



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO COMUNITARIO EN LA HACIENDA DE LA COMUNIDAD CARRERA, PARROQUIA CANGAHUA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora: LANCHIMBA, U. Elsa B.

Tutor: Eco. AYALA, Estuardo

Ibarra, Enero del 2014

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación ha sido elaborado con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de un centro de turístico ecológico comunitario, el cual comercialice los servicios de turismo ecológico y gastronomía tradicional en la comunidad Carrera, Parroquia Cangahua, Cantón Cayambe de la provincia de Pichincha. La necesidad que dio origen al planteamiento del presente proyecto, es el de aprovechar la infraestructura de la casa hacienda que es patrimonio de la comunidad, lo cual actualmente no brinda ningún tipo de beneficios, además diseñar una alternativa de desarrollo basada en el aprovechamiento de los recursos naturales y humanos para contribuir al mejoramiento socio-económico del área de estudio aportando con los conocimientos adquiridos. Se enfocó el análisis en la cuantificación de la oferta, determinación de la demanda, así como sus proyecciones, utilizando fuentes de información primaria y secundaria a través de la investigación bibliográfica e investigación de campo, con el fin de obtener una visión cuantitativa y cualitativa de esta actividad. En el estudio de mercado, se determinó que el proyecto es factible debido a que existe gran cantidad de turistas que llegan a la ciudad de Cayambe quienes en su mayoría realizan excursión, en lugares centrados en el campo y la naturaleza. Se encontraron además algunos hallazgos importantes, donde se observó que en la ciudad de Cayambe no se ofertan servicios de turismo ecológico comunitario, lo que hace al proyecto novedoso y atractivo, siendo una oportunidad para su ejecución. La presente propuesta, busca crear nuevas fuentes de trabajo, mejorando las economías familiares, y lograr un desarrollo socio económico de la comunidad; y en cuanto a los impactos económico, social, ecológico y educativo se presentan resultados favorables. A pesar de todos estos hallazgos favorables, en el aspecto económico y financiero, presenta mayores gastos que ingresos, lo que significa que no es rentable por lo que no es factible su realización.

EXECUTIVE SUMMARY

This research has been developed in order to determine the feasibility of creating a community ecological tourism center, which marketed the services of eco-tourism and traditional cuisine in the community Carrera, Cangahua Parish, Canton Cayambe Pichincha province. The need that gave rise to the approach of this project is to build the infrastructure of the plantation house that is the heritage of the community, which currently does not provide any benefits, other alternative development design based on the use of natural and human resources to help improve socio-economic study area contributing to the foreground. Analysis focused on quantifying the offer, determine the demand and projections, using sources of primary and secondary information through library research and field research in order to obtain a quantitative and qualitative this activity. The market study determined that the project is feasible because there are plenty of tourists to the city of Cayambe most of whom excursions, instead focusing on the countryside and nature. They also found some important findings, which noted that the city of Cayambe not offered community-based ecotourism services, which makes the project innovative and attractive, with a chance to run. This proposal seeks to create new jobs, improving household economies, and achieve socio-economic development of the community, and as the economic, social, ecological and educational outcomes are favorable. Despite these favorable findings in the economic and financial, is more expenses than income, which means it is not profitable so it is not feasible to conduct

AUTORÍA

Yo, ELSA BEATRIZ LANCHIMBA ULCUANGO, portadora de la cedula de ciudadanía N° 1721089025, declaro bajo juramento que el trabajo de investigación titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TURÍSTICO ECOLÓGICO COMUNITARIO EN LA HACIENDA DE LA COMUNIDAD DE CARRERA, PARROQUIA CANGAHUA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA", aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

He leído y estoy de acuerdo con el contenido del presente documento el día 23 de mayo del 2014



Elsa Beatriz Lanchimba Ulcuango

CI: 1721089025



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita ELSA BEATRIZ LANCHIMBA ULCUANGO, Previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, cuyo temas es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO COMUNITARIO EN LA HACIENDA DE LA COMUNIDAD DE CARRERA, PARROQUIA CANGAHUA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 22 días del mes de enero del 2014.

.....
Eco. Estuardo Ayala

Tutor



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, ELSA BEATRIZ LANCHIMBA ULCUANGO, con cédula de identidad N°- 1721089025 , manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO COMUNITARIO EN LA HACIENDA DE LA COMUNIDAD DE CARRERA, PARROQUIA CANGAHUA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA" que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERÍA COMERCIAL 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 de que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Elsa Lanchimba

C.I. 1721089025

Ibarra a los 22 días del mes de enero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1721089025		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Lanchimba Ulcuango Elsa Beatriz		
DIRECCIÓN:			
EMAIL:	-		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO COMUNITARIO EN LA HACIENDA DE LA COMUNIDAD DE CARRERA, PARROQUIA CANGAHUA, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”
AUTORA:	Lanchimba Ulcuango Elsa Beatriz
FECHA: AA/MM/DD	ENERO, 2014

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR/DIRECTOR:	Econ. Estuardo Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Elsa Beatriz Lanchimba Ulcuango, con cédula de identidad N°-172108902-5, 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 forma 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 desarrollo sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la titular de los derecho patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad del contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra a los 22 días del mes de Enero del 2014

LA AUTORA



.....

Elsa Lanchimba
C.I 1721089025

ACEPTACIÓN



.....

Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

AGRADECIMIENTO

A Dios por prestarme salud, vida y sabiduría necesaria para culminar mi carrera.

A mis amados padres quienes con esfuerzo, sacrificio y dedicación me brindaron su amor y apoyo incondicional, al igual que toda mi familia.

A Compassion Internacional y al Programa Leadership Development Program (LDP) por haberme apoyado con la beca para mis estudios y Mr. Wayne Lucia y Mrs. Linda Buchek por su patrocinio.

A la Universidad Técnica Del Norte, en particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y sus docentes por haberme brindado un espacio en sus aulas educativas donde adquirí valiosos conocimientos teórico – prácticos.

Al presidente de la comunidad Carrera por su colaboración y apoyo en el proceso de este trabajo de investigación.

Elsa Lanchimba

DEDICATORIA

Con todo mi amor y gratitud a mis amados padres Juan y Asención, a mis hermanas Karina, Flora, Blanca, Julissa y Gabriela por su amor incondicional, su apoyo y sus consejos brindados durante el trayecto de mi vida estudiantil.

A todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y económicas de la Universidad Técnica del Norte, quienes realicen trabajos de investigaciones similares.

Elsa Lanchimba

PRESENTACION

El turismo es una actividad de rápido crecimiento y el turismo comunitario actualmente forma parte importante es esta actividad económica importante; muchos turistas buscan sitios con atractivos naturales libre de toda clase de contaminación existente en las ciudades y alejados de las rutas turísticas convencionales y considerando el análisis de los problemas económicos como la falta de oportunidades, la sociedad debe buscar nuevas alternativas de desarrollo mediante la creación de microempresas que contribuyan al mejoramiento de los sectores marginados.

Esta es la razón de la propuesta del presente proyecto que es la creación de una empresa comunitaria para la comercialización de servicios de turismo comunitario y gastronomía tradicional en la comunidad de Carrera, Parroquia Cangahua, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha que consta de siete capítulos que son:

Capítulo I, se refiere a un diagnóstico situacional en el cual se establecen las características generales de la Parroquia, la comunidad y la hacienda que es motivo de estudio, dando a conocer las características más sobresalientes, sus actividades, su gente así como la forma de organizarse en la comunidad.

Capítulo II, tenemos el marco teórico o conceptual que sustenta el proyecto donde se explica claramente todos los contenidos, temas, subtemas y términos que son necesarios conocer, efectuados a través de la investigación bibliográfica, internet, apuntes de clases.

Capítulo III, hace referencia al estudio de mercado donde se determina la oferta y la demanda existentes para analizar la factibilidad del proyecto

dando a conocer los servicios e identificando el mercado al que se dirige, además la proyección de precios basados en un estudio de costos y competencia, analizado todos estos aspectos establecer conclusiones del estudio.

Capítulo IV, se refiere al estudio técnico que contiene todo lo referente al tamaño y localización del proyecto tomando en cuenta la micro y macro localización, en la Ingeniería se identifica los servicios a ofertarse y también se presentan diagramas de las principales actividades y se toma en cuenta la inversión en activos.

Capítulo V, compuesto por el estudio económico – financiero, donde se determina la inversión del proyecto, los ingresos y egresos operacionales y no operacionales, el capital de trabajo, estado de situación inicial, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja. Adicionalmente se hace una evaluación económica financiera, para lo cual se emplearon el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y el Beneficio – Costo, para establecer la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI, se refiere a la propuesta de estructura organizacional y funcional del centro, se establece la filosofía empresarial, políticas, la organización administrativa, constitución jurídica, aspectos legales, estructura orgánica funcional y estrategias operacionales.

Capítulo VII, se realiza un análisis de los principales impactos que se cree generará la implantación de la empresa, así tenemos el impacto económico, social, ecológico y educativo.

Así se concluye el trabajo investigativo, esperando que esta información sirva de referencia para futuras investigaciones.

INDICE GENERAL

Contenido	Pág.
Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
Executive summary	iii
Autoría	iv
Certificación del Tutor	v
Cesión de derechos de autor	vi
Autorización de uso y publicación	vii
Agradecimiento	x
Dedicatoria	xi
Presentación	xii
Índice general	xiv
Índice de cuadros	xvii
Índice de gráficos	xxi
Antecedentes	22
Justificación	24
Objetivos del proyecto	25

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Objetivos de diagnóstico	26
Matriz de relación	
Antecedentes de la Parroquia Cangahua	27
Comuna Carrera	39
Infraestructura básica	41
Historia de la hacienda Carrera	42
Situación geográfica	
Climatología	43
Población	
Idioma	44
Religión	
Educación	
Salud	46
Características socio- económicas	
Vivienda	47
Vías de acceso	
Aspecto político	
Eliminación de basura	48

CAPITULO II

BASES TEÓRICAS

La Empresa	49
Turismo	
Turismo comunitario	50
Turismo ecológico	53
Centro turístico	55
Estudio de mercado	56
Estudio técnico	61
Estudio financiero	65
Indicadores de evaluación financiera	74

Administración	78
Organización	80
Mercadotecnia	81
Impactos	82

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	83
Objetivos del Estudio de Mercado	85
Matriz de relación	86
Estructura y segmento de mercado	87
Identificación del servicio	96
Identificación de la oferta	98
Proyección de la Oferta	102
Análisis de la Demanda	103
Proyección de la Demanda	
Demanda Insatisfecha	104
Proyección de precios	105
Conclusiones del Estudio	107

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del proyecto	108
Localización del proyecto	109
Ingeniería del Proyecto	117
Requerimiento de Muebles y Equipos	123
Inversiones	130
Capital de trabajo	132

Resumen de la inversión	134
Financiamiento	
Requerimiento del Talento Humano	135

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Determinación de ingresos	137
Proyección de costos y gastos	138
Depreciaciones	144
Estado de Situación Inicial	145
Estado de Pérdidas y Ganancias	147
Flujo de Caja	149
Evaluación de la inversión	

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Denominación de la Empresa	158
Tipo de Empresa	159
Marco Legal para su Funcionamiento	
Filosofía Empresarial	160
Políticas	163
Estructura organizacional	165
Manual de funciones	167

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Análisis de impactos	175
Impacto económico	176

Impacto social	177
Impacto ecológico	179
Impacto educativo	180
Matriz general de Impactos	182
Conclusiones	183
Recomendaciones	185
Anexos	187
Bibliografía	204

ÍNDICE DE CUADROS

NÚMERO DE CUADRO	TITULO	Pág.
Cuadro Nº 1	Matriz de relación	26
Cuadro Nº 2	Datos generales de Cangahua	29
Cuadro Nº 3	Personajes de Cangahua	31
Cuadro Nº 4	Organizaciones y comunidades de Cangahua	34
Cuadro Nº 5	Haciendas de Cangahua	37
Cuadro Nº 6	Datos generales Carrera	39
Cuadro Nº 7	Datos de la Unidad Educativa en Carrera	45
Cuadro Nº 8	Matriz de relación	86
Cuadro Nº 9	Segmentación de mercado	87
Cuadro Nº 10	Resultado de encuestas	90
Cuadro Nº 11	Resultado de encuestas	91
Cuadro Nº 12	Resultado de encuestas	
Cuadro Nº 13	Resultado de encuestas	92

Cuadro Nº 14	Resultado de encuestas	
Cuadro Nº 15	Resultado de encuestas	93
Cuadro Nº 16	Resultado de encuestas	
Cuadro Nº 17	Resultado de encuestas	95
Cuadro Nº 18	Resultado de encuestas	
Cuadro Nº 19	Establecimientos de alimentación	99
Cuadro Nº 20	Establecimientos de alojamiento	100
Cuadro Nº 21	Proyección de la oferta	102
Cuadro Nº 22	Demanda histórica	103
Cuadro Nº 23	Proyección de la demanda	104
Cuadro Nº 24	Demanda insatisfecha	105
Cuadro Nº 25	Incremento de Turistas	106
Cuadro Nº 26	Proyección de precios	
Cuadro Nº 27	Equipos de oficina	124
Cuadro Nº 28	Equipos de computación	
Cuadro Nº 29	Maquinaria y equipos	125
Cuadro Nº 30	Suministros de oficina	
Cuadro Nº 31	Muebles de cocina y comedor	126
Cuadro Nº 32	Maquinaria y equipo de cocina y comedor	127
Cuadro Nº 33	Menaje de cocina y comedor	
Cuadro Nº 34	Muebles de dormitorio	128
Cuadro Nº 35	Menaje de alojamiento	129
Cuadro Nº 36	Terreno	130
Cuadro Nº 37	Casa Hacienda	131
Cuadro Nº 38	Remodelación	
Cuadro Nº 39	Gastos de constitución	132
Cuadro Nº 40	Capital de trabajo	133
Cuadro Nº 41	Composición de la inversión	134
Cuadro Nº 42	Fuentes de financiamiento	
Cuadro Nº 43	Requerimiento de talento humano	135

Cuadro Nº 44	Ingresos	137
Cuadro Nº 45	Costo de alojamiento	139
Cuadro Nº 46	Costo de alimentación	
Cuadro Nº 47	Costo de actividad cultural	
Cuadro Nº 48	Costo de servicios de recreación	150
Cuadro Nº 49	Costo unitario Alojamiento	
Cuadro Nº 50	Costo unitario Alimentación	
Cuadro Nº 51	Costo unitario Actividad Cultural	
Cuadro Nº 52	Costo unitario Recreación	141
Cuadro Nº 53	Sueldo Mensual Administración	
Cuadro Nº 54	Sueldo Anual Administración	142
Cuadro Nº 55	Gastos de Administración	
Cuadro Nº 56	Gastos de Ventas	143
Cuadro Nº 57	Amortización de la deuda	
Cuadro Nº 58	Gasto de financiamiento	144
Cuadro Nº 59	Depreciaciones	
Cuadro Nº 60	Recuperación de activos	145
Cuadro Nº 61	Estado de Situación Inicial	146
Cuadro Nº 62	Estado de Pérdidas y Ganancias	147
Cuadro Nº 63	Flujo de Caja	149
	Costo de oportunidad y tasa de	
Cuadro Nº 64	rendimiento	150
Cuadro Nº 65	Valor Actual Neto	151
Cuadro Nº 66	Relación Beneficio Costo	153
Cuadro Nº 67	Periodo de Recuperación	154
Cuadro Nº 68	Punto de Equilibrio	155
Cuadro Nº 69	Punto de equilibrio por servicios	156
Cuadro Nº 70	Análisis de sensibilidad	157
Cuadro Nº 71	Nivel de Impactos	175
Cuadro Nº 72	Impacto Económico	176

Cuadro N° 73	Impacto social	178
Cuadro N° 74	Impacto Ecológico	179
Cuadro N° 75	Impacto Educativo	180
Cuadro N° 76	Matriz general	182

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1	Parque Central de Cangahua	27
Gráfico N° 2	Mapa del Ecuador	110
Gráfico N° 3	Mapa de Pichincha	111
Gráfico N° 4	Mapa de Cayambe	112
Gráfico N° 5	Mapa de Cangahua	113
Gráfico N° 6	Mapa de Carrera	115
Gráfico N° 7	Flujograma de recepción y alojamiento	119
Gráfico N° 8	Flujograma de alimentación	121
Gráfico N° 9	Distribución actual de la casa	123
Gráfico N° 10	Logotipo Sumak Huasi Tours	158
Gráfico N° 11	Organigrama Estructural	167

ANTECEDENTES

La comunidad Carrera es una comunidad indígena constituida como organización jurídica en el año de 1955, tiene aproximadamente 1400 habitantes de los cuales existen 227 comuneros que habitan permanente y temporalmente en la comunidad, son hombres y mujeres de habla kichwa y español, se caracteriza por ser la comunidad más grande en territorio y población en comparación a las demás 50 comunidades y organizaciones que pertenecen a la parroquia Cangahua. Sus habitantes gozan de autoestima de cooperación, solidaridad y el trabajo en equipo, lo cual es indispensable para que la organización pueda alcanzar sus objetivos.

Está ubicado al norte de la ciudad de Quito, situado aproximadamente a 18 km al sur este del cantón Cayambe, con una altitud de 3270msnm en las coordenadas de longitud, sus límites son: al Norte con Cuniburo, Porotog Bajo y Galloloma, al Sur con el Sector San José, sector Jesús del Gran Poder y Cochapamba, al Este con la comunidad de Candelaria Baja y la quebrada de Portadas y al Oeste con el Río Cangahua, Casco Urbano de la Parroquia de Cangahua; pertenece a la Parroquia de Cangahua, Cantón Cayambe, Provincia Pichincha.

La principal actividad económica es la agricultura, pecuaria, comercio y como jornaleros en las plantaciones de flores. Además de los trabajos que realiza el jefe de familia, las mujeres están a cargo de la crianza de animales: vacuno, ovejuno, animales menores domésticos, el manejo integral de sus parcelas con el cultivo de legumbres y hortalizas para consumo interno y el excedente sacan a los mercados; el cultivo de la cebolla blanca en el sector Moras también constituye un factor importante para sus ingresos.

La Hacienda del mismo nombre que fue fundada en el año de 1648 funcionó como tal hasta el año de 1978. En esta hacienda estuvieron asentados los padres Agustinos más o menos por el año 1680, así es como consta grabado en la base de la cruz de piedra que se halla levantada en el centro de piedra. Aquí se conserva una escultura tallada en madera, de aproximadamente 1.25 m de alto que representa a San Agustín. Actualmente, este recurso de la comunidad se encuentra sin prestar ningún beneficio para la misma, con el pasar del tiempo se ha deteriorado por lo que existe la necesidad de convertirlo en un activo productivo.

No se ha encontrado ningún estudio de este tipo a pesar de la propuesta de realización de este estudio por parte de los directivos de la comunidad para fomentar esta actividad, anteriormente estudiantes de la UTE realizaron una pequeña historia de la comunidad y la hacienda.

JUSTIFICACIÓN

La comunidad Carrera tiene personería jurídica desde al año de 1955, su habitantes trabajan por el bienestar de la comunidad bajo la coordinación y organización de los dirigentes de turno que son elegidos democráticamente por la asamblea general cada año.

Actualmente, ninguna comunidad ha impulsado el desarrollo del turismo comunitario, es por esto que el estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico ecológico comunitario en la hacienda de la comunidad Carrera, es una actividad de gran importancia cuya finalidad es determinar si es o no factible readecuar esta infraestructura y convertirlo en una activo productivo, de tal forma que si es factible puede llegar a brindar beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad. Una de las ventajas es contar con este tipo de infraestructura que es un diseño de la época colineal donde guarda grandes historias y tiene un gran valor porque es considerado como Patrimonio Cultural en el Instituto Nacional de Patrimonio.

Para la realización de esta investigación se cuenta con el apoyo y predisposición de los miembros de la organización, se obtendrá de fuente primaria la información requerida para este estudio. Se pretende dar a conocer servicios de turismo comunitario como es hospedaje, alimentación con gastronomía del sector, costumbres, tradiciones, convivencia con las familias, disfrutar del cultivo orgánico de productos, sus cosechas y otras actividades interesantes típicas de una comunidad indígena.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar mediante la investigación un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico ecológico comunitario en la hacienda de la comunidad Carrera, para aprovechar los recursos no utilizados el mismo que permita el desarrollo de la comunidad a través de impulsar el turismo comunitario.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico situacional del entorno para establecer características y hallazgos importantes de la Parroquia, comunidad y el lugar de estudio.
2. Elaborar el marco teórico científico que sustente el proyecto a través de la investigación bibliográfica.
3. Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda existente en el mercado y presentar los servicios que ofrece el proyecto.
4. Realizar el estudio técnico y determinar las localizaciones e infraestructura del proyecto.
5. Determinar la factibilidad del proyecto a través del estudio económico financiero, utilizando indicadores que permitan establecer un análisis cuantitativo y cualitativo del mismo.
6. Conocer la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Objetivos de Diagnóstico

- ✓ Realizar un diagnóstico externo de la Parroquia y la comunidad rural.
- ✓ Conocer la estructura organizacional de la comunidad.
- ✓ Analizar las condiciones socio económicas de la comuna Carrera.
- ✓ Analizar la infraestructura que posee la comunidad.
- ✓ Identificar los aspectos relevantes de la parroquia y la comunidad.

1.2 Matriz de relación

Cuadro N° 1
Matriz de relación

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO
Realizar un diagnóstico externo de la Parroquia y la comunidad rural.	Diagnóstico externo	Cultura	Primaria	Entrevista	Habitantes
		Vivencias	Primaria	Entrevista	
		Tradiciones	Primaria	Entrevista	
Conocer la estructura organizacional de la comunidad.	Estructura organizacional	Organización de la comunidad	Primaria Primaria	Encuesta Entrevista	Habitantes Directivos

Analizar las condiciones socioeconómicas de la comuna Carrera.	Condiciones socioeconómicas	Condiciones de vida y de la comunidad	Primaria	Entrevista	Habitantes
Analizar la infraestructura que posee la comunidad	Infraestructura	Vías de acceso Servicios básicos Casa Hacienda	Secundaria Secundaria Secundaria	Observación Observación Observación	Comuna Carrera
Identificar los aspectos relevantes de la parroquia y la comunidad.	Aspectos relevantes	Haciendas Personajes	Secundaria Primaria	Observación Entrevista	Sitios Habitantes

FUENTE: Datos de la comunidad

ELABORADO POR: La Autora

1.3 Antecedentes de la Parroquia Cangahua

Gráfico N° 1



FUENTE: Fotografía del parque Central

ELABORADO POR: La Autora

Cangahua se destaca por su tierra milenaria en la que habitaron antepasados propios del Ecuador convirtiéndose en el sitio más importante de nuestra prehistoria. Por las venas de cada uno de los habitantes corre sangre de guerreros y de trabajadores engrandeciendo su Pachamama, sembrando esperanzas de fe.

Ahora junto a los nuevos habitantes los mestizos viven en paz compartiendo su cultura y fusionándose para el florecimiento del cantón y el futuro de sus hijos.

La parroquia Cangahua, está apta para el cultivo de papas y cereales, es famosa sobre todo por los vestigios de numerosas fortalezas aborígenes, situadas sobre todo en el Pambamarca, ruinas que han perdurado de las que levantaron, en su resistencia, los heroicos defensores del Reino de Quito contra la invasión de Huayna Cápac, y de las que edificó, para cercarles, este mismo inca, en la dura lucha de posiciones sostenida en el área.

Cuadro N° 2
Datos generales de Cangahua

INFORMACIÓN GENERAL	
Nombre OFICIAL:	Cangahua
Fecha de Fundación	29 de octubre de 1970
Área	425 km ²
Ubicación	Sur – Este de la cabecera cantonal (Cayambe)
Altitud	3156 m.s.n.m en el centro parroquial
Clima	Frío (12.7°C) promedio en verano
Parroquias limítrofes	Juna Montalvo, Otón, Ascázubi, Santa Rosa de Cusubamba, El Quinche, Oyacachi
Grupos étnicos	Mestizos (5%), Indígenas (95%)
Idiomas	Español (oficial) y Kichuwa
Religión	Católica
Fiesta tradicional	San Pedro y San Pablo (29 y 30 de junio)
División Política	Alrededor de 50 organizaciones entre comunidades, barrios, asociaciones.
Población	15000 habitantes (actual)
Gobierno Parroquial (2008-2012)	Sr. Manuel María Ulcuango - Presidente Sr. Gregorio Farinango - Vicepresidente Srta. Hilda Charro Primer vocal Srta. Liliana Pérez Segundo Vocal Sr. Pedro Pilca Tercer vocal Ing. Ana Salgado Secretaria
Teniente político	Sra. Pastora Lanchimba

FUENTE: Obra Cangahua Historia, Cultura, Folclor
ELABORADO POR: La Autora

1.3.1 Ubicación

Se encuentra a 13 Km. al sur oriente de la ciudad de Cayambe, por un camino ubicado al Sur de la Bola del Mundo; a 86 km. y a 2 horas y 25 minutos con relación a la ciudad de Quito.

1.3.2 Linderación

El dominio parroquial y geográfico se tiende desde el río Guachalá, al Norte, hasta las faldas meridionales del Puntas, al Sur, y entre el ramal de Gualimburo al Este, y las faldas occidentales del Pambamarca, al Oeste.

1.3.3 Vías de acceso

Cangahua posee una vía de primer orden, pavimentada, y a medida que se avanza se puede observar la hermosura de sus paisajes y la belleza de sus maizales.

1.3.4 Actividades económicas

Esta parroquia se caracteriza por ser netamente agrícola y ganadera, existe también como fuente económica que brinda trabajo a los pobladores de esta zona, las Florícolas.

1.3.5 Manifestaciones culturales

Entre sus principales manifestaciones culturales se presentan los siguiente: Danza que se practica en las diferentes comunidades; música, cuentan con una Orquesta, Banda de música de los Srs. Morales; y artesanías por sus tejidos, bordados y confección de prendas de vestir.

1.3.6 Personajes

A lo largo de la historia, Cangahua ha dado a la sociedad, personalidades importantes que aparte de amar a su terruño, han puesto muy en alto el nombre de su bello pueblo: en la cultura, investigación, música, arte, deporte, política, poesía, etc.; personajes que se han dedicado con ahínco y responsabilidad en cada uno de sus campos, así tenemos los siguientes:

Cuadro N° 3
Personajes de Cangahua

PERSONAJE	CAMPO DE ACCION
Prof. Aquiles Pérez Tamayo (1903-1987)	Destacado en el ámbito educativo (Maestro Rural e Investigador, Patrono de la UEIB de Carrera) Escritor
Dr. César Augusto Tamayo Medina	Destacado en el ámbito educativo (Profesor, miembro de la Academia de las Ciencias y Artes) Autor de la letra del Himno a Cangahua
Prof. José Acosta Vallejo	Destacado en el ámbito educativo (Profesor, Patrono de la Unidad Educativa de Cangahua)
Srta. Blanca Tamayo Chacón	Emprendió programas socioculturales, notable educadora.
Sr. Armando Granda	Impulsó obras en beneficio de la parroquia
Sbte. Rafael Martínez	Destacado militar que en la actualidad como civil apoya las actividades en el bien y progreso de su pueblo.
Ing. Plutarco Tamayo Rivera	Intelectual destacado.
Sr. Gabriel Morales	Destacado en el ámbito educativo

Sr. Jacinto Aguirre	Impulsó obras en beneficio de la parroquia
Sr. Armando Humberto Granda	Impulsó obras en beneficio de la parroquia
Gral. Manuel Tamayo Salgado	Senador de la República (1966-1968) y Comandante General de la Policía Nacional
Sr. Víctor Manuel Salgado Tamayo (Cachullapi)	Compositor pianista y maestro de música
Prof. Hugo Washington Tamayo Saltos	Destacado en el ámbito educativo, escritor Autor de la música del himno a Cangahua
Sr. Camilo Renán Salgado	Destacado en el ámbito educativo, Declarado en el año de 1971 por el Municipio de Cayambe como “El mejor Maestro Rural del Cantón”
Sr. Carlos Raúl Pérez Garcés	Destacado en el ámbito educativo. Secretario de la Tenencia Política y Junta Parroquial, Jefe del Registro Civil, Presidente del Consejo Parroquial de Alfabetización, Escritor, Autor del Himno Histórico y de la Bandera de Cangahua. Impulsó obras en beneficio de la parroquia.
José Ignacio Garcés	Maratonista Triunfos: Premio Jefatura de Tránsito del Napo, Concentración Deportiva de Pichincha, Circuito emisora Gran Colombia.

FUENTE: Obra Cangahua Historia, Cultura, Folclor

ELABORADO POR: La Autora

1.3.7 Comidas típicas

Los platos típicos de Cangahua y sus comunidades son: Papas con cuy, uchujacu (colada hecha de ocho granos), habas con queso, mote; sus bebidas la chicha de jora.

1.3.8 Lugares turísticos

Sitios turísticos de este terruño de antepasados considerados los más importantes tenemos: La Iglesia Parroquial, Sitios Arqueológicos como Fortalezas de Pambamarca (sector Quitoloma), Gualimburo (en este sitio existe una cascada), Pucaraloma, Oroloma, Hostería Guachalá, Reserva ecológica Cayambe-Coca (ubicado el Oyacachi), Volcán Cayambe, Refugio: Ruales, Oleas, Berge (a las faldas del volcán Cayambe); Laguna San Marcos, Museo Línea Ecuatorial, Balneario Ishigto, Castillo de Guachalá, entre los más importantes.

1.3.9 Orografía

Su topografía es irregular y su máxima altura alcanza los 4285 metros. Entre los accidentes orográficos más significativos se encuentran los Cerros Pucará Chico, Arrabal Sisapamba, Cangahuatola, Turupamba, Pambamarca, Jambi Machi y Cochaloma.

1.3.10 Hidrografía

Los ríos que conforman el sistema hidrográfico son Monjas, Guachalá, Cangahua, Sayaro, Natagacho y las Quebradas Iguñaro, Collaru, Cochapamba, Yanasacha o Aglla, Carbón Jucho, Paccha, entre otras.

1.3.11 Comunidades y Organizaciones

Cangahua se compone de diferentes tipos de organizaciones como comunidades, barrios y asociaciones que tienen diferentes formas de organizarse.

En un principio las comunidades se organizaron por sí solas, cada una tenía sus propias normas; luego pasaron a ser jurídicas con la coordinación del Ministerio de Agricultura y Tenencia Política; quienes norman el trabajo y la organización en cada comunidad.

Posteriormente aparecen las organizaciones (unión de comunidades). La primera en conformarse hace aproximadamente hace tres décadas fue la UNOCC (Unión de Organizaciones Campesinas de Cangahua) que agrupaba más o menos unas ocho comunidades. Hoy la parroquia cuenta con siete organizaciones siendo las siguientes

Cuadro N° 4

Organizaciones y comunidades de Cangahua

ORGANIZACIONES	COMUNIDADES FILIALES
UNOCC (Unión de Organizaciones Campesinas de Cangahua)	<ol style="list-style-type: none">1. Asociación Porotog2. Comuna Pambamarca3. Comuna Pitaná Alto4. Comunidad Sta. Rosa de Paccha5. Compañía Lote 26. Compañía Lote 37. Compañía Lote 4
UCICAB (Unión de Comunidades Indígenas de Cangahua Bajo)	<ol style="list-style-type: none">1. Comuna Cuniburo2. Comuna La Josefina3. Comuna La Buena Esperanza4. Comuna Sta. Rosa de Pingulmí5. Comuna Sta. Marianita de Pingulmí6. Comuna San Luis de Guachalá
	<ol style="list-style-type: none">1. Comuna Cochapamba2. Comuna Izacata Grande

COINCCA (Comunidades Indígenas Campesinas de Cangahua)	<ol style="list-style-type: none"> 3. Asoc. Izacata 4. Comuna Jesús del gran Poder 5. Comuna Los Andes 6. Comuna Sta. Bárbara
ÑURUKTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comuna Larcachaca 2. Comuna San José 3. Comuna San Antonio 4. Comuna Milagro 5. Comuna Chambitola 6. Comuna La Libertad
UCICAQ (Unión de Comunidades Indígenas de Cangahua)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comuna Chumillos Bajo 2. Comuna Chumillos Alto 3. Comuna Quinchucajas
UBACIC (Unión de Barrios y Comunidades Indígenas de Cangahua)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asoc. San Vicente Alto 2. Asoc. San Vicente Bajo 3. Comuna San Pedro 4. Barrio Monseñor Leonidas Proaño 5. Barrio Central 6. Barrio Cochaloma 7. Barrio Corazón de Jesús 8. Barrio Simón Bolívar 9. Barrio El Calvario 10. Barrio Sucre
CIC (Comunidades Independientes de Cangahua)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comuna Pucará 2. Comuna Pisambilla 3. Comuna Carrera 4. Comuna Puendal 5. Comuna Candelaria 6. Moras 7. Gualimburo 8. Isoloma 9. Comuna Porotog 10. Asoc. Pitaná 11. Isoloma 12. Asoc. Agropecuaria San Vicente
TOTAL	50 comunas, asociaciones y barrios

FUENTE: Obra Cangahua Historia, Cultura, Folclor

REALIZADO POR: La Autora

1.3.12 Haciendas

Para todos es conocido que antes de la conquista incásica nuestros indios eran dueños de estas tierras. A fines del siglo XV, los incas originarios del Perú conquistaron a los Quitus y anexaron estos territorios a su imperio, incluido los del pueblo Cayambi y Pucarás.

Con la llegada de los españoles a nuestro territorio, por el año de 1534, los indígenas fueron despojados de sus tierras. Estas pasan a ser administradas por los señores encomenderos y terminan siendo de propiedad de los conquistadores y aparecen las grandes haciendas (siglo XVII).

Los indios pasaron a ser parte de ellas en calidad de jornaleros, trabajadores (Yanaparos, personas que daban su fuerza de trabajo a cambio que le permitan el pastoreo de sus animales en las tierras de las haciendas).

Según los archivos de los jesuitas (Museo de Cotocollao), para el año de 1808 Cangahua contaba con las siguientes haciendas: Carrera, La Compañía, Pisambilla, La Candelaria, Izacata y Guachalá, descritas así:

Cuadro N° 5
Haciendas de Cangahua

HACIENDAS	DETALLES
Carrera	De los padres Agustinos por el año del 1680, época de la Colonia Hacienda de 125 caballerizas.
La Compañía	De los padres Jesuitas en la época Colonial Hacienda de 581 caballerizas aproximadamente. Se dedicaba a la producción de Cebada para la elaboración de la cerveza, por lo que a este sector se le dio el nombre de “Espiga de Oro”. Actualmente solo quedan ruinas.
Guachalá	En su historia, la hacienda Guachalá tuvo como huéspedes en el tiempo de la conquista incásica a los Incas que instalaron una guarnición militar por el siglo XV; en 1936, lo hizo a una parte de la Misión Geodésica francesa y en la vida Republicana a Gabriel García Moreno como arrendatario por un periodo de 5 años aproximadamente. En la década de los 70, aproximadamente 2000 hectáreas se subdividió en fincas, sus propietarios se dedican a la ganadería de leche y producción de rosas. El resto de tierras, 10100 hectáreas se hallan en manos de comunidades: San Luis de Guachalá, San Antonio de Guachalá, La Josefina, LA Buena Esperanza, Cuniburo, Porotog, Pitaná Bajo, Pitaná Alto, Fichagara, Chumillos, Quinchucajas, Pambamarca, Mula Potrero.

	Actualmente, la casa hacienda cuyo dueño es el Ing. Diego Bonifaz funciona como Hostería desde al año de 1993, prestando sus servicios a turistas nacionales y extranjeros
Pisambilla	Por el siglo XVII perteneció a los padres Mercedarios, hasta antes del terremoto ocurrido en 1987, conservaba una parte de su construcción y restos de su capilla que era el símbolo de la religión católica. El terremoto acabó con ellas. En la actualidad en aquel sitio se encuentra construida una casa comunal, una capilla mediana y una guardería.
Izacata / Yzacata	El último dueño fue Don Heriberto Maldonado Productora de leche en grandes cantidades, su ganadería de pura raza importada de Estados Unidos, era única, por los años sesenta ya contaba con ordeño por succión y riego por aspersión. Tiempo después que fue entregado como herencia a sus hijos Leonardo y Guillermo Maldonado, actualmente esas tierras pertenecen a comunidades como Los Andes, Pucará, San Pedro.
La Candelaria	Fue propietaria, Mercedes Burbano, es igual a las demás haciendas, fue una de las grandes productoras de trigo, cebada, papas, contaba con toros de lidia y ganado de leche.

FUENTE: Obra Cangahua Historia, Cultura, Folclor

REALIZADO POR: La Autora

1.4 Comuna Carrera

Cuadro N° 6
Datos generales de Carrera

DATOS GENERALES LA COMUNA CARRERA	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Cayambe
Parroquia	Cangahua
Comunidad	Carrera
Superficie	900 hectáreas
Población	1300 hab. Censo comunitario (Feb. 2013)
Idioma	Kichuwa, Castellano
Religión	Evangélica, católica
Altitud	3270msnm en las coordenadas de longitud
Presidente	Pedro Lanchimba

FUENTE: Archivos de la comunidad Carrera

ELABORADO POR: La Autora

La comuna Carrera, es una organización conformado por indígenas, agricultores, jornaleros, albañiles, amas de casa, trabajadores domésticos, estudiantes y algunos profesionales domiciliados en la Parroquia Cangahua, del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha, cuyos miembros están unidos por vínculos de parentesco territorial, valores, normas, culturas ancestrales, afinidades conyugales, con intereses y aspiraciones para todos y cada uno de los comuneros y comuneras.

Se constituye legalmente como Organización Comuna Jurídica Carrera, aprobada por Acuerdo Ministerial N°- 2831 del 21 de junio del año 1955, funcionando desde entonces regido por los órganos administrativos que son: La Asamblea General, el Cabildo y las Comisiones Especiales.

Actualmente cuenta con 227 comuneros que tienen derechos y obligaciones en las actividades de la organización, y trabajan en equipo por el bienestar de la organización y sus habitantes, persiguiendo fines comunes que son:

- Practicar el ejercicio de la ritualidad y espiritualidad en todas sus manifestaciones.
- Contribuir recíprocamente entre los comuneros y comuneras para la consecución de mejores condiciones de vida, alimentación, salud, vivienda, educación y fuentes de trabajo y otros.
- Fortalecer las formas organizativas propias de los pueblos indígenas, como mingas, asambleas, para lograr el desarrollo de la Organización.
- Mantener la solidaridad y reciprocidad como mecanismo para preservar la paz, armonía y potenciar el desarrollo.
- Organizar y mantener el servicio de mitigación, atención y asistencia social en caso circunstancias emergentes con solidaridad.
- Solicitar asistencia pública, privada, técnica para áreas.
- Desarrollar labores de educación y extensión para la capacitación técnica de comuneros y comuneras, con el propósito de mejorar las técnicas agrícolas, pecuarias y forestales.
- Crear, mejorar y controlar conjuntamente con los comuneros la educación destinada a cubrir la demanda de niños y adultos.
- Desarrollar actividades de conservación del suelo, agua, vegetación y vida silvestre.
- Establecer proyectos técnicos de forestación y reforestación
- Fomentar un estilo de vida sedentario en los comuneros
- Elevar el nivel de vida de sus habitantes

- Fortalecer la organización interna y externa
- Dar custodia, protección y consideración a los adultos mayores
- Fomentar la economía propia, desarrollando infraestructura social, productiva diferente, creando microempresas.
- Impulsar programas de conservación y recuperación del medio ambiente.

Se caracteriza por ser la más grande en territorio y población en comparación a las 50 organizaciones (comunidades, barrios, asociaciones) que pertenecen a la Parroquia de Cangahua, sus habitantes gozan de una autoestima de cooperación, solidaridad y trabajo en equipo, lo cual es indispensable para que la organización pueda alcanzar sus objetivos.

1.5 Infraestructura básica

La comuna Carrera cuenta con la infraestructura básica para su desarrollo que son de su propiedad, una casa comunal construido de hormigón armado de una extensión de 250m² (dos pisos), un estadio de fútbol, una unidad educativa, dos CIVB Centros Integrales del Buen Vivir, un dispensario médico, un centro de acopio de granos andinos y un centro de acopio de leche, una casa hacienda que es un recurso improductivo, terrenos en el páramo o sector Moras, un bosque de eucaliptos; servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, agua de riego por aspersión que son de vital importancia para sus cultivos, en sí con recursos hídricos propios.

1.6 Historia de la hacienda Carrera

La Hacienda del mismo nombre que fue fundada en el año de 1648 funcionó como tal hasta el año de 1978. En esta hacienda estuvieron asentados los padres Agustinos más o menos por el año 1680, así es como consta grabado en la base de la cruz de piedra que se halla levantada en el centro de piedra. Aquí se conserva una escultura tallada en madera, de aproximadamente 1.25 m de alto que representa a San Agustín.

A finales de los años de 1978, la hacienda de 125 caballerizas de tierra, pasó a ser parte de la comunidad a través de la repartición de los terratenientes hacia los comuneros, los que se conoció como huasipungos; no existe ningún documento de acuerdos de traspaso de la propiedad de manos privadas hacia la comunidad, solamente se conoce que hubo un mutuo acuerdo; pero con el pasar del tiempo legalizaron la propiedad a nombre de la comunidad desde entonces es propiedad de la comunidad, así consta en el Archivo de Avalúos y Catastros del Municipio de Cayambe.

Actualmente es un recurso no aprovechado, prácticamente se encuentra abandonado por lo que con el pasar del tiempo su infraestructura se ha deteriorado y no brinda ningún beneficio para la comunidad, es por esto que existe la necesidad de remodelar su infraestructura y transformarlo en un recurso activo y productivo

1.7 Situación geográfica

La comuna Carrera está ubicado al norte de la ciudad de Quito, situado aproximadamente a 18 km al sur este del cantón Cayambe, con una altitud de 3270msnm en las coordenadas de longitud, sus límites son: al

Norte con Cuniburo, Porotog Bajo y Galloloma, al Sur con el Sector San José, sector Jesús del Gran Poder y Cochapamba, al Este con la comunidad de Candelaria Baja y la quebrada de Portadas y al Oeste con el Río Cangahua, Casco Urbano de la Parroquia de Cangahua; pertenece a la Parroquia de Cangahua, Cantón Cayambe, Provincia Pichincha.

1.8 Climatología

Se puede señalar que el clima de la zona en general es frío con una temperatura media de 13°C, la precipitación anual promedio es de 850mm, definiendo dos estaciones climáticas verano e invierno correspondiendo a la época de invierno los meses de noviembre – abril.

La humedad relativa es de 80%, la evaporación anual es de 1000 cm. Además por estar ubicada en zonas altas la presencia de vientos son muy frecuentes de una intensidad muy fuerte sobre todo en los meses de junio a septiembre.

1.9 Población

La población total aproximada es de 1300 personas (hombres y mujeres según censo comunitario de febrero del 2013) aproximadamente, que habitan permanente y temporalmente.

El 25% de la población son niños de 0 años de edad a 12 años, el 30% población joven de 13 a 30 años, población adulta el 45% de 31 a 65 años, y solo el 5% de la población es de la tercera edad, de 66 años en adelante; el promedio de vida de la población es de 80 años de edad.

1.10 Idioma

La Organización Comuna Jurídica Carrera, entre sus habitantes utiliza como lengua materna principal el Kichuwa y el Castellano como segunda lengua de relación para proporcionar la interculturalidad y otras relaciones.

Uno de los objetivos de la comunidad es mantener la cultura, tradiciones y el idioma kichuwa en todos sus habitantes.

1.11 Religión

El 70% de la población de la comunidad Carrera profesa la religión Cristiana Evangélica, y el 30% restante es considerado como católica.

Sin embargo, esta diferencia de religión no ha sido obstáculo para que la comunidad trabaje en equipo para el logro de sus objetivos.

1.12 Educación

En cuanto a la educación, el 5% de la población tiene estudios superiores, el 10% son bachilleres en diferentes especialidades, el 70% de la población tiene estudios primarios y el 15% son considerados como población analfabeta, en su mayor parte la población de la tercera edad.

Actualmente, la comunidad cuenta con centros de educación inicial y educación básica; tiene dos Centros Infantiles del Buen Vivir (CIBV) Nazareth que cuenta con 35 niños y niñas aproximadamente y Carrera que está anexo a la UEIB de la comunidad.

En la educación básica cuenta con la Unidad Educativa Intercultural Bilingüe Aquiles Pérez Tamayo, siendo una institución pública la cual actualmente acoge en sus aulas a 328 alumnos desde la educación inicial hasta el primer año de bachillerato, distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N° 7
Datos de la Unidad Educativa en Carrera

Años de Educación Básica	N°- de alumnos
Educación inicial	39
Primer año	21
Segundo año	30
Tercer año	31
Cuarto año	18
Quinto año	24
Sexto año	30
Séptimo año	23
Octavo año	24
Noveno año	16
Décimo año	29
Primer Año de Bachillerato	25
Segundo Año de Bachillerato	18
TOTAL	328

FUENTE: UEIB Aquiles Pérez
ELABORADO POR: La Autora

También hay estudiantes en diferentes instituciones educativas sean públicas o privadas del Cantón y la Parroquia

Actualmente no solamente los niños se educan, si no que existen clases de alfabetización para las personas adultas, a la cual asisten los habitantes con el fin de aprender lo básico que es leer y escribir.

1.13 Salud

En cuanto a salud se refiere, los habitantes de la comunidad cuentan con atención primaria en el Dispensario Médico ubicado en dicha localidad. Sus habitantes se encuentran afiliados al Seguro Social Campesino, por lo que tienen acceso al servicio de salud pública.

Actualmente, por la sectorización de la salud, deben acudir al Subcentro de Salud Espiga de Oro ubicado en la comunidad de Los Andes, esta unidad está anexa con el hospital Raúl Maldonado Mejía ubicado en el cantón Cayambe, para en caso de necesidad de una atención médica más completa, sus pacientes puedan ser transferidos directamente.

1.14 Características socio- económicas

La principal actividad es la agricultura, pecuaria, comercio y como jornaleros en las plantaciones de flores.

Además de los trabajos que realiza el jefe de familia, las mujeres están a cargo de la crianza de animales: vacuno, ovejuno, animales menores domésticos, el manejo integral de sus parcelas con el cultivo de legumbres y hortalizas para consumo interno y el excedente sacan a los mercados; el cultivo de la cebolla blanca en el sector Moras también constituye un factor importante para sus ingresos.

El ingreso promedio mensual por familias es de 600 dólares.

1.15 Vivienda

Una de las fortalezas de la organización es el aspecto de las viviendas, aproximadamente el 80% de la población mayor de 18 años tiene vivienda propia, que son de construcción de cemento, eternit, bloque, solamente unas pocas viviendas son de construcción de adobe, tapia y teja. Ninguna familia que habita en esta comunidad paga arriendo.

1.16 Vías de acceso

Actualmente la comuna Carrera cuenta con dos rutas de acceso, los mismos que tienen carreteras de primer orden y tercer orden; la primera ruta tiene el siguiente recorrido: Cayambe, Cangahua, Carrera y regresa a Cayambe en U recorriendo las demás comunidades, siendo las vías panamericana (de primer orden) hasta Cangahua y luego carretera empedrada (de tercer orden); la segunda ruta es Cayambe, Cuniburo, Carrera, Larcachaca y viceversa, siendo las vías panamericana (de primer orden) hasta Guachalá (La Bola) y luego carretera empedrada (de tercer orden) Guachalá – Carrera.

Dentro de la comunidad, los caminos vecinales son de tierra, únicamente la carretera central es empedrada (de tercer orden).

1.17 Aspecto político

La autoridad administrativa inmediata es el presidente de la comunidad, luego la Junta Parroquial de Cangahua, y como autoridad superior dentro del cantón es el Gobierno Municipal de Cayambe.

La comunidad es muy organizada tienen el presidente del cabildo que en la actualidad es el Señor Pedro Benito Lanchimba Acero, por la extensión de la comunidad en cada sector tienen sus representantes que son los encargados de velar por el bienestar de su sector, aparte de esto conforman comisiones de: el sistema de riego, de salud, de desechos sólidos, de energía eléctrica, de agua potable de trámites ante las autoridades y cada sesión del cabildo se hace seguimiento de todas las dignidades de la comunidad para que los proyectos emprendidos por la comunidad tenga éxito.

1.18 Eliminación de basura

La recolección de la basura inorgánica (latas, pañales desechables, botellas de vidrio...) lo realiza el vehículo recolector del Gobierno Municipal de Cayambe, una vez al mes, el día miércoles de la primera semana de cada mes; en cambio todo lo que se refiere a papeles, fundas, telas son quemados en los terrenos de los dueños; y para la basura orgánica los comuneros prefieren tener composteras y lo utilizan como abono, o como alimentación de cerdos.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1 La empresa

2.1.1 Definición de empresa

Bravo, M. (2009). *En su libro de Contabilidad General, afirma:*
“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.

La empresa es una unidad económica autónoma de gestión y decisión que utiliza factores productivos para producir bienes y servicios, realiza actividades económicas con la inversión de capital que aportan los accionistas, y su funcionamiento depende de factores internos y externos.

2.2 Turismo

2.2.1 Definición de turismo

Organización Mundial del Turismo. (20 de Junio de 2010).
Organización Mundial del Turismo. Obtenido de
<http://www.google.com>; define: *“El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su*

lugar habitual de residencia por menos de un año, en tanto que dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de un persona o un grupo de ellos, motivados por la recreación, descanso, cultura, tradición, deporte, salud; para lo cual se trasladan de su residencia habitual a otros lugares, sin ningún interés lucrativo.

2.3 Turismo comunitario

2.3.1 Definición de turismo comunitario

Wikipedia. (01 de 06 de 2012). Turismo Comunitario. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; define: *“El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales”.*

El turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes, donde las comunidades de forma asociativa, pueden tener el control efectivo de sus actividades económicas asociadas a la explotación de las actividades turísticas, con el objeto de mejorar su economía 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. Se habla de un concepto diferente y novedoso de hacer turismo, se puede ver desde el punto de vista intercultural, tradicional y creencias. Además pueblos o comunidades de familias indígenas, viviendas tradicionales que permiten a los turistas o visitantes conocer sus costumbres, forma de vida, conocimientos, historias, entre otros.

2.3.2 Características de turismo comunitario

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de un pueblo o etnia determinado.

Se diferencia del Turismo rural y del etnoturismo en el sentido de que parte de las utilidades generadas por las actividades turísticas, se reinvierten en planes y programas comunitarios.

Se considera características básicas que forman el concepto de turismo comunitario, los siguientes:

- a.** Participación de la población local en todas las etapas del proceso
- b.** Repartición de beneficios económicos hacia la comunidad.
- c.** Posibilidad de un verdadero diálogo intercultural (conocimiento mutuo).
- d.** Respeto al medio ambiente y la Biodiversidad.
- e.** Respeto a la identidad y cultura del pueblo.
- f.** Fortalecimiento de las sociedades locales.
- g.** Es 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.

- h. 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.
- i. Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad.
- j. 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.

2.3.3 Ejes de desarrollo de turismo comunitario

El turismo comunitario tiene ejes de desarrollo, lo que le permite que se cumplan las características de esta actividad y haciendo de esta una actividad atractiva:

2.3.4 Organización

Se refiere a la consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario.

2.3.5 Cultura

Se refiere a valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.

2.3.6 Ambiente

Este eje es importante ya que tiene que ver con la capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.

2.3.7 Economía

Se refiere a la dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario.

2.4 Turismo ecológico

2.4.1 Definición de turismo ecológico

Wikipedia. (07 de 06 de 2012). Turismo Ecológico. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; manifiesta: *"El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo ético, en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos, cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio".*

El turismo ecológico es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio natural y cultural, orientado al disfrute de la naturaleza de forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales, así como promover el bienestar de las poblaciones locales.

2.4.2 Características de turismo ecológico

El genuino turismo ecológico se enmarca y caracteriza por lo siguiente, tanto para quienes operan los servicios como para quienes participan:

- a.** Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad
- b.** Construir respeto y conciencia ambiental y cultural
- c.** Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones
- d.** Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación
- e.** Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local
- f.** Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones
- g.** Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

2.5 Centro turístico

2.5.1 Definición de centro turístico

Wikipedia. (07 de 06 de 2012). Centro Turístico. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; manifiesta: “Un centro turístico es todo conglomerado urbano que cuenta, en su propio territorio o dentro de su radio de influencia, con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico”.

Se define como lugares que por sus atractivos particulares, sus medios de comunicación, equipamiento, son objeto de demanda turística; es decir, su radio de influencia cuenta con suficientes razones que motiven al turista a realizar el viaje.

2.5.2 Características del centro turístico

Los centros turísticos se asemejan a los polos de desarrollo y como tales, deben abastecer el área que dominan mediante una planta turística que cuente con los siguientes servicios o cumpla las siguientes características:

- a. Alojamiento
- b. Alimentación
- c. Esparcimiento
- d. Agencias de viaje de acción local
- e. Información turística sobre las facilidades y los atractivos turísticos de la región
- f. Comercios turísticos
- g. Oficinas de teléfonos, correos, fax

- h. Sistema de transporte interno organizado que conecte el centro con los atractivos turísticos comprendidos en su área de influencia
- i. Conexiones con los sistemas de transporte externo de jerarquía nacional e internacional, únicamente cuando el centro alcance esa jerarquía.

2.6 Estudio de mercado

2.6.1 Definición de estudio de mercado

Jácome V, W. (2005). En su libro Bases Teóricas y prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos, afirma: “El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”

El estudio de mercado es una función empresarial en la que busca determinar las necesidades comunes satisfechas y no satisfechas de los consumidores, la oferta; también permite analizar todos los factores que permiten dar a conocer el producto, establecer el precio para por ultimo vender el mismo, así como también se puede determinar los posibles compradores y la competencia.

2.6.2 Mercado

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, dice:* “Se entiende por mercado el área en que concluyan las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Mercado es el lugar donde las personas interactúan y realizan actividades comerciales de compra y venta de productos para satisfacer las necesidades de la colectividad a cambio de un precio o valor.

2.6.3 Producto

Kottler, P. (2012). *En su libro Marketing dice:* “Un producto es un conjunto de atributos fundamentalmente unidos en una forma identificable.”

El producto es el bien tangible que resulta de la combinación de todos los factores productivos y los recursos que son empleados en un proceso para satisfacer las necesidades de la colectividad.

2.6.4 Precio

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, argumenta:* “El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

Se entiende por precio al valor del producto ofrecido en el mercado expresado en dinero el mismo que es fijado de acuerdo a los costos y gastos incurridos en el proceso productivo, la competencia, la ley de la oferta y demanda, el margen de utilidad, entre otros.

2.6.5 Promoción

Promonegocios. (12 de 06 de 2012). Promoción. Obtenido de <http://www.promonegocios.net>; dice: “La promoción es una herramienta táctica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia (4 p's) que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.”

La promoción es una herramienta de la mercadotecnia que es utilizado para incentivar a los clientes o consumidores a la compra de un determinado producto; conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

2.6.6 Publicidad

Promonegocios. (12 de 06 de 2012). Publicidad. Obtenido de <http://www.promonegocios.net>; argumenta: “Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.”

La publicidad es otra herramienta importante de la mercadotecnia, lo que permite dar a conocer el producto y aceptación en el mercado, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor, la misma que se lo puede realizar a través de medios como televisión, radio, prensa, trípticos, revistas, vallas, hojas volantes, perifoneos, conversaciones con los clientes, degustaciones, apoyos de carácter social, entre otros.

2.6.7 Oferta

Jácome V, W. (2005). *En su libro Bases Teóricas y prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos, afirma:* “La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”.

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, dice:* “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta se compone por el conjunto de oferentes que existen en el mercado, los mismos que están dispuestos a poner sus productos a disposición de las necesidades de la colectividad; también se puede decir que constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto.

2.6.8 Demanda

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, argumenta:* “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacer una necesidad específica a un precio determinado, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.

2.6.9 Comercialización

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, expone:* “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

La comercialización es un conjunto de procesos utilizados para hacer que los bienes o servicios que ofrece el productor lleguen hacia el consumidor. El conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas, por lo que este proceso es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo.

2.7 Estudio técnico

2.7.1 Definición de estudio técnico

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, señala: “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.*

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

2.7.2 Tamaño del proyecto

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, afirma: “En términos generales, el tamaño del proyecto está conceptuado por la capacidad instalada o de producción, y se expresa en unidades de producto en un período operacional determinado”.*

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada o unidad de producción, definido en unidades de producción, de inversión que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

2.7.3 Localización

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, dice: “El estudio de la localización contempla o contribuye en*

mayor medida a establecer en forma definitiva a la ubicación final del proyecto, buscando que esta decisión logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario. Permite establecer la localización final de un proyecto.

2.7.3.1 Macro localización

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir, la determinación de las zonas o regiones, establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

2.7.3.2 Micro localización

La micro localización determina el lugar donde convendrá erigir el proyecto ya sea campo o ciudad, complementando la macro localización. Consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.7.4 Ingeniería del proyecto

Baca Urbina, G. (2010). *En su libro Evaluación de Proyectos, dice:* “El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.”

Este estudio permite establecer la instalación y funcionamiento de la planta, así como los procesos que se deben seguir para transformar la materia prima en productos terminados a través de una determinada función de manufactura, también se define la tecnología que se empleará, entendiéndose como un conjunto de conocimientos técnicos que se emplearán para desarrollar una determinada función.

2.7.5 Proceso Productivo

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). *Proceso Productivo. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>, manifiesta:* “Un Proceso productivo consiste en transformar entradas (insumos) en salidas, (bienes o servicios) por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, etc.”

Monografías. (12 de 06 de 2012). *Proceso Productivo. Obtenido de <http://www.monografías.com>; dice:* “Es el conjunto de determinadas operaciones y transformaciones requeridas para obtener un producto.”

Podemos decir que un proceso productivo, es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole; es decir, que se agrega algún tipo de valor. Por ello resulta muy importante dominar el proceso a partir de sus componentes. El no hacerlo, puede significar que el resultado final no es el deseado, el derroche de materiales, energía, tiempo, y por sobre todo con la insatisfacción del cliente de dicho proceso.

2.7.6 Tecnología

Wikipedia. (13 de 06 de 2012). Tecnología. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; dice: *“Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.”*

La tecnología abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas. La actividad tecnológica influye en el progreso social y económico.

2.7.7 Inversión

Manejatusfinanzas. (24 de 06 de 2012). Inversión. Obtenido de <http://www.manejatusfinanzas.com>; manifiesta: *“Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.”*

La inversión se relaciona mucho con el ahorro, la ubicación de capital y el postergamiento del consumo. Por lo tanto se entiende por inversión, también la utilización de dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que deben contemplar antes de tomar una decisión.

2.8 Estudio financiero

2.8.1 Definición de estudio financiero

Córdova Padilla, M. (2011). En su libro **Formulación y Evaluación de Proyectos** dice: “El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará.”

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y calcular la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo. Permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

2.8.2 Presupuesto

Wikipedia. (20 de 06 de 2012). Presupuesto. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; afirma: “ Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo

ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.”

El presupuesto es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica, además permite a las empresas establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Es también un documento o informe que detalla el coste que tendrá un servicio en caso de realizarse.

2.8.3 Ingresos

Contabilidadvisual. (14 de 08 de 2012). Ingresos. Obtenido de <http://www.contabilidadvisual.com>; dice: “Es la expresión monetaria de los valores recibidos, causados o producidos por concepto de ingresos fiscales, venta de bienes y servicios, transferencias y otros, en desarrollo de la actividad financiera, económica y social del ente público”

Se entiende por ingresos a todos los valores que suman al conjunto total del presupuesto de una entidad. Son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia. Sirven además como motor para la futura inversión y crecimiento ya que, aparte de servir para mejorar las condiciones de vida, pueden ser utilizados en parte para mantener y acrecentar la dinámica productiva.

2.8.4 Gastos

Chiliquina, M. (2007). *En su libro Costos, dice:* “Son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender, y financiar (costo de distribución).”

Un gasto es una salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio. En contabilidad, se denomina gasto o egreso a la anotación o partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una sociedad o persona física.

2.8.5 Costos

Chiliquina, M. (2007). *En su libro Costos, define:* “Es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.”

Se denomina coste o costo al valor económico que representa la fabricación de cualquier componente o producto, o la prestación de cualquier servicio. Conociendo el coste de un producto o servicio se puede determinar el precio de venta al público de dicho producto o servicio.

2.8.6 Costos de producción

Wikipedia. (12 de 07 de 2012). *Costos de Producción. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; dice:* “Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos

a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.).”

Los costos de producción es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Cuando principia a organizarse una empresa para el proceso productivo, tiene que realizar una serie de gastos, directa o indirectamente relacionados con la producción. El proceso de producción requiere la movilización de los factores de la producción: tierra, capital, trabajo y organización. La planta, el equipo de producción, la materia prima, los empleados de todos los tipos, forman los costos fundamentales del costo de producción de una empresa.

2.8.7 Materia prima

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). Materia Prima. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; afirma: “Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.”

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. Es todo aquel elemento que se transforma e

incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

2.8.8 Mano de obra

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). Mano de Obra. Obtenido de <http://wikipedia.org>; dice: “Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos).”

Se denomina mano de obra al esfuerzo físico y mental del ser humano, quien es el encargado de producir un bien un servicio a través del empleo de otros recursos; también se conoce así contablemente al costo total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa, incluidos los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador.

2.8.9 Costos indirectos

Chiliquina, M. (2007). En su libro Costos, argumenta: “Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifica con un solo producto o proceso productivo.

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura,

pero contribuyen y forman parte del costos de producción, como por ejemplo: mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fábrica, arrendamiento del edificio de fábrica, depreciación del edificio y de equipo de fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, seguro, prestaciones sociales, etc.

2.8.10 Gastos administrativos

Chiliquinga, M. (2007). En su libro Costos, expone: “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección control y evaluación de las empresas.”

Son gastos que no están directamente relacionados con la venta o distribución de bienes y servicios, sino más bien tiene que ver con todos los gastos que se realizan dentro de la organización con el fin de que esta funcione para llevar a cabo los objetivos planeados.

2.8.11 Gastos financieros

Chiliquinga, M. (2007). En su libro Costos, expone: “Llamados también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.”

Son todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos, aquellos gastos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros a terceras personas; destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones, los intereses de deudas, entre otros.

2.8.12 Gastos de ventas

Chiliquina, M. (2007). En su libro Costos, afirma: “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.”

Son gastos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas, comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono del área de ventas, arriendo del local comercial, entre otros.

2.8.13 Depreciaciones

Wikipedia. (25 de 06 de 2012). Depreciaciones. Obtenido de <http://wikipedia.org>; argumenta: “El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.”

Se considera depreciación al desgaste, envejecimiento u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo; o la disminución del valor o precio con relación al que antes tenía, ya comparándolo con otras cosas de su clase.

2.8.14 Estados financieros

Zapata, P. (2009). *En su libro Contabilidad General, argumenta:*
“Los Estados Financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa.”

Bravo, M. (2009). *En su libro de Contabilidad General, dice:*
“Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”.

También se conocen como estados contables o informes, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

2.8.15 Balance General

Zapata, P. (2009). *En su libro Contabilidad General, argumenta:*
dice: “El Balance General es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.”

El balance general es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

2.8.16 Estado de Resultados

Sarmiento, R. (2008). *En su libro Contabilidad General, afirma:* “El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.

El Estado de Resultados, es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para obtener las operaciones efectuadas durante el periodo contable, lo cual sirve para medir el rendimiento económico de la empresa durante el periodo.

2.8.17 Flujo de caja

Córdova Padilla, M. (2011). *En su libro Formulación y Evaluación de Proyectos argumenta:* “Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto”.

El flujo de caja consiste en estimar las entradas salidas de dinero, durante la vida útil del proyecto como consecuencia de los ingresos recibidos y pagos realizados en la fase de funcionamiento de la empresa o unidad

ejecutora y, se dan por actividades de operación, de financiamiento y de inversión. También se dice que es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

2.9 Indicadores de evaluación financiera

2.9.1 Definición de indicadores financieros

Wikipedia. (12 de 07 de 2012). Indicadores Financieros. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; dice: “Índices estadísticos que muestran la evolución de las principales magnitudes de las empresas financieras, comerciales e industriales a través del tiempo. Dentro de los más importantes se pueden citar los siguientes: Razones de Ingresos por Ventas, Indicador de liquidez más común que se utiliza para medir el margen de seguridad que la empresa debe mantener para cubrir las fluctuaciones de su flujo de efectivo, como resultado de las operaciones de activo y pasivo que realiza.”

El análisis de los índices financieros, permite tomar decisiones de los negocios en la empresa.

2.9.2 Valor Actual Neto

Wikipedia. (20 de 07 de 2012). Valor Actual Neto. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; conceptúa: “El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto (en inglés Net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés NPV), es un

procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.”

Gabilos. (20 de 07 de 2012). Valor Actual Neto. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; dice: *”El VAN es un método de valoración de inversiones en la que partimos de la rentabilidad mínima que queremos obtener. Con esta rentabilidad mínima calcularemos el valor actualizado de los flujos de caja (diferencia entre cobros y pagos) de la operación. Si es mayor que el desembolso inicial la inversión es aceptable”.*

Es un indicador que ayuda a determinar si el proyecto es rentable o no, es el que actualiza a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés, y compara con el importe inicial de la inversión, lo que permite determinar al día de hoy los valores en efectivo; esto lo muestra mediante términos monetarios que deben exceder a la rentabilidad deseada después de que se recupere la inversión. Si el valor actual neto de una inversión es positivo la inversión debe aceptarse, y si el resultado es negativo debe rechazarse.

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

2.9.3 Tasa Interna de Retorno

Sapag Chain, N. & Sapag Chain, R. (2008). En su libro *Preparación y Evaluación de Proyectos*, sostiene: *“La TIR evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por*

periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsados expresados en moneda actual”.

Sirve para identificar la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, permite dar a conocer la factibilidad de un proyecto, pues evalúa si un proyecto de inversión cualquiera es rentable o no. Utiliza dos tasas de redescuento arbitrarias que permita conseguir un VAN negativo y un positivo. Esto posibilitara obtener una tasa interna de retorno.

$$\mathbf{TIR} = t_i + (t_s - t_i) \left(\frac{VAN_{t_i}}{VAN_{t_s} - VAN_{t_i}} \right)$$

Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

2.9.4 Costo Beneficio

Sapag Chain, N. & Sapag Chain, R. (2008). En su libro Preparación y Evaluación de Proyectos, dice: “El análisis costo-beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto; este método es aplicado a toda clase de proyectos como obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y económicas.

2.9.5 Periodo de recuperación de la inversión

Pymesfuturo. (15 de 07 de 2012). Periodo de recuperación del a inversión. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com>; afirma: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.”

Sirve para realizar un cálculo para determinar el tiempo o plazo en el cual será posible recuperar el valor de la inversión teniendo como base los flujos de efectivo esperados.

Es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

2.9.6 Punto de equilibrio

Chiliquina, M. (2007). En su libro Costos, manifiesta: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”

El punto de equilibrio permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, esto es la relación entre ingresos y costos totales. Esta dado cuando los beneficios son igual a cero, esto significa que el margen de contribución (MC) solo está destinado para absorber los Costos Fijos, lo que queda bajo el punto de equilibrio significa pérdida y lo que queda sobre él ganancias.

2.10 Administración

Koontz, H., & Wenrich, H. (2008). *En su libro Administración una perspectiva global, definen:* “La administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que los individuos, trabajando en grupos de manera eficiente, alcancen objetivos seleccionados”.

Chiliquina, M. (2007). *En su libro Costos, expone:* “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios a razonables para los consumidores con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”

La administración es el proceso mediante el cual que permite planear, organizar, integrar al personal, dirigir y controlar los recursos, para diseñar un ambiente en el que los individuos desarrollen sus actividades en equipo y de forma coordinada de manera eficiente con el fin de alcanzar los objetivos.

2.10.1 Características de la administración

La administración posee ciertas características que permiten diferenciar de otras disciplinas, siendo las siguientes:

2.10.1.1 Universalidad

Existe en cualquier grupo social y es susceptible de aplicarse lo mismo en una empresa industrial que en el ejército, hospital, etc.

2.10.1.2 Valor instrumental

Como su finalidad es eminentemente práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma.

2.10.1.3 Unidad temporal

La administración es un proceso dinámico en el que todas sus partes existen simultáneamente. Amplitud de ejercicio: se aplica en todos los niveles o subsistemas de una organización formal.

2.10.1.4 Especificidad

Aunque se auxilia de otras ciencias, tiene características propias que le dan un carácter específico, por lo que no puede confundirse con otras disciplinas afines.

2.10.1.5 Interdisciplinariedad

La administración se apoya de las ciencias sociales y es a fin a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia del trabajo.

2.11 Organización

Koontz, H., & Wenrich, H. (2008). *En su libro Administración una perspectiva global, 2008; definen:* “La organización, es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa.”

La organización es un proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad, los recursos entre los miembros de la organización, de tal manera que estos puedan cumplir los objetivos y las metas planificadas.

2.11.1 Organigramas

2.11.1.1 Definición de organigramas

Wikipedia. (25 de 07 de 2012). *Organigramas. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>; afirma:* “Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría”

Constituye aquel instrumento que permite representar gráficamente los distintos componentes de la organización, de su distribución y de su orden. Son de suma importancia y utilidad para *empresas*, entidades productivas, comerciales, administrativas, políticas, etc., y todos aquellos que participan en su diseño y elaboración deben conocer cuáles son los diferentes tipos de organigramas y qué características tiene cada uno de ellos.

2.11.1.2 Organigrama lineal

Este tipo de organigrama ubica a la máxima autoridad en la parte superior de la cual se desprenden los diferentes niveles de jerarquía, hasta llegar al menor, ubicado en la parte inferior. La autoridad se trasmite de arriba hacia abajo, en tanto que la responsabilidad va de abajo hacia arriba. En este tipo de organización, cada persona tiene un jefe al que debe responder.

2.11.1.3 Organigrama funcional

Se caracteriza porque divide la organización por funciones típicas como: personal, finanzas, producción, ingeniería, entre otros, donde cada trabajador responde a varios de jefes según la especialidad o función, y no a uno solo como en la organización militar. Es recomendable para aquellas empresas que presentan condiciones interna y externa muy estables.

2.12 Mercadotecnia

Wikipedia. (20 de 07 de 2012). Mercadotecnia. Obtenido de <http://wikipedia.org>; dice: “Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. [También se le ha definido como el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.”

La mercadotecnia es un proceso administrativo, el cual involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc., con el fin de satisfacer las necesidades de la colectividad.

2.13 Impactos

Jácome V, W. (2005). En su libro Bases Teóricas y prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos, afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

Los impactos determinan los posibles efectos o consecuencias hacia el futuro, si se pone en ejecución el proyecto, los mismos que pueden ser positivos o negativos; los impactos reales se determinarán sólo cuando el proyecto esté en funcionamiento o dentro de un lapso de tiempo determinado.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

Al hablar de turismo comunitario, se habla de un concepto diferente y novedoso de hacer turismo, se puede ver desde el punto de vista intercultural, tradicional y creencias. Además, permite a los turistas o visitantes conocer sus costumbres, forma de vida, conocimientos, historias, entre otros.

El turismo comunitario integra aspectos importantes y se enfoca en su desarrollo, pues es importante la participación de la población local en todas las etapas del proceso, con el fin de realizar una actividad económica donde se mueva los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los turistas, el mismo que será ejecutado dentro de los parámetros de respeto al medio ambiente y su biodiversidad así como la identidad cultural y sus tradiciones; todo este proceso ayudará a tener ingresos para la comunidad los mismos que serán invertidos en planes y proyectos de desarrollo.

Actualmente, el turismo comunitario se demanda como una alternativa económica, pero se inserta en los principios del desarrollo ecológico sustentable, ya que debe integrar de manera armoniosa y coherente tres aspectos fundamentales como son:

- a. La conservación del paisaje y los recursos naturales
- b. La participación integral de los miembros de la comunidad y el fortalecimiento de la identidad cultural
- c. Los recursos económicos derivados de este tipo de actividad turística deben ser invertidos en proyectos comunitarios para su desarrollo.

Hoy en día este tipo de turismo es una actividad en crecimiento constante, pues varias organizaciones no gubernamentales así como el Estado, impulsan y apoyan este tipo de actividad en todos los sectores ya sea urbano o rural.

También la recreación y el esparcimiento en áreas naturales, lugares tranquilos, en la actualidad es considerada como una de las necesidades básicas para el ser humano. De esta necesidad el Centro Turístico aprovechará y optimizará los recursos existentes y disponibles en el área de influencia del proyecto mediante el uso de tecnología eficiente y con algunas mejoras, integrando diferentes actividades de manera sistemática, de igual forma, la combinación con rubros como la práctica deportiva, la coexistencia en familia, la gastronomía beneficiarán el convivir comunitario y su desarrollo.

Por otro lado, la economía referente al sector de la agricultura y la ganadería es la base primordial para la gente de la comunidad de Carrera, porque son sus principales fuentes de ingreso con las que cuenta para el desarrollo de cada una de las familias.

Además la comunidad está impulsando el desarrollo en cuanto a pequeñas empresas como un centro de acopio para la leche y otra para los cereales, este emprendimiento va a favorecer a la comunidad en cuanto a su desarrollo ya que su rentabilidad será reinvertido en

proyectos comunitarios, lo cual también contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

La ciudad de Cayambe cuenta con diferentes y variados atractivos turísticos, los mismos que son de gran importancia para el aporte de la economía del cantón, cuenta con comunidades que son consideradas como unidades de interés turístico, lo que se presenta como una oportunidad ya que la comunidad de Carrera sea también considerada como un lugar turístico.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

Con el desarrollo de este capítulo se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- a) Conocer las preferencias de los tipos de servicios turísticos de los clientes.
- b) Determinar la oferta de servicios de turismo comunitario en el sector.
- c) Realizar un análisis de la demanda de servicios turísticos comunitarios.
- d) Determinar los precios de los diferentes servicios turísticos.
- e) Determinar la forma de llegar con los servicios turísticos al consumidor final.
- f) Fijar el tipo de publicidad que se va utilizar para dar a conocer el centro turístico.

3.3. Matriz de relación

Cuadro N° 8
Matriz de relación

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO
Conocer las preferencias de los tipos de servicios turísticos de los clientes	Servicios Turísticos	Cultura Ideología	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
Determinar la oferta de los servicios de turismo comunitario en el sector	Oferta	Servicios Extracto Social Preferencias y gustos	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
Realizar un análisis de la demanda de servicios turísticos comunitarios	Demanda	Calidad Diversidad Singularidad	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
Determinar los precios de los diferentes servicios turísticos	Precio	Costos y gastos Extracto social Estrategias de venta	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
Determinar la forma de llegar con los servicios turísticos al consumidor final.	Servicios Turísticos	Estrategias de marketing	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
Fijar el tipo de publicidad que se va a utilizar para dar a conocer el centro turístico	Publicidad	Medios de comunicación Promociones	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros

FUENTE: Análisis de mercado

ELABORADO POR: La Autora

3.4. Estructura y segmento de mercado

3.4.1 Segmentación del Mercado

La segmentación del mercado para la empresa se ha efectuado en función de los niveles de ingresos quedando determinados los estratos altos y medios-altos de acuerdo a las características de los servicios y los costos que se presentan.

También es importante señalar que los servicios turísticos que pretende ofrecer la empresa están dirigidos no solamente al mercado nacional sino también al mercado internacional, ya que nuestro país y la provincia de Pichincha cuenta con una gran cantidad de afluencia de turistas extranjeros, que son quienes más gustan las actividades referentes al campo y que hacen relación con el turismo comunitario en el sector rural.

Cuadro N° 9
Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN		CRITERIO
GEOGRAFÍA	Región	Sierra
	Provincia	Pichincha
	Cantón	Cayambe
	Sector	Comunidad Carrera
DEMOGRAFÍA	Edad	De 8 años en adelante
	Género	Masculino y Femenino
CONDUCTA	Actividad	Turismo Comunitario
NIVEL SOCIO-ECONÓMICO	Estrato social	Medio- alto
		Alto

FUENTE: Datos de la Cámara de Turismo de Cayambe

ELABORADO POR: La Autora

3.4.2 Mercado Meta

Para llegar al mercado meta es necesario tener objetivos, estrategias y un plan de actividades claramente definidos, con el fin de alcanzar las metas propuestas. La relación entre la comunidad local y el centro turístico puede ser un elemento importante de la estrategia, incluido el acuerdo sobre el precio de alojamiento y los demás servicios que pretende ofrecer el centro.

El mercado meta al que aspira la empresa, puede ser tanto el mercado interno como el externo o internacional. La afluencia del turismo dependerá del tipo de servicio que se brinde a las personas, siendo indispensable la atención al cliente, que es un factor importante para la imagen de cualquier empresa.

3.4.3 Fórmula de la Muestra

Para el presente estudio, como la población es mayor a 30 personas, se realiza utiliza la técnica del muestreo empleando para eso el uso de la siguiente fórmula que se explica a continuación:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z²= nivel de confianza del 95%(1,96)

δ²= varianza de la población 0,5

N= universo o población que se estudia

E= Error del 5%

3.4.4 Cálculo de la Muestra

La ciudad de Cayambe en el año 2012 recibió 24567 turistas, se calcula la muestra.

Se trabajará con un intervalo de confianza del 95%, una varianza del 0.50 para cuyo cálculo se emplea un error muestral del 5%, con estos datos se procede a elaborar el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96^2) * (0,5^2) * 24567}{0,05^2(24567-1) + (1,96^2) * (0,5^2)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 24567}{0,0025(24566) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{23594,15}{62,38}$$

$$n = 378,26 \quad = 379 \text{ encuestas}$$

3.4.5 Instrumento de Recopilación de Datos

Para la recopilación de los datos se utilizó la encuesta, ya que es una herramienta fácil de manejar al momento de obtener datos específicos del mercado meta.

Adicional a la encuesta se realizó una entrevista a los propietarios de hosterías existentes en el cantón, con el fin de obtener datos referenciales respecto a la oferta. También se recurrió a información secundaria procesada en las estadísticas del departamento de Turismo del cantón Cayambe.

3.4.6 Análisis de la información obtenida de las Encuestas

Se aplicó las encuestas a hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 hasta los 45 años de estratos sociales medios – altos y altos, teniendo como resultado lo siguiente:

1. ¿Se interesa usted por la actividad turística?

Cuadro N° 10
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Si	313	82,59
No	66	17,41
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Se concluye que 82,59% de los encuestados se muestran interesados por la actividad turística, lo que significa que a la mayoría les atrae esta actividad.

2. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

Cuadro N° 11
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Naturales	299	78,89
Históricos	27	7,12
Museos	34	8,97
Arquitectónicos	4	1,06
Otros	15	3,96
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Del total de encuestados, a la mayoría le atrae actividades turísticas naturales, seguido por el 8,97% quienes prefieren los museos, un 7,12% prefiere turismo histórico y un porcentaje mínimo otros tipos de actividades turísticas.

3. ¿Conoce usted acerca del turismo comunitario?

Cuadro N° 12
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Si	42	11,08
No	337	88,92
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Se deduce que el 88,92% que corresponde a la mayoría de los encuestados mencionó que no conocen del turismo comunitario, solo el 11,08% menciona que tienen conocimiento acerca del turismo comunitario.

4. ¿Conoce usted algún centro turístico comunitario en el cantón?

Cuadro N° 13
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Si	0	-
No	379	100,00
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: La totalidad de los encuestados mencionaron que no conocen ningún centro turístico comunitario dentro del cantón Cayambe.

5. ¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y de los servicios de un centro turístico comunitario?

Cuadro N° 14
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Si	309	81,53
No	70	18,47
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: El resultado obtenido es que la mayoría está dispuesta a hacer uso de las instalaciones y los servicios que prestaría un centro turístico comunitario, lo que significa que este proyecto tendrá gran acogida.

6. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se ofrezca en el centro turístico?

Cuadro N° 15
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Restaurante	120	31,66
Alojamiento	147	38,79
Recreación	52	13,72
Actividad Cultural	54	14,25
Otros	6	1,58
TOTAL	379	100,00

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Las preferencias de clientes en cuanto a servicios se refiere, los más relevantes son alojamiento y restaurante, seguido por la actividad cultural y la recreación; todas las variables tienen un porcentaje considerable, pues se considera que son importantes para que la actividad turística se dé.

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios?

Cuadro N° 16
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Restaurante		-
Platos a la carta		-
8,00	118	31,13
10,00	209	55,15
12,00	52	13,72
TOTAL	379	100,00
Almuerzos		-
6,00	130	34,30
8,00	231	60,95
10,00	18	4,75
TOTAL	379	100,00

Desayunos		-
4,00	139	36,68
6,00	218	57,52
8,00	22	5,80
TOTAL	379	100,00
Alojamiento		-
25,00	289	76,25
30,00	64	16,89
35,00	26	6,86
TOTAL	379	100,00
Recreación		-
12,00	296	78,10
15,00	56	14,78
18,00	27	7,12
TOTAL	379	100,00
Actividad Cultural		-
10,00	17	4,49
12,00	44	11,61
15,00	318	83,91
TOTAL	379	100

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Del análisis de la encuesta se pudo determinar que los precios que mayor aceptación tuvieron en los diferentes servicios, son los siguientes:

Restaurante:

✓ Platos a la carta: \$10,00

✓ Almuerzos: \$8,00

✓ Desayuno: \$6,00

Alojamiento: \$25,00

Recreación \$12,00

Actividad Cultural \$15,00

8. ¿Con qué frecuencia visitaría usted este lugar?

Cuadro N° 17
Resultado de encuestas

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
Fines de semana	293	77,31
Feriatos	62	16,36
Una vez al mes	12	3,17
Una vez al año	7	1,85
Nunca	5	1,32
TOTAL	379	100

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: Luego de haber aplicado las encuestas, se concluye que la mayoría visitaría el lugar los fines de semana, al igual que un porcentaje considerable cuando sean feriatos.

9. ¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del servicio?

Cuadro N° 18
Resultado de encuesta

PARAMETRO	FRECUENCIA	%
TV	96	25,33
Radio	26	6,86
Vallas	5	1,32
Propaganda	7	1,85
Internet	216	56,99
Volantes	17	4,49
Otros	12	3,17
TOTAL	379	100

FUENTE: Encuesta a turistas

ELABORADO POR: La Autora

Análisis: En cuanto a difundir este centro turístico, lo consumidores marcan claramente sus preferencias, más de la mitad de los encuestados prefieren informarse a través del internet, pues es uno de los medios de

comunicación que actualmente tiene gran acogida; seguido por un buen porcentaje que prefiere la televisión, y un mínimo porcentaje prefiere aún otros medios como vallas, radio, propaganda, volantes y otros.

3.5 Identificación del Servicio

a) Servicio de Alojamiento

El centro prestará el servicio de alojamiento, con un ambiente acogedor, pues serán habitaciones con construcción rústica haciendo referencia al medio en el cual se encuentra ubicado, cómodas, amplias y decentadas con muebles confortables, baño privado, TV cable, DVD, rodeada de un ambiente natural donde el cliente se encuentre satisfecho con el servicio brindado.

b) Servicio de Restaurante

El centro contará con un servicio de restaurante, con una variedad de menús de platos tradicionales, nacionales e internacionales, elaborados con productos de calidad y nutritivos que contengan una dieta balanceada y apta para el consumo humano.

Se contará también con un área para bar cafetería, el mismo que será para turistas y también para las personas de la comunidad misma y sus alrededores si así lo desean.

Los alimentos que se preparen serán con productos de calidad, saludables y con el respectivo contenido nutricional.

c) Sala de Conferencias

Se contará con una sala cómoda y adecuada con todos los instrumentos e implementos necesarios para que se pueda realizar conferencias, capacitaciones, reuniones, entre otros.

d) Exposición Cultural

Se tendrá una tarde en el que se exponga la cultura y tradición viva de la comunidad, donde habrá danzas, música folklórica, exposición de la historia de la comunidad, leyendas, platos típicos del sector, entre otros; lo que permitirá una convivencia entre diferentes culturas y tradiciones (turistas y gente de la comunidad)

e) Recreación

Las actividades de recreación comprenden las caminatas por la comunidad, paseos en bicicleta, visita al sector moras adentrándose a sus parajes naturales, apreciación de la cultura, tradiciones y otras actividades como pueden ser las convivencias con familias y participación en actividades comunitarias.

Para estas actividades, en caso de ser necesario se contará con guías de la comunidad quienes puedan compartir vivencias, dar a conocer historias de la comunidad, en general brinden información y compartan conocimientos requeridos por los turistas.

f) Servicio de Internet

Debido al constante cambio y avances tecnológicos, no puede faltar este servicio ya que actualmente el internet es considerado como una herramienta de comunicación; por esto el centro contará con una sala de internet en la que los turistas podrán hacer usos de este servicio.

g) Servicios complementarios

El centro contará con venta de diferentes productos artesanales elaborados por las personas de la comunidad, especialmente en tejidos y costuras como ropa típica de la comunidad, bufandas, bolsos, gorros, entre otros, que serán expuestos a los turistas. Además se contará con todos los servicios básicos así como con servicios higiénicos, lavandería, estacionamiento, entre otros, que brindará mayor confort y comodidad a sus visitantes.

3.6 Identificación de la oferta

La planta turística, es el primer motor de desarrollo de la actividad turística en el cantón. De los catastros registrados en la Dirección de turismo se desprende que la planta que posee el cantón, representa el 0,88 % del total de establecimientos en el país.

De estos establecimientos ninguno corresponde al área rural y peor aun de actividad turística comunitaria. Se aspira que con el reglamento en vigencia para registros de servicios turísticos comunitarios se potencialice esta actividad en función de los atractivos que ellos poseen.

El 55 % de los servicios turísticos representa a los de alimentos y bebidas, seguido por el de alojamiento con un 15,3 %.

A continuación se presenta la oferta que el cantón posee:

Cuadro N° 19
Establecimientos de alimentación

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	MESAS	PLAZAS	CATEGORÍA (número)						TOTAL
	(NUMERO)	(NUMERO)	(SILLAS)	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	OTROS	
RESTAURANTE	76	774	3096		2	12	25	37		76
CAFETERÍA	22	166	664			3	17	2		22
FUENTE DE SODA	19	106	424				196			196
BAR	21	187	748			7	14			21
DISCOTECA	1	19	116			1				1
SALA DE BAILE	1	20	80			1				1
OTROS SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	5	208	832		2	3				5
TOTAL	145	1480	5960	0	4	27	252	39	0	322

FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GADMC

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 20
Establecimientos de alojamiento

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS	CATEGORIA					TOTAL
	(NUMERO)	(NUMERO)	CAMAS	(número)					
				LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	
HOSTALES	3	49	127			2	1		3
HOSTALES RESIDENCIALES	3	41	76			1	2		3
HOSTERIAS	3	59	169		3				3
CABAÑAS	1	10	20			1			1
PENSIONES	7	68	165		1	2	4		7
MOTELES	1	10	20			1			1
APARTAMENTOS TURISTICOS									0
**OTROS REFUGIOS	1	1	16				1		1
TOTAL	19	238	593	0	4	7	8	0	19

FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GADMC

ELABORADO POR: La Autora

Los centros que sobresalen por su importancia, categoría y características similares a las del proyecto en estudio son:

Centro de Desarrollo Turístico Comunitario Tránsito Amaguaña

Pertenece a la Comunidad de La Chimba, está construida en una hacienda cuyas características son similares a las instalaciones en estudio; actualmente funciona como Centro de Información turística, sin embargo tienen proyectado a futuro implementar un centro de turismo con oferta de pesca deportiva, cabalgatas, restaurante.

Hostería Guachalá

Pertenece al Ing. Diego Bonifaz ubicado en Guachalá, construcción en hacienda con características similares a la hacienda en estudio; tiene como ventaja que se encuentra posicionado en el mercado nacional y extranjero, trabaja con una agencia de viaje, cuenta con servicios de alojamiento, restaurante, cabalgatas, guías turísticos, museo, piscina. Sus servicios están proyectados a clase alta.

Hostería Jatun Huasi

Se encuentra ubicado en la ciudad de Cayambe en la panamericana Norte vía a Otavalo, pertenece a la Ing. Víctor Hugo Guerrero. La construcción tiene una combinación moderna con adornos ancestrales, su ventaja es que se encuentra en la urbe de la ciudad y se encuentra posicionado en el mercado y acoge en su centro a turistas nacionales y extranjeros; cuenta con servicio de restaurante, diversión, alojamiento, entre otros, sus consumidores son de clase alta.

Hostería Mitad del Mundo

Se encuentra ubicado en el cantón Cayambe, en la Av. Natalia Jarrín en la panamericana, su propietaria es la Señora Elsa Tandayamo. Su construcción es moderna, cuenta con servicio de alojamiento, restaurante, piscina, sauna, turco e hidromasaje, además cuenta con una sala de recepciones y eventos; se encuentra enfocado a clase alta. Tiene como ventaja el reconocimiento en el mercado.

Ahora, una ventaja para la nueva unidad productiva es que no sólo está enfocado a la clase alta sino también a la clase media-alta, la propuesta de servicios son similares a los de la competencia; como desventaja es que se encuentra en una comunidad alejado de la urbe y es una nueva unidad productiva que va requerir de tiempo y esfuerzo para que se posicione en el mercado.

3.7 Proyección de la Oferta

Detalle de los Catastros, Cayambe está en capacidad de brindar servicio de alojamiento a 16945 personas al año, tomando en cuenta los centros de alojamiento de primer orden.

Según datos proporcionados en el Cámara de turismo de Cayambe, el crecimiento de la oferta es muy baja, no existe una promoción adecuada, apenas es el 0.88% anual, se tomará este dato para proyectar la oferta.

A continuación se procede a proyectar la oferta futura para los próximos 5 años que es la vida de proyecto, utilizando la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n = Oferta futura

C_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Cuadro N° 21
Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA $C_n = (1+i)^n$
0	16945
1	17.094
2	17.245
3	17.396
4	17.549
5	17.704

FUENTE: Cámara de Turismo MC

ELABORADO POR: La Autora

3.8 Análisis de la Demanda

La demanda se refiere a la cantidad de servicios que el mercado requiere para satisfacer sus necesidades a cambio de un precio determinado. Para realizar la investigación y establecer el mercado consumidor se ha basado en los datos históricos con referencia a la demanda existente en la ciudad de Cayambe.

La demanda de servicios recreacionales y de entretenimiento en la actualidad es de gran importancia, ya que esta actividad ocupa un lugar importante en la contribución de divisas al país.

3.9 Proyección de la Demanda

Para el análisis de la demanda, se toma como dato histórico la demanda de turistas que tuvo el cantón Cayambe durante los últimos 5 años:

Cuadro N° 22
Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA HISTORICA	(Cn/co)-1
2008	21987	-
2009	22746	0,03
2010	23234	0,02
2011	23958	0,03
2012	24567	0,03
TOTAL	Σi	0,11

FUENTE: Cámara de Turismo MC

ELABORADO POR: La Autora

$$\Sigma i / n = 0,11/5 = 0,023 = 2,23\%$$

A continuación se procede a proyectar la demanda futura para los próximos 5 años que se considera es la vida de proyecto, utilizando la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n = Consumo futuro

C_o = Consumo determinado para el año actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año proyectado

Cuadro N° 23
Proyección de la demanda

AÑOS	DEMANDA $C_n = (1+i)^n$
0	24.567
1	25.120
2	25.686
3	26.264
4	26.855
5	27.459

FUENTE: Cámara de Turismo MC

ELABORADO POR: La Autora

3.10 Demanda Insatisfecha

Es la diferencia entre oferta y demanda. De esta manera, en el siguiente cuadro se presenta un balance entre la oferta y la demanda para los próximos 5 años y se calcula la demanda insatisfecha.

Cuadro N° 24
Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D I
1	25.120	17.094	8.026
2	25.686	17.245	8.441
3	26.264	17.396	8.867
4	26.855	17.549	9.306
5	27.459	17.704	9.756

FUENTE: Cámara de Turismo MC

ELABORADO POR: La Autora

Del cuadro precedente se concluye que para el año 2017 existirá una demanda insatisfecha de 9756 turistas si la oferta crece a este bajo porcentaje.

3.11 Proyección de precios

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos. Es uno de los elementos más flexibles, se puede modificar rápidamente.

Según las investigaciones realizadas en el centro turístico de Guachalá el precio por alojamiento oscila de 64 dólares a 120 dólares dependiendo del tipo de habitaciones, la alimentación de un día entre 10 y 20 dólares y los servicios recreacionales de 10 dólares en adelante cada hora; lo que significa que un día de turismo incluyendo el hospedaje de un noche se calcula un promedio de 100 a 150 dólares como mínimo.

Se presenta el siguiente cuadro donde se muestra el incremento del 5% anual de los turistas, empezando el año uno con el 65% del total de turistas que el centro está en capacidad de recibir, culminando el año cinco con el 85%, esto en cuenta a alojamiento y alimentación, en cambio

para recreación y actividad cultural se toma el 80% de la muestra para el servicio de alimentación.

Cuadro N° 25

Incremento de Turistas

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Alimentación	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Recreación	865	909	954	1.002	1.052
Actividad Cultural	865	909	954	1.002	1.052

FUENTE: Análisis de la Competencia

ELABORADO POR: La Autora

La proyección de precios se calcula con un incremento del 5% anual, tomando en consideración la competencia y los datos de las encuestas realizadas.

Cuadro N° 26

Proyección de precios

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Platos a la carta	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Almuerzos	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72
Desayunos	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
Alojamiento	28,00	29,40	30,87	32,41	34,03
Recreación	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
Actividad Cultural	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23
TOTAL	79,00	82,95	87,10	91,45	96,02

FUENTE: Análisis de la Competencia

ELABORADO POR: La Autora

Para ofertar los servicios la comercialización será de forma directa hacia los turistas, para lo cual los medios de publicidad y difusión serán a través del internet, la radio y la televisión que son los medios que prefieren los consumidores por agilidad y facilidad en la comunicación.

3.12 Conclusiones del Estudio

Con el estudio de mercado se llegó a las siguientes conclusiones:

- a.** Según las encuestas realizadas, los servicios que pretende ofrecer la nueva unidad productiva tiene acogida por parte de los turistas.

- b.** La nueva unidad turística tiene proyección a una gran acogida por los consumidores, la propuesta de los servicios turísticos que ofertará el centro es atractiva y novedosa, ya que según las investigaciones realizadas la actividad turística más demandada en Cayambe es la excursión que va relacionado a la utilización de espacios naturales o rurales, lo cual es una oportunidad para introducir este proyecto al mercado.

- c.** Los precios se proyectan de acuerdo a la competencia, con un promedio accesible para el nivel medio y medio alto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

Las variables determinantes del tamaño de un proyecto son:

- a.** La dimensión y características del mercado.
- b.** La tecnología del proceso productivo.
- c.** La disponibilidad de insumos y materia prima.
- d.** La localización.
- e.** Los costos de inversión y de operación.
- f.** El financiamiento del proyecto.

El centro estará en capacidad de recibir a 1664 turistas al año, esa será la capacidad de abastecimiento del centro, para lo cual se contará con 2 habitaciones individuales, de 2 habitaciones doble, 2 habitaciones triple y 1 habitación cuádruple.

Capacidad= 32 turistas por fin de semana *52 semanas= 1664 turistas al año.

Esto significa que el centro dispondrá de 16 camas para alojar a 16 turistas diarios, lo cual se multiplica por 2 días que tiene el fin de semana, se estima recibir 1664 turistas durante todo el año.

4.2 Localización del proyecto

La localización del proyecto comprende el estudio de la macro ubicación y el de la micro ubicación. El primero se refiere a la determinación de las zonas o regiones; mientras que el segundo complementa al primero, determinando el lugar donde convendrá erigir el proyecto; ya sea campo o ciudad.

4.2.1 Macro localización del proyecto

El proyecto en estudio se ubica en la Provincia de Pichincha, Cantón Cayambe, Parroquia Cangahua, Comunidad Carrera. El cantón Cayambe es conocido como una ciudad turística por sus tradiciones y culturas ancestrales y su gastronomía siendo lo más típico el queso de hoja, los biscochos y el manjar de leche; también cuenta con características importantes como:

- a)** El nevado Cayambe
- b)** Tradiciones y culturas ancestrales
- c)** Variedad de atractivos naturales
- d)** Ciudad que se dedica a la producción de rosas
- e)** Infraestructura vial adecuada
- f)** Infraestructura turística con diversos establecimientos
- g)** Ubicación geográfica en la mitad del mundo

- h) Pueblos milenarios
- i) Parajes naturales en diferentes comunidades
- j) Ruta de haciendas, entre otros.

Gráfico N° 2
MAPA DEL ECUADOR



FUENTE: www.idelvalle.com
REALIZADO POR: La Autora

4.2.1.1 Provincia de Pichincha

La provincia de Pichincha, se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica Sierra. La ciudad de Quito es su capital administrativa y es también la ciudad más poblada, se divide en 8 cantones.

La ciudad, fue declarada por la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad”, cuenta con una serie de tesoros coloniales, puestos de manifiesto principalmente en sus iglesias, conventos y museos entre los

que se destacan: San Francisco, La Compañía de Jesús, La Merced, San Agustín y Santo Domingo.

Tiene una gran variedad de atracciones como: la Ciudad Mitad del Mundo, el Santuario de El Quinche, Las Tolas de Cochasquí y la Caldera del Pululahua, se localizan en lugares cercanos a la capital ecuatoriana. Mientras que en los nevados y volcanes que circundan Quito, se practica el andinismo.

Existen fuentes termales y minerales en: Machachi, San Antonio, Alangasí, Cunuyacu, entre otras.

Importantes manifestaciones culturales se dan principalmente en Cayambe, Tabacundo, Sangolquí y el Quinche.

Gráfico N° 3
Mapa de Pichincha



FUENTE: www.virtualtours.com

REALIZADO POR: La Autora

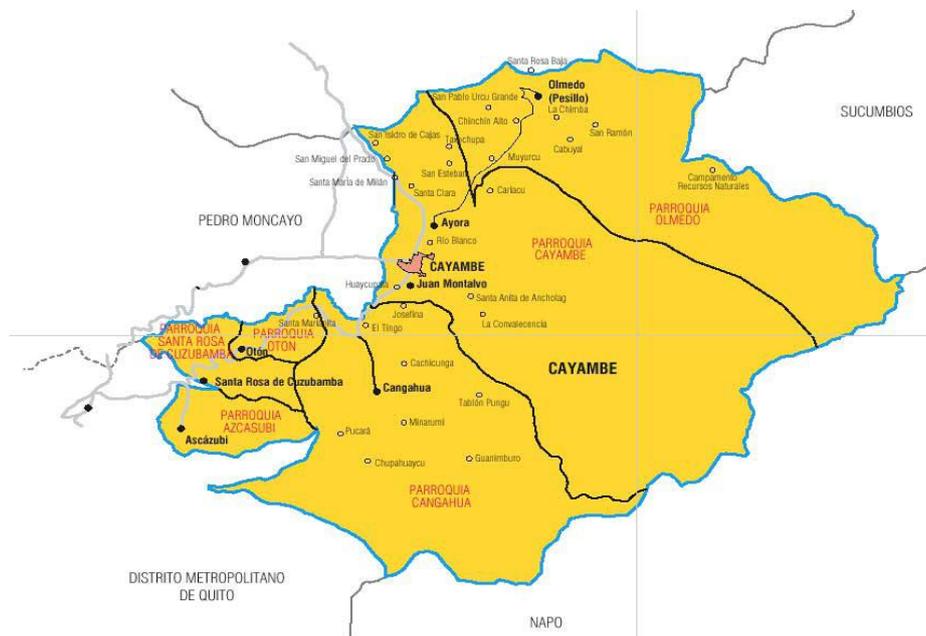
4.2.1.2 Cantón Cayambe

Es la Cabecera Cantonal del Cantón Cayambe, se llama San Pedro de Cayambe. Tiene una extensión de 1.350 km², con una población de

85744 habitantes (2011), siendo el 57.95 % población urbana y el 42.05 % población rural.

Limita al Norte: Provincia de Imbabura, el Distrito Metropolitano de Quito limita con el cantón al suroeste, la provincia de Napo al sureste, la provincia de Sucumbíos al este y el cantón Pedro Moncayo al oeste. Posee ocho parroquias dividiéndose de la siguiente manera: 3 Parroquias Urbanas: Cayambe, Ayora, Juan Montalvo; y 5 Parroquias Rurales: Ascázubi, Cangahua, Otón, Sta. Rosa de Cusubamba y Olmedo.

**Gráfico N° 4
Mapa de Cayambe**



FUENTE: www.turismocayambe.com

REALIZADO POR: La Autora

4.2.1.3 Parroquia Cangahua

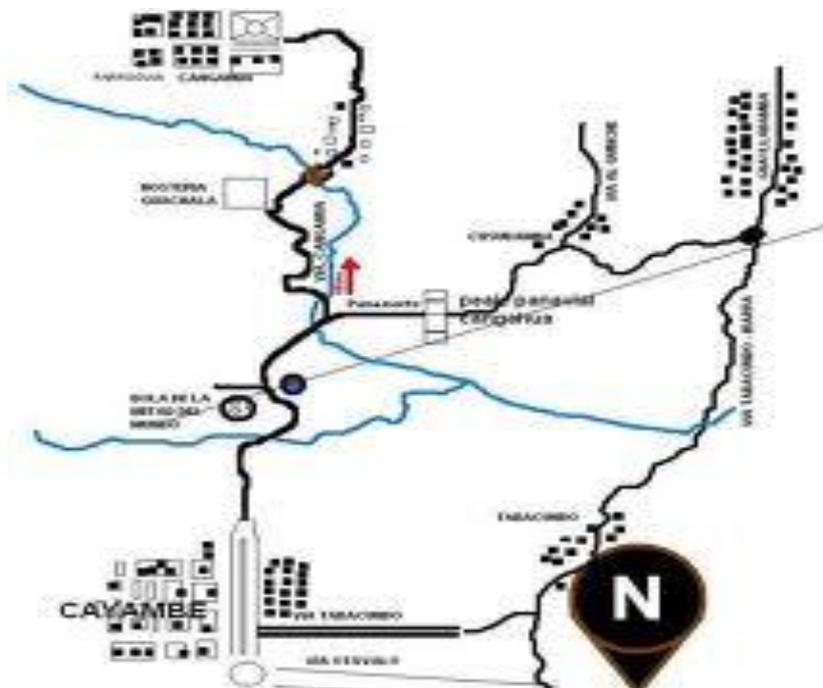
La Parroquia de Cangahua se encuentra ubicada en el Cantón Cayambe, a 86 km. (2 horas y 25 minutos) con relación a la ciudad de Quito. Posee una vía de primer orden, pavimentada, y a medida que se avanza se

puede observar la hermosura de sus paisajes y la belleza de sus maizales.

Esta parroquia se caracteriza por ser netamente agrícola y ganadera, existe también como fuente económica que brinda trabajo a los pobladores de esta zona, las empresas florícolas ubicadas en el sector de Guachalá. Como manifestaciones culturales, practican la danza en las diferentes comunidades, las artesanías en cuanto a tejido, bordados y confección de prendas de vestir.

Se consideran como lugares Turísticos La Iglesia Parroquial, Sitios Arqueológicos: Fortalezas de Pambamarca (sector Quitoloma), Gualimburo (en este sitio existe una cascada), Pucaraloma, Oroloma, entre otros, la Hostería Guachalá.

Gráfico N° 5
Mapa de Cangahua



FUENTE: www.cangahua2010.com

REALIZADO POR: La Autora

4.2.2 Micro localización del proyecto

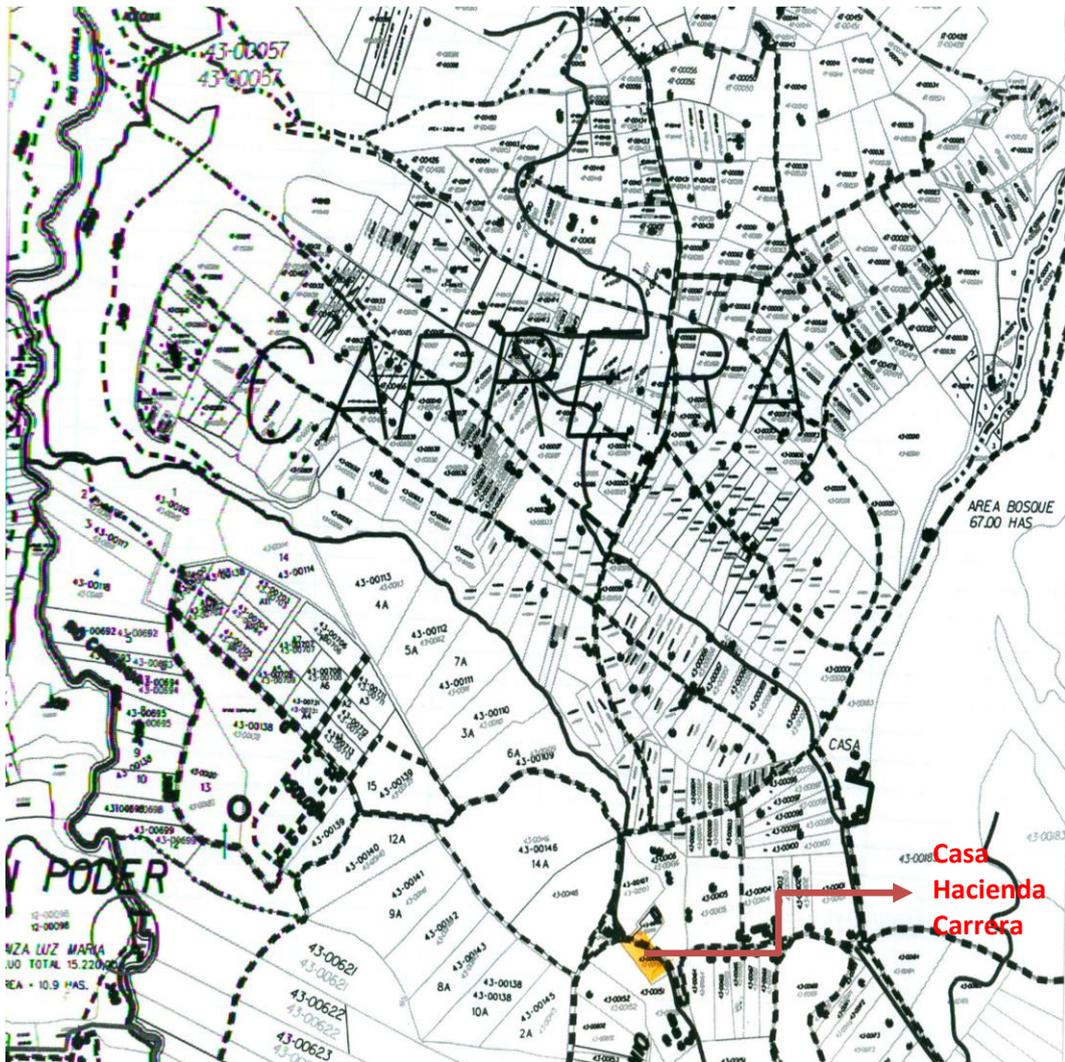
En esta parte se establece las condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se analiza factores importantes tales como:

- a.** Sector
- b.** Barrio
- c.** Obras de infraestructura
- d.** Vías de acceso
- e.** Transporte
- f.** Mano de obra

Para la microlocalización del presente proyecto, se determinó la factibilidad de ubicación la casa hacienda, la misma que se encuentra ubicada en la Comunidad Carrera, el sector Hacienda, a 1 km aproximadamente de la casa comunal.

El sitio donde se va implantar el proyecto es la comunidad Carrera, zona rural, lo cual permitirá un desarrollo eficiente y el buen trato de turistas ya que se encuentra libre de la contaminación del smok, contaminación auditiva que son los más conocidos en las ciudades, así como también de la congestión, con facilidades de acceder a servicios básicos necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Gráfica N° 6
Mapa de Carrera



FUENTE: Archivo de Avalúos y Catastros del Municipio de Cayambe
ELABORADO POR: La Autora

4.2.2.1 Obras de infraestructura

El lugar donde se va a desarrollar el centro turístico cuenta con los servicios básicos requeridos para el proyecto, en cuanto a obras de infraestructura se cuenta con casa comunal, agua potable, energía

eléctrica, cancha de fútbol, una unidad educativa, dispensario médico, que son los aspectos más sobresalientes.

4.2.2.2 Vías de acceso

En cuanto a las vías de acceso al centro turístico existen 2 vías, y son de carreteras de primer orden y tercer orden; la primera vía es la panamericana (de primer orden) hasta Cangahua y luego carretera empedrada (de tercer orden) cuyo recorrido es Cayambe, Cangahua, Carrera y regresa a Cayambe en U recorriendo las demás comunidades; la segunda vía es panamericana hasta la Bola y luego carretera empedrada cuyo recorrido es Cayambe, Cuniburo, Carrera, Larcachaca y viceversa.

4.2.2.3 Transporte

En lo relacionado a la movilización la comunidad Carrera cuenta con el servicio de dos cooperativas de transporte que son la cooperativas de transporte Cangahua cuyo recorrido es por el suroeste, y la Cooperativa de Transportes Mushuj Ñan que hace el recorrido por el noreste; el tiempo aproximado que se demoran es de 45 minutos y el costo del pasaje es de 0.50 centavos de dólar respectivamente.

4.2.2.4 Mano de obra

La comunidad Carrera y el cantón cuentan con mano de obra necesaria, ya que una buena parte de la población, en especial jóvenes, se encuentran realizando estudios secundarios y superiores.

4.3 Ingeniería del Proyecto

La afluencia turística por la zona del Cantón Cayambe ha aumentado según datos registrados de ingreso de turistas a la reserva ecológica Cayambe Coca (Ministerio del Medio Ambiente) puesto que se ha ido descubriendo las riquezas naturales que tiene esta zona y que pueden ser aprovechadas sustentablemente mostrando también la riqueza cultural que tiene, razón por la cual la comunidad Carrera ha tomado como alternativa para progresar a la actividad turística.

Arquitectura Ecológica Sostenible

La arquitectura ecológica sostenible para la elaboración del proyecto es imprescindible, ya que al ser un proyecto turístico debe causar el menor impacto posible con el fin de que las bellezas naturales y culturales que se encuentran cerca o lejos de la zona perduren durante muchos años más.

La arquitectura del proyecto se integra al paisaje, guarda en ella historia, cultura que tuvo este lugar, consume básicamente energía renovable, razón por la cual el proyecto da gran importancia a la sostenibilidad del lugar para que su funcionamiento perdure.

La arquitectura ecológica sostenible ya la posee ésta hacienda puesto que sus paredes son de adobe, el cimiento es de piedra y la cubierta es de teja, los cuales se encuentran en malas condiciones puesto que es una infraestructura muy antigua y no se le ha dado el debido cuidado; el proyecto plantea la restauración del lugar tratando de que vuelva a tener el aspecto que tenía en el siglo XVI,

El ahorro y consumo moderado de energía y reciclaje de basura son elementos que se toma en cuenta para que esto se produzca.

4.3.1 Procesos productivos

Son los pasos necesarios a seguir para brindar un servicio de calidad, acorde a las exigencias del mercado y a fin de lograr la satisfacción del cliente para de esta manera dar cumplimiento a la misión de la empresa.

4.3.3.1 Flujograma de procesos

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas.

Flujograma de servicio de recepción y alojamiento

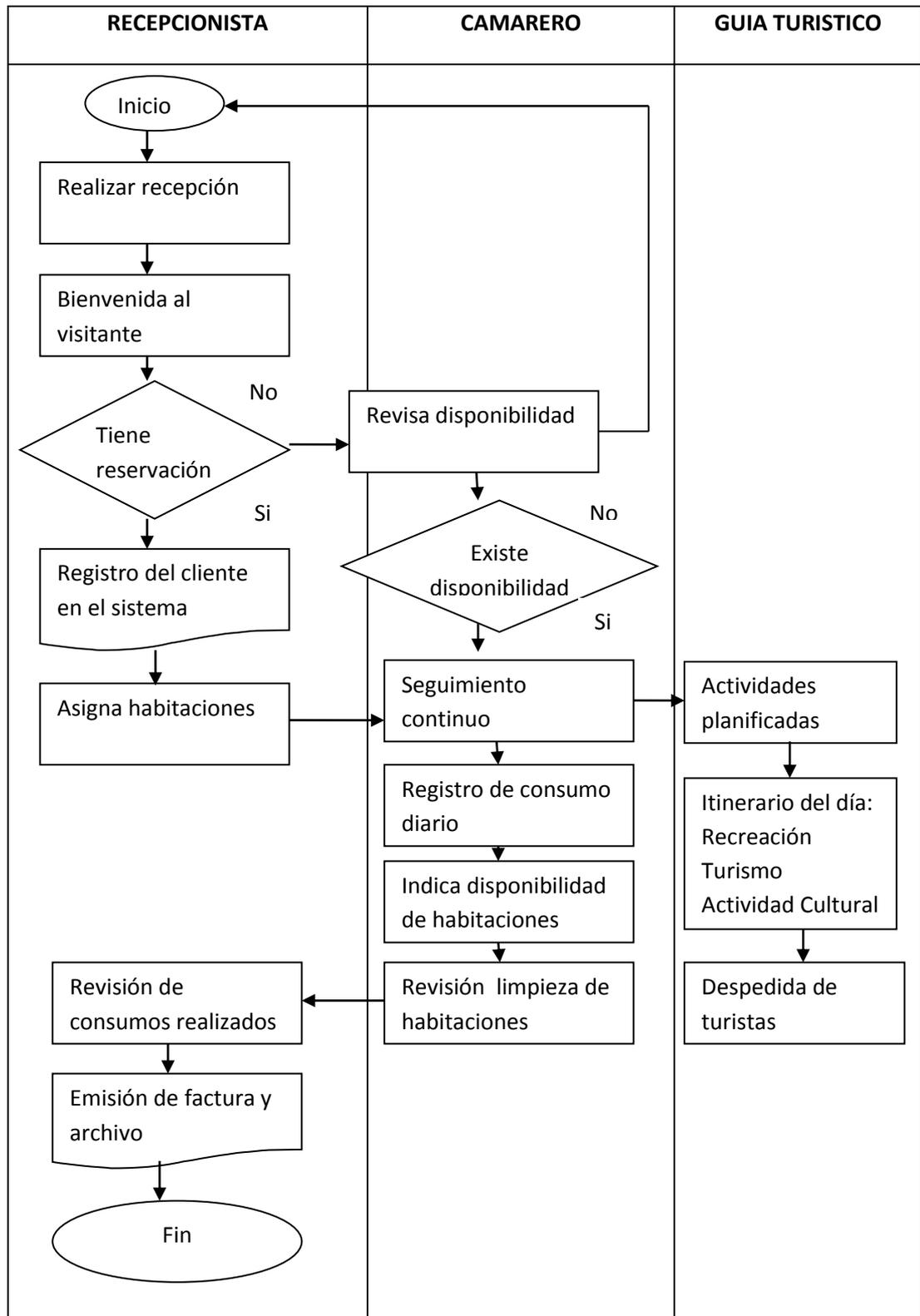
En este diagrama se presenta el proceso de recepción y alojamiento del turista que consiste en:

En la recepción se recibirá al turista y se dará la bienvenida, luego se verificará si tiene reservación o no; si tiene reservado las habitaciones se procede al registro y la asignación de las mismas; en caso de que no tenga reservación, el camarero revisa si hay o no disponibilidad de habitaciones y si las hay se procede al registro.

Durante la estancia del turista se realizará un seguimiento continuo con respecto a registros de consumos que realice el mismo; el guía turístico realizará las actividades planificadas que consta de turismo y recreación, luego de finalizado el día se procede al agradecimiento y despedida de los visitantes; antes de la salida de los mismos el recepcionista revisará el

consumo de los mismos y emitirá la factura correspondiente para el respectivo cobro.

Gráfico 7
Flujograma de Recepción y Alojamiento



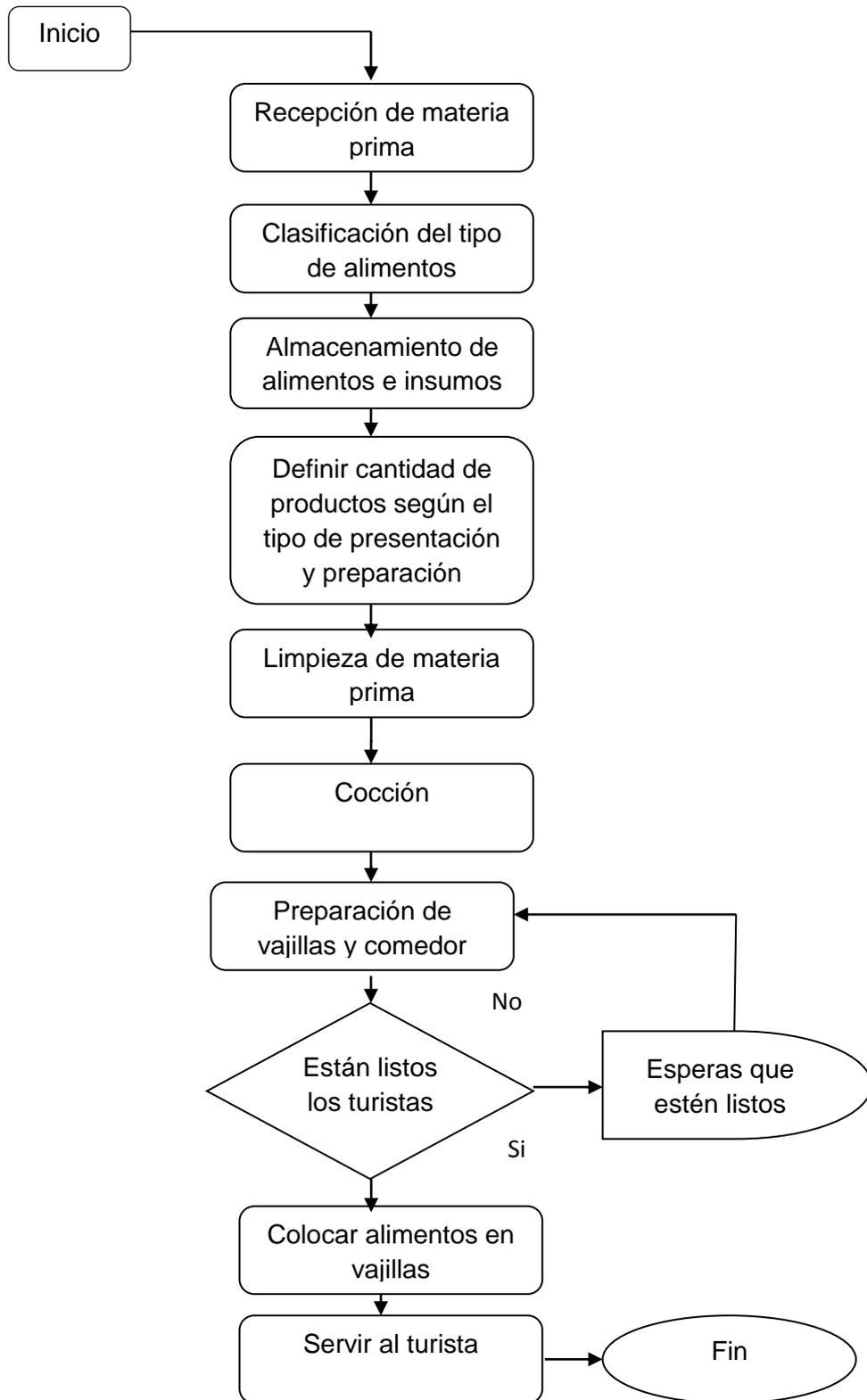
Flujograma de servicio de alimentación

El siguiente diagrama representa el proceso del servicio de restaurante que inicia desde la compra, al llegar a la planta se procede a la recepción de las materias primas, luego se procede a clasificar los diferentes tipos de productos para verificar si no hay daño alguno para luego ser almacenadas o guardadas en el lugar correspondiente.

Llegado el momento de la preparación, el siguiente paso es definir la cantidad de materias que se van a utilizar dependiendo del tipo de platillo que vaya a preparar, para luego realizar la limpieza y preparación y finalmente el proceso de cocción.

Una vez listo los diferentes tipos de platos se proceden a preparar las vajillas y si los visitantes están listos se coloca los alimentos en las vajillas y por último servir a los turistas.

Gráfico N° 8
Flujograma de Alimentación



4.3.2 Espacio Físico Requerido

El espacio físico ha sido diseñado minuciosamente, para aprovechar correctamente el lugar, evitando el daño en la decoración arquitectónica propia del lugar que pertenece a la época colonial.

El establecimiento ya tiene estructuradas ciertas áreas, las mismas que serán mejoradas tratando de conservar el diseño colonial, acogedor con los respectivos finos acabados. Este proyecto incorporará a la comunidad ya que su participación en esta es importante.

La Hacienda Carrera tiene 992 m² de construcción, 148m² de área verde lugar en donde se va implantar el proyecto de Centro Turístico.

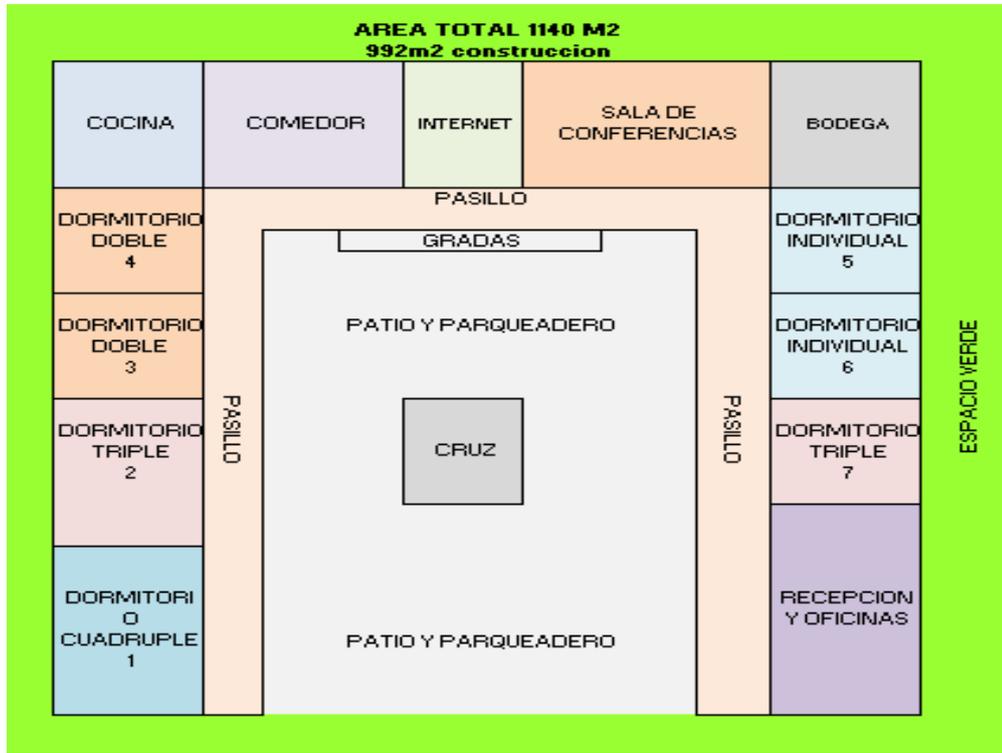
El proyecto tendrá las siguientes áreas:

- Entrada principal al Centro Turístico
- Área de Administración y Recepción
- Comedor y Cocina
- Hospedaje
- Área Social
- Comunidad Carrera
- Área de Recreación y Turismo

4.3.2.1 Distribución de planta

La planta se encuentra distribuida de la siguiente manera, se utilizará la misma construcción modificando algunos aspectos en la reconstrucción:

Gráfico N°9
Distribución actual de la Casa



FUENTE: Levantamiento de Plano de la Hacienda
ELABORADO POR: La Autora

4.4 Requerimiento de Muebles y Equipos

A continuación se detalla todos los muebles, enseres y equipos que son necesarios para las diferentes áreas.

4.4.1 Equipos de Oficina

Lo equipos aquí descritos son importantes y necesarios para realizar actividades administrativas los mismos que ayudan a que la empresa sea más efectiva en sus actividades.

Cuadro N° 27
Equipos de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
2	Escritorios	120,00	240,00
3	Sillas giratorias	75,00	225,00
2	Sillones	60,00	120,00
2	Mesas de computadora	70,00	140,00
1	Librero	70,00	70,00
1	Archivador	90,00	90,00
1	Teléfono inalámbrico	50,00	50,00
1	Mueble de recepción	90,00	90,00
3	Sillas Metálicas	25,00	75,00
Total			1.100,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.4.2 Equipos de Computación

Actualmente los sistemas computacionales son de suma importancia en todos los campos, por lo que hay que mantenerse al día con los nuevos adelantos en el campo de la computación.

Cuadro N° 28
Equipos de Computación

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
4	Computadoras Pentium 7	700,00	2.800,00
2	Impresoras Multifuncional	190,00	380,00
Total			3.180,00

FUENTE: Almacenes

ELABORADO POR: La Autora

4.4.3 Maquinaria y Equipo

Para brindar un buen servicio en el cuadro siguiente se detalla las maquinarias y equipos básicos con los que se contaría el centro para la prestación de servicios.

Cuadro N° 29
Maquinaria Y Equipos

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
8	Televisor de 29"	800,00	6.400,00
1	Equipo de sonido	700,00	700,00
50	Sillas plásticas	15,00	750,00
2	Mesas de centro	15,00	30,00
1	DVD	60,00	60,00
Total			7.940,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.4.4 Suministros de oficina

Para ofrecer un buen servicio a continuación se puntualiza los suministros de oficina básicos con los que se contaría en centro para la prestación de servicios.

Cuadro N° 30
Suministros de oficina

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
1	Fax	120,00	120,00
1	Calculadora	15,00	15,00
1	Sumadora	35,00	35,00
Total			170,00

FUENTE: Almacenes

ELABORADO POR: La Autora

4.4.5 Muebles de cocina y comedor

Los instrumentos y equipos que se detallan a continuación son de gran importancia para el desarrollo de la parte operativa de este centro en cuanto al servicio de alimentación se refiere.

Cuadro N° 31
Muebles de cocina y comedor

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
1	Moblar de cocina	450,00	450,00
6	Mesas de madera para 5	50,00	300,00
30	Sillas de madera colineal	20,00	600,00
3	Cuadros para el comedor	30,00	90,00
1	Cuadro para cocina	30,00	30,00
5	Lámparas decorativas	35,00	175,00
Total			1.645,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.4.6 Equipo de cocina y comedor

Para el equipamiento de la cocina y el comedor se requerirá los siguientes instrumentos con el fin de tener un ambiente adecuado y equipos necesarios.

Cuadro N° 32
Maquinaria y equipo de cocina y comedor

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
1	Extractor de olores	120,00	120,00
1	Cocina Industrial	800,00	800,00
1	Congelador	1.100,00	1.100,00
1	Licuadaora	120,00	120,00
1	Batidora	50,00	50,00
1	Freidora	200,00	200,00
1	Pica todo	25,00	25,00
1	Extractor de Jugo	15,00	15,00
1	Microondas	60,00	60,00
2	Cilindros de gas	40,00	80,00
Total			2.570,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.4.7 Menaje de cocina y comedor

El menaje de cocina y comedor tiene que ver con todos los instrumentos necesarios para el servicio al cliente, a continuación tenemos el siguiente requerimiento.

Cuadro N° 33
Menaje de cocina y comedor

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
3	Juego de vajilla de 12 piezas	110,00	330,00
7	Saleros	2,00	14,00
7	Azucareras	2,00	14,00
2	Destapador de vinos	3,50	7,00
2	Abre latas	1,50	3,00
8	Soperas	3,50	28,00
3	Cernidores	4,00	12,00
3	Sartenes	25,00	75,00
5	Espátulas para freír	12,00	60,00
7	Bandejas	12,00	84,00
5	Ollas Grandes	80,00	400,00

7	Ollas medianas	60,00	420,00
5	Ollas pequeñas	40,00	200,00
8	Ensaladeras	5,00	40,00
15	Jarras de vidrio	4,00	60,00
3	Juego de cuchillos	12,00	36,00
10	Servilleteros	2,50	25,00
5	Juegos de copas de vino /12	16,00	80,00
5	Juegos de copas de agua/ 12	14,00	70,00
20	Manteles	12,00	240,00
8	Juegos de cubierto de 12	25,00	200,00
8	Juegos de vasos de 12	15,00	120,00
5	Tablas de picar	4,00	20,00
10	Ceniceros	2,50	25,00
5	Baldes	5,00	25,00
5	Arroceras	4,00	20,00
5	Cucharones	4,00	20,00
Total			2.628,00

FUENTE: Almacenes

ELABORADO POR: La Autora

4.4.8 Muebles de dormitorio

Para brindar el servicio de hospedaje es necesario equipar las habitaciones, para lo cual se presenta el siguiente requerimiento:

**Cuadro N° 34
Muebles de Dormitorio**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
2	Cama 2 plazas	75,00	150,00
14	Cama 1 plaza ½	65,00	910,00
2	Colchón de 2 plazas	90,00	180,00
14	Colchón 1 plaza ½	70,00	980,00
16	Veladores	45,00	720,00
7	Armarios	120,00	840,00
16	Lámparas	12,00	192,00
	Muebles de Baños		
7	Lavabo con mueble	120,00	840,00

7	Juego de implemento de baños	40,00	280,00
7	Espejo de baño	15,00	105,00
7	Tinas de baño	110,00	770,00
Total			5.967,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.4.9 Menaje de hospedaje

Se complementará el servicio de hospedaje con los siguientes recursos que complementa el equipamiento de los dormitorios.

Cuadro N° 35
Menaje del Área de Alojamiento

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
4	Sábanas 2 plazas	15,00	60,00
28	Sábanas 1 plaza 1/2	12,00	336,00
4	Cobijas 2 plazas	15,00	60,00
28	Cobijas 1 plaza 1/2	12,00	336,00
32	Edredones	15,00	480,00
32	Almohadas	5,00	160,00
7	Cortina de baño	7,00	49,00
35	Toallas	8,00	280,00
Total			1.761,00

FUENTE: Investigación de mercado

ELABORADO POR: La Autora

4.5 Inversiones

Este punto hace referencia al valor total requerido en propiedad, planta y equipo para operar el proyecto; inversiones en activos fijos, capital de trabajo e inversión diferida.

4.5.1 Inversión fija

a. Terreno

Para el desarrollo del proyecto se cuenta con el terreno que está ubicado la estructura de la casa hacienda, en el siguiente cuadro se muestra el área total del terreno:

Cuadro N° 36

Terreno

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
1140	m ² de terreno	3,00	3.420,00

FUENTE: Levantamiento de plano de la hacienda

ELABORADO POR: La Autora

El costo del metro cuadrado del terreno es bajo porque se encuentra ubicado en el sector rural, de esta manera tenemos a 3 dólares el metro cuadrado sumando un total de 3420 dólares en terreno.

b. Infraestructura Civil

La infraestructura civil se refiere a la casa hacienda que legalmente es propiedad de la comunidad, esta infraestructura es considerada como

patrimonio cultural del Estado por lo que su costo es alto a comparación de casas comunes en el estado de esta.

**Cuadro N° 37
Casa Hacienda**

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
1	Casa hacienda	70000	70000

FUENTE: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura
ELABORADO POR: La Autora

c. Remodelación

La remodelación de la casa constituye todos los materiales que se requerirán para su reconstrucción, lo cual se resume a continuación:

**Cuadro N° 38
Remodelación**

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
992	Metros cuadrados de construcción	27,25	27.033,13
Total			27033,13

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: La Autora

4.5.2 Inversiones diferidas

Se considera como inversiones diferidas a los gastos de constitución que se detalla a continuación:

Cuadro N° 39
Gastos de constitución

Descripción	Costo
Investigación	100,00
Permisos	200,00
Aspecto legal	300,00
Total	600,00

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

4.6 Capital de Trabajo

El capital de trabajo son todos los recursos necesarios para llevar a cabo una actividad y sirve para cubrir costos y gastos hasta cuando el proyecto genere sus propios ingresos.

En este caso se calcula el capital de trabajo para un bimestre, a continuación el siguiente cuadro:

Cuadro N° 40
Capital de trabajo

Detalle	N° requerido	Costo unitario	Costo mensual	Costo Bimensual
Costo de Servicios				
Alojamiento				1.106,50
Camarero	1	318,00	318,00	
Servicios básicos	3	18,75	56,25	
Guardia	1	159,00	159,00	
Suministros indirectos	1	20,00	20,00	
Alimentación				3.002,02
Mesero	1	318,00	318,00	
Personal de cocina	1	318,00	318,00	
Insumos Directos	83	8,44	700,34	
Servicios básicos	3	13,13	39,38	
Guardia	1	111,30	111,30	
Insumos indirectos	1	14,00	14,00	
Actividad Cultural				412,10
Guía Turístico	1	159,00	159,00	
Servicios básicos	3	3,75	11,25	
Guardia	1	31,80	31,80	
Insumos indirectos	1	4,00	4,00	
Recreación				365,05
Guía Turístico	1	159,00	159,00	
Servicios básicos	3	1,88	5,63	
Guardia	1	15,90	15,90	
Insumos indirectos	1	2,00	2,00	
Gastos administrativos				
Sueldos Administración				2.356,00
Administrador	1	400,00	400,00	
Asesor Contable	1	380,00	380,00	
Cajera recepcionista	1	318,00	318,00	
Mantenimiento equipo de computación	1	50,00	50,00	
Suministros de oficina	1	30,00	30,00	
Gasto de ventas				
Publicidad	1	80,00	80,00	160,00
Total				7.401,67

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR: La Autora

4.7 Resumen de la Inversión

A continuación se presenta el resumen de toda la inversión que se requiere para la puesta en marcha del proyecto, lo cual se compone de todos los activos depreciables y no depreciables, capital de trabajo, máquinas y activos diferidos.

Cuadro N° 41
Composición de la inversión

Detalle	Valor	%
Activo fijo	127414,13	94,09
Activo diferido	600,00	0,44
Capital de Trabajo	7.401,67	5,47
Total	135415,80	100,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

4.8 Financiamiento

El total de la inversión se compone de capital propio y capital financiado en un 37,40%, que será con un préstamo en la CFN.

Cuadro N° 42
Fuente de financiamiento

Fuente	Valor	%
Activos fijos propios	73.420,00	54,22
Aporte de comuneros	11.350,00	8,38
Recursos financiados	50.645,80	37,40
Total Inversión	135415,80	100,00

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: La Autora

4.9 Requerimiento del Talento Humano

Se considera necesario el requerimiento del siguiente talento humano:

Cuadro N° 43

Requerimiento de Talento Humano

Talento Humano Requerido	Número de Empleados
Administrador	1
Asesor Contable	1
Cajera - Recepcionista	1
Guía turístico	1
Guardia	1
Camarero	1
Mesero	1
Cocina y mantenimiento	2
Total	9

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Este es el talento humano necesario para que el centro funcione adecuadamente y de una manera eficiente, haciendo que la estadía del turista sea acogedora y satisfactoria.

El área administrativa se encargará de la supervisión y coordinación de las diferentes actividades que se realicen en el centro turístico.

El asesor contable será la persona encargada de realizar toda la contabilidad y los análisis financieros que se requieran, los mismos que serán presentados a la comunidad a través del presidente, también estará sujeto a auditoria en cuanto así lo dispongan.

En el área operativa se contará con el servicio de una cajera-recepcionista, quien tendrá que cumplir doble responsabilidad por que la empresa es pequeña, y la misma persona puede llevar a cabo estas funciones.

Dos personas que se encargará de atender a los turistas tanto en el servicio de restaurante y el hospedaje.

Además también estarán 2 personas que se encargarán del área de cocina y el servicio de restaurante, los mismos que también se encargarán del mantenimiento del centro.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El presente estudio financiero tiene por objeto hacer una presentación amplia de cada uno de los elementos que participan y son parte importante para la estructura financiera del proyecto.

5.1 Determinación de ingresos

Los ingresos en el presente ejercicio económico se obtienen del número de turistas multiplicada por el costo de cada servicio que se va a ofrecer en el establecimiento.

A continuación se presenta los ingresos anuales por el servicio de alojamiento:

Cuadro N° 44

Ingresos

AÑOS	1	2	3	4	5
RUBROS					
Alojamiento					
Cantidad	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Precio	28,00	29,40	30,87	32,41	34,03
Valor	30.284,80	33.388,99	36.811,36	40.584,53	44.744,44
Restaurante					
Platos a la carta					
Cantidad	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Precio	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Valor	10.816,00	11.924,64	13.146,92	14.494,47	15.980,16

Almuerzos					
Cantidad	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Precio	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72
Valor	8.652,80	9.539,71	10.517,53	11.595,58	12.784,13
Desayunos					
Cantidad	1.082	1.136	1.192	1.252	1.315
Precio	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
Valor	6.489,60	7.154,78	7.888,15	8.696,68	9.588,09
Recreación					
Cantidad	865	909	954	1.002	1.052
Precio	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
Valor	10.383,36	11.447,65	12.621,04	13.914,70	15.340,95
Actividad Cultural					
Cantidad	865	909	954	1.002	1.052
Precio	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23
Valor	12.979,20	14.309,57	15.776,30	17.393,37	19.176,19
TOTAL INGRESOS	79.605,76	87.765,35	96.761,30	106.679,33	117.613,96

FUENTE: Estudio de mercado y técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.2 Proyección de costos y gastos

A continuación se presenta los costos y gastos en los que se incurrirá para ofertar los diferentes servicios, los cuales se componen de costos de producción, gastos administrativos y de ventas.

5.2.1 Costos de producción

Los costos de producción son la suma de los gastos invertidos por la empresa para obtener los recursos utilizados en la producción y distribución del producto o servicio.

A continuación tenemos los costos anuales por cada servicio:

Cuadro N° 45
Costo de Alojamiento

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camarero	4.915,64	5.704,67	6.218,09	6.777,72	7.387,72
Servicios básicos	675,00	722,30	772,92	827,10	885,09
Guardia	2.457,82	2.852,34	3.109,05	3.388,86	3.693,86
Insumos Indirectos	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Costo Total	8.288,47	9.531,30	10.364,66	11.271,51	12.258,39

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 46

Costo de Alimentación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mesero	4.915,64	5.704,67	6.218,09	6.777,72	7.387,72
Personal de cocina	4.915,64	5.704,67	6.218,09	6.777,72	7.387,72
Insumos Directos	8.404,03	9.265,45	10.215,15	11.262,21	12.416,58
Servicios básicos	472,50	505,61	541,04	578,97	619,57
Guardia	1.720,48	1.996,64	2.176,33	2.372,20	2.585,70
Insumos Indirectos	168,00	176,40	185,22	194,48	204,21
Costo Total	20.596,30	23.353,43	25.553,93	27.963,30	30.601,49

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 47

Costo de Actividad Cultural

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Guía Turístico	2.457,82	2.852,34	3.109,05	3.388,86	3.693,86
Servicios básicos	135,00	144,46	154,58	165,42	177,02
Guardia	491,56	570,47	621,81	677,77	738,77
Insumos Indirectos	48,00	50,40	52,92	55,57	58,34
Costo Total	3.132,39	3.617,66	3.938,36	4.287,62	4.667,99

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 48

Costo de Servicios de Recreación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Guía Turístico	2.457,82	2.852,34	3.109,05	3.388,86	3.693,86
Servicios básicos	67,50	72,23	77,29	82,71	88,51
Guardia	245,78	285,23	310,90	338,89	369,39
Insumos Indirectos	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17
Costo Total	2.795,10	3.235,00	3.523,70	3.838,24	4.180,93

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

En los cuadros siguientes podemos ver los costos unitarios anuales por cada servicio:

Cuadro N° 49

Costo Unitario Alojamiento

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento	7,66	8,39	8,69	9,00	9,32

FUENTE: Costos

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 50

Costo Unitario Alimentación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentación	19,04	20,56	21,43	22,33	23,28

FUENTE: Costos

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 51

Costo Unitario Actividad Cultural

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividad Cultural	3,62	3,98	4,13	4,28	4,44

FUENTE: Costos

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 52

Costo Unitario Recreación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios de Recreación	3,23	3,56	3,69	3,83	3,98

FUENTE: Costos

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2 Gastos administrativos

Son gastos manejados por la Gerencia de Administración, o pueden estar repartidos entre todas las entidades que integran la empresa para que cada una los maneje.

Son aquellos que no producen riqueza sino que sirven para mantener a la empresa en operación, por ejemplo: Renta, agua, luz, teléfono, papelería, nómina y otros.

A continuación se presenta el costo del personal administrativo:

Cuadro N° 53

Sueldo Mensual Administración

Años	1	2	3	4	5
Rubros					
Administrador	400,00	436,00	475,24	518,01	564,63
Asesor Contable	380,00	414,20	451,48	492,11	536,40
Cajera - Recepcionista	318,00	346,62	377,82	411,82	448,88
TOTAL	1.098,00	1.196,82	1.304,53	1.421,94	1.549,92

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

El costo anual es:

Cuadro N° 54
Sueldo Anual Administración

Años	1	2	3	4	5
Rubros					
Salario Básico Unificado	13.176,00	14.361,84	15.654,41	17.063,30	18.599,00
Décimo tercero	1.098,00	1.196,82	1.304,53	1.421,94	1.549,92
Décimo Cuarto	954,00	1.049,40	1.154,34	1.269,77	1.396,75
Aporte Patronal	1.600,88	1.744,96	1.902,01	2.073,19	2.259,78
Fondos de reserva	-	1.196,82	1.304,53	1.421,94	1.549,92
TOTAL	16.828,88	19.549,84	21.319,82	23.250,15	25.355,36

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

Se presenta el gasto administrativo consolidado:

Cuadro N° 55
Gastos de administración

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y salarios personal	16.828,88	19.549,84	21.319,82	23.250,15	25.355,36
Mantenimiento equipo de computación	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Suministros de oficina	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Total	17.788,88	20.557,84	22.378,22	24.361,47	26.522,25

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

5.2.3 Gastos de ventas

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto.

Cuadro N° 56

Gastos de Ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Total	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

5.2.4 Gastos financieros

Son todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos.

Se constituyen los intereses de la deuda contraída, los cuales se muestran en el siguiente cuadro de amortización de la deuda:

Monto:	50645,80
Tasa Anual:	11%
Plazo en semestres:	10 semestres
Forma de pago:	Semestral

Cuadro N° 67

Amortización de la deuda

Años	Capital	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	50.645,80	5.064,58	2.785,52	7.850,10	45.581,22
2	45.581,22	5.064,58	2.506,97	7.571,55	40.516,64
3	40.516,64	5.064,58	2.228,42	7.292,99	35.452,06
4	35.452,06	5.064,58	1.949,86	7.014,44	30.387,48
5	30.387,48	5.064,58	1.671,31	6.735,89	25.322,90
6	25.322,90	5.064,58	1.392,76	6.457,34	20.258,32
7	20.258,32	5.064,58	1.114,21	6.178,79	15.193,74
8	15.193,74	5.064,58	835,66	5.900,24	10.129,16
9	10.129,16	5.064,58	557,10	5.621,68	5.064,58
10	5.064,58	5.064,58	278,55	5.343,13	-

FUENTE: Instituciones Financieras

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 58

Gastos de financiamiento

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	5.292,49	4.178,28	3.064,07	1.949,86	835,66
Total	5.292,49	4.178,28	3.064,07	1.949,86	835,66

FUENTE: Tabla de amortización

ELABORADO POR: La Autora

5.3 Depreciaciones

La depreciación, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.

Para nuestro ejercicio, para la depreciación de los activos fijos se utilizará el método de línea recta, así tenemos:

Cuadro N° 59 Depreciaciones

Descripción	Valor	Años de vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Terreno	3.420,00						
Casa hacienda	70.000,00	25	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
Infraestructura civil	21.626,50	25	865,06	865,06	865,06	865,06	865,06
Equipo de oficina	1.100,00	10	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Equipo de computación	3.180,00	3	1.060,00	1.060,00	1.060,00	-	-
Equipo y maquinaria	7.940,00	10	794,00	794,00	794,00	794,00	794,00
Subtotal			5.629,06	5.629,06	5.629,06	4.569,06	4.569,06
Amortización gastos de constitución	600,00	5	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Total			5.749,06	5.749,06	5.749,06	4.689,06	4.689,06

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

También se calcula el valor de rescate de los activos luego de los 5 años de vida del proyecto, a continuación la siguiente tabla

Cuadro N° 60
Recuperación de activos

Descripción	Valor	Depreciación	Valor de rescate
Casa hacienda	70.000,00	14.000,00	56.000,00
Infraestructura	21.626,50	4.325,30	17.301,20
Equipo de oficina	1.100,00	550,00	550,00
Equipo de computación	3.180,00	3.180,00	-
Equipo y maquinaria	7.940,00	3.970,00	3.970,00
Total	103.846,50	26.025,30	77.821,20

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.4 Estado de Situación Inicial

Es el informe financiero básico donde se muestra los rubros del balance general clasificados en:

- a. **Activos:** suma de bienes, recursos y derechos que posee la empresa.
- b. **Pasivos:** obligaciones o compromisos que ha adquirido la empresa hacia terceros.
- c. **Capital o patrimonio:** representa la inversión o el aporte de socios y empresarios sobre los cuales puedan tener derecho.

Cuadro N° 61
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
SUMAK HUASY TOURS
AÑO 1

ACTIVOS		
Activos Corrientes		\$ 7.401,67
Caja Bancos	7.401,67	
Activos Fijos		
Terreno	3.420,00	\$ 127.414,13
Casa Hacienda	70.000,00	
Infraestructura civil	27.033,13	
Maquinaria y Equipo	7.940,00	
Equipos de oficina	1.100,00	
Equipo de computación	3.180,00	
Muebles de dormitorio	5.967,00	
Menaje de alojamiento	1.761,00	
Muebles de cocina y comedor	1.645,00	
Maquinaria y equipo de comedor y cocina	2.570,00	
Suministros de oficina	170,00	
Menaje de cocina y comedor	2.628,00	
Activo diferido		\$ 600,00
Gastos de constitución	600,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 135.415,80
PASIVOS		
Pasivos corrientes		0
Cuentas por pagar	0	
Pasivos a largo plazo		\$ 50.645,80
Préstamo por pagar	50.645,80	
TOTAL PASIVOS		\$ 50.645,80
PATRIMONIO		
Capital		\$ 84.770,00
Aporte comuneros	11.350,00	
Capital propio	73.420,00	
TOTAL PAS. + PATRI.		\$ 135.415,80

FUENTE: Estudio de mercado y técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.5 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas o ganancias, se realiza con el fin de saber cuáles fueron las utilidades o pérdidas en un período determinado. El éxito de un negocio se juzga principalmente a través de sus ganancias, no únicamente por cuantía, sino también por la tendencia que manifiestan. Este Estado presenta el exceso de los ingresos sobre los gastos lo que da origen a la utilidad neta y al exceso de los costos y los gastos sobre los ingresos se llama pérdida neta.

Si el resultado es utilidad neta el capital contable de la empresa aumenta si es una pérdida disminuye.

En el siguiente informe se puede observar que se obtiene ganancias, lo que significa que durante la vida del proyecto los ingresos serán mayores que los gastos.

Cuadro N° 62

Estado de Pérdidas y Ganancias

SUMAK HUASY TOURS

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	79.605,76	87.765,35	96.761,30	106.679,33	117.613,96
Alojamiento	30.284,80	33.388,99	36.811,36	40.584,53	44.744,44
Alimentación	25.958,40	28.619,14	31.552,60	34.786,74	38.352,38
Servicios de recreación	10.383,36	11.447,65	12.621,04	13.914,70	15.340,95
Actividad Cultural	12.979,20	14.309,57	15.776,30	17.393,37	19.176,19
(-) Costo de Servicios	34.812,25	39.737,40	43.380,65	47.360,67	51.708,79
Alimentación	20.596,30	23.353,43	25.553,93	27.963,30	30.601,49
Alojamiento	8.288,47	9.531,30	10.364,66	11.271,51	12.258,39
Actividad Cultural	3.132,39	3.617,66	3.938,36	4.287,62	4.667,99
Servicios de recreación	2.795,10	3.235,00	3.523,70	3.838,24	4.180,93
(=) Utilidad Bruta	44.793,51	48.027,96	53.380,65	59.318,66	65.905,17
(-) Gastos Administrativos	23.537,94	26.306,90	28.127,28	29.050,53	31.211,31
Sueldos administración	16.828,88	19.549,84	21.319,82	23.250,15	25.355,36
Suministros de oficina	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Mantenimiento de equipo de computación	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Depreciación	5.629,06	5.629,06	5.629,06	4.569,06	4.569,06
Amortización	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
(-) Gasto de ventas	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Gastos de publicidad	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
(=) Utilidad Operacional	20.295,56	20.713,05	24.194,97	29.156,81	33.526,98
(-) Gasto Financiero	5.292,49	4.178,28	3.064,07	1.949,86	835,66
Pago de intereses	5.292,49	4.178,28	3.064,07	1.949,86	835,66
(=) Utilidad Antes de Reparto	15.003,08	16.534,77	21.130,90	27.206,95	32.691,32
(-) 15% reparto utilidades	2.250,46	2.480,22	3.169,63	4.081,04	4.903,70
(=) Utilidad Después de Participaciones	12.752,62	14.054,56	17.961,26	23.125,91	27.787,62
(-) 25% Impuesto a la Renta	3.188,15	3.513,64	4.490,32	5.781,48	6.946,91
(=) Utilidad Neta	9.564,46	10.540,92	13.470,95	17.344,43	20.840,72

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: La Autora

5.6 Flujo de Caja

El flujo de caja representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, donde se puede determinar las entradas y salidas de efectivo que realiza la empresa en los cinco años.

A continuación el siguiente cuadro muestra el flujo de caja obtenido en el presente ejercicio:

Cuadro N° 63
Flujo de Caja

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-135.415,80					
Utilidad operacional		9.564,46	10.540,92	13.470,95	17.344,43	20.840,72
- 15% PE y T		2.250,46	2.480,22	3.169,63	4.081,04	4.903,70
- 25% De Impuestos		3.188,15	3.513,64	4.490,32	5.781,48	6.946,91
+ Depreciaciones y Amortizaciones		5.749,06	5.749,06	5.749,06	4.689,06	4.689,06
+ Recuperación de activos						77.821,20
+ Capital de Trabajo		7.401,67				
Flujo neto	-135.415,80	17.276,58	10.296,12	11.560,06	12.170,97	91.500,37

FUENTE: Estado de Pérdidas y Ganancias

ELABORADO POR: La Autora

5.7 Evaluación de la inversión

La evaluación de la inversión o financiera tiene como objetivo calcular y evaluar el rendimiento social y económico del proyecto. Para ello se tomará en cuenta los métodos fundamentales de evaluación financiera que son:

- a. Valor actual Neto
- b. Tasa interna de retorno
- c. Periodo de recuperación
- d. Costo beneficio
- e. Periodo de recuperación
- f. Punto de equilibrio

5.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es el que representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y nos permite advertir si es o no conveniente la inversión. Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

El VAN puede ser:

- a. VAN positivo: La inversión es rentable y factible de realizarlo
- b. VAN Cero: Indiferente
- c. VAN negativo: No es factible realizar la inversión

Para calcular el VAN se calcula la tasa de rendimiento que es el siguiente:

Cuadro N° 64
Costo de oportunidad y Tasa de rendimiento

Descripción	Valor	%	Tasa Ponderada	V. Promedio
Inv. Propia	84.770,00	62,60	6,00	3,76
Inv. Financiada	50.645,80	37,40	11,00	4,11
TOTAL	135.415,80	100,00		7,87

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORADO POR: La Autora

TASA DE REDESCUENTO

$$TR = (1+ti)(1+CK)-1$$
$$(1+0,0204)*(1+0.0787)-1$$

$$TR = 0,1007$$

$$TR = 10,07$$

Luego de haber calculado la tasa de rendimiento tenemos el cálculo del VAN aplicando la siguiente fórmula:

$$VAN = I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

Cuadro N° 65
VAN (Valor Actual Neto)

Periodo	Flujo de Caja	Valor Actual 10,07%
1	17.276,58	15.695,91
2	10.296,12	8.498,29
3	11.560,06	8.668,55
4	12.170,97	8.291,65
5	91.500,37	56.632,69
Valor Presente		97.787,09
(-) Inv. Inicial		-135.415,80
VAN		-37.628,70

FUENTE: Flujo de caja

ELABORADO POR: La Autora

En este caso el VAN es negativo y menor a cero lo que significa que el proyecto no es factible de realizar.

5.7.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante la vida útil del proyecto, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados. Su cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \left[\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right]$$

$$TIR = 0,1007 + (0,01 - 0,1007) \frac{-37.628,70}{-39.387,28}$$

$$TIR = 0,01 \frac{0,95535}{0,01}$$

$$TIR = \mathbf{0,96 \%}$$

La tasa interna de retorno corresponde al 0,96%., esto significa que el proyecto no es factible de realizarlo porque es una tasa menor a la tasa de descuento.

5.7.3 Relación costo beneficio

El costo beneficio sirve para establecer como retornar los ingresos en función de los egresos. Se calcula de la siguiente manera:

- a. Se obtiene actualizando con la tasa de descuento tanto los ingresos como los costos.

- b. Luego de haber actualizado los rubros, se obtiene dividiendo el total de ingresos para el total de gastos.

Cuadro N° 66
Relación Beneficio Costo

PERIODOS	i =	1,1007	i =	1,1007
	BENEFICIOS	VANBA	COSTOS	VANCA
1	79.605,76	72.322,49	64.602,68	58.692,07
2	87.765,35	79.735,54	71.230,58	64.713,57
3	96.761,30	87.908,44	75.630,40	68.710,84
4	106.679,33	96.919,05	79.472,38	72.201,31
5	117.613,96	106.853,26	84.922,64	77.152,92
VAN		443.738,78		341.470,71
RELACIÓN BENEFICIO COSTO				0,93

FUENTE: Flujo de caja

ELABORADO POR: La Autora

$$RCB = \frac{\text{Suma de ingresos actualizados}}{\text{(suma de egresos actualizados + inversión inicial)}}$$

$$RCB = \frac{443.738,78}{341410,71 + 135415,80}$$

$$RCB = 0,93$$

Para el caso del proyecto, la relación beneficio costo es 0,93 centavos de dólar; es decir que por cada dólar de costo invertido se pierde 0,07 centavos, no se recupera la inversión.

5.7.4 Periodo de recuperación de la Inversión

Indica el lapso de tiempo en el que es posible recuperar la inversión realizada, a continuación se presenta en siguiente cuadro:

Cuadro N° 67
Periodo de recuperación

TIEMPO	FNE	FNE acumulado
0		-135.415,80
1	17.276,58	17.276,58
2	10.296,12	27.572,70
3	11.560,06	39.132,76
4	12.170,97	51.303,73
5	91.500,37	142.804,10

FUENTE: Flujo de caja

ELABORADO POR: La Autora

Este cuadro indica que la inversión se recupera a partir del quinto año, sumando la recuperación de los activos.

5.7.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite conocer el punto medio en el cual la empresa no pierde ni gana

A continuación se presenta el cuadro de todos los costos con el cual se va a calcular el punto de equilibrio.

Cuadro N° 68
Punto de Equilibrio

CONCEPTO	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de operación:			
Costos en alimentación		20.596,30	20.596,30
Costos de alojamiento		8.288,47	8.288,47
Costos de servicios de recreación		2.795,10	2.795,10
Costos de actividad cultural		3.132,39	3.132,39
Gastos de administración y ventas:			
Sueldos	16.828,88		16.828,88
Mantenimiento de equipo	600,00		600,00
Suministros de oficina	360,00		360,00
Depreciación	5.629,06		5.629,06
Amortización	120,00		120,00
Gasto en publicidad	960,00		960,00
Intereses		5.292,49	5.292,49
TOTAL	24.497,94	40.104,74	64.602,68

FUENTE: Gastos

ELABORADO POR: La Autora

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Costo variable}}$$

1- _____

$$PE = \frac{\text{Ventas}}{\text{Costo variable}}$$

1- _____

$$PE = \frac{\$ 24.497,94}{\$ 0,50}$$

PE = \$ 49.370,30

Este cuadro muestra que la empresa requiere vender \$49370,30 dólares anuales entre los 4 servicios para estar en el punto de equilibrio.

A continuación se presenta el cálculo del punto de equilibrio unitario por cada servicio utilizando la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{(P-Cu) * \%ventas}$$

$$PE = \frac{24.497,94}{(24-7,66)*0,38 + (28-19,04)*0,33 + (12-3,23)*0,13 + (15-3,62)*0,16}$$

$$PE = \frac{5.892,49}{12,1269}$$

$$PE = 485,90$$

Cuadro N° 69
Punto de Equilibrio por servicio

Servicio	Precio	Costo Unitario	Margen de Contribución	% Ventas	Punto de Equilibrio
Alojamiento	24,00	7,66	16,34	0,38	1.277,23
Alimentación	28,00	19,04	8,96	0,33	1.490,10
Servicio de Recreación	12,00	3,23	8,77	0,13	3.725,25
Actividad Cultural	15,00	3,62	11,38	0,16	2.980,20

FUENTE: Gastos

ELABORADO POR: La Autora

5.11.6. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero importante y necesario a la hora de tomar decisiones de una inversión; consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, tasa de crecimiento e los ingresos, los costos, etc.).

Para le presente proyecto, las variables afectadas son:

- Demanda: en el año 1 se pretende captar el 85% del total
- Precio Unitario: Se incrementa el servicio de alojamiento dos dólares cada año.

A continuación el siguiente cuadro:

Cuadro N° 70
Análisis de sensibilidad

Descripción	Valor Actual	Sensibilización
Ventas	115.910,08	115.910,08
Costo de Servicios	37.398,11	37.398,11
Utilidad Bruta	78.511,97	78.511,97
Gastos Administrativos	17.788,88	17.788,88
Depreciaciones	5.629,06	5.629,06
Amortización	120,00	120,00
Gastos de Ventas	960,00	960,00
Gastos Financieros intereses	5.337,52	5.337,52
Utilidad Operativa	48.676,51	48.676,51
15% PE y T	7.301,48	7.301,48
Utilidad antes de Impuestos	41.375,03	41.375,03
25% De Impuestos	10.343,76	10.343,76
Utilidad Neta	31.031,27	31.031,27
Flujo Neto	17.276,58	26.967,75
Tasa de redescuento	10,07	10,08
VAN	(37.628,70)	4.514,93
TIR	0,96	3,38
Costo beneficio	0,93	1,31
Punto de Equilibrio	49.370,30	38.805,33

FUENTE: Flujo de caja

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

6.1 Denominación de la Empresa

El Centro Turístico se denominará “Sumak Huasi Tours”, se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiamiento bancario esto conlleva a que será una empresa privada. Donde su elemento principal es el talento humano, los sistemas de fabricación son sencillos ya que no involucra mayores procesos de transformación.

6.1.1 Logotipo

El centro turístico para su identificación tendrá un logotipo que se ha creado de acuerdo a las condiciones donde se encuentra ubicado el proyecto en estudio y haciendo referencia a la naturaleza.

Gráfico N° 10
Logotipo Sumak Huasi Tours



ELABORADO POR: La Autora

6.2 Tipo de Empresa

Por el tamaño será considerado como una pequeña empresa ya que tiene trabajadores menores a 10 personas. Por otro lado, también será considerada como una empresa comunitaria porque se refiere al turismo comunitario como una actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, con participación unánime de cada uno de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios.

6.3 Marco Legal para su Funcionamiento

Previo a iniciar sus actividades, la empresa deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales y operar legalmente, estos son los siguientes:

- Constitución de la Empresa
- Tramitar el Registro único de Contribuyentes
- Registro ante el Ministerio de Turismo
- Licencia Ambiental
- Licencia anual de funcionamiento
- Patente municipal
- Permiso sanitario
- Permiso del cuerpo de bomberos

6.4 Filosofía empresarial

6.4.1 Misión

Sumak Huasi Tours tiene como misión esencial brindar servicios turísticos rurales de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, con el fin contribuir al desarrollo de la comunidad forjando la conciencia ecológica y la cultura turística en la población.

6.4.2 Visión

Sumak Huasi Tours tiene como visión contribuir al desarrollo de la organización y sus habitantes, mediante la prestación de servicios turísticos de calidad, innovando servicios y fomentando la cultura de preservación del medio ambiente.

6.4.3 Valores

Sumak Huasi Tours ha considerado importante definir valores organizacionales mediante el cual se guíe para desempeñar sus actividades de forma adecuada y eficiente, así considera importantes los siguientes valores:

a. Responsabilidad

Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con todos los agentes que forman parte de nuestro sistema, para así fomentar confianza mediante respuesta inmediata a las necesidades y requerimientos que se presenten.

b. Servicio al cliente

El cliente es la razón de ser de una empresa, por lo que es muy importante una actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los mismos, así como una constante investigación de sus necesidades.

c. Excelencia en los procesos de productos y servicios

Eficiencia y eficacia en cada proceso para que el resultado sea la excelencia; es decir, productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a variables como costo, tiempo y calidad.

d. Transparencia empresarial interna y externa

Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.

e. Compromiso con la comunidad y el medio ambiente

Actitud de compromiso y responsabilidad para con la organización así como con el medio ambiente, de esta manera se cumplirá uno de los objetivos que es el de contribuir al desarrollo de la organización y su habitantes.

f. Respeto hacia los clientes y el medio ambiente

Los clientes siempre serán recibidos y atendidos con amabilidad y cordialidad; también se fomentará siempre el respeto entre todos quienes forman parte de la organización, así como el cuidado del medio ambiente.

g. Trabajo en equipo y convergencia de los esfuerzos

Disposición de esfuerzos enfocados a la realización de los objetivos estratégicos de la Empresa, concordando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

6.4.4 Objetivos Organizacionales

6.4.4.1 Objetivo General

Ser un centro turístico comunitario competitivo a través de la excelencia, servicio y atención de calidad, con precios accesibles, para satisfacer necesidades y requerimientos de los clientes y obtener beneficios sociales y económicos.

6.4.4.2 Objetivos específicos

- a. Satisfacer las necesidades de los turistas a través de la mejora continua los servicios
- b. Contribuir al desarrollo de la comunidad

- c. Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad en aspectos: económico-productivo, social-intercultural, cultura ecológica.
- d. Posesionar al centro turístico en el mercado regional.

6.5 Políticas empresariales

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

Afecta a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos. Así tenemos los siguientes:

6.5.1 Políticas Generales

- a. Atender al turista es responsabilidad de todos los integrantes del centro, para lo cual deberán conocer los requerimientos que se ofertan.
- b. Los puestos de trabajo en el centro turístico son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.

- c. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano mediante acciones sistemáticas de formación.
- d. Realizar un turismo sustentable
- e. Realizar todo trabajo con excelencia.
- f. Brindar trato justo y esmerado a todos los turistas.
- g. Todos los integrantes del centro turístico deben mantener un comportamiento ético y acatarse a los valores y políticas establecidas.
- h. Prohibir toda forma de paternalismo y favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
- i. Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad.

6.5.2 Políticas Específicas

Estas políticas se refieren a la calidad, que es un factor importante en toda organización ya que estas directrices permitirán a la empresa operar de una manera eficiente

- a. Satisfacer todos los requisitos (de calidad, servicio y precio) de nuestros clientes.
- b. Preservar el cuidado del medio ambiente.
- c. Estar pendientes de las expectativas de nuestros turistas, internos y externos y nuestros grupos de interés.
- d. Entregar servicios de su completa satisfacción.
- e. Impulsar las actividades de innovación y desarrollo para satisfacer o, incluso, superar las expectativas de nuestros turistas.

- f. Fomentar el trabajo en equipo como patrón de comportamiento en todos los niveles organizativos.
- g. Expandir la cultura de respeto al medio ambiente, de prevención de riesgos por las personas y de compromiso con la sociedad, internamente y entre nuestros colaboradores.
- h. Velar por la mejora de los indicadores de crecimiento, rentabilidad, liderazgo, responsabilidad social, ambientales y seguridad; para asegurar el éxito continuo del centro turístico.

6.6 Estructura organizacional

Una organización es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido. Esa estructura marca cómo se distribuye el trabajo, cómo se agrupan las personas en unidades de actividad específica y las unidades en entidades mayores, qué poder tiene cada uno, de quien depende, a quién dirigirse si surgen problemas, etc.

El diseño y rediseño periódico de esa estructura lo realizan los directivos de la organización, en ejercicio de una de sus funciones: la función de organización estructural.

6.6.1 Organigrama estructural

El centro turístico utilizará un organigrama estructural para sus diferentes funciones y la comunicación recíproca de todos sus empleados y trabajadores con eficiencia y eficacia, de cada uno de sus integrantes que conforman la microempresa, para que el éxito se realice en equipo, y así obtener mejores resultados y beneficios para la microempresa.

El organigrama estructural adoptado para el centro muestra

- a. Los principales cargos
- b. División de las funciones
- c. Las líneas de autoridades y responsabilidad
- d. Los canales formales de comunicación
- e. Relaciones que existen entre los diversos puestos de la microempresa.

Gráfico N° 11
Organigrama Estructural



ELABORADO POR: La Autora

El organigrama propuesto es el más recomendado, según los aspectos en esta actividad económica y atienden básicamente a dos aspectos importantes de la estructura de la organización en la comunicación y el análisis.

6.7 Manual de funciones

Un manual funciones es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas.

Será elaborado técnicamente basado en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios.

Estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente.

6.7.1 Presidente

6.7.1.1 Información Básica

Cargo: Presidente

Unidad: Ejecutiva

Departamento: Administrativo

6.7.1.2 Descripción

Su labor se centra en el control y vigilancia de la buena marcha de la empresa, para lo cual trabajará junto con el cuerpo Directivo de turno y sus miembros.

6.7.1.3 Funciones

- a. Representar a la comunidad en la empresa.
- b. Controlar, y vigilar la buena marcha de la empresa.
- c. Trabajar conjuntamente con el cuerpo directivo de la comunidad y sus miembros.
- d. Trabajar conjuntamente con el administrador en las necesidades y requerimientos de la empresa.
- e. Coordinar junto con el administrador las actividades de la empresa.
- f. Ser portavoz de las necesidades de la empresa hacia los miembros de la comunidad.

6.7.1.4 Perfil

- a. Presidente de turno por elección de la Asamblea General de la comunidad.

6.7.2 Administrador - Contador

6.7.2.1 Información básica

Cargo: Administrador

Unidad: Administrativa

Departamento: Administrativo

6.7.2.2 Descripción

Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la organización, sus decisiones están centradas en lo que es inversión y en los contratos en los que representa a la empresa.

6.7.2.3 Funciones

- a. Representar legalmente a la empresa
- b. Establecer metas y objetivos que deberán ser cumplidos por los empleados de la empresa, y evaluar permanentemente el desempeño y desarrollo de la misma.
- c. Controlar, evaluar y mejorar la situación Financiera: estado de resultados, balance financiero y social, así como el rendimiento y la calidad de la empresa.
- d. Coordinar, prever, organizar o reorganizar todos los departamentos para el buen funcionamiento de la empresa, asimismo, dispone de la última toma de decisión en la empresa.

6.7.2.4 Perfil Profesional

- a. Profesional en el área Administrativa o Turística
- b. Conocimientos sobre turismo, costos
- c. Relaciones Humanas
- d. Cultura General

6.7.2.5 Habilidades Y Destrezas

- a. Motivador
- b. Capacidad de comunicación
- c. Capacidad de escuchar
- d. Espíritu de observación
- e. Capacidad de mando
- f. Capacidad de trabajo en equipo

- g. Perseverancia y constancia
- h. Integridad moral y ética
- i. Visionario y enfocado hacia la excelencia

6.7.3 Cajera – Recepcionista

6.7.3.1 Información básica

Cargo: Cajera y recepcionista

Unidad: Apoyo

Departamento: Administrativo

6.7.3.2 Descripción

Sus principales funciones son gestionar las entradas y salidas de los turistas del centro (check-in, check-out), responder a las peticiones de información que formulen los clientes, atender la central telefónica y gestionar reservas.

6.7.3.3 Funciones

- a. Recibir y registrar a los turistas.
- b. Asignar habitaciones
- c. Registrar huéspedes y grupos.
- d. Autorizar cambios de habitaciones.
- e. Controlar llaves de habitaciones.
- f. Dar salida a las habitaciones.
- g. Atender problemas de los huéspedes.
- h. Solicitar trabajos a mantenimiento.
- i. Llevar los ingresos diarios de dinero
- j. Archivar la papelería que ya ha sido utilizada.

6.7.3.4 Perfil Profesional

- a. Experiencia en actividades similares
- b. Bachiller
- c. Conocimientos contabilidad
- d. Relaciones Humanas
- e. Cultura General

6.7.3.5 Habilidades Y Destrezas

- a. Amabilidad
- b. Puntualidad
- c. Excelente comunicación verbal
- d. Comunicación inter-personal.
- e. Inteligencia
- f. Honradez
- g. Integridad moral y ética
- h. Espíritu crítico
- i. Visionario y enfocado hacia la excelencia

6.7.4 Asesor contable

6.7.4.1 Información Básica

Cargo: Asesor Contable

Unidad: Apoyo

Reporta: Administrador

6.7.4.2 Descripción

Su función principal será brindar asesoría en el campo financiero y presentar el análisis respectivo cuando el Administrador o la Junta de Accionistas (en este caso la comunidad) lo requieran.

6.7.4.3 Funciones

- a. Evaluar constantemente el desenvolvimiento financiero de la empresa (egresos e ingresos).
- b. Informar constantemente al Administrador o Junta de Accionistas los movimientos financieros de la empresa.
- c. Crear medidas de mitigación en caso de falla.
- d. Realizar declaraciones de impuestos del Centro Turístico
- e. Mantenimiento del sistema contable.
- f. Elaboración de roles de pago del personal.
- g. Control de costos de los servicios que se oferta.
- h. Control de costos de los productos adquiridos.

6.7.4.4 Perfil Profesional

- a. Profesional – Contador
- b. Experiencia

6.7.4.5 Habilidades y destrezas

- a. Puntualidad
- b. Analista
- c. Excelente comunicación verbal
- d. Inteligencia
- e. Honradez

- f. Integridad moral y ética
- g. Espíritu crítico
- h. Visionario y enfocado hacia la excelencia

6.7.5 Mantenimiento y servicios

6.7.5.1 Información básica

Puesto: Operarios

Unidad: Apoyo

Reporta A: Administrador

6.7.5.2 Descripción

El trabajador será encargado de realizar actividades relacionadas directamente con el servicio, actividades que dependiendo de la complejidad se requerirá de conocimientos mucho más técnicos y de mantenimiento; para ello se dotará de los medios de trabajo necesarios para el cumplimiento de una determinada parte del proceso de desarrollo.

Realizará actividades de mantenimiento del centro, así como el servicio de alimentos a los turistas.

6.7.5.3 Funciones

- a. Ayudarán en el cuidado de los espacios verdes y de la labor de aseo del establecimiento.
- b. Realizar el mantenimiento de infraestructura en el tiempo establecido.
- c. Mantenimiento y conservación de la capacidad de los medios de trabajo

- d. Cumplir un horario de trabajo
- e. Tener conocimiento de sus funciones en las áreas de operación

6.7.5.4 Perfil Profesional

- a. Experiencia en puesto similar.

6.7.5.5 Habilidades Y Destrezas

- a. Capacidad de comunicación
- b. Capacidad de trabajo
- c. Perseverancia y constancia
- d. Fortaleza mental y física
- e. Integridad moral y ética
- f. Mantener disciplina
- g. Mantener honestidad en los acuerdos
- h. Puntual y responsable

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 Análisis de impactos

La presente investigación se ha sustentado con un análisis técnico de los impactos que en las diferentes áreas o ámbitos que se pueden generar con la implementación del proyecto.

Para el presente análisis de impactos, se ha considerado utilizar una metodología fácil y sencilla de aplicación y por ende de interpretación, esto consiste en:

- a. Determinar áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente, para lo cual se ha determinado áreas que son: económico, social, ambiental y educativo.
- b. Seleccionar un rango de niveles de impactos positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N° 71
Nivel de impactos

Nivel	Descripción
-3	Impacto alto Negativo
-2	Impacto medio Negativo
-1	Impacto bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto bajo Positivo
2	Impacto medio Positivo
3	Impacto alto Positivo

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

- c. Construir una matriz para cada una de las áreas de impacto, donde horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.
- d. A cada indicador se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera el nivel de impacto del área de estudio.
- e. Debajo de cada matriz de área se realiza un breve análisis en el que se selecciona y argumenta las razones que conllevaron a signar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

7.2 Impacto económico

El impacto económico se refiere a los beneficios monetarios que la ejecución de un proyecto trae a la comunidad en la que se implante una unidad productiva, pueden ser reinversiones de utilidades, generación de fuentes de empleo, entre otros, a continuación la siguiente tabla.

Cuadro N° 72
Impacto económico

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Generación de empleo						x		2
Uso de recurso improductivo							x	3
Beneficios económicos para la comunidad							x	3
Desarrollo de proyectos comunitarios						x		2
Total						4	6	10

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Total impacto económico = $10 / 4 = 2.5$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Con la ejecución de este proyecto se generarán fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad, no será para toda la población pero sí para lo requerido para el funcionamiento del centro, de esta manera contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- b. Otro de los impactos que se generará es el aprovechamiento de un recurso improductivo existente en la comunidad ya que actualmente es un activo que no brinda ningún beneficio para la comunidad.
- c. Además, como consecuencia del anterior impacto, el funcionamiento del centro turístico generará beneficios económicos para la comunidad, los mismos que servirán para fomentar el desarrollo del mismo administrando sus recursos de una manera eficiente y adecuado.
- d. La utilidad que genere el centro turístico se puede reinvertir en proyectos requeridos para la comunidad, pues uno de los objetivos del turismo comunitario es que sus ingresos sean reinvertidos para el bienestar de la comunidad y de sus habitantes.

7.3 Impacto social

Los indicadores de desarrollo social pueden ser, la interrelación comercial entre familias de la comunidad y de los turistas, así como un mejoramiento socio-económico de la calidad de la infraestructura de la comunidad como producto de presencia de turistas.

Cuadro N° 7 3
Impacto social

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Bienestar comunitario						x		2
Fortalecimiento del trabajo en equipo de los miembros de la comunidad							x	3
Mejoramiento de la imagen de la comunidad							x	3
Interrelación con diferentes personas							x	3
Total						2	9	11

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Total impacto social = $11 / 4 = 2.75$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Como uno de los impactos sociales que se prevé generará la ejecución de este proyecto es el bienestar comunitario, puesto que con los impactos económicos que la reinversión de utilidades en proyectos comunitarios, mejorará la calidad de vida por que contarán con mejores servicios dentro de la comunidad, por ejemplo el mejoramiento de vías.

- b. Uno de las características de las comunidades indígenas es el trabajo en equipo, mediante mingas que son actividades dirigidas por los directivos con el fin de alcanzar objetivos propuestos como organización, por ello, con la implantación de este proyecto se fortalecerá este valor por cuanto se sentirán motivados por los resultados que se alcancen con el trabajo en equipo.

- c. Se dará un mejoramiento de la imagen de la comunidad puesto que será la primera en generar este tipo de emprendimiento en comparación con las comunidades aledañas y por ende se verá reflejado la organización, coordinación y esfuerzos de sus habitantes para alcanzar metas y objetivos.
- d. La interrelación con diferentes tipos de personas por la llegada de turistas al centro, ayudará a que las personas de la comunidad puedan relacionarse y conocer diferentes formas de vida y aprender nuevas cosas.

7.4 Impacto Ecológico

Este impacto tiene que ver con el entorno en el que se desarrolla un proyecto o se implante una nueva unidad productiva, los efectos que puede ocasionar.

Cuadro N° 74
Impacto ecológico

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Fomentar la cultura de la conservación del medio ambiente							x	3
Manejo adecuado de desechos						x		2
Utilización adecuada del agua						x		2
Total						2	6	7

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Total impacto social = 7/ 3 = 2.3 Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Uno de los objetivos del centro turístico, es también fomentar el cuidado y preservación del medio ambiente, tanto a los habitantes de la comunidad así como también a los turistas, pues el turismo que se pretende hacer es un turismo sustentable, es decir sin generar impactos negativos a la naturaleza y sus recursos.
- b. Todos los desechos que se generen en el centro, ya sean orgánicos o inorgánicos, serán tratados correctamente, es decir, separados de acuerdo a su clase, y en lo posible reciclar el material reciclable; no podemos dejar de lado el manejo de las aguas servidas.
- c. El agua es el líquido vital para la subsistencia del ser humano, en este caso este recurso es propia de la comunidad, proveniente de las vertientes en los parajes de los páramos y será utilizado adecuadamente, lo necesario y sin desperdicios.

7.5 Impacto Educativo

Se refiere a los efectos en el nivel cognitivo en las personas que son parte de la implementación de un nuevo proyecto.

Cuadro N° 75
Impacto educativo

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Fuente de consulta							x	3
Adopción de conocimientos						x		2
Desarrollo de habilidades						x		2
Desarrollo del turismo							x	3
Total						4	6	10

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Total impacto social = $10 / 4 = 2.5$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Este proyecto servirá como fuente de consulta para los estudiantes de la unidad Educativa Aquiles Pérez Tamayo de la misma localidad, ya que les facilitará conocimientos, así también para las personas que se interesen en adquirir conocimientos en cuanto a esta área se refiere y será fuente para la elaboración de proyectos similares.
- b. Con el desarrollo de investigación de este proyecto se obtuvo conocimientos nuevos, también otras personas pueden adquirir nuevos conocimientos de este documento y en la fase de operación del proyecto, tanto los turistas como quienes presten sus servicios están en constante aprendizaje de la relación entre ellos.
- c. El desarrollo de habilidades se refiere a que los trabajadores del centro turístico recibirán capacitaciones lo que les permitirá desarrollar sus habilidades y destrezas como consecuencia de los conocimientos adquiridos.
- d. Con la implementación de este proyecto se incrementará la demanda en este sector, y esto ayudará a que los demás se interesen en el emprendimiento de nuevos proyectos, pues esta actividad se divide en varios tipos que pueden ser explotados.

7.6 Matriz general de Impactos

A continuación se presenta un resumen de todos los niveles de impacto que contraerá la implantación de este proyecto.

Cuadro N° 79
Matriz general

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Impacto económico							x	2,50
Impacto social							x	2,75
Impacto ecológico						x		2,33
Impacto educativo							x	2,50
Total								10,08

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

Total impacto general = $10,08 / 4 = 2,52$ Impacto positivo alto

Luego de haber analizado los diferentes indicadores en cada impacto, tenemos la conclusión de que el nivel de impactos general es de 2,52 que corresponde a un impacto positivo alto; por lo tanto, el estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico ecológico comunitario, es factible de realizar desde este punto de vista, puesto que generará beneficios para la comunidad y sus enfoques.

CONCLUSIONES

1. Luego de haber realizado esta investigación se deduce que la ciudad de Cayambe es considerada como un punto turístico muy importante, y realizado un diagnóstico externo de la parroquia y la comunidad, también se determina que guardan culturas y tradiciones milenarias que son atractivos para los turistas; la comunidad en sí cuenta con servicios básicos y necesarios para el desarrollo de este proyecto al igual que la predisposición de sus habitantes para impulsar este tipo de proyectos.
2. En el marco teórico se determinó conceptualizaciones básicas que son necesarias conocer para el desarrollo de este trabajo de investigación.
3. Mediante el estudio de mercado se determinó que no existe ningún centro turístico comunitario pues ninguna comunidad ha impulsado este tipo de proyecto; existen hosterías que se relacionan con la unidad productiva en estudio que es considerada como competencia; además en determinadas fechas existe una gran cantidad de demanda de turistas de los cuales la mayor parte realiza excursión; por otro lado, según las encuestas realizadas existe interés por parte de los posibles turistas este tipo de actividad ya que es novedosa y atractiva en especial para los turistas extranjeros.
4. Con el estudio técnico se determinó la macro y micro localización del proyecto en estudio, para llegar al centro turístico existen vías de comunicación de primer y tercer orden, el requerimiento de equipos, el tamaño del proyecto y su capacidad instalada por fin de semana que es de 32 turistas, la distribución de la planta que es importante;

además se determinó que la infraestructura de la casa hacienda está deteriorada y su costo de remodelación es alta.

5. Analizados desde varios puntos de vista, a pesar de tener acogida por parte de los posibles turistas, de no tener competencia directa, de ser factible desde el punto de vista de los impactos, en el análisis económico y financiero con la evaluación financiera a través del VAN, TIR, Costo Beneficio y periodo de recuperación de la inversión, se pudo determinar que no es factible realizar este proyecto ya que el Van es negativo y la TIR es muy bajo, el periodo de recuperación de la inversión es al finalizar su tiempo de vida útil, es decir después de 5 años; esto se debe a que los costos son muy altos y la proyección de captación de la demanda es baja.
6. En la estructura organizacional se establece un organigrama estructural donde se da a conocer las jerarquías. También se establecen las funciones importantes para cada cargo.
7. Mediante esta investigación se pudo determinar que el turismo ecológico comunitario debe ser entendido como una estrategia de conservación y desarrollo para la comunidad involucrada. La implementación del proyecto tiene como finalidad utilizar, conservar y proteger los recursos que tiene la comunidad y convertirlos en una fuente para generar ingresos, reinvertirlos y mejorar la calidad de vida para los habitantes de la comunidad Carrera; en cuanto a los impactos analizados como son económicos, sociales, ecológicos y educativos, son positivos y de existir impactos negativos serán mitigados, lo cual significa que el proyecto es factible de realizarlo desde este punto de vista.

RECOMENDACIONES

1. Se debe aprovechar los recursos que posee la comunidad, los mismos que se encuentran en desuso, en el caso de la casa hacienda, es reconocido como Patrimonio Cultural de Estado, lo cual tiene un gran valor y por ende debería hacerse un mantenimiento y cuidar ese patrimonio, el mismo que puede brindar otros beneficios para la comunidad; además aprovechar la predisposición de los habitantes para emprender proyectos para el desarrollo de la comunidad.
2. Durante el desarrollo de esta investigación fue importante conocer varios aspectos relacionados con el turismo comunitario, las bibliotecas deberían tener fuentes bibliográficas actualizadas y también dar importancia a este tipo de actividad que en la actualidad se considera importante.
3. Para ser competitivos en materia turística, introducir en el mercado la nueva unidad productiva en esta área y caracterizarse por brindar un servicio de calidad, se tiene que lograr diferenciar y llegar principalmente a turistas extranjeros que son quienes gustan este tipo de turismo ya que valoran la cultura, tradiciones y gastronomía de nuestro país y sus regiones. Además son ellos quienes están dispuestos a pagar el precio establecido para este tipo de turismo ya que tienen mayor poder adquisitivo.
4. La casa hacienda en estudio tiene un gran valor porque es considerado como Patrimonio Cultural del estado por lo que los habitantes de la comunidad debería brindar un mantenimiento para que su deterioro no siga avanzando, además considerar el valor que posee.

5. Se puede volver a realizar un nuevo estudio buscando que los costos sean bajos y la captación de turistas sea alta, de tal forma que se pueda tener beneficio económicos; para esto se sugiere que se puede buscar financiamientos en organizaciones gubernamentales o no gubernamentales que estén dispuestos a invertir, ya que el desarrollo de este tipo de proyectos es de gran beneficio para la comunidad y sus habitantes.

6. Desarrollar un modelo de gestión administrativa para que los procesos dentro de las funciones que desempeñe cada persona se desarrolle de una manera eficiente y cada uno tenga definido sus funciones, las líneas de autoridad y no exista dualidad de mandos.

7. Fomentar la cultura del turismo sostenible en todos los centros o lugares donde se realice esta actividad, para lo cual se debe realizar un plan de mitigación de todos los impactos que puede generar en el sitio o comunidad, así como también en los turistas mismos. Es fundamental la planificación y el control durante la ejecución del proyecto. Esto implica el seguimiento, monitoreo y asistencia técnica tanto al proyecto como a los actores involucrados. Se debe analizar los diferentes impactos ya que son importantes y necesarios de acuerdo al sector en el que se desarrolla, especialmente el impacto ecológico o ambiental ya es importante preservar los medios naturales como son los páramos puesto que son fuente agua para los habitantes de las comunidades.

ANEXOS

ANEXO N° 1

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Foto Casa Hacienda Carrera



ANEXO Nº 2

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Monumento Cruz San Agustín



ANEXO N° 3

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Foto Nevado Cayambe



ANEXO Nº 4

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

Objetivo: Obtener información acerca del turista para fines pedagógicos aplicando al estudio del sector e identificar las preferencias por el turismo comunitario y sus servicios, el mismo que permitirá determinar su factibilidad para la creación de un nuevo centro Turístico comunitario.

Instrucciones:

Por favor ponga una X en la respuesta que usted elija

Datos informativos:

Edad: Género: M () F ()

Procedencia:.....

Ocupación:.....

CUESTIONARIO

1. ¿Se interesa usted por la actividad turística?

SI () NO ()

2. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

Naturales () Históricos () Museos ()

Arquitectónicos () Otros:.....

3. **¿Conoce usted acerca del turismo comunitario?**

SI () NO ()

4. **¿Conoce usted algún centro turístico comunitario en Cayambe?**

SI () NO ()

5. **¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y de los servicios de un centro turístico comunitario?**

SI () NO ()

Porqué.....
.....

6. **¿Qué tipo de servicios le gustaría que ofrezca en el centro turístico?**

Restaurante ()

Alojamiento ()

Recreación ()

Actividad cultural ()

Otros:.....

7. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios?**

✓ **RESTAURANTE**

PRECIOS

▪ Platos a la Carta 8,00() 10,00 () 12,00 ()

- Almuerzos 6,00 () 8,00 () 10,00 ()
- Desayuno 4,00 () 6,00 () 8,00 ()
- ✓ Alojamiento por persona 25,00() 30,00 () 35,00 ()
- ✓ Recreación 12,00() 15,00 () 18,00 ()
- ✓ Actividad cultural 10,00 () 12,00 () 15,00 ()

8. ¿Con qué frecuencia visitaría usted este lugar?

- Fines de semana () Feriados ()
- Una vez al mes () Una vez al año ()
- Nunca ()

9. Qué medios de comunicación prefiere para informarse del servicio?

- TV () Radio () Vallas () Propaganda ()
- Internet () Volantes ()
- Otros:

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO Nº 5

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE CENTROS TURISTICOS

Objetivo: Obtener información acerca de los centros turísticos para fines pedagógicos aplicando al estudio del sector e identificar las preferencias de los consumidores y sus servicios, el mismo que permitirá determinar su factibilidad para la creación de un nuevo centro Turístico comunitario.

Datos informativos:

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____ FECHA:

1. ¿Con qué frecuencia los consumidores hacen uso de las instalaciones y los servicios que presta su centro?

- | | |
|-----------------|--------|
| Todos los días | () |
| Fines de semana | () |
| Feridos | () |
| Vacaciones | () |
| Nunca | () |

2. ¿Qué tipo de turistas recibe en su centro?

- | | |
|-------------|--------|
| Nacionales | () |
| Extranjeros | () |
| Otros:..... | |
| | |

3. ¿Si son turistas extranjeros, de qué país son los que más llegan?

Especifique:.....
.....

4. ¿Qué tipos de servicio utilizan con mayor frecuencia los turistas?

Restaurante ()

Alojamiento ()

Servicios de recreación ()

Otros:.....
.....

5. ¿Cuáles son los precios que se cobran por los servicios que pone a disposición su empresa?

Platos a la carta _____

Almuerzos _____

Desayunos _____

Alojamiento _____

Recreación _____

Actividad Cultural _____

6. ¿Cree usted que el turismo comunitario tiene aceptación?

SI () NO ()

Porqué.....
.....

7. ¿Qué estrategias publicitarias utiliza para atraer al público

Explique.....
.....

.....
.....

8. ¿Existe diferencia en precios ¹⁹⁶ esta nacional y extranjero?

Si () No ()

Por qué:.....

9. ¿Cree usted que existe algún tipo de amenaza para su centro?

Si () No ()

Por qué:.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO Nº 6

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

CÁLCULO DE LA MANO DE OBRA

**SUMAK HUASY TOURS
PRESUPUESTO DE RELACION DE DEPENDENCIA BENEFICIOS
SOCIALES
AÑO 2014-2018
(Representado en dólares)**

AÑO 1							
Cargo	Sueldo	Décimo 3ero.	Décimo 4to.	Aporte Patronal	Fondos Reserva	Total Mensual	Total Anual
Guía turístico	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
Camarero	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
Mesero	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
Personal cocina y mantenimiento	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
Administrador	400,00	33,33	26,50	48,60	-	508,43	6.101,20
Asesor Contable	380,00	31,67	26,50	46,17	-	484,34	5.812,04
Cajera - Recepcionista	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
Guardia	318,00	26,50	26,50	38,64	-	409,64	4.915,64
TOTAL	2.688,00	224,00	212,00	326,59	-	3.450,59	41.407,10
AÑO 2							
Guía turístico	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
Camarero	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
Mesero	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
Personal cocina y mantenimiento	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
Administrador	436,00	36,33	29,15	52,97	36,33	590,79	7.089,49
Asesor Contable	414,20	34,52	29,15	50,33	34,52	562,71	6.752,50
Cajera - Recepcionista	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
Guardia	346,62	28,89	29,15	42,11	28,89	475,65	5.707,85
TOTAL	2.929,92	244,16	233,20	355,99	244,16	4.007,43	48.089,10
AÑO 3							
Guía turístico	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06
Camarero	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06
Mesero	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06
Personal cocina y	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06

mantenimiento							
Administrador	475,24	39,60	32,07	57,74	39,60	644,25	7.731,04
Asesor Contable	451,48	37,62	32,07	54,85	37,62	613,64	7.363,73
Cajera - Recepcionista	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06
Guardia	377,82	31,48	32,07	45,90	31,48	518,75	6.225,06
TOTAL	3.193,61	266,13	256,52	388,02	266,13	4.370,43	52.445,11
AÑO 4							
Guía turístico	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
Camarero	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
Mesero	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
Personal cocina y mantenimiento	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
Administrador	518,01	43,17	35,27	62,94	43,17	702,56	8.430,68
Asesor Contable	492,11	41,01	35,27	59,79	41,01	669,19	8.030,31
Cajera - Recepcionista	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
Guardia	411,82	34,32	35,27	50,04	34,32	565,76	6.789,16
TOTAL	3.481,04	290,09	282,17	422,95	290,09	4.766,33	57.195,95
AÑO 5							
Guía turístico	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
Camarero	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
Mesero	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
Personal cocina y mantenimiento	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
Administrador	564,63	47,05	38,80	68,60	47,05	766,14	9.193,68
Asesor Contable	536,40	44,70	38,80	65,17	44,70	729,77	8.757,27
Recepcionista	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
Guardia	448,88	37,41	38,80	54,54	37,41	617,03	7.404,42
TOTAL	3.794,33	316,19	310,39	461,01	316,19	5.198,12	62.377,44

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: La Autora

ANEXO Nº 7

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

COSTO DE UNITARIO DE ALIMENTACION



Desayuno Personal

Cantidad	Detalle	C. Unitario	C. Total
1	Leche	0,25	0,25
2	Panes	0,15	0,30
1	Mermelada	0,10	0,10
1	Café	0,10	0,10
1	Chocolate	0,10	0,10
1	Queso	0,15	0,15
1	Jamón	0,15	0,15
2	Huevos	0,13	0,26
1	Jugo	0,30	0,30
1	Condimentos y esencias	0,30	0,30
	TOTAL		2,01

FUENTE: Restaurantes y mercados

ELABORADO POR: La Autora

Almuerzo Personal

Cantidad	Detalle	C. Unitario	C. Total
1	Arroz	0,30	0,30
1	Carnes	0,60	0,60
1	Lenteja	0,25	0,25
1	Verduras y legumbres	0,30	0,30
1	Papa	0,15	0,15
1	Postre	0,50	0,50
1	Jugo	0,35	0,35
1	Condimentos y esencias	0,30	0,30
	TOTAL		2,75

FUENTE: Restaurantes y mercados

ELABORADO POR: La Autora



Platos a la Carta Personal – Churrasco

Cantidad	Detalle	C. Unitario	C. Total
1	Arroz	0,30	0,30
1	Carne	0,75	0,75
2	Huevos	0,13	0,26
1	Verduras y legumbres	0,30	0,30
1	Papa	0,25	0,25
1	Ensalada	0,25	0,25
1	Bebidas	0,50	0,50
1	Aceite	0,10	0,10
1	Condimentos y esencias	0,30	0,30
	TOTAL		3,01

FUENTE: Restaurantes y mercados

ELABORADO POR: La Autora



ANEXO Nº 8

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CÁLCULO DE SERVICIOS BÁSICOS

Servicios Básicos

Años	1	2	3	4	5
Rubros					
Agua					
Cantidad M3	900	918	936	955	974
Precio	0,65	0,68	0,72	0,75	0,79
Valor	585,00	626,54	671,02	718,66	769,69
Energía Eléctrica					
Cantidad Kw	500	510	520	531	541
Precio	1,41	1,48	1,55	1,63	1,71
Valor	705,00	755,06	808,66	866,08	927,57
Teléfono					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Valor	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
TOTAL	1.350,00	1.444,59	1.545,83	1.654,20	1.770,19

FUENTE: Estudio de mercado y técnico

ELABORADO POR: La Autora

ANEXO Nº 8

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CÁLCULO DE REMODELACIÓN

Cantidad	Descripción	C. Unitario	C. Total
20250	Tejas	0,17	3.442,50
200	Quintales de Cemento	7,62	1.524,00
250	Tablas	3,50	875,00
4	Volquetas de arena	150,00	600,00
4	Volquetas de Ripio	150,00	600,00
4	Volquetas de piedra	150,00	600,00
3	volquetas de piedras cuadradas	170,00	510,00
20	Baldes de pintura de 20 L interior	19,00	380,00
20	Baldes de pintura de 20 L exterior	31,00	620,00
500	Duelas	7,00	3.500,00
1000	Tiras	1,20	1.200,00
500	Ladrillos	0,25	125,00
500	Metros de alambre de luz	1,25	625,00
50	Focos ahorradores	2,50	125,00
50	Boquillas	1,40	70,00
500	Bloques	0,28	140,00
50	Cajas de baldosa	25,00	1.250,00
50	Libras de clavos	0,80	40,00
20	Puertas	120,00	2.400,00
30	Ventanas	75,00	2.250,00
30	Vidrios	20,00	600,00
1	Juego de implemento de baño	150,00	150,00
1	Mano de obra	5.406,63	5.406,63
	Total		27.033,13

BIBLIOGRAFIA

Arboleda , G. (201). *Proyectos: formulación, evaluación y control*. Colombia: AC Editoriales.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: MC Graw Hill Interamericana.

Bravo, M. (2009). *Contabilidad General*. Quito: Nuevo Día.

Chiliquinga, M. (2007). *Costos*. Ibarra: Offset Graficolor.

Contabilidadvisual. (14 de 08 de 2012). *Ingresos*. Obtenido de <http://www.contabilidadvisual.com>

Córdova Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Fernández , J. P. (2008). *El turismo rural*. España: Síntesis.

Gabilos. (20 de 07 de 2012). *Valor Actúal Neto*. Obtenido de <http://ww.wikipedia.org>

Guevara , A. A., & Campos, M. V. (2009). *Turismo Sustentable*. México: Trillas.

Jácome V, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos*. Ibarra: Universitaria.

Koontz, H., & Wenrich, H. (2008). *Administración una perspectiva global*. Colombia: MC Graw Hill.

Kotler, P. (2012). *Marketing*. México: Pearson.

Manejatusfinanzas. (24 de 06 de 2012). *Inversión*. Obtenido de <http://www.manejatusfinanzas.com>

Monografías. (12 de 06 de 2012). *Proceso Productivo*. Obtenido de <http://www.monografías.com>

Organización Mundial del Turismo. (20 de Junio de 2010). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www.google.com>

Promonegocios. (12 de 06 de 2012). *Publicidad*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net>

Pymesfuturo. (15 de 07 de 2012). *Periodo de recuperación del a inversión*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com>

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: MC Graw Hill.

Sarmiento , R. (2008). *Contabilidad General*. Quito: Voluntad.

Wikipedia. (12 de 07 de 2012). *Costos de Producción*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Wikipedia. (25 de 06 de 2012). *Depreciaciones*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Wikipedia. (12 de 07 de 2012). *Indicadores Financieros*. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). *Mano de Obra*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). *Materia Prima*. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>

Wikipedia. (25 de 07 de 2012). *Mercadotecnia*. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>

Wikipedia. (20 de 06 de 2012). *Presupuesto*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Wikipedia. (12 de 06 de 2012). *Proceso Productivo*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Wikipedia. (01 de 06 de 2012). *Turismo Comunitario*. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>

Wikipedia. (07 de 06 de 2012). *Turismo Ecológico*. Obtenido de <http://www.wikipedia.org>

Wikipedia. (20 de 07 de 2012). *Valor Actúal Neta*. Obtenido de <http://wikipedia.org>

Zapata , P. (2009). *Contabilidad General*. Bogotá: Graw Hill Education.