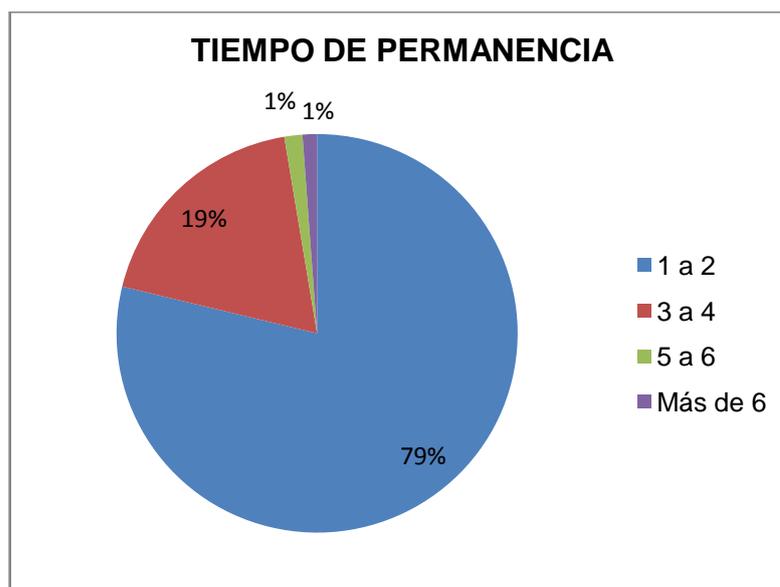
Pregunta 2.- ¿Qué tiempo de permanencia considera que es ideal para visitar un atractivo turístico?

**CUADRO No. 16
TIEMPO DE PERMANENCIA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 días	271	79%
3 a 4 días	64	19%
5 a 6 días	5	1%
Más de 6 días	4	1%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO NRO. 14



ANÁLISIS:

El mayor tiempo de permanencia es de 1 a 2 días porque los costos de estadía y alimentación son los más adecuados para la mayoría de los turistas, en razón del número que integran sus familias.

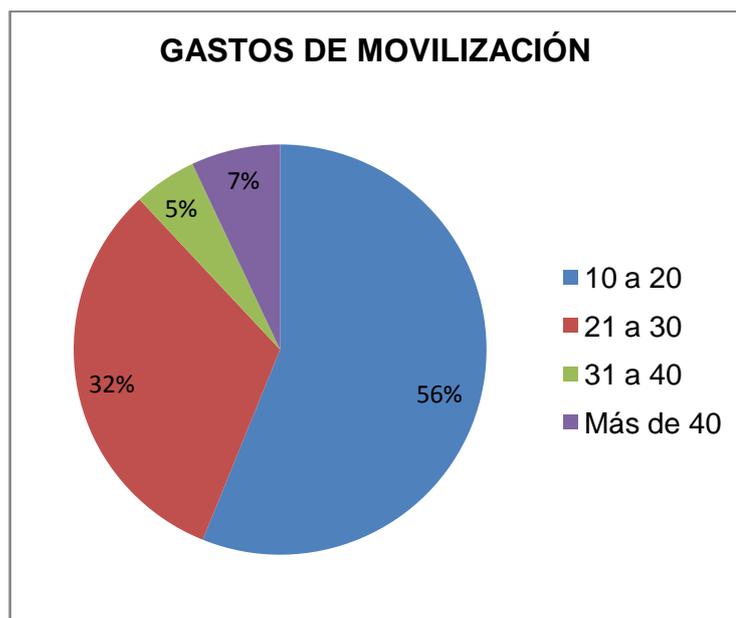
Pregunta 3.- ¿Cuánto gasta en moverse desde su hogar hasta el sitio que va a visitar?

**CUADRO No. 17
GASTOS DE MOVILIZACIÓN**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 a 20 dólares	193	56%
21 a 30 dólares	110	32%
31 a 40 dólares	17	5%
Más de 40 dólares	24	7%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 15



ANÁLISIS:

El gasto que los turistas planifican está en la escala de 10 a 20 lo que confirma que su estancia es corta y con una limitada demanda alimentación.

Pregunta 4.- ¿Dónde prefiere hospedarse durante su visita?

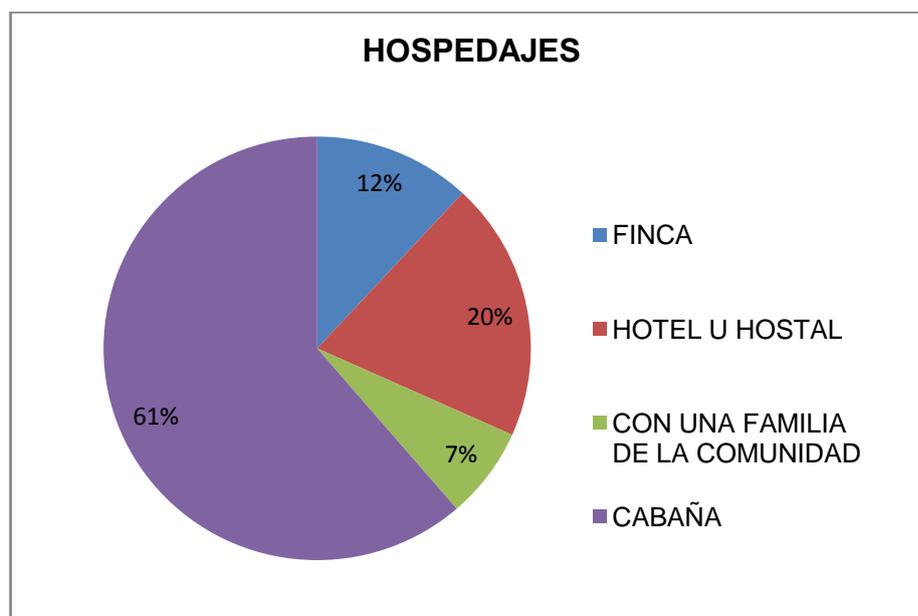
**CUADRO No. 18
HOSPEDAJES**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FINCA	41	12%
HOTEL U HOSTAL	68	20%
CON UNA FAMILIA DE LA COMUNIDAD	24	7%
CABAÑA	211	61%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 16



ANÁLISIS:

La preferencia de mayor demanda para los turistas que visitan los sitios de mayor atractivo son las cabañas y los hostales, porque brindan cierta comodidad para pernoctar.

Pregunta 5.- Durante su visita al lugar seleccionado, ¿qué tipo de comida prefiere degustar?

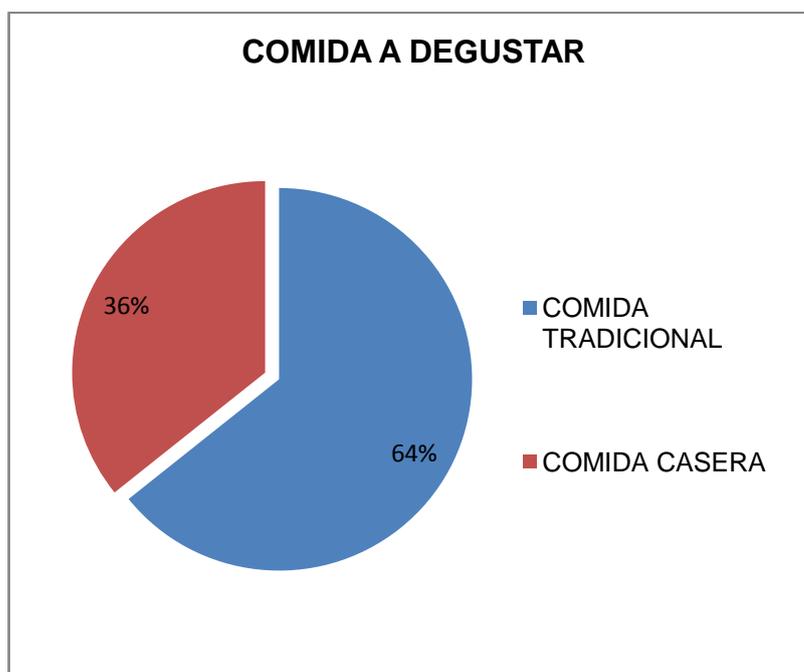
**CUADRO NRO. 19
COMIDA A DEGUSTAR**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMIDA TRADICIONAL	221	64%
COMIDA CASERA	123	36%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 17



ANÁLISIS:

Referente a la gastronomía la preferencia de los turistas es por la comida tradicional ya que es un complemento a la visita.

Pregunta 6.- ¿Cuál es su gasto promedio que realiza durante su visita a los destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?

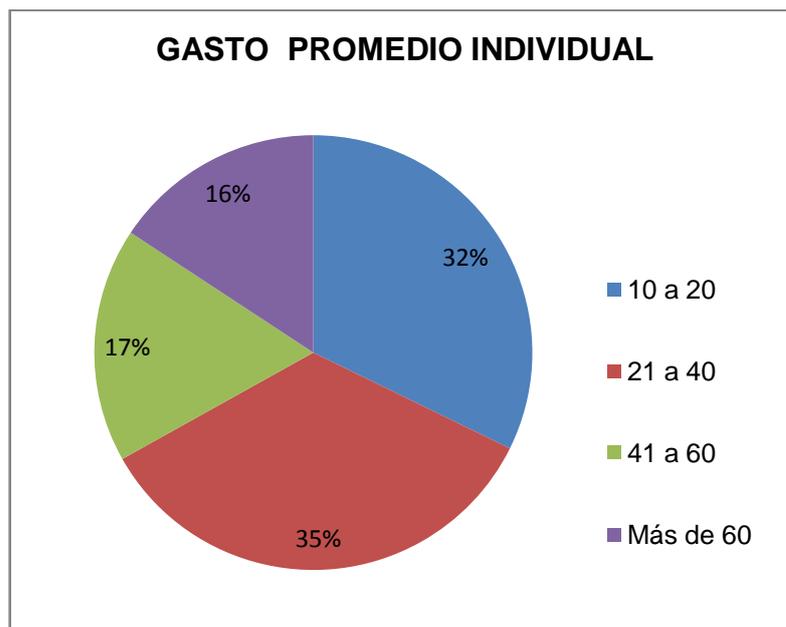
**CUADRO NRO. 20
GASTO PROMEDIO INDIVIDUAL**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 a 20 dólares	111	32%
21 a 40 dólares	119	35%
41 a 60 dólares	60	17%
Más de 60 dólares	54	16%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 18



ANÁLISIS:

El gasto que realizan los turistas es modesto, porque solamente desean pernoctar no más de 2 días, para evitar incurrir en gastos mayores.

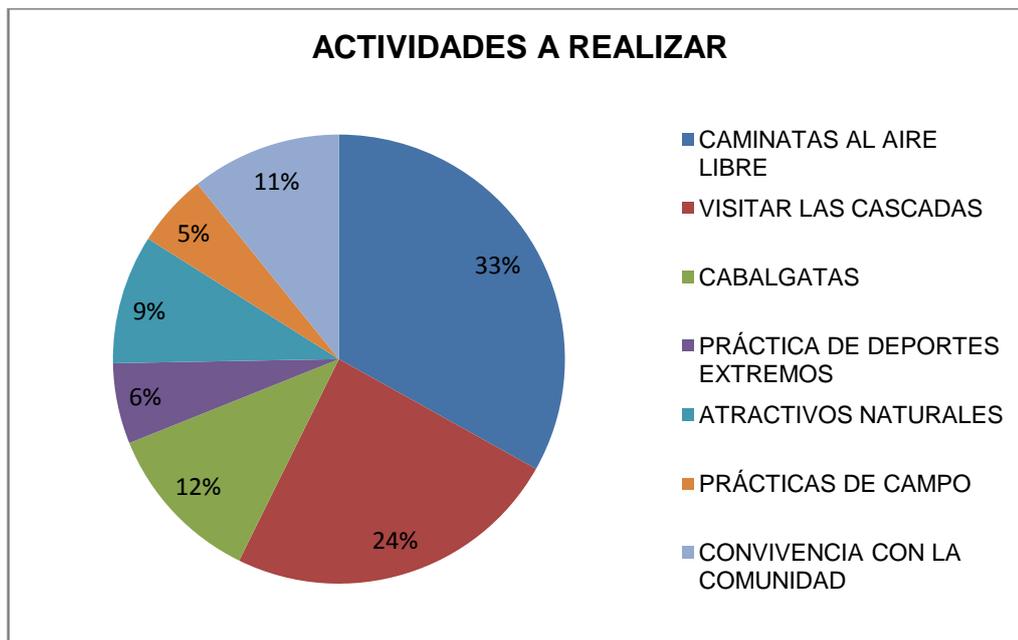
Pregunta 7.- ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar a Usted?

**CUADRO No. 21
ACTIVIDADES QUE LES GUSTARIA REALIZAR**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CAMINATAS AL AIRE LIBRE	114	33%
VISITAR LAS CASCADAS	83	24%
CABALGATAS	40	12%
PRÁCTICA DE DEPORTES EXTREMOS	20	6%
ATRATIVOS NATURALES	32	9%
PRÁCTICAS DE CAMPO	18	5%
CONVIVENCIA CON LA COMUNIDAD	37	11%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 19



ANÁLISIS:

La mayor preferencia de la distracción de los turistas es las caminatas al aire libre para disfrutar del paisaje y el aire no contaminado, como también complementar con visitas a atractivos naturales.

Pregunta 8.- Estaría de acuerdo que exista una microempresa de turismo comunitario?

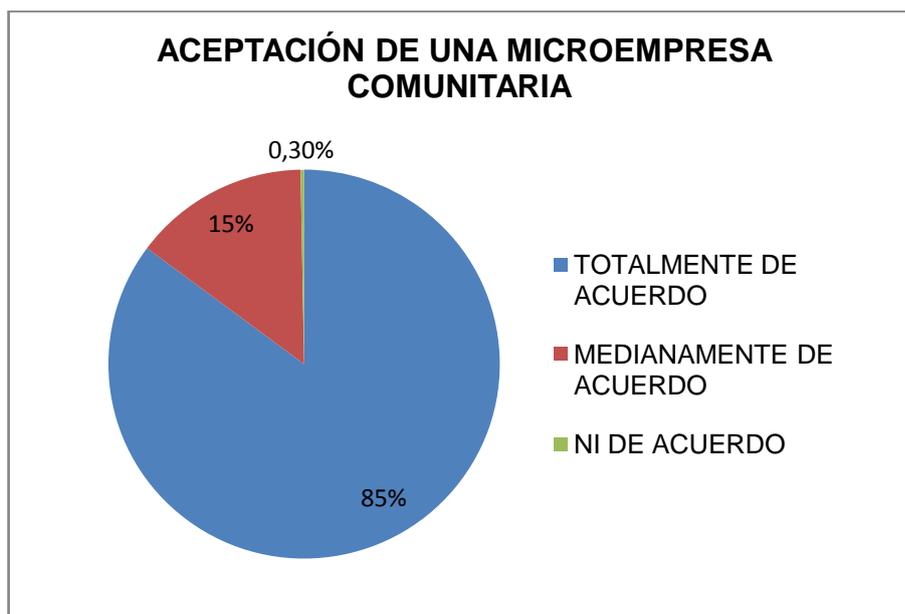
**CUADRO No. 22
ACEPTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMUNITARIA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	293	85%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	50	15%
NI DE ACUERDO	1	0,30%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas a los Turistas mes de Marzo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO No. 20



ANÁLISIS:

Los turistas manifiestan estar muy de acuerdo en su mayoría que exista la oferta de servicios de turismo comunitarios por que constituyen un servicio diferente a lo clásico y que permite un mayor disfrute del tiempo libre.

1.3.3 RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS (ANEXO 3 Y 4)

a) Entrevista a jefes y tenientes políticos

1. ¿A qué actividad se dedica principalmente el Cantón?

La actividad a la que el cantón Urcuquí se dedica principalmente en las 4 parroquias es la agricultura y en la parroquia de Buenos Aires la ganadería.

2. ¿Cuáles son los productos característicos del Cantón?

Los productos característicos del cantón Urcuquí son: el maíz, el frejol, tomate riñón, tomate de árbol, espárragos, cebada, trigo, habas, papas, caña de azúcar, mellocos, ocas, alverja leche; es decir por la variedad de clima que posee se producen una infinidad de productos.

3. ¿Cuáles son los platos tradicionales que se consume en el Cantón?

En si no existe un plato típico en el Cantón Urcuquí, pero los más tradicionales son el hornado, la fritada, cordero asado.

4. Le gustaría que exista una microempresa de turismo comunitario como una actividad productiva complementaria

Si les gustaría porque de esta manera fomentan y dan a conocer las riquezas turísticas que posee el cantón, con la publicidad que requiere y así sea reconocida a nivel de toda la provincia con el apoyo de todas las comunidades.

5. Cómo se integraría o participaría Usted en la microempresa

Se integrarían aportando ideas para que se desarrolle de mejor manera el turismo y todo esto incentivando a la comunidad para que se integren a difundir el turismo del cantón y así los turistas conozcan lo que posee el cantón y se capacite sobre la importancia del turismo comunitario.

b) ENTREVISTA A LA UNIDAD DE TURISMO (ANEXO 5)

1. Cuáles son los lugares más visitados por los turistas o viajeros?

Me supo manifestar que uno de los lugares más visitados es Chachimbiro pero por asuntos políticos y porque se está remodelando, los turistas han optado por visitar otros lugares como son el Complejo Turístico Timbuyacu, Hacienda San Francisco, Hacienda Chachimbiro.

2.Cuál es el perfil del turista que visita Urcuquí?

Por lo general se cuenta con turistas nacionales y extranjeros; pero el principal mercado es Pichincha, luego Imbabura y Carchi; también cuenta con turistas extranjeros que visitan la parte ecológica que posee el cantón más no las aguas termales.

3. Qué dificultades ha afrontado la Unidad de Turismo en Urcuquí?

Las dificultades que afrontan sería que no cuentan con información o archivos de la gestión turística y con eso no dan mayor publicidad de los lugares turísticos que posee el cantón por no contar con un presupuesto establecido para la gestión turística.

4. Desde su punto de vista, cómo cree que se superarían esas dificultades?

Se superarían estas dificultades a través de la planificación de las comunidades con eso se pretende el desarrollo y crecimiento de las parroquias. También se busca el fortalecimiento de capacidades mediante planes de capacitación donde puedan conocer lo que realmente significa la parte turística que posee cada parroquia.

5. A partir de su experiencia, qué nuevas acciones y/o actividades necesitaría desarrollar la Unidad de Turismo?

Se ha comenzado con un inventario de los atractivos para conocer todas las actividades que se van a realizar mediante diagnósticos para

así potenciar los lugares turísticos. La generación de proyectos es importante ya que se cuenta con la ayuda de instituciones y el Ministerio de Turismo para de esta manera permitir aliarse al turismo.

6. Conoce si en el cantón Urcuquí se está llevando a cabo proyectos relacionados con el Turismo Comunitario

Si se están llevando a cabo proyectos como es la parroquia de San Blas, en Cahuasquí en la comunidad de Sachapamba y en Buenos Aires, pero todavía no se concretan.

1.4 DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.4.1 ALIADOS

- Para poder llevar a cabo el proyecto se debe contar con aliados que aseguren y fortalezcan el futuro del proyecto, por ello se considera como principales aliados a los miembros de la comunidad, ya que son ellos quienes participarán directamente en la ejecución del proyecto.
- Por otro lado se encuentran los turistas que gustan de la actividad de turismo comunitario que hoy en día ha tomado una gran importancia esta actividad ya que son cada vez más las personas que buscan una forma diferente de hacer turismo.
- El espacio físico que poseen da lugar al desarrollo de esta actividad por poseer una gran variedad de ecosistemas y la biodiversidad que hacen que esos atractivos quieran ser visitados por personas que si lo valoran y puedan admirar sus tradiciones y costumbres que permiten aprender y disfrutar.

1.4.2 OPONENTES

- Dentro de la población investigada se evidencia condiciones de vida inapropiadas de los habitantes, esto se debe a que no existen los recursos para salir adelante por varias razones como falta de concientización de la población, ausencia de una adecuada coordinación y planificación para promover el desarrollo turístico.
- La política pública le asigna poca importancia al turismo en especial al comunitario por ser un sector relativamente joven en nuestra historia económica y no recibe el apoyo que requiere.
- En la actualidad la oferta de productos turísticos y de naturaleza que ofrezcan no solo atractivos naturales y culturales sino también servicios adecuados son muy pocos por lo que es urgente rutas para aprovechar nuestra diversidad natural y cultural.
- El desconocimiento del mercado es también un limitante para determinar con mayor precisión los principales mercados para nuestra oferta, de ahí la necesidad de investigar los perfiles de consumo de los diferentes grupos de turistas incluyendo por supuesto al turista nacional.

1.4.3 OPORTUNIDADES

- Siendo el Ecuador reconocido mundialmente como uno de los 17 países más biodiversos del mundo existe la oportunidad de que el turismo comunitario se convierta en un gran soporte de desarrollo turístico.
- La población local puede ser enormemente beneficiada si se trabaja en el equipamiento de infraestructura básica como señalización, senderos interpretativos, baterías sanitarias, entre otras.

- El turismo nacional también puede ser una gran oportunidad de desarrollo, ya que a medida que se incremente el porcentaje de ecuatorianos que viajen y conozcan su patrimonio natural, también se incrementará la conciencia y deseo de conservarlo.
- La gestión local se ha convertido en una buena iniciativa para reconocer como estratégico para su desarrollo no solamente a los atractivos de orden patrimonial y cultural, sino también los atractivos naturales con el propósito de generar fuentes de trabajo y destinar el uso del turismo comunitario como mecanismo de financiamiento de sus actividades

1.4.4 RIESGOS

- El turismo manejado sin la perspectiva de sostenibilidad se convierte en un riesgo para la conservación de la biodiversidad y los recursos culturales.
- La falta de capacitación puede convertirse en un riesgo ya que no se cuenta con una buena experiencia en esta actividad en cuanto a la calidad en los servicios.
- La deficiencia en la comercialización también se considera un riesgo puesto que no se cuenta con un vínculo en el mercado para comercializar los servicios.

1.5 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

Después de haber efectuado el diagnóstico técnico situacional y diagnóstico externo, el cantón Urcuquí, posee suficientes características económicas, sociales y ambientales para implantar un proyecto económico-productivo, con el siguiente tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADA A LA AGROECOLOGÍA, EN EL CANTÓN URQUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN

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

Tomando en cuenta el concepto anterior la microempresa es una organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, éticos y sociales que le permitirá obtener un beneficio económico y con eso crezca y se dé a conocer al mercado.

2.1.2 BASE LEGAL

MONTEROS, Edgar; 2005; señala: “Al iniciar una actividad económica se deben analizar ciertos factores que influyen en su funcionamiento como: tipo de organización, medios con que cuenta, ubicación y forma jurídica a la cual se registrará”. (Pág. 16)

De acuerdo a la siguiente aseveración, para emprender un negocio se debe considerar los parámetros básicos que inciden en el funcionamiento y desarrollo de todas las áreas que lo van a conformar.

Para que una microempresa funcione adecuadamente en nuestro país, es necesario que cumpla con ciertas leyes como: Constitución Política del Ecuador, Ley Municipal, Ley Tributaria, Ley del Medio Ambiente, Código de Trabajo, Código de Comercio, entre otras que orienten la actividad económica.

2.1.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS MICROEMPRESAS

a) Ventajas

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Generan redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.
- Marco legal sobre el cual se brindará el soporte y financiamiento a la microempresa.

b) Desventajas

- Utilizan tecnología ya superada
- Dificultad de acceso a crédito.
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

2.1.4 MICROEMPRESA COMUNITARIA

La microempresa comunitaria es la forma o figura organizativa que la comunidad adopta internamente para hacer que sus recursos humanos, naturales, materiales y económicos sean administrados buscando el desarrollo de la comunidad.

Tiene como fin facilitar el desarrollo o mejorar los resultados de la actividad de sus socios, que han de ser personas físicas o jurídicas que desempeñen actividades empresariales, agrícolas o artesanales, entidades no lucrativas dedicadas a la investigación o quienes ejerzan profesiones liberales. No tiene ánimo de lucro para sí misma, si bien buscará el beneficio entre sus socios o la comunidad.

2.2 TURISMO COMUNITARIO

2.2.1 DEFINICIÓN

FEPTCE (2002) define “Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados”. (Pág. 37)

Tomando como referencia el concepto anterior el turismo comunitario es una actividad económica destinada a la prestación de servicios operados por miembros de la comunidad que dan a conocer a los turistas las riquezas que poseen y así generar ingresos para la misma.

Tres ideas básicas forman el concepto de turismo comunitario:

- Se trata de una actividad económica, puesto que mueve los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del turista.
- Sus prestadores son y deben ser miembros de una Comunidad. Los agentes concretos que prestan los servicios a los/as visitantes, son las personas que forman parte de una comunidad.
- Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad. El turista convive con los miembros de la comunidad, en razón de que el atractivo radica en su participación en forma activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su etnografía y su patrimonio natural y cultural.

2.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO COMUNITARIO

Las comunidades necesitan identificar su vocación turística de conocer la relación entre la oferta y demanda con el fin de establecer un modelo que se ajuste a la realidad del mercado (tendencias) y sus potencialidades locales. Estas tendencias hacen referencia a productos turísticos sostenibles; socialmente responsables y con un aprovechamiento sustentado en el resguardo de sus recursos naturales y culturales autóctonos.

Los modelos de desarrollo empresarial turístico en las comunidades pueden ser de varios tipos, los que están sujetos al nivel de participación que las comunas han tenido para su creación, impulso, manejo y posterior mantenimiento en el mercado.

El modelo aplicado atiende a empresas de autogestión, lo que implica que el origen de las mismas provienen de una necesidad identificada por la comunidad u que está sujeta a la toma de decisiones de dicho grupo

sobre el uso de sus recursos, sus posibles apoyos y aliados, inversiones y beneficios.

El componente más importante de la actividad turística “comunitaria” es la participación de la comunidad en la gestión y administración del proyecto y la “responsabilidad comunitaria”, es decir el compromiso de toda la comunidad en la toma de decisiones, en la distribución de la renta y en las interacciones con el turista (interculturalidad)

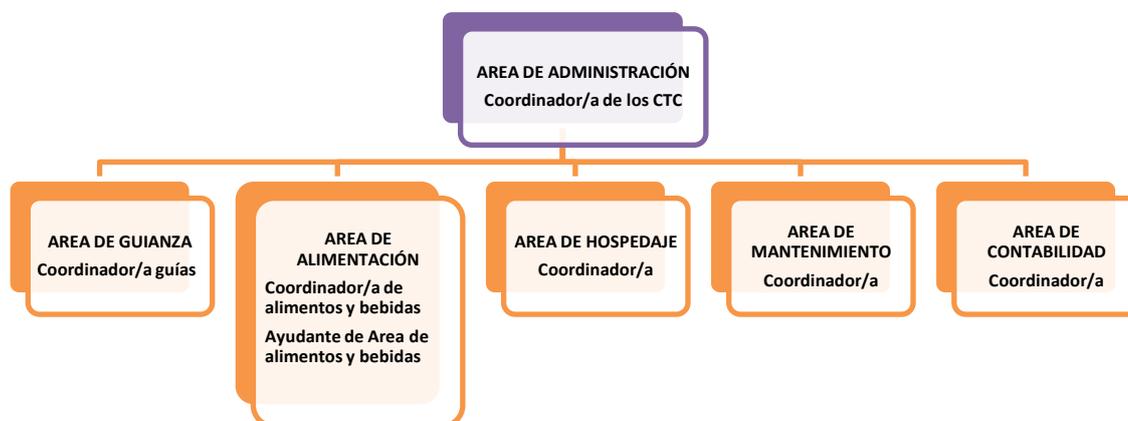
El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

2.2.3 IMPORTANCIA DEL TURISMO COMUNITARIO

Esta forma de turismo permite tener más contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

La idea del turismo comunitario es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena o afroecuatoriana. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos.

2.2.4 ÁREAS DE GESTIÓN DE LOS CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO



2.3 AGROECOLOGÍA

2.3.1 DEFINICIÓN

Altieri, Miguel (1999) afirma: “La agroecología a menudo incorpora ideas sobre un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente; centrada no sólo en la producción sino también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción”(Pág. 71).

Según el autor, la agroecología tiene como fin mantener los recursos naturales como son el suelo, el agua, el aire y la vida misma de los seres humanos, evitando la contaminación del ambiente y por lo tanto contar con un planeta más sano y sustentable.

2.3.2 BASE DE CREACIÓN

El enfoque de la agricultura convencional siempre ha buscado incrementar la producción de cosechas agrícolas sin considerar las consecuencias posteriores sobre el ambiente en el que se practica.

Estas son prácticas promovidas y aplicadas bajo el enfoque de la agricultura denominada convencional. No se debe descuidar y negar que

la aplicación de las prácticas e innovaciones tecnológicas convencionales incrementa la producción agrícola, pero tampoco se puede negar que su práctica en actividades agrícolas deteriora los recursos naturales en forma considerable y ocasionalmente irreversible.

El deterioro de la cubierta vegetal, la erosión del suelo (eólica, hídrica, de fertilidad), el incremento de la salinidad de los suelos, disminución considerable de los mantos freáticos, la pérdida de diversidad agrícola biológica y genética, la resistencia constante de plagas y enfermedades agrícolas, el azolve de presas, las inundaciones naturales, la eutrofización de lagos y la contaminación del aire, son algunas de las múltiples consecuencias de la agricultura basada en agroquímicos y en el uso de grandes cantidades de energía.

2.3.3 CONSIDERACIONES GENERALES

- a)** La agroecología busca una adecuación a los procesos de la naturaleza, donde se necesita: reflexionar, consolidar una idea y difundir para no tener esa ruptura con la naturaleza. Este sistema de producción es una alternativa más en busca de una propuesta del desarrollo sustentable.
- b)** Es una disciplina o estudio con base científica de las formas de producción dinámica e integral que incluye a la comunidad y a toda la familia con enfoque generacional y con equidad.
- c)** En la agroecología el productor debe tener el enfoque de proyectarse en su comunidad, no quedarse aislado en propia finca y que no sea excluyente.

2.3.4 APLICACIÓN DE LA AGROECOLOGÍA

Los ecosistemas naturales son sistemas de referencia para el entendimiento de las bases ecológicas para la sostenibilidad en un lugar en particular. Los agroecosistemas tradicionales nos dan muchos

ejemplos de cómo una cultura y un ambiente local han coevolucionado en el tiempo mediante procesos que balancean las necesidades de la gente, expresadas como factores ecológicos, tecnológico y socioeconómicos. La agroecología, definida como la aplicación de conceptos y principios ecológicos para el diseño y manejo de agroecosistemas sostenibles se alimenta de ambos para convertirse en un enfoque de investigación que se puede aplicar para convertir agroecosistemas convencionales en sostenibles.

Aplicamos la agroecología cuando trabajamos con agricultores que está en proceso de transición a prácticas de manejo ambientalmente más sanas y así obtenemos el potencial de contribuir a la sostenibilidad del largo plazo.

Es papel del agroecólogo ayudar al agricultor a medir y monitorear estos cambios en el periodo de transición para guiar, ajustar y evaluar este proceso. Un enfoque de esta naturaleza proporciona un marco esencial para determinar los requerimientos y los indicadores del diseño y manejo de agroecosistemas sostenibles.

2.3.5 PRINCIPIOS DE LA AGROECOLOGÍA

Tomando como referencia el autor mencionado los principios son:

a) SOCIAL Y CULTURAL

Busca una equidad entre etnias, géneros y generaciones, con la perspectiva de lograr iguales oportunidades para todos los miembros de la sociedad. Preserva la integridad cultural y espiritual de la sociedad y las relaciones igualitarias entre mujeres y hombres.

b) AMBIENTAL

Se mantiene la calidad de los recursos naturales, como el suelo, el agua, la biodiversidad, la calidad de los ecosistemas, la vida de los seres humanos, el resto a los procesos ecológicos, evitando la contaminación.

c) POLÍTICO

Promueve la articulación con los diferentes sectores, el protagonismo activo, la participación, la conciencia y la responsabilidad ciudadana, la democracia real y la reorientación del funcionamiento de las instituciones.

d) ECONÓMICO

La búsqueda de la autonomía de los productores frente a los insumos externos y de un rendimiento sustentable de las tierras agrícolas con la consiguiente viabilidad, rentabilidad y sustentabilidad en el tiempo, teniendo una comercialización justa y equitativa en los ingresos provenientes de las ventas.

2.3.6 FUNDAMENTOS DE APLICACIÓN

Ante los múltiples factores negativos de la agricultura convencional, emerge la concepción de la agricultura ecológica que promueve la producción agrícola en donde se apoya en la conservación de los recursos naturales elementales de la producción de alimentos tales como el suelo agua y biodiversidad. Estas acciones se basan en el respeto a las comunidades rurales (quienes aportan el material genético de menor contaminación, casi puro genéticamente) y a los principios éticos y humanos en la realización de estas actividades.

Esta agricultura ecológica promete ser altamente productiva y a su vez sostenible en producción y conservación a largo plazo con la finalidad de

poder solventar el abastecimiento de alimentos a una creciente población humana. Para atender este reto, actualmente se desarrolla la ciencia de la agroecología la cual se define como la aplicación de conceptos y principios ecológicos al diseño y manejo de agroecosistemas sostenibles e implica la realización de prácticas agrícolas sustentadas en el conocimiento técnico y científico de los procesos ecológicos, agronómicos, y sociales que ocurren para su producción. En esta perspectiva, el diseño y manejo de agroecosistemas sostenibles no puede ni debe abandonar las prácticas convencionales sino que debe considerar las prácticas tradicionales para justificar su sostenimiento. Se trata de diseñar científicamente nuevas concepciones y tecnologías agrícolas, sobre la base de los métodos y conocimientos ecológicos actuales y los principios tradicionales de conservación de los recursos naturales que muchas comunidades rurales tienen y en las que cubren sus necesidades alimentarias sin requerir grandes insumos externos en su ciclo productivo.

Por ende, la práctica del monocultivo es hoy en día una actividad que genera daños al ambiente y que en ocasiones se hacen irreversibles, por eso, la promoción de un modelo agrícola-forestal, -Sistemas Agroforestales-, puede suplir la deficiencia que generan las prácticas convencionales de uso de la tierra, alcanzando la armonía entre las prácticas agrícolas, la población y el ambiente, garantizando así la sustentabilidad de nuestros ecosistemas.

2.3.7 IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE LA AGROECOLOGÍA

La agroecología provee el conocimiento y la metodología necesaria para desarrollar una agricultura que sea, por un lado, ambientalmente adecuada y, por el otro lado, altamente productiva, socialmente equitativa y económicamente viable. A través de la aplicación de los principios agroecológicos, el desafío básico de la agricultura sustentable de hacer un mejor uso de los recursos internos puede ser fácilmente alcanzado, minimizando el uso de insumos externos y preferentemente generando los

recursos internos más eficientemente, a través de las estrategias de diversificación que aumenten los sinergismos entre los componentes clave del Agroecosistema”.

La Agroecología es un sistema rural de desarrollo sostenible integral, en el cual el ser humano es una parte de él. A partir de lo económico-productivo se establecen conexiones con los demás factores que interactúan en un entorno determinado, como en lo social, cultural, político y ambiental, que permite establecer relaciones armónicas entre los seres humanos, y de éstos con su entorno.

La Agroecología busca una verdadera convivencia armónica con la naturaleza, donde se necesita: reflexionar, consolidar una idea y difundir para no tener esa ruptura con la naturaleza. Este sistema de producción es una alternativa más en busca de una propuesta del desarrollo sustentable

La agroecología a menudo incorpora ideas sobre un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente, se centra no sólo en la producción sino también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción, en las relaciones ecológicas presentes en el campo y su propósito es iluminar la forma, la dinámica y las funciones de esta relación.

2.4 FUNDAMENTOS ADMINISTRATIVOS

2.4.1 ADMINISTRACIÓN

SNELL, Beteman (2005), Expresa: “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de una organización”. Pág. 14.

Se puede deducir que la administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laboran o realizan trabajos en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas.

La administración es conducción racional de actividades, esfuerzos y recursos de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento.

2.4.2 EL PROCESO ADMINISTRATIVO

REYES PONCE (1993,) Comenta: “Todo proceso administrativo, por referirse a la actuación de la vida social, es de suyo único, forma un continuo e inseparable en el que cada parte, cada acto, cada etapa, tienen que estar indisolublemente unidos con los demás, y que, se dan de suyo simultáneamente”. Pág. 57

El proceso administrativo comprende cinco etapas que están interrelacionadas entre sí y son: planeación, organización, dirección, y control.

➤ PLANEACIÓN

SNELL, Beteman (2005), Afirma: “Función administrativa que implica tomar decisiones en forma sistemática acerca de las metas y actividades que un individuo, un grupo, una unidad de trabajo o toda la organización perseguirán en el futuro”. Pág.15

Es una responsabilidad clave para emprender cualquier proceso importante, ya que esto ayuda a lograr el uso efectivo de recursos humanos, financieros y materiales, especialmente cuando son escasos; esto implica un análisis de las situaciones actuales, la anticipación del futuro, la determinación de objetivos, la decisión de los tipos de actividades en las que la empresa participará, la elección de estrategias corporativas y de negocios, y la determinación de los recursos necesarios para alcanzar las metas de la organización.

➤ ORGANIZACIÓN

SNELL, Beteman (2005), Manifiesta: “Función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros que se necesitan para alcanzar las metas”. Pág.15

Esta función es un proceso con el que los administradores establecen una estructura de relaciones laborales, de modo que los miembros de la organización interactúen y cooperen en aras de las metas que ésta tenga; esto consiste en agrupar a las personas en departamentos, de acuerdo con las actividades laborales que desempeñan.

➤ DIRECCIÓN

SNELL, Beteman (2005,) Afirma: “Función administrativa que comprende los esfuerzos de los administradores para estimular un desempeño elevado por parte de los empleados”. Pág.15

Esta etapa del proceso administrativo trata de dirigir y motivar a los empleados, y de comunicarse con ellos, en forma individual o en grupos; comprende un contacto cercano día a día con el personal, contribuye a orientarlo e inspirarlo hacia el logro de las metas del equipo y de la organización.

➤ CONTROL

SNELL, Beteman (2005,) Dice: “Función administrativa que implica supervisar el progreso y realizar los cambios necesarios”. Pág.16

El control se enfoca en evaluar y corregir el desempeño de las actividades de todo el personal para asegurar que los objetivos y planes de la organización se están llevando a cabo, de esta manera ayudar a la organización a desarrollarse y cambiar constantemente con vistas al futuro.

2.5 FUNDAMENTOS CONTABLES

2.5.1 CONTABILIDAD

ZAPATA, Pedro (2008), Dice: “Es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”. Pág. 7

Según la afirmación anterior se puede decir que es un sistema de información que permite identificar, clasificar, registrar, resumir, interpretar y analizar los hechos económicos en términos monetarios y de resultados para tomar buenas decisiones en la empresa.

2.5.2 OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD

- a)** Controlar e informar acerca de la situación financiera, para la toma de decisiones.
- b)** Proporcionar la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- c)** Permitir un conocimiento e interpretación adecuada a los usuarios de la información.
- d)** Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en períodos anteriores.
- e)** Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- f)** Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

2.5.3 IMPORTANCIA

DÍAZ, Hernando, (2002), Expresa: “Permite conocer con exactitud la real situación económica-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa”. Pág. 25

La contabilidad nace ante la necesidad de llevar un seguimiento y control sobre las transacciones y operaciones que diariamente se realizan en una pequeña empresa de tal manera que en determinado momento se pueda saber cuántas operaciones ocurren durante cierto período, cuánto se gastó, cuánto se debe, cuantas utilidades se generaron, etc.

2.5.4 PROCESO CONTABLE

El manejo de registros contables constituye tan solo una mínima parte de su vasto de campo de actividades; trátase de un negocio importante o de un pequeño o que el procedimiento sea simple o complejo o que se empleen métodos manuales, mecánicos o electrónicos, el mantenimiento de los registros constituyen un proceso en extremo importante toda vez que el desarrollo eficiente de la mayor parte de las otras actividades contables dependen, en alto grado de la exactitud, e integridad de los registros de contabilidad.

Los registros se deben llevar de acuerdo con los principios aceptados de contabilidad, normas técnicas de contabilidad, comprender e interpretar los estados financieros.

Para efectuar un trabajo contable confiable necesitamos de ciertas herramientas adicionales.

- Obtención y control de documentos
- Jornalización (Diario General)
- Verificación de saldos (Balance de Comprobación)
- Estados financieros

Para que el sistema funcione adecuadamente es indispensable asignar un código a las cuentas el cual consiste en reemplazar los nombres de las cuentas por números que siguen un orden lógico.

2.5.5 LIBROS BASE UTILIZADOS EN CONTABILIDAD

a) DIARIO GENERAL

BRAVO, Mercedes (2007), Expresa: “Pertenece al grupo de los libros principales, en este libro se registra en forma cronológica todas las operaciones de la empresa. El registro se realiza mediante asientos: denominados también jornalización”. (Pág. 51)

La función principal del Diario General es la de registrar las transacciones u operaciones financieras, agrupándolas según su naturaleza y en forma completa, de tal manera que su movimiento presente la secuencia cronológica con forme se hayan suscitado y de conformidad con la igualdad contable entre los asientos de débito y crédito debidamente documentados.

Elementos:

- Membrete o portada
- Fecha del ejercicio contable
- Folio, la secuencia ascendente de las páginas respectivas
- Numero de cada orden de cada movimiento
- Nombres de las cuentas que intervienen
- Identificación del código perteneciente a la cuenta empleada.
- Resumen analítico de la operación
- Registro de cantidades parciales
- La cantidad o valor que se debita

b) MAYOR GENERAL

SARMIENTO, Rubén (2005), Manifiesta: “El Mayor General se encarga del control de todas las cuentas principales; con la finalidad de agrupar y verificar los valores de las cuentas que aparecen en el libro diario”. Pág. 79

El autor establece que los registros que se hacen en el mayor general corresponden a las operaciones financieras que figuran en los asientos

del diario por sus mismos valores y en el orden cronológico como las operaciones se hayan sucedido.

Elementos:

- Membrete o portada
- Identificación contable de la cuenta
- Fecha de operación
- Se consigna de donde proviene esa información
- Número de folio del diario
- Cantidad de cargos y abonos
- Saldos deudores y acreedores

c) BALANCE DE COMPROBACIÓN

BRAVO, Mercedes(2007), Expresa: “Permite RESUMIR la información contenida en los registros realizados en el libro diario y el libro mayor, a la vez que permite comprobar la exactitud de los mencionados registros”. Pág. 51

Es un documento contable de verificación tanto de la jurnalización como de la mayorización, teniendo en cuenta que debe existir un equilibrio entre los elementos básicos de una cuenta esto es que el débito debe ser igual al crédito.

2.5.6 ESTADOS FINANCIEROS

BRAVO, Mercedes (2007), Manifiesta: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera da la empresa”. Pág. 189

Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la empresa a través de: el Balance de Pérdidas y Ganancias, Balance General, Estado de Flujo del Efectivo, etc.

a) BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ZAPATA, Pedro (2002), Expresa: “El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un período determinado”. Pág. 71

En este estado financiero se integran todas las cuentas de ingresos y gastos en donde se confrontarán los costos y gastos con los ingresos en un periodo definido con el objeto de definir la utilidad o perdida en la actividad o giro de la empresa.

ELEMENTOS

- Membrete o portada
- Fecha del ejercicio contable
- Nombres de las cuentas que intervienen
- Registro de cantidades parciales

b) BALANCE GENERAL

SARMIENTO, Rubén (2005), Dice: “Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso”. Pág. 77

El balance general contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los activos esperados de la empresa, es decir las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social.

Elementos

- Membrete o portada
- Fecha del ejercicio contable
- Nombre de las cuentas que intervienen
- Registro de cantidades

c) ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

BRAVO, Mercedes (2007), Expresa: “Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa”. Pág. 189

El objetivo de este estado es presentar información pertinente y concisa, relativa a los recaudos y desembolsos de efectivo de un ente económico durante un período, para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales para examinar la capacidad de la entidad para generar flujos futuros de efectivo, para evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presentados en el efectivo, y establecer las diferencias entre la utilidad neta y los recaudos y desembolsos.

Elementos

- **Encabezamiento**

Razón social, nombre del estado, y período al que corresponde.

- **Texto**

Reflejará el movimiento del efectivo que ingresa y egresa.

- **Firmas de legalización**

Debe aparecer la firma del contador que está obligado a preparar este estado, y la del gerente.

2.6 EL MARKETING EN LA EMPRESA

2.6.1 DEMANDA.

BACA, Gabriel. (2006), dice: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. pág. 17.

Partiendo de lo que afirma Baca, la demanda es la manifestación de la voluntad de compra de un número de unidades de producto o servicio a un precio dado en el libre mercado, en la demanda se encuentran factores que pueden incidir en la decisión de compra, como es el precio, la calidad, etc.

2.6.2 OFERTA.

JACOME, Walter. (2005) manifiesta: “es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”. Pág. 101.

La oferta se refiere a las cantidades de bienes o servicios que se pueden proporcionar al mercado, y son ser adquiridas según las necesidades de la sociedad

2.6.3 PRODUCTO.

MONTAÑO, Francisco. (2005), manifiesta: “Es un conjunto de bienes físicos, con el propósito de que el consumidor esté convencido de que satisface sus necesidades y le aporta beneficios”.

Complementando este concepto, se dice que producto es un bien o un servicio que las empresas ofertan al mercado para responder a las necesidades y gustos de los consumidores.

Un producto o servicio para ser exitoso debe cumplir estándares de calidad, en nuestro medio por falta de capital y demás recursos los sectores productivos entregan al mercado productos que no cumplen las expectativas de los consumidores, oportunidad para empresas foráneas crezcan en nuestra ciudad.

2.6.4 DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Para KOTHER, Philip; (2008) en su obra afirma. “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio”. Pág. 471.

De conformidad con lo expresado la distribución es el proceso por medio del cual el producto o servicio llega a manos del consumidor. Para lograr esto existen canales de distribución como intermediarios mayoristas, agentes, detallistas, internet entre otros. Por falta de conocimientos las empresas utilizan canales de distribución inadecuados lo cual incrementa los costos y ocasionan ineficiencia operativa.

Dentro de los canales de distribución cada empresa, dependiendo del producto que fabrique o servicio que preste, debe elegir el sistema más eficaz y más rentable para llegar al consumidor, de los tres más habituales que son:

- a) Productor – consumidor.**
- b) Productor – minorista – consumidor.**
- c) Productor – mayorista – minorista – consumidor**

La distribución, es llegar a los consumidores finales con productos y servicios directamente, por catálogos, o por medio de la tecnología como la televisión, radio, internet.

2.6.5 PRECIO.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) expresa: “el precio puede ser definido como la cantidad de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por un producto determinado”. Pág. 73.

Partiendo del concepto emitido por arboleda, se puede afirmar que el precio es el valor monetario que adquiere los bienes y servicios al ser

demandados por los consumidores. El precio forma parte de la estrategia de las empresas para ingresar al mercado.

2.6.6 PUBLICIDAD

JEROME, Mc Carthy, (2002), Expresa: “Es toda comunicación no personal y pagada para presentar y proporcionar ideas, productos o servicios por cuenta de una empresa identificada, a través de los medios de comunicación de masas”. Pág. 465.

Basado en este concepto la publicidad permite estimular la demanda a través de medios de comunicación, trípticos, etc. Esta forma de persuadir al cliente requiere de recursos económicos es por eso que muchas de las empresas de nuestro medio no realizan.

2.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

2.7.1. VALOR PRESENTE NETO.

BRIGHAN, Eugene. y HOUSTON Joel. (2005). manifiesta; “es el método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”. pág. 398.

Partiendo de estos conceptos, se puede definir al valor presente neto de un proyecto, como el valor de flujos de caja netos incluyendo todos los ingresos y los egresos presente y futuros. La regla es aceptar toda inversión cuyo valor actual neto (VPN) sea mayor que cero.

Aplicando este concepto se puede decir que el VAN es el indicador que muestra la bondad de un proyecto, es el cambio estimado en el valor, representa la rentabilidad en términos de dinero, permite avizorar si es conveniente o no la inversión.

Criterios de Decisión:

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Si el valor presente neto es mayor que 0, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus propietarios.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

2.7.2. TASA INTERNA DE RENDIMIENTO.

GITMAN, Laurence J. (2007) afirma: “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”. pág. 359.

Considerando el concepto de Gitman, La tasa interna de retorno es un ratio para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos

de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

Criterios de Decisión:

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si el TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

Su fórmula es la siguiente:

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

2.7.3. BENEFICIO COSTO

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

Con este análisis se puede hacer referencia de cuanto invierto y cuanto genera esta inversión lo que permitirá la toma de decisión.

Si el B/C es mayor que 1 el proyecto es favorable

Si el B/C es igual a 1 los beneficios y los costos se igualan, cubriendo apenas el costo mínimo atribuible a la tasa de actualización

Su Fórmula es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

2.7.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN.

CORDOBA, Marcial. (2006) afirma: “Es como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original”. pág. 362

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial.

Criterios de decisión:

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.

GITMAN, Laurence J. (2007) manifiesta: “Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”. pág. 439.

$$PE\$ = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PEu = \frac{\text{CostoTotal}}{PVu - CVu}$$

El punto de equilibrio ayuda a determinar la igualdad que existe entre los ingresos y egresos de las ventas realizadas durante el periodo contable, es utilizado para conocer el rendimiento que está alcanzando en el desarrollo de sus actividades, trabajos y proyectos.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado busca determinar la demanda turística que sustente la implantación de una microempresa dedicada al turismo comunitario enfocado a la agroecología en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura.

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la demanda turística potencial que avalaría la implantación de una microempresa dedicada al turismo comunitario enfocado a la agroecología en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los posibles servicios que brindara la microempresa de turismo comunitario en función de las necesidades y exigencias de los turistas.
- Conocer la oferta turística actual en el área de influencia del proyecto
- Establecer el flujo actual de turista que visitan el área de influencia del proyecto
- Determinar el precio de los servicios que ofrecerá la nueva unidad productiva, de acuerdo a los precios del mercado turístico.
- Analizar los mecanismos más adecuados de promoción y publicidad para comercializar de los servicios a ofertar.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

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

- **Alojamiento.-** Se puede recalcar dentro de la microempresa va existir el servicio de hospedaje para los turistas tanto nacionales como para extranjeros dando un buen servicio y calidad de atención.
- **Restaurante.-** En la microempresa existirá el servicio de restaurante donde ofrecerá platos típicos ecuatorianos con una atención de primera clase a la vez que será un incentivo para disfrutar del paisaje rural.
- **Caminatas por senderos.-** En esta microempresa existirá un guía turístico el mismo que dará a conocer el sector, la flora y fauna natural así como el sector agroecológico de la zona
- **Cabalgatas.-** La microempresa contara con caballos suficientes para brindar a los turistas paseos alrededor del entorno como motivando a tener un mejor contacto con la naturaleza
- **Paseo en Bicicleta.-** Este servicio puede atraer la mayor preferencia de acogida para los turistas porque el paseo en bicicleta cumple con dos propósitos básicos mejor el estado físico y potencializar la relación individuo naturaleza.

3.3 MERCADO META

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

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

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

CUADRO No. 23

ENTRADA DE EXTRANJEROS A ECUADOR		
AÑO	CANTIDAD.	$i = \frac{Cn}{Co} - 1$
2004	818.927	
2005	859.888	0.05
2006	840.555	-0.02
2007	937.487	0.12
2008	1005.297	0.07
2009	968.499	-0.04
2010	1046.968	0.08
TOTAL		0.26

FUENTE: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009)
Dirección Nacional de Migración (2008-2010-2011)
Datos Provisionales.

ELABORADO POR: La Autora

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

$$i = 4,3\%$$

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

Tomando en cuenta el segmento de mercado del turismo interno y, que proviene de América del Norte, América Central, América del sur. África, Europa, Asia, y el Caribe, el siguiente cuadro se detalla la procedencia de los turistas que llegan a nuestro país.

CUADRO No. 24
MERCADO DE TURISTA QUE VISITAN A ECUADOR

ORIGEN		NUMERO DE PERSONAS	%
América Norte		280.934	27.95
CANADÁ	22.839		
MÉXICO	13.689		
EEUU	244.406		
América Central		13.649	1.36
COSTA RICA	4.045		
PANAMÁ	4.504		
OT.AMER CENT	5.100		
América Sur		444.251	44.19
ARGENTINA	21.718		
BOLIVIA	4.797		
BRASIL	15.052		
CHILE	24.212		
COLOMBIA	200.487		
PERÚ	147.420		
URUGUAY	2.758		
VENEZUELA	26.771		
OTR AM SUR	1.036		
Otros de América		8	0.00
OTROS DE AMÉRICA	8		
África		1.560	0.16
Europa		194.621	19.36
Asia		39.799	3.96
El Caribe		14.424	1.43
CUBA	10.904		
OTROS CARIBE	3.520		
Otros		16.051	1.60
Total		1005.297	100%

FUENTE: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2004-2007
Dirección Nacional de Migración – 2008 – Clasificación OMT

ELABORADO POR: La Autora

3.4 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.4.1 DEMANDA ACTUAL

La provincia de Imbabura ha tenido un crecimiento notable del 5% en estos últimos 5 años en lo que se refiere al turismo, este aumento está basado en los niveles de satisfacción que han tenido los turistas nacionales y extranjeros.

La expectativa de un turista que desea visitar Imbabura, antes de conocerla es porque la promoción y difusión de los encantos de la provincia ha sobrepasado las fronteras físicas esto se puede aseverar porque existen muchos lugares turísticos.

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

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

3.4.2 DEMANDA POTENCIAL.

Considerando los datos estadísticos la demanda turística que ha tenido Imbabura en el año 2010 fue de 1'046.968 turistas internacionales.

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

a) Turismo Interno.

El turismo interno se refiere a la movilización de ecuatorianos dentro del territorio nacional para disfrutar del tiempo libre.

En Imbabura, el turismo interno constituye un importante segmento del mercado y su potencialidad puede ser desarrollada en el mediano plazo. Aunque no existe estadísticas ciertas que cuantifiquen el número de turistas nacionales o excursionistas que llegan a las distintas ciudades de la provincia, es evidente mirar en los fines de semana un flujo significativo de visitantes en especial en el cantón de Urcuquí y lugares de esparcimiento como Chachimbiro que es conocido nacionalmente.

b) Turismo Receptor

El turismo receptor se refiere a los turistas extranjeros que llegan a nuestro sitio natal, podemos darnos cuenta que 1'046.968 turistas extranjeros llegan a conocer nuestros sitios naturales y turísticos.

También el objetivo es en los niveles de ingreso por los turistas que llegan para alojarse o alimentarse, otro apartado es que los turistas nacionales y extranjeros buscan el placer del descanso con su familia.

CUADRO No. 25
TURISTAS QUE INGRESAN AL PAÍS (MILES)

2008			
	PAÍS	TOTAL	%
1	EEUU	240.400	24
2	Colombia	200,480	20
3	Perú	147.420	15
4	España	49.940	5
5	Reino Unido	25.180	3
6	Alemania	24.230	2
7	Chile	24.210	2
8	Canadá	22.890	2
9	Argentina	21.710	2
10	Francia	18.870	2
11	Resto del Mundo	255.990	22
	TOTAL	1'031.320	100%

FUENTE: Ministerio de Turismo de Imbabura
ELABORADO POR: La Autora.

3.4.3 DEMANDA DE TURISMO INTERNO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

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

sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

Entre los más importantes atractivos de origen natural se tiene: la laguna de Cuicocha, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Yahuarcocha, con el autódromo en el cantón de Ibarra, San Pablo con su paisaje único y Chachimbiro. En la actualidad la feria de Otavalo se efectúa todos los días, siendo el de mayor importancia la feria del día sábado, que motiva la visita de turistas a nivel nacional e internacional; la feria de Moda de Atuntaqui en días feriados como el carnaval, motivan a turistas nacionales a visitar la provincia, a más de la gastronomía con apetecidos platos típicos con sus especialidades en cada uno de los Cantones. Las fiestas como la del Yamor en la ciudad de Otavalo, y de la Jora en Cotacachi, llaman la atención de los turistas en los meses de agosto y septiembre. Con estos atractivos, servicios e instalaciones turísticas, la demanda y el interés de los turistas nacionales y extranjeros ha incrementado y diversificado, hasta llegar a ser en la actualidad en el sector económico más importante en toda la provincia.

3.4.4 DEMANDA DE TURISMO LOCAL

Para el estudio de la demanda del proyecto se ha tomado como referencia al Cantón Otavalo ya que es considerado como el máximo exponente de turismo en la provincia y por no existir datos relevantes y precisos del turismo del Cantón Urcuquí. Según datos obtenidos tomando como base la información proporcionada (enero-noviembre), por la Dirección Nacional de Migración en el año 2010 un 20% del total de los turistas que ingresan al Ecuador, es indicar que 1'046.968 turistas que ingresan al país, 209.393 llegaron a Otavalo.

CUADRO No. 26
TURISTAS QUE INGRESAN A OTAVALO

AÑOS	TURISTAS EXTRAJEROS	TURISTAS NACIONALES	TOTAL TURISTAS
2004	163695	40915	204610
2005	171978	42995	214973
2006	168111	42028	210139
2007	187497	46874	234371
2008	201059	50265	251324
2009	193699	48425	242124
2010	209393	52348	261741

FUENTE: Información en la Cámara de Turismo de Imbabura
ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 27
TURISMO DE NATURALEZA (TURISTAS EXTRANJEROS)

AÑOS	TOTAL TURISTAS OTAVALO	SECTOR DE LA ZONA RURAL 80%	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2004	204610	163688	
2005	214973	171978	0,051
2006	210139	168111	-0,022
2007	234371	187497	0,115
2008	251324	201059	0,072
2009	242124	193699	-0,037
2010	261741	209393	0,081
TOTAL			$\sum i = 0,26$

FUENTE: Cámara de Turismo de Otavalo
ELABORADO POR: La Autora

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,26}{6} = 0,043$$

$$i = 4,3\%$$

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

3.4.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se utilizó la cantidad de turistas que llegan a la ciudad de Otavalo, ya que esta ciudad está cerca geográficamente al lugar de estudio y es un punto estratégico de referencia para realizar un buen análisis, como base de información se tomó en cuenta a los turistas que llegan a los sectores turísticos o ecológicos de esta zona, Tomando los datos del año 2010 y la tasa de crecimiento del 4,3% se realizará, una proyección para los próximos 6 años aplicando la siguiente fórmula.

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

Donde:

C_n= Consumo Futuro

C_o= Consumo Histórico

I= Tasa de Crecimiento

N= Año Proyectado

TABLA No. 2
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS TURISTAS

AÑOS	DEMANDA FUTURA $C_n = C_o(1 + i)^n$
2011	218397
2012	227788
2013	237583
2014	247799
2015	258454
2016	269568

FUENTE: Datos Proyectados
ELABORADO POR: La Autora

La demanda proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento de 4,3% será para el año 2016 de 269.568 turistas que llegarán a la ciudad de Otavalo.

Para la zona de Urcuquí la asociación ecosachapamba está proponiendo la creación de la ruta denominada encanto natural con los atractivos turísticos más sobresalientes, cascadas del nido de cóndor, cóndor pacha y cóndor polonia, fortalecidos por la señalización de la cabecera cantonal y la reactivación del complejo Timbuyacu en donde existirán ambientes deportivos modernos con el complemento de festivales gastronómicos.

Lo que pretende el municipio de Urcuquí es que este cantón no sea solamente agrícola sino turístico por lo tanto se trata de llegar a captar entre 15% y 20% de los turistas que llegan a Imbabura.

3.5 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.5.1 OFERTA TURÍSTICA NACIONAL

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

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

CUADRO No. 28
ECUADOR: OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

No. Establecimientos de Alojamiento	2.888
No. Habitaciones	55.920
No. Plazas (capacidad de Hospedaje)	125.883
Empleo directo	21.588
Promedio de habitaciones por establecimiento	19,4
Promedio plazas por establecimiento	43,6
Relación plazas por habitación(lo adecuado es 1.7)	2,3
Relación plazas por empleo	5,8

FUENTE: Informe Final PLANDETUR 2020

3.5.2 OFERTA TURÍSTICA A NIVEL LOCAL

Se debe desatacar la importancia que tiene la ubicación geográfica de la provincia de Imbabura y sus lugares atractivos.

Se encuentra a una distancia relativamente corta de la ciudad de Quito, principal centro de operaciones del turismo receptivo y los tour operadores del Ecuador y también principal mercado generador de turismo interno para la Sierra Norte. Se suma a esto la excelente accesibilidad a las principales ciudades y atractivos turísticos a través de la vía panamericana, que tiene un excelente mantenimiento por parte de su concesionaria Panavial. Este aspecto juega un rol muy importante para donde desarrollar turismo en forma creciente y exitosa.

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

De la misma manera la ciudad de Otavalo se la considerará para el análisis de la oferta ya que representa la principal competencia de turismo agroecológico para el proyecto, esta cuenta con varios hoteles que están

al servicio de los turistas nacionales y extranjeros, mismos que son primera y segunda categoría y a si de la misma manera se cuenta a sus alrededores con hosterías que se dedican especialmente al turismo las cuales brindan servicio de calidad para atraer a los turistas nacionales y extranjeros.

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

CUADRO No. 29
IMBABURA: ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN SERVICIOS DE
TURISMO COMUNITARIO

ESTABLECIMIENTOS	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO
COMUNIDAD SAN CLEMENTE	Se encuentra ubicado en la parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra	Consiste en una red de 6 alojamientos familiares rurales, que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación, actividades culturales, visita a talleres artesanales, caminatas por senderos ecológicos,
COMUNITARIA DE TURISMO “RUNA TUPARI”.	La oficina en Otavalo alojamiento en Cotacachi.	Cabañas de alojamiento en comunidades y cuenta con 16 habitaciones
COMUNIDAD CHILCAPAMBA	Está en la zona andina del Cantón Cotacachi, muy cerca de la cabecera parroquial de Quiroga	Cuenta con alojamiento familiares de, convivencia, cultura indígena, gastronomía, cultural,
COMUNIDAD PERIBUELA.	ubicada en la zona andina de Cotacachi, en la Parroquia Imantag	Alojamiento comunitario con capacidad para 15 personas.
COMUNITARIO “LOS MANDURIACOS” – ZONA DE INTAG.	Cantón Cotacachi Parroquia García Moreno	Alojamiento en albergues familiares, alimentación, caminatas guiadas, paseos a caballo

FUENTE: Plan de Vida de Otavalo
ELABORADO POR: La Autora

En base a esta información se puede dar cuenta que la provincia cuentan con los servicios comunitarios para los turistas nacionales como extranjeros.

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

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

**CUADRO No. 30
PLANTA HOTELERA INSTALADA EN EL CANTÓN OTAVALO**

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD
Hotel Primera	1
Hotel Segunda	2
Hostales Primera	2
Hostal Segunda	7
Hostal tercera	3
Hostería segunda	1
Hostería Tercera	1
Hostal Residencial segunda	6
Hostal Residencial tercera	17
Cabañas de Segunda	1
Cabañas Tercera	1
Pensiones de primera	1
Pensiones de segunda	1
Pensiones de tercera	6
TOTAL	50

FUENTE: Cámara de Turismo de Otavalo
ELABORADO POR: La Autora

Para obtener el crecimiento de la oferta se tomó en cuenta datos históricos de las empresas de turismo comunitario del Cantón Otavalo.

**CUADRO No. 31
EMPRESAS COMUNITARIAS LOCALES**

AÑOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS	NÚMERO DE HABITACIONES	NÚMERO DE CAMAS O PLAZAS	OFERTA DE CAMAS ANUAL	$I = (C_n/C_o) - 1$
2005	1	49	202	19796	
2006	2	53	208	22048	0,11
2007	2	58	220	25520	0,16
2008	2	57	189	21546	-0,16
2009	5	88	279	122760	4,70
2010	4	105	113	47460	-0,61
TOTAL					$\sum i = 4,2$

FUENTE: Cámara de Turismo de Otavalo

ELABORADO POR: La Autora

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{4,2}{5} = 0,84\%$$

Con la siguiente tasa de 0,84% se procede a realizar el cálculo de las proyecciones.

3.5.3 OFERTA ACTUAL

Mediante datos proporcionados por el departamento de turismo del Gobierno provincial de Imbabura, se pudo establecer la oferta actual dentro del área de estudio (Urcuqui).

Dentro del área de investigación se tiene como competidores directos a: Chachimbiro, Hacienda Chachimbiro, Arco Iris, Timbuyacu.

TABLA No. 3
OFERTA ACTUAL DEL CANTÓN URCUQUI

No. ESTABLECIMIENTOS	No. HABITACIONES	No. DE PLAZAS	OFERTA ANUAL
CHACHIMBIRO	37	111	4107
HACIENDA CHACHIMBIRO	25	75	1875
ARCO IRIS	19	57	1083
TIMBUYACU	15	45	675
TOTAL	96	288	7740

FUENTE: Gobierno provincial de Imbabura
ELABORADO POR: La Autora

3.5.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta local se tomó en consideración la tasa de crecimiento 0,84% de la oferta del cantón Otavalo, por la no existencia de datos históricos en el Cantón Urcuqui.

TABLA No. 4
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA FUTURA $C_n = C_o(1 + i)^n$
2011	47859
2012	48261
2013	48666
2014	49075
2015	49487
2016	49903

ELABORADO POR: La Autora

3.5.5 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

TABLA No. 5
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	218397	47859	170538
2012	227788	48261	179527
2013	237583	48666	188917
2014	247799	49075	198724
2015	258454	49487	208967
2016	269568	49903	219665

FUENTE: Datos Proyectados
ELABORADO POR: La Autora

Con los datos obtenidos se puede determinar una demanda insatisfecha del servicio, por tanto existe una oportunidad de mercado para la creación de la microempresa

3.6 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER POR EL PROYECTO

El proyecto captará de la demanda insatisfecha identificada en el año 2012 aproximadamente el 1,4% en el 1er. año con un creciendo del 10% anual, en base a la capacidad instalada del proyecto, el auge del turismo y principalmente a la aplicación de estrategias de corto y mediano plazo.

TABLA No. 6
PROYECCIÓN DE DEMANDA PARA LA MICROEMPRESA

AÑOS	CAPTACIÓN DEL PROYECTO
1	3120
2	3432
3	3775
4	4153
5	4568

ELABORADO POR: La Autora

La demanda para el primer año de funcionamiento del proyecto es de 3120 turistas que están dispuestos a visitar a la microempresa.

3.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

Esta variable es la más importante, ya que constituye un aspecto esencial al momento de brindar nuestro servicio el mismo que está determinado por la oferta y demanda.

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

CUADRO No. 32

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

ELABORADO POR: La Autora

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

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

Para la proyección de los precios se analiza el costo de servicio por día mediante la tasa de inflación que es 4,23% para cada año, a continuación se presenta el siguiente cuadro.

TABLA No. 7
ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento	15	15,63	16,30	16,99	17,70
Alimentación	10	10,42	10,86	11,32	11,80
Recreación	13	13,55	14,12	14,72	15,34
TOTAL	38	39,61	41,28	43,03	44,85

FUENTE: Datos Proyectados
ELABORADO POR: La Autora

3.8 PLAN COMERCIAL

3.8.1 PRODUCTO O SERVICIO

La microempresa esta enfocada en un proyecto que brinda servicios y esta compuesto por factores importantes como la calidad en el servicio, su infraestructura en buen estado, profesionales calificados, comida típica, entre otros, que intervienen para mantener una buena imagen y prestigio.

El proyecto tiene la finalidad de trabajar por el sector, consiste en el consumismo de los productos en el centro agroecológico, además dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros las maravillas con las que cuenta el lugar.

También se aplica una estrategia para dar a conocer de manera directa al centro agroecológico, como diseñando un logotipo representativo como también un eslogan donde el cliente absorba la garantía de la estadía en este lugar

3.8.2 PRECIO

Para la aplicación de precios se realiza a través de la investigación aplicada a la competencia, además se considera los costos de los servicios que el centro agroecológico brinda, como también se considera importante las sugerencias de los turistas

El precio será considera en un nivel medio, porque el servicio que la microempresa brindara será de calidad en todos sus aspectos.

3.8.3 PUBLICIDAD

La publicidad consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un servicio a los turistas, así como persuadir, motivar o inducir su adquisición.

Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la publicidad son:

- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la adquisición del servicio.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes fijos.
- Poner anuncios en diarios, revistas o internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos en la página de turismo.
- Crear puestos de degustación con platos típicos.
- Crear actividades o eventos dentro de la microempresa de turismo.
- Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa para ser reconocidos.

- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la microempresa, o en vehículos de transporte público.
- Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

3.8.4 PLAZA O DISTRIBUCIÓN

La plaza o distribución consiste en la selección de los clientes (turistas) nacionales y extranjeros al cual se venderán u ofrecerá nuestros servicios, así como también en determinar la forma en que los servicios, deben ser distribuido al cliente en este caso se lo realizara de manera directa con la el profesionalismo de colaboradores.

Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

- Ofrecer nuestro servicio vía internet, llamadas telefónica, envió de correo.
- Hacer uso de intermediario y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro servicio
- Ubicar nuestro servicio solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de servicios(distribución selectiva)
- Además ofrecer el servicio solamente en un solo punto de venta que sea exclusivo (distribución exclusiva)

3.9 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

Después del análisis de las variables demanda, oferta y precio, se determina que existe un mercado atractivo para la creación de una microempresa de turismo comunitario, en el Cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, ya que este tipo de servicios son aceptados cada día más.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se realizará un análisis técnico, de todos los requerimientos que necesita el proyecto para realizar las actividades eficientemente. Tiene como objetivo fundamental diseñar propuestas que ayuden a utilizar de una manera eficiente los recursos disponibles.

En el estudio técnico se analizará y determinará los siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Ingeniería del proyecto

4.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Dentro de la localización óptima del proyecto se analiza la macro y microlocalización.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

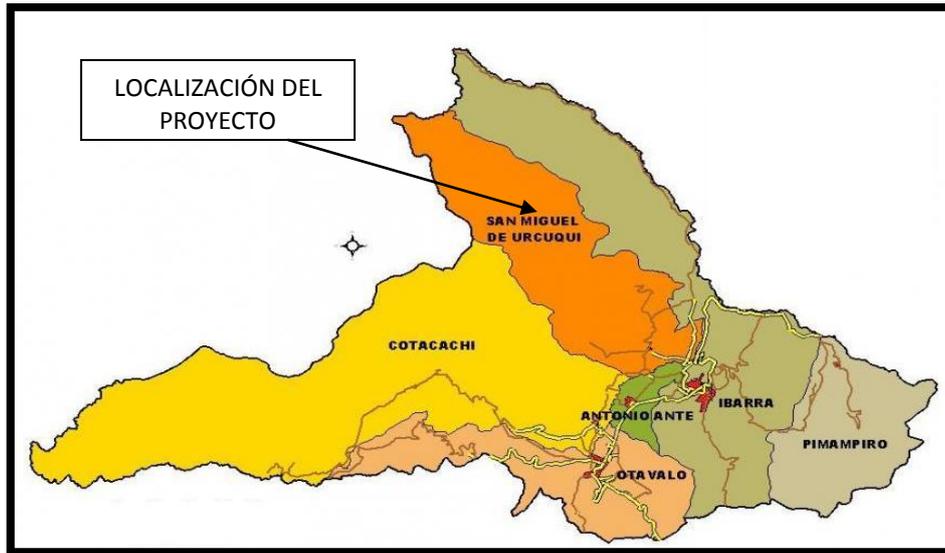
La macrolocalización del proyecto será:

País: Ecuador.

Provincia: Imbabura

Cantón: Urcuquí.

MAPA DE IMBABURA



FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

La provincia de Imbabura conocida también como la provincia de los lagos, limita al Norte, con las provincias de Carchi y Esmeraldas, al Sur, con Pichincha, al Este con Sucumbíos y al Oeste con la provincia de Esmeraldas. Su capital es Ibarra, fundada el 28 de septiembre de 1606. Tiene una superficie de 4.986 Km², con 384.837 habitantes, datos proyectados para el año 2009 según las estimaciones de población del SIISE.

Esta provincia posee una diversidad de pisos climáticos que van desde el meso térmico húmedo y semihúmedo, pasando por el meso térmico seco, hasta el páramo. La temperatura promedio oscila entre los 8°C y 28°C.

El Cantón San Miguel de Urququí 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.

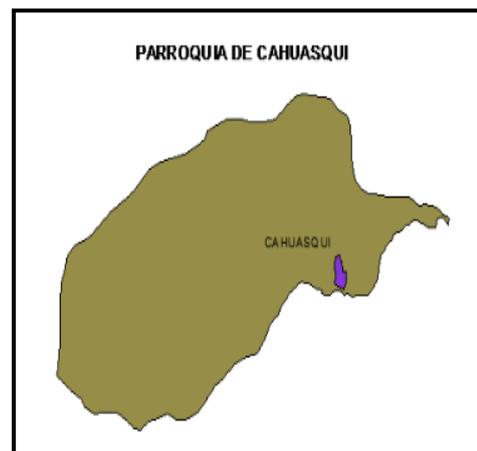
Rodeado de majestuosas montañas que representan un legado histórico, y un paisaje natural incomparable, nace el Cantón San Miguel de Urucuquí, como una bendición a la naturaleza y al hombre. El poder curativo de sus aguas que brotan de las entrañas de la tierra y el acogedor clima, atrae al turista nacional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

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

Para la realización de mi proyecto seleccione la parroquia de Cahuasquí, debido a que la parroquia de san Blas no cuenta con las vías de acceso adecuadas para la movilización, en el cantón Urucuquí su actividad principal es el comercio por lo que no cuenta con sitios turísticos, la parroquia de Tumbabiro ya cuenta con sitios turísticos explotados, la parroquia de Pablo Arenas es muy pequeña y no cuenta con suficientes sitios turísticos para atracción de los visitantes, la parroquia de Buenos Aires debido a que se encuentra muy lejana y sus vías de acceso no son buenas no está dentro del proyecto; por lo tanto, el proyecto estará ubicado en la parroquia de Cahuasquí, ya que los aspectos que posee esta parroquia favorecen a la creación de la microempresa, y a la vez la Junta parroquial nos apoya para fomentar el Turismo Comunitario.



FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

Dentro de los servicios con los que cuenta la parroquia de Cahuasqui, podemos citar los siguientes:

➤ **Existencia de Vías de comunicación y de medios de transporte**

El Cantón Urcuquí y la Parroquia de Cahuasquí poseen vías que comunican a las zonas aledañas del mismo, esto favorece que los turistas se movilicen sin ningún problema.

➤ **Facilidades de infraestructura y servicios públicos básicos**

La parroquia cuenta con los servicios básicos necesarios para la prestación de servicios entendiéndose como tales: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, servicio de recolección de basura, etc.

Por contar con un terreno amplio, la infraestructura existente en el lugar será readecuada a las necesidades del turista, como también estarán diseñadas de tal manera que optimice los recursos destinados a ello, contando con todas las facilidades que el sector dispone.

➤ **Condiciones climáticas, ambientales**

Otro factor que influye en la localización del proyecto sin duda alguna son las condiciones climáticas y ambientales, el cantón tiene algunos pisos climáticos que favorecen la producción de servicios de turismo, dependiendo de la zona el clima fluctúa de 7 a 26° C.

➤ **Atractivos turísticos**

El cantón y especial la parroquia de Cahuasqui posee varios atractivos turísticos, como: paisajes, flora y fauna, productos agrícolas autóctonos de zona, tradiciones, leyendas entre otros.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto consiste en determinar la capacidad diaria de visitantes que puede recibir la microempresa.

4.2.2 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

Dentro de los factores se tiene a los siguientes:

a) Demanda.

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

De acuerdo a lo analizado en el estudio de mercado, el presente proyecto captará 3120 turistas al año.

De acuerdo a la demanda turística, la microempresa agroecológica debe poseer una construcción adecuada para brindar un buen servicio, para lo cual se considera implantar la microempresa en un área aproximadamente de 30.000 m², de los cuales 500 metros cuadrados es para obra civil, se contempla la construcción de 10 cabañas de 36 m² cada una.

b) Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de recursos financieros incide en el tamaño del proyecto, así como el origen de esos recursos; puesto que se debe tender a la utilización de aquellos fondos que puedan financiarse con mayor

seguridad y comodidad y exijan menores costos y al mismo tiempo puedan generar más altos rendimientos al capital.

c) Disponibilidad de mano de obra

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

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

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

d) Disponibilidad de Insumos

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

Los insumos destinados a la preparación de alimentos se adquirirán en los mercados de la zona, pero dentro de la microempresa se desarrollará un proyecto hortícola que permita satisfacer los requerimientos básicos de

hortalizas, legumbres e inclusive algunas frutas del sector. En cuanto a carnes, pollo y pescado se adquirirán productos de primera calidad en supermercados de Ibarra. Las bebidas como colas, agua y cervezas serán abastecidas igualmente semanalmente a través de los vehículos repartidores a domicilio.

e) Disponibilidad de Tecnología

La tecnología que se aplicará es un diseño ergonómico en el área de la cocina, que permitirá un mejor empleo de los recursos humanos, para despacho y atención a los pedidos, para limpieza de las ollas y vajillas y eliminación de los desechos. La calidad de la comida que se ofrecerá, dependerá de la calidad de los equipos de refrigeración adecuados para conservar el pescado, las carnes, los lácteos, las frutas y las hortalizas.

Así mismo se dispondrán de sistemas de extracción de olores en esta área. Las cocinas industriales de buena calidad permitirán tener la capacidad de preparar varios platos a la vez.

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

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

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

f) Capacidad de producción o prestación del servicio

El proyecto, contará con una capacidad de hospedaje para 40 personas, en 10 cabañas, en casos especiales y de alta demanda se podrá acondicionar una cama adicional en cada cabaña.

El restaurante dispondrá de capacidad para atender a 52 personas al mismo tiempo ya que tendrá 13 mesas de 4 personas cada una.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS

La creación de la microempresa agroecología estará dispuesta de la siguiente manera:

- Área administrativa
- Área de alojamiento
- Área de restaurante
- Área de recreación

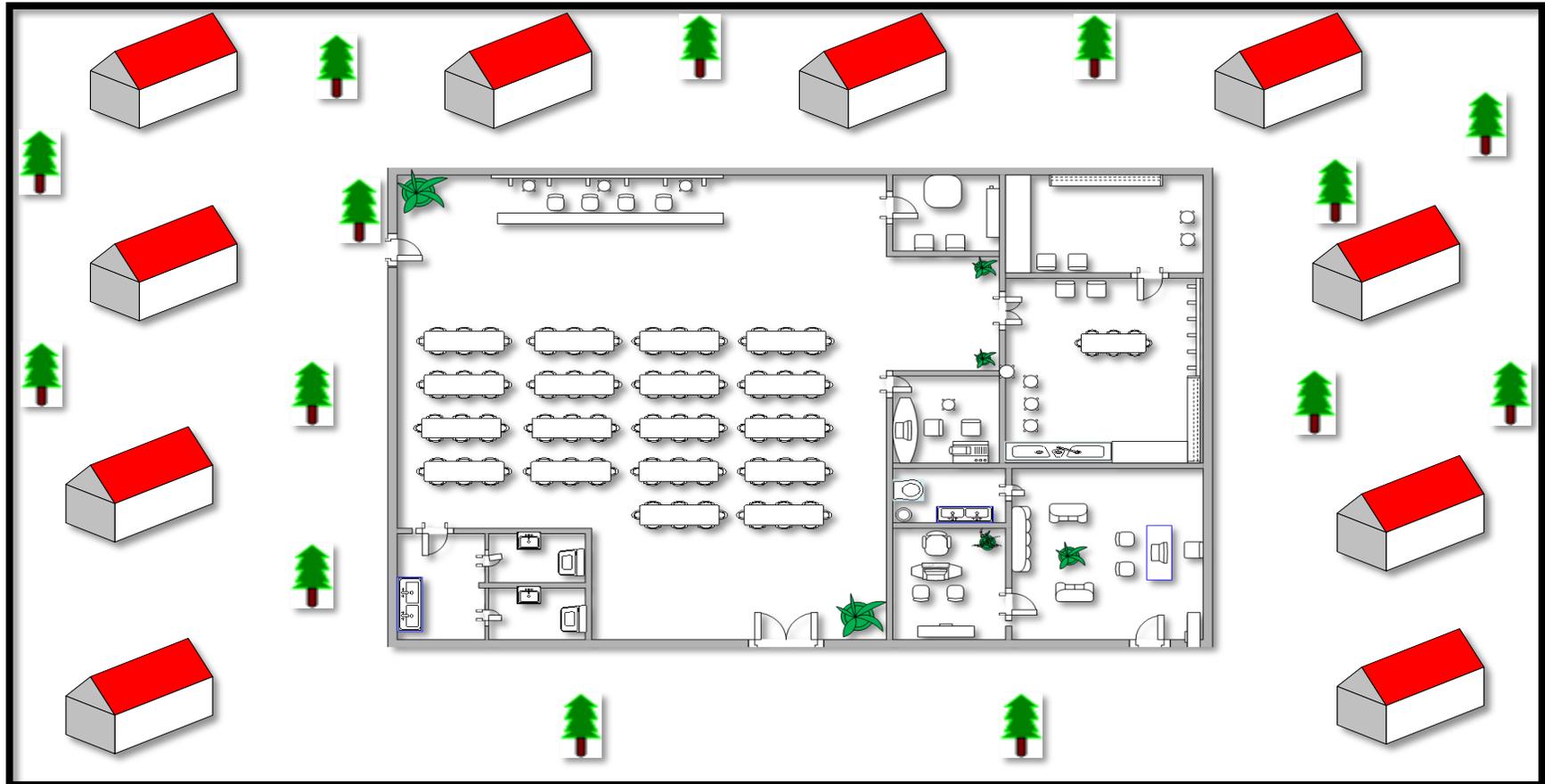
4.3.2 OBRA CIVIL

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

En un área de aproximadamente 30.000 m² se contempla la construcción de 10 cabañas de 36m² cada una, lo cual estará construida bajo criterios técnicos que se requieren para este tipo de servicios, 160 m² se encuentran las instalaciones administrativas. Para el desarrollo de este negocio contará con los todos los servicios básicos con el fin de garantizar seguridad a los turistas nacionales y extranjeros.

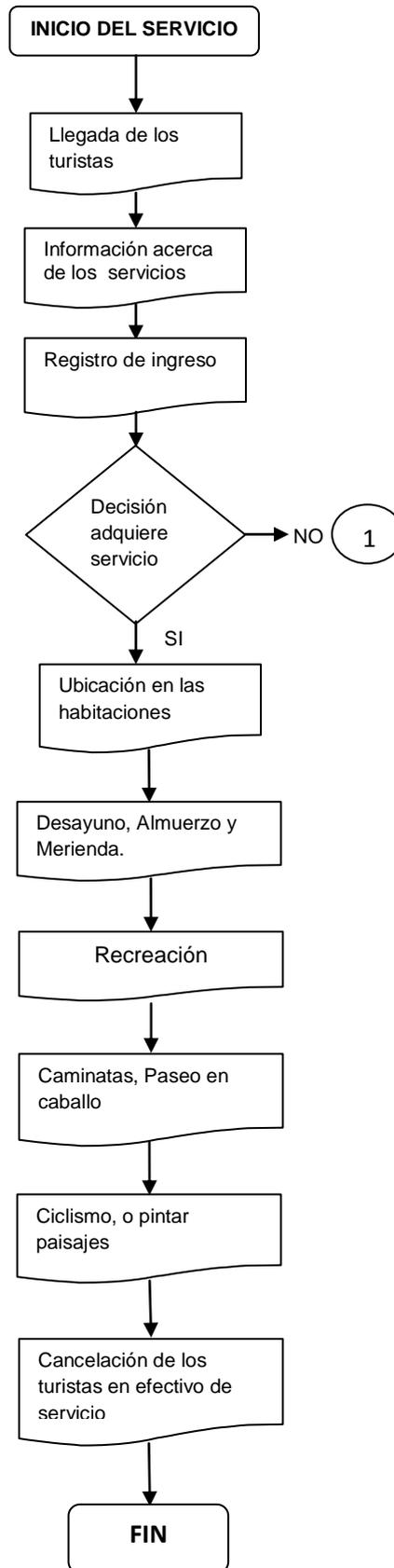
Dentro del proyecto se contempla ofrecer servicios, adicionales alojamiento y restaurante, de manera que el turista se relacione con la naturaleza y con la vida cotidiana del campo mientras descansa y se pasea; estos servicios son: paseos en caballo, caminatas guiadas a lugares de atracción turística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

4.3.3 DISEÑO DE INSTALACIONES



ELABORADO POR: La Autora

4.3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DE SERVICIO



➤ **Proceso del servicio**

En esta parte se describe las actividades más importantes que conlleva la prestación del servicio que ofrece la microempresa.

➤ **Recepción de turistas**

Para captar turistas se visitaron agencias de viajes, hoteles de las ciudades como Ibarra y Otavalo y otros lugares turísticos con el fin de entregar informativos de los servicios.

➤ **Información turística**

Una vez que el turista llegue a las instalaciones de la microempresa agroecológica, se informará acerca de los servicios y actividades que se pueden realizar en el tour dentro de la zona.

➤ **Descripción de los servicios**

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

➤ **Pago por el servicio**

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

➤ **Entrega del servicio**

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

4.4 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

4.4.1 INVERSIÓN FIJA

a) Requerimiento de Terreno

La microempresa para su gestión se necesita una extensión de 30.000 m² el valor productivo del terreno es de \$24.000, el cual contiene una casa que será readecuada para brindar el servicio, se realizará la construcción de 10 cabañas que ocupa una área de 360m².

b) Infraestructura Civil

TABLA No. 8
INFRAESTRUCTURA CIVIL

DETALLE	CANTIDAD	M2	VALOR UNITARIO M2	VALOR TOTAL
Cabañas	12	36	73,5	23.520,00

ELABORADO POR: La Autora

c) Vehículo

La microempresa Agroecológica por encontrarse en el sector rural necesitará de un vehículo para movilizarse para las compras y gestiones.

TABLA No. 9
VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Camioneta cabina sencilla	1	18.000,00	18.000,00
TOTAL			18.000,00

ELABORADO POR: La Autora

d) Muebles y Enseres

Para adecuar las habitaciones de la hostería y el área del restaurante, se requerirán los muebles que constan en el cuadro siguiente.

**TABLA No. 10
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas de 2 plazas	13	170,00	2.210,00
Cama de 1 1/2 plaza	13	140,00	1.820,00
Veladoras	13	60,00	780,00
Roperos	13	34,00	442,00
Cómodas	13	170,00	2.210,00
Espejos	13	48,00	624,00
Sofás	13	130,00	1.690,00
Sillones	13	90,00	1.170,00
Mesas Baul	13	40,00	520,00
Lámparas de pie	13	26,00	338,00
Mesas cuadradas comedor	13	75,00	975,00
Sillas	26	18,00	468,00
Lámparas de velador	13	8,00	104,00
TOTAL			13.351,00

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

e) Maquinaria y Equipo

La maquinaria y los equipos que se van a necesitar para el funcionamiento de la microempresa se los va a adquirir dentro del mercado local.

**TABLA No. 11
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Bombas de Agua	1	850,00	850,00
Cocina industrial	2	220,00	440,00
Horno industrial	1	190,00	190,00
Plancha freidora	1	155,00	155,00
Asistente de cocina	1	240,00	240,00
Refrigeradora	1	980,00	980,00
Congelador	1	1.050,00	1.050,00
Horno Microondas	1	120,00	120,00
Lavadora	1	600,00	600,00
Secadora	1	480,00	480,00

Aspiradora	1	160,00	160,00
Bicicleta	12	260,00	3.120,00
Televisores	12	400,00	4.800,00
Equipo de Sonido	1	390,00	390,00
TOTAL			13.575,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORADO POR: La Autora

f) Equipo de Computación

**TABLA No. 12
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	3	720,00	2.160,00
Impresora multifunción	1	185,00	185,00
TOTAL			2.345,00

ELABORADO POR: La Autora

g) Equipo de oficina

**TABLA No. 13
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	95,00	190,00
Calculadora	2	20,00	40,00
Caja registradora	1	480,00	480,00
TOTAL			710,00

ELABORADO POR: La Autora

h) Menaje

Para brindar un buen servicio, comodidad y confort a los turistas que se hospeden en las instalaciones se requerirá el menaje apropiado tanto para las habitaciones, como para el área de restaurante.

TABLA No. 14
MENAJE (Para habitaciones, cocinas)

DESCRIPCIÓN	UNI	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juegos de sabana 2 plazas	UNI	39	18,00	702,00
Juegos de sabana 1 1/2 plazas	UNI	39	14,00	546,00
Colchón 2 plazas	UNI	13	150,00	1.950,00
Colchón 1 1/2 plazas	UNI	13	90,00	1.170,00
Almohada	UNI	36	5,00	180,00
Cobijas 2 plazas	UNI	39	15,00	585,00
Cobijas 1 1/2 plazas	UNI	39	12,00	468,00
Colchas 2 plazas	UNI	39	15,00	585,00
Colchas de 1 1/2 plazas	UNI	39	14,00	546,00
Toallas de baño	UNI	26	10,00	260,00
Toallas de mano	UNI	26	6,00	156,00
Toallas de pies	UNI	26	6,00	156,00
Manteles cuadrados 1x1	UNI	36	10,00	360,00
Cubremanteles 0.8 x 0.8	UNI	36	8,00	288,00
Servilletas 0.4 x0.4 (tela)	UNI	50	2,00	100,00
Platos tendidos grandes	UNI	200	0,80	160,00
Platos soperos	UNI	200	0,90	180,00
Platos medianos	UNI	200	0,55	110,00
Platos postreros	UNI	200	0,40	80,00
Platos y tazas de Café	UNI	200	1,10	220,00
Vasos para agua y jugos	UNI	200	0,80	160,00
Copas para vino	UNI	80	1,05	84,00
Copas para helados	UNI	80	1,00	80,00
Juegos de cubierto 4 pz	UNI	200	3,50	700,00
Jarra para jugos	UNI	60	4,50	270,00
Ollas cacerolas y sartenes (Juegos)	UNI	4	200,00	800,00
Implementos de cocina	UNI	1	191,58	191,58
TOTAL				11.087,58

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La Autora

TABLA No. 15
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	24.000,00
Infraestructura	23.520,00
Vehículo	18.000,00
Muebles y enseres	13.351,00

Maquinaria y equipo	13.575,00
Equipo de computación	2.345,00
Equipo de oficina	710,00
Menaje	11.087,58
Imprevistos 1%	1.065,89
TOTAL	107.654,47

ELABORADO POR: La Autora

4.4.2 INVERSIÓN DIFERIDA

a) Gastos de Constitución

**TABLA No. 16
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Tramites de constitución	250,00
Diseño y adecuaciones	2.800,00
Estudio de factibilidad	1.300,00
TOTAL	4.350,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

4.4.3 CAPITAL DE TRABAJO

Se tomará en cuenta el capital de trabajo de 1 mes para dar inicio la gestión de la microempresa.

**TABLA No. 17
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE OPERACIÓN		2515,07
Materia prima (menú)	728,00	
Mano de obra	1494,68	
Servicios básicos	90,00	
Consumo de gas	10,00	
Mantenimiento maquinaria y equipo	10,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	90,00	
Reposición de menaje	92,40	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1542,36
Sueldos		

Gerente	601,68	
Contadora	472,86	
Recepcionista	362,08	
Servicios básicos	20,00	
Servicios de comunicación	54,00	
Mantenimiento computación	20,00	
Útiles de oficina	11,75	
GASTOS DE VENTAS		80,83
Publicidad	80,83	
Subtotal		4138,27
Imprevistos 3%		124,15
TOTAL		4262,42

ELABORADO POR: La Autora

El capital de trabajo es de \$ 4.262,42 es el dinero en efectivo con el que hay que contar para empezar a trabajar antes de recibir ingresos, Para el presente proyecto se ha considerado que el capital de trabajo estará destinado a cubrir los egresos del primer año de funcionamiento.

4.4.4 INVERSIÓN TOTAL

**TABLA No. 18
INVERSIÓN DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	107.654	92,59%
Activos Diferidos	4.350	3,74%
Capital de Trabajo	4.262,42	3,67%
TOTAL	116.266,88	100%

ELABORADO POR: La Autora

4.4.5 FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO

**TABLA No. 19
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

INVERSIÓN TOTAL	MONTO	PORCENTAJE
Crédito	81.386,82	70,00%
Capital Propio	34.880,06	30,00%
TOTAL	116.266,88	100%

ELABORADO POR: La Autora

El proyecto necesitará la inversión de 116.266,88 la cual será el 30% y el 70% financiada a través de un crédito en el Banco Nacional de Fomento, por las facilidades existentes para acceder al crédito.

4.4.6 TALENTO HUMANO.

Para dar inicio a las actividades de la microempresa de agroecología se requiere de 7 personas para brindar servicio a los turistas nacionales y extranjeros.

Para el área administrativa se necesitan 3 personas: Gerente, Contadora y Recepcionista. Para el personal operativo 4 personas: Cocinero, Mesero, Guía turista y Camarera.

**CUADRO No. 33
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

ÁREA	PERSONAL	Nº	REMUNERACIÓN
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	450,00
	Contadora	1	350,00
	Recepcionista	1	264,00
OPERATIVO	Cocinero	1	300,00
	Mesero	1	264,00
	Guía de Turístico	1	264,00
	Camarera	1	264,00

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESENTACIÓN

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

5.2 INGRESOS

Los ingresos están representados por la venta de los servicios de la microempresa agroecológica a los turistas.

El número de turistas está establecido tomando en cuenta la capacidad instalada de la microempresa de la siguiente forma: existen 10 cabañas con tres plazas cada una, dando como resultado 30 plazas multiplicado por dos días a la semana y 52 semanas del año da como resultado 3.120 turistas con un promedio de 60 turistas cada semana, con un crecimiento del 10% anual.

El precio del servicio se determinó en base a la competencia y a un análisis de costos y gastos por los servicios a ofertar, el servicio corresponde básicamente a: alimentación, hospedaje, tour agroecológicos, paseos alternativos. El precio crece anualmente en base a la tendencia de crecimiento de la inflación de los últimos 5 años que se ubica en el 4,23%.

5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Se puede observar que en el año uno la microempresa obtendrá ingresos de **\$118.560,00** y para el quinto año tendrá **\$197.886,15**

**TABLA No. 20
INGRESOS POR ALOJAMIENTO**

AÑOS	No. DE TURISTAS	PRECIO UNITARIO POR PERSONA	INGRESOS ALOJAMIENTO
1	3120	15,00	46800,00
2	3432	15,63	53657,60
3	3775	16,30	61520,05
4	4153	16,99	70534,59
5	4568	17,70	80870,02

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

**TABLA No. 21
INGRESOS POR ALIMENTACIÓN**

AÑOS	No. DE TURISTAS	PRECIO UNITARIO POR PERSONA	INGRESOS ALOJAMIENTO
1	3120	10,00	31200,00
2	3432	10,42	35771,74
3	3775	10,86	41013,37
4	4153	11,32	47023,06
5	4568	11,80	53913,35

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

**TABLA No. 22
INGRESOS POR RECREACIÓN**

AÑOS	No. DE TURISTAS	PRECIO UNITARIO POR PERSONA	INGRESOS ALOJAMIENTO
1	3120	13,00	40560,00
2	3432	13,55	46503,26
3	3775	14,12	53317,38
4	4153	14,72	61129,97
5	4568	15,34	70087,35

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

**TABLA No. 23
INGRESOS CONSOLIDADOS**

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento	46.800,00	53.657,60	61.520,05	70.534,59	80.870,02
Alimentación	31.200,00	35.771,74	41.013,37	47.023,06	53.913,35
Recreación	40.560,00	46.503,26	53.317,38	61.129,97	70.087,35
TOTAL INGRESOS	118.560,00	135.932,60	155.850,80	178.687,62	204.870,71

ELABORADO POR: La Autora

5.4 EGRESOS

Los egresos corresponden las erogaciones que se efectuara para ofertar el servicio.

5.4.1 COSTOS OPERATIVOS

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

a) Materia Prima

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

El costo unitario de cada menú se estableció mediante un análisis de los componentes de cada uno, los cuales crecen al ritmo de la inflación del 4,23% (Anexo 6).

**TABLA No. 24
MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	8.736,00	10.016,09	11.483,74	13.166,46	15.095,74
TOTAL	8.736,00	10.016,09	11.483,74	13.166,46	15.095,74

FUENTE: Información directa

ELABORADO POR: La Autora

b) Mano de Obra

Dentro de la mano de obra a requerir se encuentra el cocinero, mesero, guía turístico, camarero los cuales serán contratados exclusivamente para la prestación del servicio. (Anexo 8). Crece en función de la tendencia del crecimiento del sueldo básico que es del 8,24.

**TABLA No. 25
MANO DE OBRA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocinero	4.901,40	5.108,73	5.324,83	5.550,07	5784,84
Mesero	4.344,91	4.528,70	4.720,27	4.919,93	5.128,05
Guía turístico	4.344,91	4.528,70	4.720,27	4.919,93	5.128,05
Camarero	4.344,91	4.528,70	4.720,27	4.919,93	5.128,05
TOTAL	17.936,14	18.694,83	19.485,63	20.309,87	21.168,98

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

c) Costos Indirectos de Operación

Estos costos se los cálculo y se los estableció tomando en cuenta los servicios a ofertar, los cuales crecen envase a la inflación del 2010 que es del 4,23%. (Anexo 6).

➤ Servicios básicos

**TABLA No. 26
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	360,00	375,23	391,10	407,64	424,89
Luz	720,00	750,46	782,20	815,29	849,77
TOTAL	1.080,00	1.125,68	1.173,30	1.222,93	1.274,66

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

➤ Consumo de Gas

**TABLA No. 27
CONSUMO DE GAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo de gas	120,00	125,08	130,37	135,88	141,63

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

➤ **Mantenimiento Maquinaria y Equipo**

**TABLA No. 28
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	120,00	125,08	130,37	135,88	141,63
TOTAL	120,00	125,08	130,37	135,88	141,63

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

➤ **Combustible y Mantenimiento Vehículo**

**TABLA No. 29
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	1080,00	1125,68	1173,30	1222,93	1274,66

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

➤ **Reposición de Menaje**

**TABLA No. 30
REPOSICIÓN DE MENAJE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de menaje	1108,76	1155,66	1204,54	1255,49	1308,60

FUENTE: Información directa
ELABORADO POR: La Autora

➤ **Resumen de Costos Operativos**

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$31.086,32 y para el quinto año es de \$41.618,07

**TABLA No. 31
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	8.736,00	10.016,00	11.484,00	13.166,00	15.096,00
Mano de Obra	17.936,14	18.694,83	19.485,63	20.309,87	21.168,98
Servicios Básicos	1.080,00	1.125,68	1.173,30	1.222,93	1.274,66
Consumo de gas	120,00	125,08	130,37	135,88	141,63
Mantenimiento maquinaria y equipo	120,00	125,08	130,37	135,88	141,63

Combustible y mantenimiento vehículo	1.080,00	1.125,68	1.173,30	1.222,93	1.274,66
Reposición menaje	1.108,76	1.155,66	1.204,54	1.255,49	1.308,60
Imprevistos 3%	905,43	971,04	1.043,44	1.123,48	1.212,18
TOTAL	31.086,32	33.339,14	35.824,68	38.572,93	41.618,07

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

5.4.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos, están proyectados anualmente según la tendencia de la inflación del 4,23%. (Anexo 7 y 8)

a) SUELDOS ADMINISTRATIVOS

TABLA No. 32
SUELDO ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	7.220,10	7.525,51	7.843,84	8.175,63	8.521,46
Contadora	5.674,30	5.914,32	6.164,50	6.425,26	6.697,05
Recepcionista	4.344,91	4.528,70	4.720,27	4.919,93	5.128,05
TOTAL	17.239,31	17.968,53	18.728,60	19.520,82	20.346,55

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

b) HONORARIOS POR SERVICIOS

TABLA No. 33
HONORARIOS POR SERVICIOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Honorarios por servicios limpieza, seguridad	2.400,00	2.501,52	2.607,33	2.717,62	2.832,58

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

c) SERVICIOS BÁSICOS

**TABLA No. 34
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	60,00	62,54	65,18	67,94	70,81
Luz	180,00	187,61	195,55	203,82	212,44
TOTAL	240,00	250,15	260,73	271,76	283,26

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

d) SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

**TABLA No. 35
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de teléfono	360,00	375,23	391,10	407,64	424,89
Servicio de internet	288,00	300,18	312,88	326,11	339,91
TOTAL	648,00	675,41	703,98	733,76	764,80

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

e) ÚTILES DE OFICINA

**TABLA No. 36
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Resma de papel bond	15	4,20	63,00	65,66	68,44	71,34	74,36
Carpetas archivadoras	20	2,00	40,00	41,69	43,46	45,29	47,21
Grapadora	4	1,50	6,00	6,25	6,52	6,79	7,08
Perforadora	4	3,00	12,00	12,51	13,04	13,59	14,16
Útiles varios	1	20,00	20,00	20,85	21,73	22,65	23,60
TOTAL			141,00	146,96	153,18	159,66	166,41

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

f) MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

**TABLA No. 37
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	240,00	250,15	260,73	271,76	283,26

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

g) RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos ascienden a **\$20.908,31** para el primer año de funcionamiento de la pequeña empresa y el quinto año \$24.676,86

TABLA No. 38
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	17.239,31	17.968,53	18.728,60	19.520,82	20.346,55
Honorarios por servicios	2.400,00	2.501,52	2.607,33	2.717,62	2.832,58
Servicios básicos	240,00	250,15	260,73	271,76	283,26
Servicios de comunicación	648,00	675,41	703,98	733,76	764,80
Mantenimiento computación	240,00	250,15	260,73	271,76	283,26
Útiles de oficina	141,00	146,96	153,18	159,66	166,41
TOTAL	20.908,31	21.792,73	22.714,57	23.675,39	24.676,86

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

5.4.3 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta corresponden a publicidad que se efectuara para hacer conocer el servicio a nivel local. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación 4,23%.

a) PUBLICIDAD (Anexo 7)

TABLA No. 39
PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	240,00	250,15	260,73	271,76	283,26
Radio	480,00	500,30	521,47	543,52	566,52
Hojas volantes	100,00	104,23	108,64	113,23	118,02
Pagina web	150,00	156,35	162,96	169,85	177,04
TOTAL	970,00	1011,03	1053,80	1098,37	1144,83

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

5.4.4 FINANCIAMIENTO

Para llevar a cabo la gestión del proyecto se obtendrá un crédito de 81.386,82 con una tasa del 11% anual en el Banco del Fomento.

DATOS	
CAPITAL	81.386,82
TASA	11,%
TIEMPO	5
CUOTA	TRIMESTRAL

TABLA No. 40
TABLA DE AMORTIZACIÓN

TRIMESTRE	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	AMORTIZADO	PENDIENTE
0					81.386,82
1	5.344,81	2.238,14	3106,68	3.106,68	78.280,14
2	5.344,81	2.152,70	3192,11	6.298,78	75.088,03
3	5.344,81	2.064,92	3279,89	9.578,68	71.808,14
4	5.344,81	1.974,72	3370,09	12.948,77	68.438,05
5	5.344,81	1.882,05	3462,77	16.411,53	64.975,28
6	5.344,81	1.786,82	3557,99	19.969,53	61.417,29
7	5.344,81	1.688,98	3655,84	23.625,36	57.761,45
8	5.344,81	1.588,44	3756,37	27.381,74	54.005,08
9	5.344,81	1.485,14	3859,67	31.241,41	50.145,41
10	5.344,81	1.379,00	3965,81	35.207,22	46.179,59
11	5.344,81	1.269,94	4074,87	39.282,10	42.104,72
12	5.344,81	1.157,88	4186,93	43.469,03	37.917,78
13	5.344,81	1.042,74	4302,07	47.771,11	33.615,71
14	5.344,81	924,43	4420,38	52.191,49	29.195,33
15	5.344,81	802,87	4541,94	56.733,43	24.653,39
16	5.344,81	677,97	4666,84	61.400,27	19.986,54
17	5.344,81	549,63	4795,18	66.195,46	15.191,36
18	5.344,81	417,76	4927,05	71.122,51	10.264,31
19	5.344,81	282,27	5062,54	76.185,05	5.201,76
20	5.344,81	143,05	5201,76	81.386,82	0,00

FUENTE: Banco del Fomento
ELABORADO POR: La Autora

5.4.5 GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses por el crédito obtenido a través del banco del fomento.

**TABLA No. 41
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	8430,49	6946,28	5291,96	3448,01	1392,71

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

5.4.6 DEPRECIACIONES

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

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

**TABLA No. 42
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR ACUMULADO	VALOR EN LIBROS
Infraestructura	23.520,00	1.176,00	1.117,20	1.117,20	1.117,20	1.117,20	1.117,20	5.586,00	17.934,00
Equipo de Computación	2.345,00	781,67	521,11	521,11	521,11				
Renovación de equipo de Computación	2.444,19	814,73				543,15	543,15	1.086,31	1.357,89
Equipo de Oficina	710,00	71,00	63,90	63,90	63,90	63,90	63,90	319,5	390,50
Maquinaria y equipo	13.575,00	1.357,50	1.221,75	1.221,75	1.221,75	1.221,75	1.221,75	6.108,75	7.466,25
Muebles y Enseres	13.351,00	1335,10	1201,59	1201,59	1201,59	1201,59	1201,59	6.007,95	7.343,05
Vehículo	18.000,00	3.600,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	14.400,00	3.600,00
TOTAL	55.945,19	9.136,00	7.005,55	7.005,55	7.005,55	7.027,59	7.027,59	33.508,51	38.091,69

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

5.4.7 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

Para la amortizar los activos diferidos se aplicó el 20% cada año según la ley.

TABLA No. 43
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	4.350,00	20%	870,00	870,00	870,00	870,00	870,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

5.4.8 RESUMEN DE EGRESOS

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$69.279,67 y en el quinto año son de \$76.730,07

TABLA No. 44
RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos	31.086,32	33.339,14	35.824,68	38.572,93	41.618,07
Gastos Administrativos	20.908,31	21.792,73	22.714,57	23.675,39	24.676,86
Gastos de Ventas	970,00	1.011,03	1.053,80	1.098,37	1.144,83
Gastos por depreciación	7.005,55	7.005,55	7.005,55	7.027,59	7.027,59
Gastos de Amortización	870,00	870,00	870,00	870,00	870,00
Gastos Financieros	8.430,49	6.946,28	5.291,96	3.448,01	1.392,71
TOTAL	69.270,67	70.964,74	72.760,56	74.692,30	76.730,07

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

5.5 ESTADOS FINANCIEROS

En base a la información presupuestada se estableció los siguientes estados financieros.

5.5.1 BALANCE SITUACIÓN INICIAL

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

**TABLA No. 45
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		4.262,42	PASIVOS LARGO PLAZO	
Caja - Bancos	4.262,42		Préstamo por pagar	81.386,82
ACTIVOS FIJOS		107.654,47	CAPITAL	
Terreno	24.000,00		Inversión propia	34.880,06
Infraestructura	23.520,00			
Equipo de Computación	2.345,00			
Equipo de oficina	710,00			
Muebles y enseres	13.351,00			
Maquinaria y equipo	13.575,00			
Menaje	11.087,58			
Vehículo	18.000,00			
Otros	1.065,89			
ACTIVO DIFERIDO		4.350,00		
Gastos de constitución	4.350,00			
TOTAL ACTIVOS		116.266,88	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	
				116.266,88

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS

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

TABLA No. 46
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	118.560,00	135.932,60	155.850,80	178.687,62	204.870,71
Costos Operativos	31.086,32	33.339,14	35.824,68	38.572,93	41.618,07
Utilidad Bruta	87.473,68	102.593,45	120.026,12	140.114,69	163.252,64
Gastos Administrativos	20.908,31	21.792,73	22.714,57	23.675,39	24.676,86
Gastos de Ventas	970,00	1.011,03	1.053,80	1.098,37	1.144,83
Depreciación	7.005,55	7.005,55	7.005,55	7.027,59	7.027,59
Amortización Diferidos	870,00	870,00	870,00	870,00	870,00
Utilidad Operativa	57.719,82	71.914,14	88.382,20	107.443,33	129.533,35
Gastos Financieros Intereses	8.430,49	6.946,28	5.291,96	3.448,01	1.392,71
Utilidad Antes de Reparto	49.289,33	64.967,86	83.090,24	103.995,32	128.140,64
(-15%) Part.Trabajadores	7.393,40	9.745,18	12.463,54	15.599,30	19.221,10
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	41.895,93	55.222,68	70.626,71	88.396,02	108.919,55
Impuesto a la Renta	10055,02	12701,22	15537,88	19447,12	23962,30
Utilidad Neta Proyectada	31.840,91	42.521,46	55.088,83	68.948,90	84.957,25

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

Para el primer año de actividades la utilidad neta proyecta es de **\$31.840,91** y en el quinto año **\$84.957,25**

**GRÁFICO No. 21
UTILIDAD NETA PROYECTADA**



FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

5.5.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja representa las entradas y salidas de efectivo durante sus actividades.

**TABLA No. 47
FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-116.266,88					
(=) Utilidad Neta		31.840,91	42.521,46	55.088,83	68.948,90	84.957,25
Depreciación		7.005,55	7.005,55	7.005,55	7.027,59	7.027,59
Valor de Rescate						38.091,69
Otros						
(=) Total Ingresos		38.846,46	49.527,01	62.094,38	75.976,49	130.076,53
EGRESOS						
Pago al Principal		12.948,77	14.432,97	16.087,30	17.931,24	19.986,54
Reinversión					2.444,19	
(=) Total Egresos		12.948,76	14.432,97	16.087,29	20.375,43	19.986,54
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-116.266,88	25.897,69	35.094,04	46.007,09	55.601,06	110.089,98

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

El flujo de caja neto para el primer año es \$25.897,69 y en el quinto año es de \$ 110.089,98

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

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

5.6.1 DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO

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

**TABLA No. 48
INVERSIONES**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	34.880,06	30,00	4,35	130,50
Capital Financiado	81.386,82	70,00	11,00	770,00
TOTAL	116.266,88	100,00	15,35	900,50

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

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

Datos:

Ck(valor ponderado)= 9,01%

If(Inflación)= 4,23%

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

TRM= 0,1362

TRM= 13,62%

5.6.2 ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en tiempo real, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

TABLA No. 49
ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 13,62%	ENTRADAS ACTUALES
0	-116.266,88			-116.266,88
1		25.897,69	0,88	22.794,07
2		35.094,04	0,77	27.186,61
3		46.007,09	0,68	31.369,48
4		55.601,06	0,60	33.367,71
5		110.089,98	0,53	58.150,31
VAN				56.601,30

FUENTE: Flujo de Caja
ELABORADO POR: La Autora

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

$$VAN= 56.601,30$$

La rentabilidad del proyecto en términos absolutos es de \$56.601,30 por tanto es factible ya que es mayor a cero.

5.6.3 ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Este evaluador financiero representa la rentabilidad el proyecto en términos porcentuales.

TABLA No. 50
ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 13,62%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 29%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-116.266,88		-116.266,88		-116.266,88
1	25.897,69	0,88	22794,07	0,78	20.075,73
2	35.094,04	0,77	27186,61	0,60	21.088,90
3	46.007,09	0,68	31369,48	0,47	21.431,65
4	55.601,06	0,60	33367,71	0,36	20.078,17
5	110.089,98	0,53	58150,31	0,28	30.817,63
VAN			56.601,30		-2.774,79

FUENTE: Flujo de Caja
ELABORADO POR: La Autora

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

$$TIR = 13,62 + (29 - 13,62) \frac{56.601,30}{56.601,30 - (-2.774,79)}$$

$$TIR = 28,03\%$$

El TIR del proyecto es de 28,03% lo que representa que el proyecto es factible ya que es mayor a la tasa de rendimiento medio.

5.6.4 ANÁLISIS DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

a) PRI con valores constantes

TABLA No. 51
FLUJOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	25.898	0,880	22.794,1
2	35.094	0,775	27.186,6
3	46.007	0,682	31.369,5
4	55.601	0,600	33.367,7
5	110.090	0,528	58.150,3

FUENTE: Flujo de Caja
ELABORADO POR: La Autora

**TABLA No. 52
TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	116.266,88	22.794,07	22.794,07	1 Año
2		27.186,61	27.186,61	2 Años
3		31.369,48	31.369,48	3 Años
4		33.367,71	34.916,72	11 Meses
5		58.150,3		

FUENTE: Flujo de Caja
ELABORADO POR: La Autora

El análisis del PRI con valores constantes se recupera en 3 años 11 mes, en este caso el periodo de recuperación tiene mayor objetividad.

5.4.7 ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO

**TABLA No. 53
ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 13,62	FNEA
1	25.897,69	0,88	22.794,07
2	35.094,04	0,77	27.186,61
3	46.007,09	0,68	31.369,48
4	55.601,06	0,60	33.367,71
5	110.089,98	0,53	58.150,31
			172.868,18

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$C/B = \frac{172.868,18}{116.266,88}$$

$$C/B = 1,49$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generara \$0,49

5.6.6. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

TABLA No. 54
PUNTO DE EQUILIBRIO

Activos fijos	107.654,47
Costos Fijos	38.184,35
Precio	38
Costo Variable	9,96
PE	5.202

FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora

Con este análisis se determina que la microempresa necesita vender a 5.202 turistas el servicio para comenzar a recuperar activos fijos y costos fijos.

5.6.7 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

TABLA No. 55
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		13,62%	
VAN =	VAN > 0	56.601,30	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	28,03%	Aceptable
PRI =		3,11	Años bueno
PE =		5202	Aceptable
B/C =	R B/C > 1	1,49	Aceptable

ELABORADO POR: La Autora

Efectuada la evaluación financiera se determina que el proyecto es factible en las condiciones analizadas.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. PRESENTACIÓN

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

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

6.2. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.

6.2.1. MISIÓN

Somos un microempresa AGROECOLÓGICA dedicado a brindar servicios turísticos, como también hacer conocer las maravillas de la naturaleza de la Parroquia Cahuasqui ofreciendo una estadía y atención de calidad y calidez.

6.2.2. VISIÓN

Ser para el 2015 una microempresa AGROECOLÓGICA turística líder en brindar y fomentar valores culturales que promuevan la conservación de los recursos naturales del entorno.

6.2.3. NOMBRE DE LA EMPRESA

CENTRO AGROECOLÓGICO CAHUASQUÍ

6.2.4. OBJETIVOS EMPRESARIALES

- Llenar las expectativas de los clientes completamente con la prestación de nuestros servicios.
- Remodelar las áreas físicas y mantener en constante mantenimiento para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho.
- Captar el número de clientes en un tiempo determinado pensando siempre en dar a conocer nuestra microempresa a nivel nacional.
- Desarrollar el crecimiento turístico en el sector durante el tiempo que se gestionara la actividad

6.2.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- Dar un trato de calidad con los clientes y que sus reclamos y solicitudes sean atendidos inmediatamente.
- Efectuar constantemente en capacitación al personal que labora en la microempresa.
- Tener reuniones cada mes en donde se pueda coordinar y evaluar planes y programas fijados por el personal.
- Llevar un buen ambiente de trabajo.
- Trabajar constantemente en equipo para el alcance de los objetivos.

- Evaluar siempre el desarrollo de la empresa y como se va consiguiendo los objetivos planteados.
- Involucrarse y dar solución a problemas de los empleados y comunidad si así lo requieren.

6.2.6. PRINCIPIOS Y VALORES

a) Principios

- La microempresa considera a sus colaboradores como principal recurso, y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportuna, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
- Respetará las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- La gestión organizacional contará con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar con sus compañeros en el caso de ser necesario aunque sean actividades no asignadas a ellos mismos.
- Proporcionará a sus colaboradores las herramientas y materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de sus funciones.
- La microempresa buscará un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busque el cliente.

b) Valores

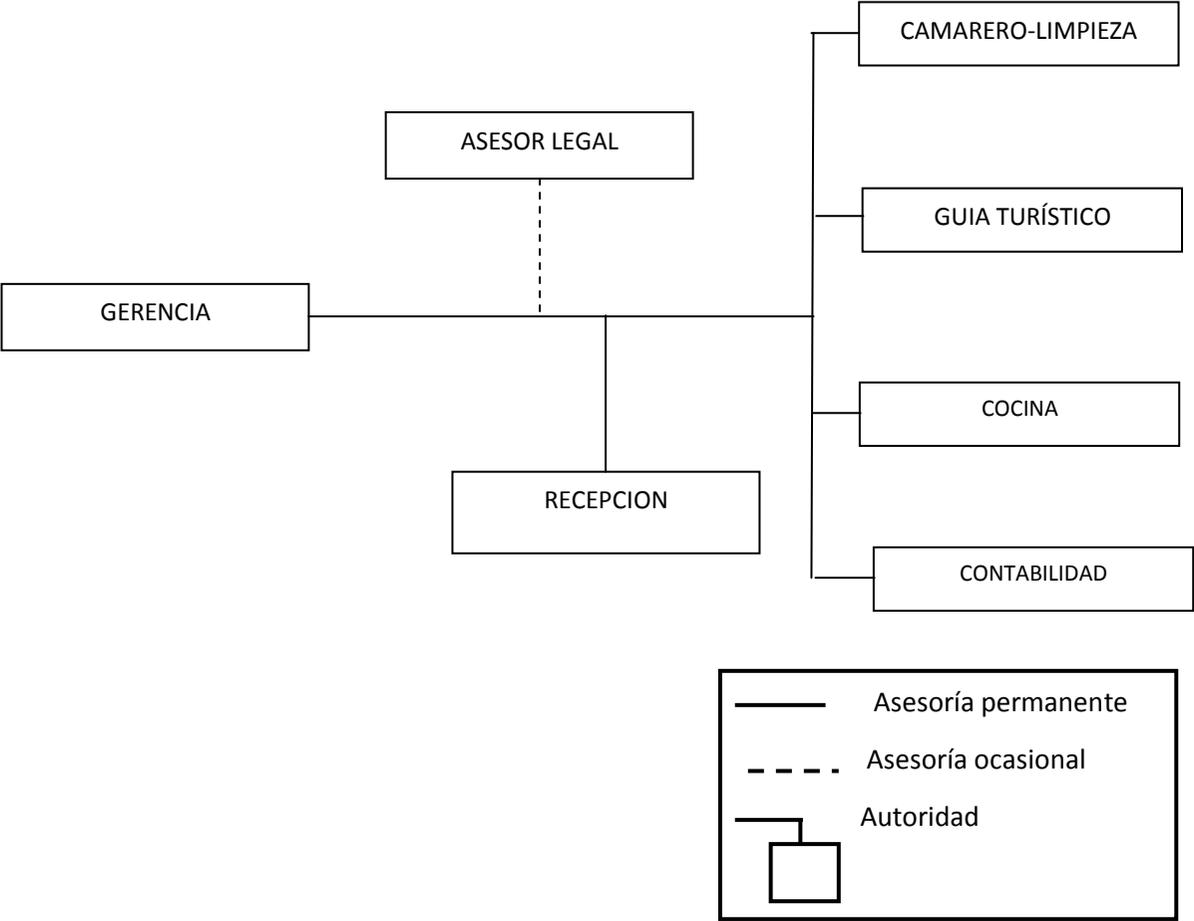
- **Honestidad.-** Con los compañeros de trabajo.
- **Servicio de excelencia.-** Cumpliendo con las demandas de nuestros clientes y satisfaciendo a lo máximo.

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

6.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO AGROECOLÓGICO DE LA PARROQUIA CAHUASQUÍ CANTÓN URCUQUÍ.



ELABORADO POR: La Autora

6.3.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Las empresas están constituidas por niveles administrativos que cumplen funciones y responsabilidades para el logro de sus metas y objetivos.

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

a) Nivel legislativo

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

b) Nivel ejecutivo

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

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

c) Nivel asesor

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

d) Nivel de apoyo

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

e) Nivel operativo.

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

6.3.3. MATRIZ DE COMPETENCIAS

MATRIZ DE COMPETENCIAS

DENOMINACIÓN DEL CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad • Autocontrol • Compromiso con la organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento analítico y conceptual. • Capacidad para liderar • Habilidades para negociar. • Capacidad tomar decisiones • Trabajar en equipo • Dirección de personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo. • Trabajo bajo presión. • Buen manejo de relaciones humanas • Disponibilidad de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal en todos los actos públicos y privados. • Diseñar el plan de gestión del centro agroecológico. • Seleccionar el personal administrativo y de servicio. • Aprobar convenios encaminados a mejorar el ingreso económico del proyecto. • Coordinar actividades con el guía turístico. • Coordinar y controlar el funcionamiento de todo el centro. • Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales. • Verificar y controlar los estados de cuenta de los fondos del proyecto en las entidades bancarias. 	<p>Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, o afines.</p> <p>Edad: De preferencia de 30 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

DENOMINACIÓN DEL CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
RECEPCIONISTA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Destreza en computación 	<ul style="list-style-type: none"> • Domino de idiomas • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio y atención al cliente • Prepara los documentos e informes que corresponden a la gerencia. • Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente. • Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con buen trato y calidez. 	<p>Instrucción Formal: Estudios en atención al cliente</p> <p>Edad: Entre 20 a 25 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares.</p>

DENOMINACIÓN DEL CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Destreza matemática • Monitoreo y control • Pensamiento analítico y conceptual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de contabilidad • Conocimiento leyes tributarias. • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar los registros contables de la empresa y realizar declaraciones fiscales • Elaborar el cronograma de pagos. • Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros. • Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores. • El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos. 	<p>Instrucción Formal: Contabilidad Superior y Auditoría</p> <p>Edad: Entre 24 a 28 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

DENOMINACIÓN DEL CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CAMARERO-LIMPIEZA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confidencialidad • Organización • Autocontrol <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Monitoreo y control 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas. • Intercomunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar mantenimiento de las habitaciones y áreas asignadas. • Efectuar la limpieza de la aérea a su cargo. • Mantener continuo contacto con el cliente • Atender a los clientes si así lo requieren • Cuidar las herramientas de trabajo 	<p>Instrucción Formal: Estudios secundario</p> <p>Edad: Entre 20 a 35 años.</p> <p>Experiencia: no indispensable</p>

DENOMINACIÓN DEL CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GUIA TURISTICO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización • Autocontrol • Confianza en sí mismo <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección de personas • Trabajo en equipo • Monitoreo y control 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas. • Intercomunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordina las actividades que se realizaran durante la visita al Centro Agroecologico. • Orientar al turista dentro del área de funcionamiento. Y controlar que las actividades que se vayan a realizar no tengan ningún riesgo que cuenten con todas las medidas de seguridad. • Explicar el proceso de producción de los cultivos y responder las inquietudes del turista. • Planifica y preparar información turística para uso de los visitantes. 	<p>Instrucción Formal: Estudios en Turismo</p> <p>Edad: Entre 24 a 28 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años en cargos similares.</p>

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
COCINERO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Destreza Culinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recetas culinarias nacionales e internacionales. • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Velar que los equipos de cocina estén en perfecto estado. • Receptar los pedidos que realizan los meseros. • Preparar los pedidos. • Registrar los despachos y entregar a la contadora - cajera. • Entregar los pedidos a los meseros. 	<p>Instrucción Formal: Estudio de, gastronomía.</p> <p>Edad: Entre 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años en cargos similares.</p>

ELABORADO POR: La Autora

6.4. REQUISITOS LEGALES

6.4.1. FIGURA JURÍDICA

Compañía de responsabilidad limitada.

6.4.2. REPRESENTANTE LEGAL

Pamela Armas

6.4.3. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

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

a) Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes

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

b) Requisitos para obtener la Patente Municipal por primera vez

- Copia de la cédula y certificado de votación

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

c) Requisitos para obtener el Permiso de Funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública

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

d) Requisitos para la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo

- Solicitud dirigida al señor Presidente.

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.

- Copia del RUC.

- Copia del contrato de arrendamiento en caso de ser arrendado, copia de la escritura en caso de ser propio.

- Fotografía tamaño carné.

- Copia del Registro de Calificación del Ministerio de Turismo.

- En caso de compañías se solicita copia certificada de la autorización de la Súper Intendencia de Compañías.

- Copia del nombramiento del Sr. Presidente y del Sr. Gerente debidamente registrado.

- Título profesional que acredite la actividad turística.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

Para el análisis de los impactos se considera importante la aplicación del matriz nivel de impacto, la misma que nos permitirá medir los efectos positivos y negativos que causan cada uno de ellos.

A continuación se demuestra la matriz en la cual se detalla el rango que es desde 1 a 3 tanto positivo como negativo.

**CUADRO No. 34
DISEÑO DE LA MATRIZ DE IMPACTOS**

-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTO ALTO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO BAJO	NO HAY IMPACTO	IMPACTO BAJO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO ALTO
NEGATIVO			NO HAY IMPACTO	POSITIVOS		

ELABORADO POR: La Autora

7.1 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

**CUADRO No. 35
MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

VALORACION	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Comunidades beneficiadas por el proyecto							X	3
Bajar el índice de migración							X	3
Eliminación de los intermediarios							X	3
Mejores ingresos							X	3
TOTAL							12	12

ELABORADO POR: La Autora

$$\sum \text{indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{12}{4} = 3$$

ANÁLISIS:

El impacto Socio-Económico genera un nivel alto positivo ya que los efectos que ocasiona la creación del nuevo proyecto beneficia directamente al sector y a sus habitantes porque generará una serie de beneficios como son el crear nuevas fuentes de trabajo ya que con la nueva atracción turística las personas visitarán más el sector; entonces habría más oportunidades para que las personas ya no sientan la necesidad de migrar a otros lugares, existiría mas unión entre los habitantes por hacer cosas nuevas y ofrecer a los turistas para tener mejores ingresos para cada uno de sus hogares.

7.2 IMPACTO COMERCIAL

CUADRO No. 36
MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

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

ELABORADO POR: La Autora

$$\sum \text{indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{8}{3} = 2,6$$

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis realizado al impacto ambiental se determina que el impacto que genera es medio positivo lo que significa que es ventajoso para el sector, ya que se convertiría en una nueva atracción turística en donde se brindará una excelente atención de calidad y servicios, contará con un sin número de actividades, comida, juegos, lugares recreativos, a

precios que sean razonables, de manera que se logre la satisfacción de los turistas, y se pueda conservar desde un inicio una buena imagen.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No. 37
MATRIZ DEL IMPACTO AMBIENTAL**

VALORACIÓN INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Disminución de la contaminación ambiental						X		2
Manejo de desechos tóxicos						X		2
Salud humana							X	3
Contaminación del ambiente						X		2
TOTAL						6	3	9

ELABORADO POR: La Autora

$$\sum \text{indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{9}{4} = 2,5$$

ANÁLISIS:

El impacto ambiental demuestra que genera un nivel medio positivo, porque lo primero que se considero antes de iniciar sus actividades es tomar las medidas necesarias para tener un control sobre los efectos que puede ocasionar algún desecho que no se le dé el trato adecuado, se ha considerado que el lema que van a tener y hacer conocer a todo visitante es proteger el medio ambiente para cuidar la salud humana.

7.4 IMPACTO GENERAL

**CUADRO No. 38
IMPACTO GENERAL**

INDICADORES \ VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
SOCIO-ECONÓMICO							X	3
COMERCIAL						X		2
AMBIENTAL						X		2
TOTAL						4	3	7

ELABORADO POR: La Autora

$$\sum \text{indicador} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{7}{3} = 2,3$$

ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado a los diferentes impactos sobre sus efectos que pueden causar, demuestran que todos favorecen de manera positiva al sector, ayudan con el desarrollo turístico tomando en cuenta la participación de todos los habitantes de las comunidades, mejorando así cada día la imagen turística que tiene el Cantón Urcuquí.

CONCLUSIONES

Con el análisis realizado en el proyecto se determinó que el proyecto: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO ENFOCADO A LA AGROECOLOGÍA EN EL CANTÓN URUCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”, tienen grandes expectativas en el mercado.

- A través del diagnóstico realizado a los habitantes del Cantón Urcuquí se llegó a determinar que el sector cuenta con muchos factores que benefician el desarrollo del proyecto, considerando que es el momento oportuno para dar inicio con la ejecución del mismo.
- De igual manera los soportes de las bases teóricas me ayudaron a aclarar las ideas a las que va encaminado el proyecto el mismo que tendrá buena acogida en el mercado turístico.
- El estudio de mercado fue muy fundamental porque permitió conocer la oferta y la demanda de los centros turísticos de la provincia, además se identificó el mercado objetivo al cual va dirigido este proyecto, también se consideró precios, cosas nuevas que se debe añadir al lugar para que sea más atractivo.
- El estudio técnico fue el factor más importante para seleccionar el lugar más apropiado para la implementación del centro agroecológico además se estudió los diferentes factores con los que debe contar el lugar para ser seleccionado y el lugar es el más idóneo porque es conocido como turístico.
- Con el análisis financiero se determinó que el proyecto dejara grandes ingresos a favor de la microempresa como al sector mismo, por la cantidad de visitas turísticas que tendrá al año.

- El plantear como estará organizada la microempresa es fundamental para un buen desarrollo y control en las diferentes áreas de trabajo, para conocer el equipo que estará responsable en conseguir las metas de la microempresa.

- De acuerdo al análisis de los impactos que genera el proyecto se determina que es muy favorable su creación, porque mejora muchos aspectos en el lugar, lo que significa una ventaja.

RECOMENDACIONES

- Aplicar el proyecto para que así de ganancias a la comunidad y el Gobierno cuente con más inversión para el cantón y así vaya creciendo cada vez más en lo turístico que hoy en día es considerado como la mejor fuente de ingresos.
- Aprovechar al máximo los factores con los que cuenta el lugar en donde se desarrollará el proyecto, buscar los mecanismos necesarios para dar inicio en la brevedad posible su ejecución.
- Buscar apoyo de cada una de las comunidades que rodean al Cantón Urcuquí para que ayuden a explotar las riquezas turísticas que posee el lugar, que muchas veces se presten como uno de los guías turísticos.
- Contar con la inversión suficiente para comenzar pronto con el trabajo ya que día a día aumenta más el turismo, en caso de no tener lo necesario financiarse con una entidad que de mejores oportunidades de pago.
- Lo importante es no descuidar la publicidad que se debe realizar para dar a conocer la nueva alternativa que existe para los turistas, indicando los servicios que ofrecen en sus ventas.
- Llevar un control permanente del movimiento de la parte económica que va teniendo la microempresa, es decir de los ingresos y egresos que se está obteniendo, también es conveniente medir en qué condiciones se está logrando las metas.
- No olvidar contar con las medidas preventivas en caso de llegar a existir algún accidente con los turistas en el lugar.

BIBLIOGRAFÍA

BOULLON, Roberto, Las Actividades Turísticas y Recreacionales, Editorial Trillas, Sexta Edición, México, 2005.

BRAVO, Mercedes, Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador, 2007

BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw – Hill, Quinta Edición, México, 2006

BLOCK, Stanley B., HIRT, Geoffrey A., Administración Financiera, Editorial McGraw – Hill, Segunda Edición, México, 2005

DÁVALOS, Nelson, Diccionario Contable, Editorial Ábaco, 2002

CANTÚ, Gerardo Guajardo, Fundamentos de Contabilidad, Editorial McGraw – Hill, México, 2005.

CARL, Daniel, Marketing, Octava Edición, 2006.

CORDOBA P. Marcial, Formulación y Evaluación, Editorial Ecoe, Colombia, 2006.

DAHDA, Jorge, Elementos del Turismo, Editorial Trillas, Segunda Edición, México, 2007.

FEPTCE, Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador, Ecuador, 2007.

FLORES U. Juan, Proyectos de Inversión para las PYME, Editorial Ecoe, Colombia, 2007.

FONTAINE R. Ernesto, Evaluación Social de Proyectos, Editorial PEARSON, Decimotercera Edición, 2008.

FERNÁNDEZ V. Ricardo, Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, Editorial McGraw-Hill, México, 2007.

GALINDO, R. Carlos J., Manual para la Creación de Empresas, Editorial Ecoe, Tercera Edición, Colombia, 2008.

GITMAN, Laurence J., Principios de Administración Financiera, Editorial Pearson, Décimo Primera Edición, México, 2007.

GURRIA, Manuel, Introducción al Turismo, Editorial Trillas, México, 2007.

JÁCOME Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial Universitaria, Ecuador, 2005.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, Principios de Marketing, Editorial Pearson, Duodécima Edición, Madrid – España, 2008.

NÚÑEZ, Z. Rafael, Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Trillas, México, 2007.

MONTEROS Edgar, Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria, Ecuador, 2005.

MONTAÑO, S. Francisco. A., Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Editorial TRILLAS, México, 2005.

ORTIZ, Alberto G., Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Segunda edición, Editorial McGraw – Hill, Bogotá – Colombia, 2005.

PAREDES, Mario, Agroecología base fundamental para una Agricultura Sustentable, Editorial Alter Vida, Paraguay, 2005.

PAREDES, Mario, Producción Agropecuaria Ecológica, Editorial Alter Vida, Paraguay, 2005.

POSSO, Miguel, Metodología para el Trabajo de Grado, Editorial Nina Comunicaciones, Segunda Edición, Ibarra – Ecuador, 2005.

ROMERO Javier, Principios de Contabilidad, Editorial McGraw-Hill, Tercera Edición, México, 2006.

SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F., Fundamentos de Administración Financiera, Editorial CENGAGE LEARNING S.A, Decimocuarta Edición, México, 2009.

SARMIENTO, R. Rubén, Contabilidad General, Editorial Voluntad, Décima Edición, Ecuador, 2005.

SNELL, Beteman; (2005); Un Nuevo Panorama Competitivo.

VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón, Ecuador su realidad, Fundación José Peralta, Quito – Ecuador, 2006.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Contabilidad General, Editorial McGraw-Hill, Sexta Edición, México, 2008.

LINCOGRAFÍA

- www.feptce.gov.ec
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes.shtml>
- <http://www.definicionabc.com/economia/microempresa.php>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Agroecolog%C3%ADa>
- www.agroecologia-ayun.com
- <http://amag.galeon.com/>

TRÍPTICOS

- “Urcuquí”, **página web:** www.vivecuador.com
- “Urcuquí”, “Material Turístico CITUR” y “Vive el turismo, vive Urcuquí”, **página web:** www.uruquiturismo.com
- “Tu destino es Imbabura”, **página web:** www.imbaburaturismo.gov.ec

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA REALIZADA A LA COMUNIDAD

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACAE ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD

OBJETIVO: RECOPIRAR INFORMACIÓN REAL PARA VER LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN URCUQUÍ.

CUESTIONARIO

1. Desde su punto de vista qué cosas positivas tiene la parroquia?

2. Desde su punto de vista qué cosas negativas tiene la parroquia?

3. ¿Cómo le está afectando a Usted esos problemas?

4. ¿Qué cree Usted que se podría hacer para cambiar estos problemas?

5. ¿Cuál es la actividad que Usted desempeña?

6. ¿Cuál es su ingreso mensual en la actividad a la que Usted se dedica?

- Menos 264
- 264
- Más de 264

7. Conoce si en su comunidad se lleva a cabo alguna práctica agroecológica?

- | | |
|--|--------------------------|
| Producción agrícola orgánica | <input type="checkbox"/> |
| Fincas integrales | <input type="checkbox"/> |
| Mejoramiento del suelo | <input type="checkbox"/> |
| Conservación de la biodiversidad | <input type="checkbox"/> |
| Ferias comunitarias | <input type="checkbox"/> |
| Control natural de plagas y enfermedades | <input type="checkbox"/> |
| Huertos Orgánicos | <input type="checkbox"/> |
| Lombricultura | <input type="checkbox"/> |

8. Ha escuchado Usted acerca del Turismo Comunitario

SI

NO

9. En una microempresa de turismo comunitario existen varios tipos de actividades y servicios que generan ingresos. En cuál de ellos a Usted le gustaría intervenir?

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| Transporte | <input type="checkbox"/> |
| Restaurantes | <input type="checkbox"/> |
| Alojamiento | <input type="checkbox"/> |
| Producción de alimentos orgánicos | <input type="checkbox"/> |
| Guías comunitarios | <input type="checkbox"/> |
| Artesanías | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Qué radio escucha Usted?

11. ¿Qué periódico lee Usted?

12. ¿Qué canal de televisión observa?

ANEXO 2: ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACAE

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

OBJETIVO: RECOPIRAR INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR LOS TURISTAS PARA CONOCER SUS DESEOS, GUSTOS Y OPINIONES EN RELACION AL TURISMO COMUNITARIO.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué sitio va a visitar Usted?

2. ¿Qué tiempo de permanencia considera que es ideal para visitar un atractivo turístico?

1 a 2

3 a 4

5 a 6

Más de 6

3. ¿Cuánto gasta en movilizarse desde su hogar hasta el sitio que va a visitar?

10 a 20

21 a 30

31 a 40

Más de 40

4. ¿Dónde prefiere hospedarse durante su visita?

Finca

Hotel u hostel

Con una familia de la comunidad

Cabaña

5. Durante su visita al lugar seleccionado, ¿qué tipo de comida prefiere degustar?

Comida tradicional

Comida casera

6. ¿Cuál es su gasto promedio que realiza durante su visita a los destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?

10 a 20

21 a 40

41 a 60

Más de 60

7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar a Usted?

Caminatas al aire libre

Visitar las cascadas

Cabalgatas

Práctica de deportes extremos

Atractivos naturales

Prácticas de campo

Convivencia con la comunidad

8. Estaría de acuerdo que exista una microempresa de turismo comunitario?

Totalmente de acuerdo

Medianamente de acuerdo

Ni de acuerdo

Desacuerdo

Mediadamente en desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

ANEXO 3: ENTREVISTA REALIZADA AL JEFE POLITICO

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACAE**

GUÍA DE ENTREVISTA AL JEFE POLÍTICO DEL CANTÓN

OBJETIVO: RECOGER INFORMACIÓN PARA SABER QUE RIQUEZA POSEE EL CANTÓN.

1. ¿A qué actividad se dedica principalmente el Cantón?

2. ¿Cuáles son los productos característicos del Cantón?

3. ¿Cuáles son los platos tradicionales que se consume en el Cantón?

4. Le gustaría que exista una microempresa de turismo comunitario como una actividad productiva complementaria

5. Cómo se integraría o participaría Usted en la microempresa

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

ANEXO 4: ENTREVISTA REALIZADA A LOS TENIENTES POLÍTICOS

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACAE

GUÍA DE ENTREVISTA A LOS TENIENTES POLÍTICOS DE LAS PARROQUIAS

OBJETIVO: RECOGER INFORMACIÓN PARA SABER QUE RIQUEZA POSEE LA PARROQUIA.

1. ¿A qué actividad se dedica principalmente esta parroquia?

2. ¿Cuáles son los productos característicos de la parroquia?

3. ¿Cuáles son los platos tradicionales que se consume en la parroquia?

4. Le gustaría que exista una microempresa de turismo comunitario como una actividad productiva complementaria?

5. ¿Cómo se integraría o participaría Usted en la microempresa?

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

ANEXO 5: ENTREVISTA REALIZADA A LA UNIDAD DE TURISMO

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACAE

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LA UNIDAD DE TURISMO

OBJETIVO: RECOGER INFORMACIÓN DE LA EXPERIENCIA ADQUIRIDA SOBRE EL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN URCUQUÍ.

1. Cuáles son los lugares más visitados por los turistas o viajeros?

2.Cuál es el perfil del turista que visita Urcuquí?

3. Qué dificultades ha afrontado la Unidad de Turismo en Urcuquí?

4. Desde su punto de vista, cómo cree que se superarían esas dificultades?

5. A partir de su experiencia, qué nuevas acciones y/o actividades necesitaría desarrollar la Unidad de Turismo?

6. Conoce si en el cantón Urcuquí se está llevando a cabo proyectos relacionados con el Turismo Comunitario

SI

NO

En dónde _____

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

ANEXO 6: PRESUPUESTO DE LA MATERIA PRIMA

DETALLE	Cant.	Unid.	Costo Unit.	TOTAL	TOTAL
café de estilar					0,08
Café	2	gm	0,012	0,02	
Azúcar	15	gm	0,0004	0,01	
Leche	1	mil	0,05	0,05	
Jugo					0,02
Azúcar	20	gm	0,0004	0,01	
Guayaba	50	gm	0,0003	0,02	
pan de yuca	1	unid	0,15	0,15	0,15
Huevos	1	unid	0,08	0,08	0,08
Total				0,25	0,333

REFRIGERIO ENSALADAS DE FRUTAS

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit.	TOTAL
papaya	25	gm	0,0006	0,02
Banano	20	gm	0,0005	0,01
Piña	20	gm	0,0005	0,01
Sandia	15	gm	0,0008	0,01
Manzana	15	gm	0,001	0,02
pera	10	gm	0,001	0,01
Uva	10	gm	0,001	0,01
Total				0,08

ALMUERZO: ENTRADA

DETALLE	Cant.	Unid.	Costo Unit.	TOTAL
Papaya	80	gm	0,0006	0,05
Total				0,05

CREMA DE VERDE

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
Plátano	50	gm	0,0003	0,02
Zanahoria	10	gm	0,0007	0,01
costilla de res	50	gm	0,0015	0,08

Queso	4	gm	0,0022	0,01
Leche	1	mil	0,01	0,01
Total				0,12

TRUCHA

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
Trucha	1	unid	0,75	0,75
Arroz	91	gm	0,0006	0,05
Papa	100	gm	0,0001	0,01
patacones	2	unid	0,0093	0,02
Tomate	15	gm	0,002	0,03
cebolla paiteña	20	gm	0,001	0,02
Subtotal				0,88

JUGO DE NARANJA

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
Naranja	2	unid	0,02	0,04
Azúcar	20	gm	0,0004	0,01
Total				0,05

TARDE: CAFÉ CON TORTILLAS

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
taza de café de estilar				
café	5	gm	0,0009	0,00
azúcar	15	gm	0,0004	0,01
tortilla	1	unid	0,0494	0,05
Total				0,06

MERIENDA

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
menudencia	40	gm	0,002	0,08
zanahoria	10	gm	0,001	0,01
papa	15	gm	0,001	0,02
Total				0,11

POLLO A LA BRASA

DETALLE	Cant.	Unid	Costo Unit	TOTAL
pollo	125	gm	0,004	0,5
yuca	100	gm	0,002	0,2
arroz	90,8	gm	0,003	0,27
zanahoria	10	gm	0,0007	0,01
choclo	15	gm	0,0011	0,02
arveja	15	gm	0,0011	0,02
gasceosa	1		0,1	0,1
Total				1,1

COSTOS DE MATERIA PRIMA POR TURISTA 2,8

ANEXO 7: ANÁLISIS DE COSTOS Y GASTOS MENSUALES

COSTOS DE PRODUCCIÓN

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	30	360
Luz	60	720
TOTAL		1080

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	10	120
TOTAL		120

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	10	120
TOTAL		120

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	90	1080
Mantenimiento vehículo	40	480
TOTAL		1560

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Honorarios por servicios ocasionales

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de limpieza	80	960
Servicio de Seguridad	120	1440
TOTAL		2400

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	5	60
Luz	15	180
TOTAL		240

SERVICIO DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de teléfono	30	360
Servicio de internet	24	288
TOTAL		648

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	20,00	240,00
TOTAL		240,00

GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prensa escrita	60,00	240,00
Radio	120,00	480,00
Hojas volantes	25,00	100,00
Pagina web	12,50	150,00
TOTAL	217,50	970,00

ANEXO 8: CÁLCULO DEL ROL DE PAGOS

SUELDO BÁSICO 264
 APORTE
 PATRONAL 12,15%

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Gerente	450	5400	264	450	656,10	450	7220,10
1	Contadora	350	4200	264	350	510,30	350	5674,30
1	Recepcionista	264	3168	264	264	384,91	264	4344,91
1	Cocinero	300	3600	264	300	437,40	300	4901,40
1	Mesero	264	3168	264	264	384,91	264	4344,91
1	Guía turístico	264	3168	264	264	384,91	264	4344,91
1	Camarera	264	3168	264	264	384,91	264	4344,91