

INTRODUCCIÓN

Antecedentes:

La Provincia de Imbabura está al Norte de la Sierra del Ecuador, conocida también como Provincia de los Lagos, situada a 115 km al noreste de Quito y a 125 km al sur de Tulcán, limita al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos, y al Oeste con Esmeraldas, cuenta con una superficie de 4986 Km², la misma que está conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.

Esta provincia cuenta con maravillosos sitios turísticos muy conocidos a nivel nacional e internacional. Uno de los lugares más visitados y reconocidos es Cotacachi.

Los principales atractivos turísticos ubicados en la zona andina y subtropical como son el Volcán Cotacachi, las Lagunas de Cuicocha y Piñan, el valle de Intag, La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, ésta reserva es considerada una de las más importantes áreas protegidas del mundo por su biodiversidad, presencia de especies endémicas, las aguas termales de Nangulví y una variedad de bosques protectores, cantón reconocido además por su producción agropecuaria, manufacturera, artesanal del cuero, turística, hotelera y comercial, por la transparencia en la administración local, y por su amable y acogedora población.

La Laguna de Cuicocha se encuentra situada en la Cordillera Occidental, esta caldera volcánica de Cuicocha está ubicada a 14 km al noroeste de Otavalo, al sur del volcán apagado Cotacachi, a 12 kilómetros al suroccidente de la ciudad con una altitud de 3068 msnm, conocida como Laguna de los Dioses o TSUI COCHA, de origen cratérico única en el país, circunvalando la laguna se halla el sendero de interpretación

Máximo Gorky Campuzano con un recorrido de 8 kilómetros recomendado para el trekking con una duración de 4 a 5 horas.

Según los datos estadísticos de encuestas realizadas, existe un gran número de visitantes aproximadamente 3922 adultos mensuales, los mismos que visitan la Laguna de Cuicocha y se limitan a realizar los pocos servicios que brinda este lugar.

Además se debe tomar en cuenta que en el Cantón Cotacachi y en la Parroquia de Quiroga no existe un lugar donde los turistas puedan obtener información acerca de datos geográficos, climáticos, como también actividades que puedan realizar dentro de ésta reserva ecológica como son alternativas de turismo de aventura.

Por lo descrito anteriormente es necesario crear ésta microempresa, la misma que permitirá al visitante contar con algunas alternativas de esparcimiento y diversión, ayudando a preservar el ecosistema, de no hacerlo continuaremos relegados y limitados a los servicios tradicionales prestados por las operadoras existentes.

Justificación:

Se siente la necesidad de buscar nuevas alternativas empresariales para reactivar el aparato productivo y mejorar las condiciones de vida mejorando los ingresos, los mismos que fortalecerán la economía y son un aporte para el desarrollo local, por tal motivo se plantea la creación de esta microempresa de turismo de aventura YACHAG HUASI, con la finalidad de prestar servicios de calidad y satisfacer las necesidades del cliente.

Esta microempresa nace como una opción para brindar un mejor servicio a los turistas tanto locales, nacionales y extranjeros ya que éstos vienen con grandes expectativas de encontrarse con un lugar en el cual puedan realizar algún deporte de aventura, conocer el hermoso entorno

paisajístico, aprovechando el gran potencial turístico que existe en la Parroquia de Quiroga, y en la Laguna de Cuicocha como mayor atracción.

Por tal motivo éste trabajo tiene el propósito de sumar esfuerzos de aquellos que quieren ser partícipes de ésta idea, con el fin de satisfacer las necesidades del visitante y mejorar las condiciones de vida, fortalecer el turismo, apoyar el desarrollo local y mejorar la economía del cantón.

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de Turismo de aventura “YACHAG HUASI” orientada a ofrecer servicios de distracción y esparcimiento.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional para identificar los posibles potenciales turísticos y la afluencia de los visitantes.
- Establecer el marco teórico que respalde el proyecto tomando como base la investigación de campo y bibliográfica.
- Desarrollar el estudio de mercado, el cual permitirá identificar aspectos importantes de la oferta, demanda y competencia.
- Elaborar el Estudio Técnico
- Identificar la factibilidad económica del proyecto
- Constituir la estructura organizacional de la microempresa
- Identificar y analizar los posibles impactos en los ámbitos: socioeconómico, microempresarial, cultural y ecológico.

CAPITULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

El presente Diagnóstico Situacional se realizó en la Parroquia de Quiroga en el Cantón Cotacachi, las encuestas se las aplicaron en el mes de julio del 2009, un mes que representa temporada alta, ya que los estudiantes salen a vacaciones.

Las encuestas se hicieron tanto los turistas nacionales como extranjeros que visitan la laguna de Cuicocha y se sienten atraídos por realizar algún deporte de aventura.

Una fiel prueba es la cantidad de visitantes que acceden al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), podemos mencionar que el Parque Nacional Galápagos recibió 173.420 visitantes en el año 2008, seguido por la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas con 120.867 visitantes, constituyéndose como las áreas con mayor número de visitas turísticas en el Ecuador año tras año.

Como actividades principales que se pueden desarrollar son: ciclismo de montaña, trekking al alrededor de la laguna de Cuicocha, tours a las comunidades indígenas, tour a Mojanda, Tour a caballo, agroturismo, tour a Intag, ascenso al Imbabura, Ascenso al Cotacachi.

El presente diagnóstico tiene como finalidad determinar cuál es la situación actual del turismo de aventura, la afluencia de turistas, y la acogida que tendría la microempresa para su creación.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un Diagnóstico que permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de turismo de aventura Yachag Huasi en el Cantón Cotacachi en la parroquia de Quiroga.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1.2.2.1 Determinar si la ubicación estratégica para la creación de la microempresa de turismo de aventura es en la Parroquia de Quiroga.
- 1.2.2.2 Identificar los parámetros para la creación de la microempresa.
- 1.2.2.3 Establecer la oferta y demanda de servicios turísticos similares a los existentes en el cantón Cotacachi.
- 1.2.2.4 Establecer una adecuada organización para la correcta producción de servicios turísticos que prestará la empresa.
- 1.2.2.5 Determinar las políticas económico-financieras que contribuyan al éxito de la empresa de turismo de aventura Yachag Huasi.
- 1.2.2.6 Definir y conocer los diferentes tipos de deportes de aventura y sus principales características.
- 1.2.2.7.-Identificar el segmento de mercado al cual va a orientarse la prestación de estos deportes de aventura.
- 1.2.2.8 Determinar si la creación de la microempresa afecta al medio ambiente.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- 1.3.1 Ubicación estratégica
- 1.3.2 Parámetros

- 1.3.3 Oferta
- 1.3.4 Demanda
- 1.3.5 Organización
- 1.3.6 Políticas económico-financieras
- 1.3.7 Deportes de Aventura
- 1.3.8 Segmento de Mercado
- 1.3.9 Medio Ambiente

1.4 INDICADORES

1.4.1 UBICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.4.1.1 Factores de localización
- 1.4.1.2 Tamaño
- 1.4.1.3 Cantidad de equipos
- 1.4.1.4 Cantidad de personal

1.4.2 PARÁMETROS

- 1.4.2.1 Aliados
- 1.4.2.2 Oponentes
- 1.4.2.3 Riesgos
- 1.4.2.4 Oportunidades

1.4.3 OFERTA

- 1.4.3.1 Servicios
- 1.4.3.2 Calidad
- 1.4.3.3 Competencia

1.4.4 DEMANDA

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

- 1.4.5 ORGANIZACIÓN
 - 1.4.5.1 Departamentos
 - 1.4.5.2 Operaciones
 - 1.4.5.3 Procesos

- 1.4.6 POLÍTICAS ECONÓMICO- FINANCIERAS.
 - 1.4.6.1 Ingresos
 - 1.4.6.2 Gastos
 - 1.4.6.3 Capital de trabajo
 - 1.4.6.4 Rentabilidad
 - 1.4.6.5 Índices financieros

- 1.4.7 DEPORTES DE AVENTURA
 - 1.4.7.1 Tipos
 - 1.4.7.2 Características
 - 1.4.7.3 Temporada
 - 1.4.7.4 Indumentaria

- 1.4.8 SEGMENTO DE MERCADO
 - 1.4.8.1 Gustos y preferencias
 - 1.4.8.2 Precios
 - 1.4.8.3 Servicios
 - 1.4.8.4 Población local
 - 1.4.8.5 Edad
 - 1.4.8.5 Plaza

- 1.4.9 MEDIO AMBIENTE.
 - 1.4.9.1 Impactos positivos
 - 1.4.9.2 Impactos negativos
 - 1.4.9.3 Cantidad de impactos

- 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

CUADRO Nº 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la ubicación estratégica para la creación de la microempresa de turismo de aventura es en la Parroquia de Quiroga.	Ubicación Estratégica	Factores de localización Tamaño Cantidad de equipos Cantidad de personal	Observación directa mediante trabajo de campo.	Turistas	Primaria
Identificar los parámetros para la creación de la microempresa.	Parámetros	Aliados Oponentes Riesgos Oportunidades	Encuesta Entrevista	Turistas Propietarios de empresas similares	Primaria
Establecer la oferta y demanda de servicios turísticos similares a los existentes en el cantón Cotacachi.	Oferta Demanda	Servicios Calidad Competencia Sexo Edad Preferencias Costos	Encuesta Entrevista	Turistas Propietarios de empresas similares	Primaria
Establecer una adecuada organización para la correcta producción de servicios turísticos que prestará la empresa.	Organización	Departamentos Operaciones Procesos	Entrevista	Propietarios de empresas similares	Primaria
Determinar las políticas económico-financieras que contribuyan al éxito de la empresa de turismo de aventura Yachag Huasi.	Políticas económico-financieras	Ingresos Gastos Capital de trabajo Rentabilidad Índices financieros.	Entrevista	Propietarios de empresas similares	Primaria
Definir y conocer los diferentes tipos de deportes de aventura y sus principales características.	Deportes de aventura	Tipos Características Temporada Indumentaria	Entrevista Encuesta	Propietarios de empresas similares Turistas	Primaria
Identificar el segmento de mercado al cual va a orientarse la prestación de estos deportes de aventura.	Segmento de Mercado	gustos y preferencias precios servicios población local edad plaza	Observación de campo Encuesta	Turistas	Primaria
Determinar si la creación de la microempresa afecta al medio ambiente.	Medio Ambiente	Impactos positivos Impactos negativos Cantidad de impactos	Encuesta	Turistas	Primaria

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora de la investigación

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 MECÁNICA OPERATIVA

Para la presente investigación se ha determinado dos universos, el primero corresponde a los turistas locales y extranjeros, la población N2 serán las empresas afines dedicadas a actividades turísticas dentro del cantón Cotacachi y la parroquia de Quiroga, que por ser menores a 50 unidades realizaremos un censo.

CUADRO Nº 2: POBLACIÓN

POBLACIÓN	INGRESO DE TURISTAS	
	SEMANAL	ANUAL
Turistas locales y extranjeros	958	45984*
Empresas Afines	3	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora de la investigación

*Dato referencial basado en el número de personas que han realizado actividades de turismo en el año 2009 en la Laguna de Cuicocha, fundamentado en un informe proporcionado por la Hostería Cuicocha.

Cabe señalar que los 45984 turistas anuales, de los cuales nosotros como empresa tomaremos un 12.02% como nuestros posibles clientes los cuales son estudiantes, es decir 5525 (**Ver Anexo A**).

1.6.2 MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra de la población que será sujeta al diagnóstico se utilizó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población a estudiarse

Z= Nivel de Confianza 95% que equivale a 1.96

δ^2 = Varianza de la población 0.5 (0.25)

E= Limite aceptable de error muestral

N-1= Corrección para muestras mayores a 30 unidades.

MUESTRA NUMERO 1:

DESARROLLO

$$n = \frac{958(0.25)(1.96)^2}{(958-1) (0.05)^2 + (0,25) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{920.0632}{3.3529}$$

n = 274

CUADRO Nº 3: TAMAÑO DE LA MUESTRA

POBLACIÓN	Nº DE ELEMENTOS
Turistas locales y extranjeros	275

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora de la investigación

El tamaño de la muestra es de 275 personas a las cuales aplicaremos las respectivas encuestas para determinar la aceptación que tienen los deportes de aventura.

Para el caso de las empresas que ofertan servicios turísticos, se aplicará un censo, es decir las entrevistas se realizarán a la totalidad de la población que es de 3 unidades.

1.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

1.6.3.1 ENCUESTAS

Con esta técnica y mediante los instrumentos necesarios permitieron recopilar la información, como son los datos de la población. **(Ver anexo B).**

El número de encuestas realizadas fue de 275, las cuales se realizaron en la Laguna de Cuicocha, ya que en este sector existe una mayor afluencia de turistas los fines de semana, sin existir ningún limitante en la recolección de la información.

1.6.3.2 ENTREVISTAS.

Esta técnica se utilizó como un mecanismo para recopilar información de empresas afines dedicadas a prestar servicios de deportes de aventura. Las entrevistas fueron estructuradas y se realizaron en el Cantón Cotacachi. **(Ver anexo C).**

1.6.4 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria se la obtuvo de:

- a) Libros de administración y contabilidad
- b) Guías turísticas
- c) Revistas deportivas especializadas en turismo de aventura.
- d) Datos estadísticos del INEC y Ministerio de Turismo
- e) Internet

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.7.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA DE QUIROGA Y LA RECC.

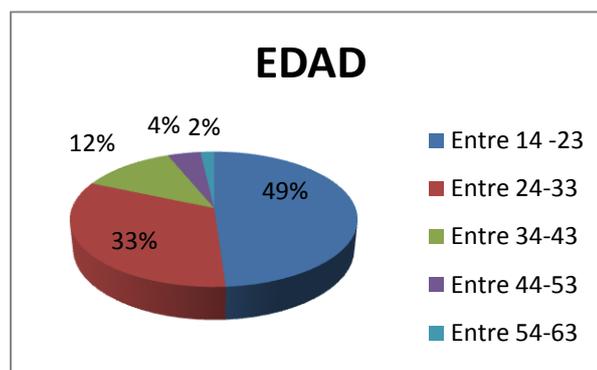
1.- ¿Indique su edad y su sexo?

CUADRO Nº 4: EDAD

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 14 -23	135	49%
Entre 24-33	90	32%
Entre 34-43	34	13%
Entre 44-53	12	4%
Entre 54-63	5	2%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº1: EDAD



ANÁLISIS:

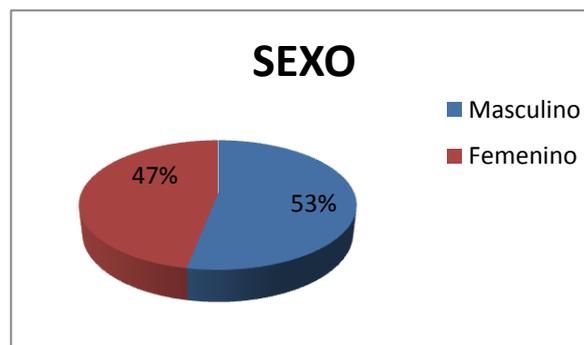
De las encuestas realizadas podemos mencionar que el 49% se encuentra entre 14 y 23 años de edad, el 32% se encuentra entre 24 y 33 años de edad, el 13 % entre 34 y 43 años de edad, el 4% entre 44 y 53 años de edad y él; 2% entre 54 y 63 años de edad.

CUADRO Nº 5: SEXO

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	147	53%
Femenino	128	47%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº2: SEXO



ANÁLISIS:

Podemos mencionar que el 53 % de los encuestados son del género masculino mientras que el 47 % restante corresponde a género femenino, demostrando así que existe una equidad en los visitantes, lo que indica que no hay segregación de ninguna clase.

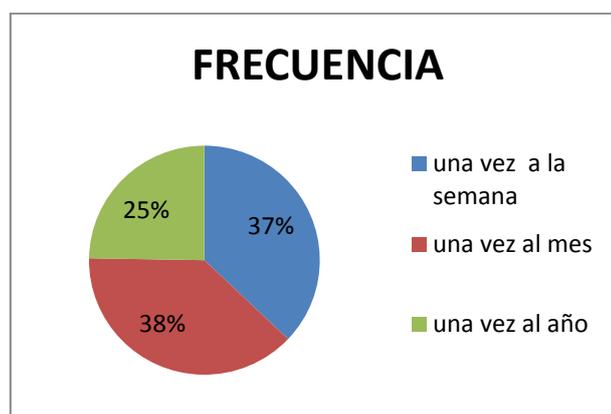
2.- ¿Cada qué tiempo usted realiza algún deporte de aventura?

CUADRO N°6: PERIODICIDAD

PERIODICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
una vez a la semana	102	37%
una vez al mes	105	38%
una vez al año	68	25%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO N°3: PERIODICIDAD



ANÁLISIS:

En lo que respecta a la periodicidad con la que los turistas realizan deportes de aventura podemos destacar que el 38 % respondió una vez al mes, seguido de los que realizan un deporte una vez a la semana con el 37%, y el 25 % respondió una vez al año, que corresponden a turistas que realizan estos deportes con menos frecuencia.

Se puede concluir que la aceptación por practicar estos deportes de aventura es muy buena, un 75% de los encuestados realizan o practican deportes de aventura por lo menos una vez a la semana y otros una vez al mes.

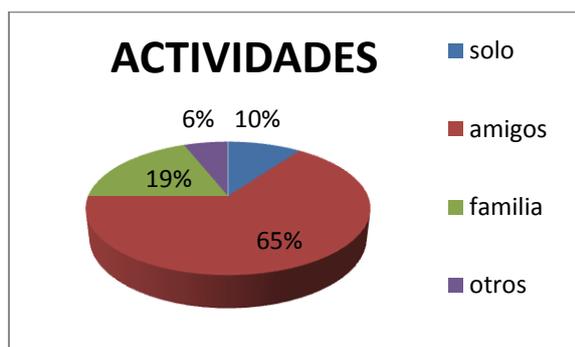
3.- ¿En compañía de quien realiza estas actividades?

CUADRO N° 7: ACTIVIDADES

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
solo	27	10%
amigos	179	65%
familia	51	19%
otros	18	6%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO N°4: ACTIVIDADES



ANÁLISIS:

En lo que se refiere a la realización de estos deportes, el 65 % respondió que lo realizan en compañía de amigos, seguido por el 19% que lo realiza conjuntamente con su familia, el 10 % respondió solos, y el 6% respondió otros.

De lo anterior podemos mencionar que el 84% realiza estos deportes de aventura con amigos y familiares, mientras que el 16 % lo realizan solos y por intermedio de operadoras turísticas.

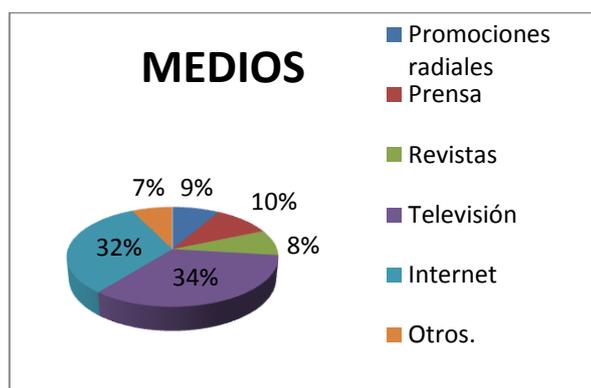
4.- ¿Por qué medio se informa de deportes de aventura?

CUADRO Nº 8: MEDIOS DE INFORMACIÓN

MEDIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promociones radiales	23	9%
Prensa	28	10%
Revistas	23	8%
Televisión	93	34%
Internet	88	32%
Otros.	20	7%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº5: MEDIOS DE INFORMACIÓN



ANÁLISIS:

El medio de mayor difusión en cuanto se refiere a deportes de aventura, es la televisión, el 34 % de los encuestados afirmó esta respuesta, seguido de un 32 % que se informa por el Internet, el 10 % lo hace por medio de la prensa, un 9 % se informa por promociones radiales y el 7% de los encuestados se informa por medios impresos como son afiches, hojas volantes.

5.- ¿Señale un deporte de aventura que le gustaría practicar?

CUADRO Nº 9: DEPORTES DE AVENTURA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bicicleta de montaña	93	34%
Trekking en la Laguna de Cuicocha	50	18%
Tour a caballo	28	10%
Tour a Mojanda	24	9%
Agroturismo	20	7%
Tour a Intag	19	7%
Ascenso al Cotacachi	13	5%
Ascenso al Imbabura	10	4%
Tour a las Comunidades	12	4%
Kayac	5	2%
Otros	1	0%
TOTAL	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº6: DEPORTES DE AVENTURA



ANÁLISIS:

El deporte de aventura con mayor aceptación fue Bicicleta de montaña con un 34 %, seguido de trekking en la Laguna de Cuicocha con un 18%, luego está el tour a caballo con un 10 %, en cuarto lugar el tour a Mojanda con un 9%, en quinto y sexto lugar se encuentran el Agroturismo y el Tour a Intag con el 7%, en séptimo lugar está el Ascenso al Cotacachi con el 5%, en octavo lugar está el Ascenso al Imbabura con el 4%, en noveno lugar está el tour a comunidades con el 4%, y en décimo lugar está el kayak con el 2%. De los datos recolectados de las encuestas podemos mencionar que existe gran aceptación por practicar estos deportes de aventura en especial la Bicicleta de montaña y el trekking.

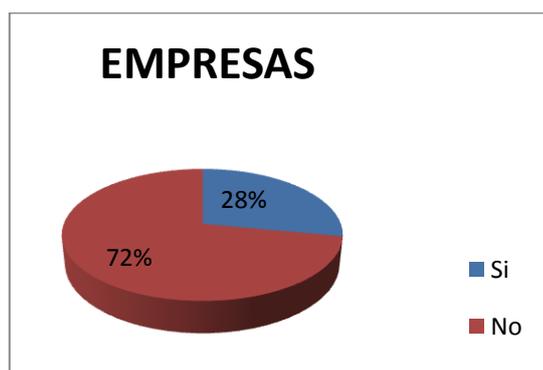
6. ¿Conoce usted sobre alguna empresa que oferte estos deportes de aventura?

CUADRO N°10: EMPRESAS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	78	28%
No	197	72%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO N°7: EMPRESAS



ANÁLISIS:

El 28 % encuestado respondió que conoce empresas que brinden estos servicios, en cambio el 72% respondió no conocer empresas de turismo de aventura que realicen estas actividades. Dos de las empresas conocidas por los encuestados que ofertan deportes de aventura a nivel del cantón son: RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL, y La CIA. DE ECONOMIA MIXTA TINCUICEM que oferta el servicio de kayak.

7.- ¿En el caso de conocer una empresa que brinde estos servicios, ha tomado en cuenta las seguridades que ofrecen para practicar estos deportes de aventura?

CUADRO N° 11: SEGURIDADES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	122	44%
No	153	56%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO N°8: SEGURIDADES



ANÁLISIS:

El 44 % de los encuestados si ha tomado en cuenta las seguridades que ofrecen las empresas que ofertan estos servicios, y el 56 % respondió que no ha tomado en cuenta ninguna seguridad que presten estas empresas al momento de realizar un deporte de aventura.

Dentro de las seguridades que se toman en cuenta para realizar estos deportes son cuerdas, chalecos, botiquín para primeros auxilios, seguro de accidentes, guías especializados y con experiencia, se podrá exigir condiciones de edad, de estado físico y de salud, y también se podrán limitar la práctica sólo a aquellos que tengan conocimiento y experiencia. En el caso de la participación de menores en las actividades, los organizadores deben disponer previamente y por escrito de la autorización de los padres y tutores de los menores.

8.- ¿Posee alguna experiencia en la realización de deportes de aventura?

CUADRO Nº 12: EXPERIENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	21	8%
Poco	207	75%
Nada	47	17%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº9: EXPERIENCIA



ANÁLISIS:

En lo que se refiere a la experiencia que posee el turista en la realización de estos deportes de aventura, el 75 % respondió que posee poca experiencia, mientras que el 17 % nada de experiencia y el 8% mucha experiencia.

Hay que mencionar que la mayoría de encuestados tiene poca experiencia en la realización de estos deportes de aventura, lo que es muy importante al momento de realizar un deporte, ya que por seguridad deben tener un conocimiento básico por lo menos en forma teórica.

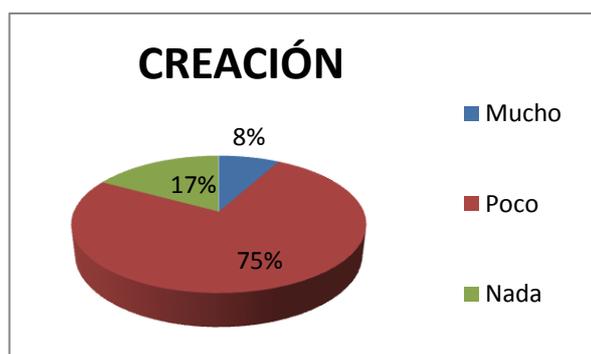
9- ¿Le gustaría que se creara una microempresa que oferte estos deportes de aventura en la parroquia de Quiroga?

CUADRO N° 13: CREACIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	251	91%
No	24	9%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO N°10: CREACIÓN



ANÁLISIS:

En lo que respecta a la creación de la microempresa de turismo de aventura en la parroquia de Quiroga el 91% de los encuestados respondió que si le gustaría y el 9% respondió que no le gustaría.

Existe una gran acogida para la creación de una microempresa que fomente el turismo de aventura en el cantón Cotacachi especialmente en la Parroquia de Quiroga, ya que es un lugar muy turístico por estar dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

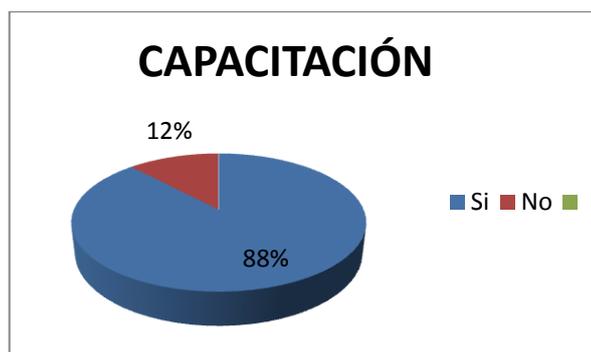
10- ¿Le gustaría recibir alguna capacitación o información en el tema de deportes de aventura?

CUADRO Nº 14: CAPACITACIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	243	88%
No	32	12%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRAFICO Nº11: CAPACITACIÓN



ANÁLISIS:

El 88% de los encuestados respondió que si le gustaría recibir información o capacitación en deportes de aventura y el 12% respondió que no.

Los encuestados si están interesados en recibir información como volantes, afiches, revistas o cualquier informaron vía correo electrónico.

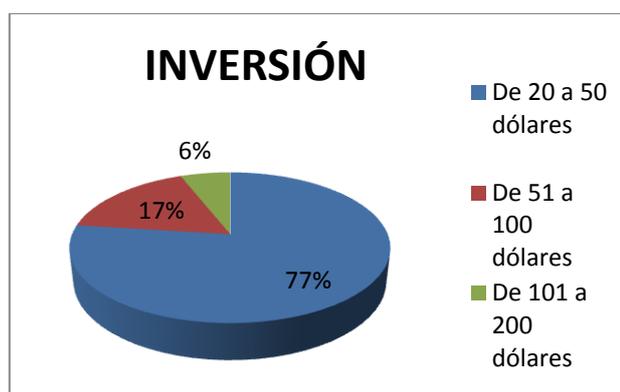
11.- ¿Cuánto quisiera invertir para la realización de estos deportes de aventura?

CUADRO Nº 15: INVERSIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 20 a 50 dólares	211	77%
De 51 a 100 dólares	47	17%
De 101 a 200 dólares	15	6%
De 201 dólares en adelante	2	0%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRÁFICO Nº12: INVERSIÓN



ANÁLISIS:

El 77% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a invertir en una escala de 20 a 50 dólares en la realización de estos deportes de aventura, mientras que el 17% estaría en capacidad de invertir de 51 a 100 dólares, y el 6% en capacidad de invertir de 101 a 200 dólares.

La mayoría de los encuestados invertirían en la realización de estos deportes desde 20 dólares hasta 50 dependiendo de la complejidad del deporte y de la duración del mismo.

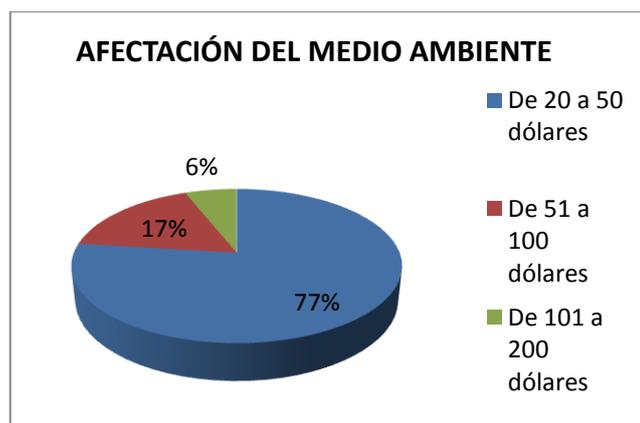
12- ¿Cree que al realizar estos deportes de aventura, el medio ambiente se vería afectado?

CUADRO Nº 16: AFECTACIÓN AL AMBIENTE

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	11%
No	246	89%
TOTAL:	275	100%

Fuente: Turistas que visitan la Parroquia de Quiroga y la RECC.
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

GRAFICO Nº13: AFECTACIÓN AL AMBIENTE



ANÁLISIS:

El 89 % de los encuestados respondió que al realizar estos deportes de aventura no se afecta al medio ambiente y el 11 % cree que si se vería afectado el medio ambiente.

Estos deportes de aventura no afectan el medio ambiente, ni contaminan, además esta microempresa tiene un enfoque ecológico que ayuda a conservar el medio ambiente.

1.7.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

1.7.2.1 ENTREVISTA REALIZADA A LA OPERADORA TURISTICA “RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL”.

1.- ¿Qué clase de paquetes turísticos ofrece a los turistas nacionales y extranjeros y que costo tiene?

La Operadora Turística Runa Tupari ofrece paquetes completos que comprenden una duración de 4 días y tres noches como por ejemplo en Cotacachi: Trekking a lagunas de Piñan y el bosque nublado con un valor de 75.00 dólares diarios.

2.- ¿Dentro de los paquetes que ofrece existe uno que contemple deportes de aventura?

Como parte de la oferta que brinda la Operadora, si cuentan con deportes de aventura.

3.- ¿Cuáles deportes de aventura ofrece su agencia?

Los deportes que ofrecen al momento son Trekking Alrededor del Lago Cuicocha, Trekking a Lagunas de Mojanda y Montaña Fuya – Fuya, tour a caballo, descenso en bicicleta al Bosque Nublado Subtropical.

4.- ¿De los deportes mencionados, ¿Cuánto cuesta cada deporte de aventura?

Los costos de estos deportes de aventura son: Trekking Alrededor del Lago Cuicocha \$ 27.00 dólares, trekking Lagunas de Mojanda y Montaña Fuya – Fuya \$ 27.00 dólares, tour a caballo 3 horas: \$ 27.00; 5 horas: \$ 40.00 dólares, descenso en bicicleta al Bosque Nublado Subtropical: \$ 70.00 dólares.

5.- ¿Cómo promociona su agencia de viajes a nivel nacional?

Los medios de promoción y publicidad que utiliza la operadora es el internet por medio de la página WEB: www.runatupari.com.ec, misma que los usuarios pueden ingresar y obtener toda la información para elegir los tours que les convenga o satisfaga su necesidad.

6.- ¿De qué países o región proviene la mayoría de turistas que han visitado Ecuador por medio de su agencia?

Manifiestan que los turistas que visitan el Ecuador son de los siguientes países: Estados Unidos, Países Bajos, Francia, Canadá, España, Italia, Bélgica, Alemania, Reino Unido.

7.- ¿Qué fuentes de financiamiento ofrece?

La mayoría de las transacciones que se realizan son en efectivo y como fuentes de financiamiento que ofrece la operadora es con tarjeta de crédito.

8. ¿Qué tipo de deportes de aventura cree que se puede realizar en la parroquia de Quiroga? (Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas).

Los deportes que se pueden realizar son los siguientes: Kayac, Buceo, Rafting, Escalada en roca, Trekking, Rappeling.

9. ¿Cuáles son las características que debe poseer una persona para realizar algún deporte de aventura?

Para realizar un deporte de aventura es necesario tener seguridad, conocimiento, y tomar medidas de protección.

10. ¿Para la realización de estos deportes de aventura que temporadas son las más adecuadas?

Cualquier temporada es buena dependiendo de los deportes.

11. ¿Cuáles serían los lugares más idóneos para realizar estos deportes de aventura dentro de la Parroquia de Quiroga- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas?

Los lugares más idóneos para realizar estos deportes de aventura son: Laguna de Cuicocha, Volcán Cotacachi, Lagunas de Piñan, Zona de Intag, Comunidades Indígenas.

12. ¿Cree que es necesario promover el turismo de aventura en la Parroquia de Quiroga?

Si es importante ya que el turismo mueve muchos escenarios como el social, económico, con la finalidad de captar más visitantes y hacer conocer así el cantón Cotacachi, y la provincia en sí, ayudando también al desarrollo y crecimiento local.

13. ¿Piensa usted que es necesario contar con personal especializado para la ejecución de éstos deportes de aventura?

Si es importante porque todos los deportes que se van a realizar deben tener sus debidas precauciones y un instructor o guía especializado y con experiencia.

14. ¿Qué tiempo piensa que es el adecuado para la realización de estos deportes de aventura?

Depende del itinerario y de la necesidad o satisfacción de cada cliente, si un cliente dispone del tiempo suficiente para un recorrido más largo es porque además está dentro de la posibilidad económica del cliente.

CONCLUSIÓN.

La entrevista realizada a la Operadora de Turismo Comunitario Runa Tupari muestra evidentemente la aceptación que ha tenido en la prestación de sus servicios, siendo su fuerte los albergues comunitarios que se encuentran ubicados en las comunidades del cantón Cotacachi, el medio de difusión de sus experiencias es el internet, ya que cuenta con su propia página web, en cuanto se refiere a los tours que ofrece son completos los mismos que van desde un día hasta cuatro, dependiendo la capacidad y el interés del cliente, además estos pueden pagar con tarjeta de crédito lo que para la mayoría de clientes extranjeros es un beneficio.

1.7.2.2 ENTREVISTA REALIZADA A LA OPERADORA TURISTICA

“ LEYTON TOURS.”

1.- ¿Qué clase de paquetes turísticos ofrece a los turistas nacionales y extranjeros y que costo tiene?

La Operadora ofrecen paquetes turísticos de Trekking al lechero con un precio de 30 dólares, cascada de Peguche 30 dólares, ruta de los caciques 40 dólares, visita a las lagunas de Mojanda 40 dólares, caminata alrededor de la Laguna de Cuicocha 80 dólares, cascada de Taxopamba 50 dólares.

2.- ¿Dentro de los paquetes que ofrece existe uno que contemple deportes de aventura?

De los paquetes que ofrece la operadora si están contemplados los deportes de aventura.

3.- ¿Cuáles deportes de aventura ofrece su agencia?

Como deportes de aventura están considerados los paseos a caballo y la pesca deportiva.

4.- ¿De los deportes mencionados, ¿Cuánto cuesta cada deporte de aventura?

EL costo del paseo a caballo es de 30.00 dólares y la pesca deportiva 40.00 dólares.

5.- ¿Cómo promociona su agencia de viajes a nivel nacional?

Los canales por los cuales se promociona esta agencia son por medio de afiches, volantes, banners, promociones televisivas.

6.- ¿De qué países o región proviene la mayoría de turistas que han visitado Ecuador por medio de su agencia?

La mayoría de turistas que nos visitan son provenientes de Estados Unidos, México, Chile, Argentina, España, Italia.

7.- ¿Qué fuentes de financiamiento ofrece?

La mayoría de las transacciones se las hace con dinero en efectivo y también con tarjetas de crédito.

8. ¿Qué tipo de deportes de aventura cree que se puede realizar en la parroquia de Quiroga? (Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas).

Los deportes de aventura que se pueden realizar es el trekking, escalada al volcán Cotacachi, Kayak, Rafting.

9. ¿Cuáles son las características que debe poseer una persona para realizar algún deporte de aventura?

Las características que debe poseer una persona para realizar un deporte de aventura son seguridad en sí mismo, buen estado físico, emprendedor, aventurero.

10. ¿Para la realización de estos deportes de aventura que temporadas son las más adecuadas?

La temporada no afecta en la realización de estos deportes, ya que se prevé con todas las herramientas necesarias para la ejecución de estos deportes y se toman además las debidas precauciones del caso en lo que respecta al clima.

11. ¿Cuáles serían los lugares más idóneos para realizar estos deportes de aventura dentro de la Parroquia de Quiroga- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas?

Los posibles lugares para realizar estos deportes de aventura son: Laguna de Cuicocha, Volcán Cotacachi, aguas termales de Nangulví, aguas termales de Chachimbiro.

12. ¿Cree que es necesario promover el turismo de aventura en la Parroquia de Quiroga?

Si es necesario ya que en la actualidad existe mucha demanda turística especialmente en la Provincia de Imbabura por sus majestuosos paisajes, nos visitan turistas tanto nacionales como internacionales.

13. ¿Piensa usted que es necesario contar con personal especializado para la ejecución de éstos deportes de aventura?

Si ya que para practicar estos deportes se necesita un guía o instructor con experiencia en este campo.

14. ¿Qué tiempo piensa que es el adecuado para la realización de estos deportes de aventura?

El tiempo que lo destine o disponga el cliente, ya que algunos deportes necesitan menor tiempo que otros.

CONCLUSIÓN:

La Operadora Leytons Tours se orienta más por prestar servicios que identifican la cultura y tradición de la ciudad de Otavalo, los deportes de aventura que ofrece son paseo a caballo y pesca deportiva, los mismos que han tenido una muy buena acogida principalmente por los turistas extranjeros, en cuanto a los costos que ofrece son altos y de igual forma que otras operadoras se puede cancelar con tarjeta de crédito.

**1.7.2.3 ENTREVISTA REALIZADA A LA OPERADORA TURISTICA
“ECOMONTES.”**

1.- ¿Qué clase de paquetes turísticos ofrece a los turistas nacionales y extranjeros y que costo tiene?

Los paquetes que ofrece la operadora Ecomontes son: Trekking alrededor de la laguna de Cuicocha, 25 dólares, trekking a las lagunas de Mojanda 25 dólares, Asenso al Imbabura 60 dólares, paseos a caballo con destino a Cuicocha 40.00 dólares, destino a Selva Alegre 40.00 dólares.

2.- ¿Dentro de los paquetes que ofrece existe uno que contemple deportes de aventura?

Si existen dentro de los paquetes que se ofertan los deportes de aventura.

3.- ¿Cuáles deportes de aventura ofrece su agencia?

Paseos a caballo, Trekking, Asenso al Imbabura, Asenso al Cotacachi, rafting, canyoning.

4.- ¿De los deportes mencionados, ¿Cuánto cuesta cada deporte de aventura?

El Rafting en el Rio Mira, tiene un Costo: 40 dólares, el rafting en el Rio Chota, Costo: 35 dólares, Canyoning en la cascada de Peguche: Costo \$ 30.00, Asenso al Imbabura: Costo \$ 60.00 Asenso al Cotacachi: Costo \$ 60.00, Paseos a caballo, Costo 40.00 dólares.

5.- ¿Cómo promociona su agencia de viajes a nivel nacional?

Por medio de publicidad y propaganda tanto en los diarios de mayor circulación como en las emisoras de radio y televisión además de el Internet que es muy útil para contactarnos con personas nacionales y extranjeras.

6.- ¿De qué países o región proviene la mayoría de turistas que han visitado Ecuador por medio de su agencia?

Los países de donde vienen con mayor frecuencia son Francia, Alemania, Estados Unidos.

7.- ¿Qué fuentes de financiamiento ofrece?

Como fuentes de financiamiento se aceptan tarjetas de crédito.

8. ¿Qué tipo de deportes de aventura cree que se puede realizar en la parroquia de Quiroga? (Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas).

Los deportes Acuáticos, Deporte de aguas rápidas, deportes de alta montaña, Cuerdas.

9. ¿Cuáles son las características que debe poseer una persona para realizar algún deporte de aventura?

Las características que debe poseer una persona son: Decidida, con mucha voluntad y entusiasmo, pasión por conocer nuestro Ecuador.

10. ¿Para la realización de estos deportes de aventura que temporadas son las más adecuadas?

No existen temporadas específicas para practicar un determinado deporte, cualquier deporte se lo puede practicar en cualquier época del año, simplemente hay que tomar precauciones y contar con la indumentaria adecuada.

11. ¿Cuáles serían los lugares más idóneos para realizar estos deportes de aventura dentro de la Parroquia de Quiroga- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas?

Los lugares más adecuados para practicar estos deportes son Volcán Cotacachi, Laguna de Cuicocha, Lagunas de Piñan, ríos en la zona de Intag, Cascadas en la zona de Intag.

12. ¿Cree que es necesario promover el turismo de aventura en la Parroquia de Quiroga?

Claro es muy necesario ya que no existe información para los turistas de los atractivos que existen, no cuentan con mapas del lugar, el turismo en la actualidad es una buena alternativa generadora de ingresos.

13. ¿Piensa usted que es necesario contar con personal especializado para la ejecución de éstos deportes de aventura?

Sin duda para la práctica y ejecución de estos deportes tiene que existir una persona especializada ya sea guía nativo o un técnico en el área porque para realizar estos deportes hay que tomar las debidas seguridades.

14. ¿Qué tiempo piensa que es el adecuado para la realización de estos deportes de aventura?

La duración del deporte lo fija el cliente, todo depende del tiempo que disponga, ya que si el cliente está en posibilidad de optar por un paquete turístico completo, el tiempo de duración del deporte se prolonga.

CONCLUSIÓN:

La Operadora Ecomontes es una de las más acogidas por los turistas, ya que sus costos son accesibles tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros, dentro de los paquetes que ofertan están el trekking, ascenso a volcanes, paseos a caballo, la forma de hacerse conocer es por medio de la prensa, volantes, afiches, televisión y también el internet y cuenta con un servicio personalizado para el cliente.

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Riesgos Y

OPORTUNIDADES.

1.8.1 ALIADOS

- Contar con el personal capacitado con licencia de operador turístico o guía nativo.
- Los precios que oferta la microempresa son menores a los de la competencia.
- Eliminación de intermediarios mediante la búsqueda de nuevos clientes a través del internet.
- Conocimiento de las rutas y vías de acceso para los tours.
- Poseer el permiso del Ministerio del Ambiente para ingresar a la RECC y poder prestar los servicios.

1.8.2 Oponentes

- Los turistas pueden no cumplir con la reglamentación existente para el cuidado del medio ambiente.
- No existe transporte público para llegar a la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas.
- Las comunidades aledañas pueden pensar que se van a ver afectadas con la creación de la microempresa.

1.8.3 Riesgos

- Se crean nuevas empresas similares en el Cantón
- Existe una inestabilidad socio-económica en el país y en el mundo.
- Existe inestabilidad en cuanto a la temporada, ya que hay meses en los cuales incrementa el turismo y en otros disminuye.
- El servicio de la policía en caso de requerir para alguna emergencia está muy distante.

- El incremento de la delincuencia podría afectar al bienestar de los turistas.
- El aumento que se ha dado en los valores para el ingreso a la Reserva Ecológica.
- Falta de señalización en las vías o rutas de acceso para los tours.

1.8.4 OPORTUNIDADES

- Ubicación estratégica de la microempresa en el parque principal de Quiroga, el cual es lugar de arribo tanto de quienes vienen de otras provincias a visitar la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas, en especial la Laguna de Cuicocha.
- En la ciudad de Cotacachi no existen empresas dedicadas al turismo de aventura, más están dedicados al turismo comunitario como es el caso de Runa Tupari, la misma que tiene sus oficinas en la ciudad de Otavalo.
- Diversa riqueza natural, cultural y étnica, lo cual genera en el turista nuevas expectativas para visitarnos.
- La Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas se posiciona en el segundo lugar más visitado luego de las Islas Galápagos logrando 120.867 visitas anuales.
- Líneas de crédito para el sector turístico y para las microempresas por parte de las instituciones financieras.
- El internet como una herramienta tecnológica para contactar con los clientes nacionales o extranjeros.
- La autovía Ibarra- Otavalo es una oportunidad más para trasladarse de forma más rápida desde el cantón Cotacachi, o para quienes vienen de otras provincias.
- La gran demanda insatisfecha que existe al momento.

1.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

En la ciudad de Cotacachi al momento no existen empresas que se dediquen a la prestación de éstos deportes de aventura, hay personas que se dedican a ofrecer éstos servicios de guías turísticos por cuenta propia, los mismos que trabajan de forma individual, razón por lo que existe una gran oportunidad de incursionar en éste mercado, ya que el estudio realizado reveló que existe una gran demanda potencial, al ser Cotacachi una de las ciudades más visitadas de la provincia de Imbabura, por poseer una Reserva Ecológica muy extensa, por lo que es una buena oportunidad para aprovechar el potencial turístico y crear ésta microempresa, la misma que servirá como ejemplo para los futuros incursioncitas en ésta rama.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Una de las nuevas alternativas de desarrollo sustentable que se perfila actualmente para el adelanto de nuestros pueblos, es el Turismo.

El cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia de Imbabura, está ubicado a 25 Km. al suroeste de Ibarra y a 104 Km. al noroeste de Quito, con una altitud de 200 a 4939 m.s.n.m con una diversidad cultural que proviene de la coexistencia de grupos étnicos que se asentaron históricamente, grupo quichua, mestizo y afro-ecuatoriano, cada uno manifestando su particularidad, además cuenta claramente con dos zonas geográficas como son: la zona andina y la zona subtropical. La Andina está ubicada en las faldas del volcán Cotacachi, su clima oscila entre 10 y 20 grados centígrados, la zona subtropical que abarca a Intag y los Manduriacos, se extiende desde el volcán Cotacachi en la cordillera occidental de los Andes hasta el límite con la provincia de Esmeraldas y Pichincha, su clima oscila entre 18 y 30 grados centígrados.

En éstas zonas se puede disfrutar de una gran variedad de atractivos naturales, como bosques protectores, La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, la Laguna de Cuicocha, el Volcán Cotacachi, Termas de Nangulví y Yanayacu entre otras, y atractivos culturales como Semana Santa (Abril), el Inti Raymi (21 de Junio), la cantonización de Cotacachi (6 de Julio), la Fiesta de la Jora (12 de septiembre), el Huaccha Caray (2 de Noviembre), las artesanías del cuero y otras manifestaciones culturales.

El turismo también ha evolucionado desde el punto de vista de la oferta y la demanda. Ya no sólo es turismo de sol y playa, sino un turismo aventurero, turismo rural, ecoturismo. Hay un cambio en la oferta.

Desde el lado de la demanda, el turista, también cambia. El más joven exige un turismo distinto, no busca un hotel de gran categoría, sino algo

barato como un albergue. Además no sólo se busca turismo en verano, sino que se fracciona y se usa mucho más el fin de semana. El nuevo turista pide un servicio distinto y se preocupa por el respeto al medio ambiente, no es un turismo destructivo.

El turismo también produce cambios en el mercado de trabajo:

- Reducción de la jornada de trabajo.
- Satisface el tiempo de ocio del cliente, por lo que a la empresa turística se le exigen cosas, que a otras no.
- La empresa turística se centra más por ello en la calidad.

2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La provincia de Imbabura es una de las más privilegiadas tanto por sus lagos y otros atractivos turísticos como la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, la Laguna de Cuicocha, El Volcán Cotacachi.

2.2.1 RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI- CAYAPAS.

Esta Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas (RECC) fue creada por decreto No 1468 publicado en el Registro Oficial No 17 del 29 de Agosto de 1968 y tiene una extensión de 243.638 hasn (Ministerio del Ambiente 2005).

La reserva se halla ubicada en las provincias de Esmeraldas e Imbabura. El crecimiento de las actividades turísticas es evidente, se muestra claramente como el turismo es uno de los más importantes fenómenos sociales y económicos en el último siglo.

En el caso de Ecuador, el número de visitantes internacionales se ha incrementado de 113.202 en el año 2007 a 120867 aproximadamente al cierre del año 2008 (Ministerio de Turismo 2010). De esta forma la

actividad turística se ubica en cuarto lugar que genera al país más fuentes de ingreso.

Por otra parte, a nivel mundial el turismo de naturaleza, orientado principalmente en áreas protegidas, se cataloga como uno de los segmentos con mayor crecimiento. Esta tendencia se manifiesta también para el caso de Ecuador, y se ve reflejado por el creciente número de visitantes año tras año a estos sistemas de áreas protegidas, según datos obtenidos por el Ministerio de Turismo (2008), el parque Nacional Galápagos recibió más visitantes al año posicionándose en primer lugar con 173.420 visitantes, muy seguido por la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas con 120.867 visitantes durante el mismo año, siendo así las áreas con mayor número de visitas turísticas en el Ecuador.

2.2.2 LAGUNA DE CUICOCHA.

Denominada también Tshui – Cocha, laguna de los Dioses está ubicada a 12 kilómetros al sur Oeste de la ciudad de Cotacachi, se encuentra a una altura de 3068 m.s.n.m., su origen es cratérico y se alimenta de los deshielos del volcán Cotacachi, tiene una profundidad aproximada de 180 metros (Municipio de Cotacachi, 2006).

Se debe mencionar que esta es la única laguna de origen cratérico en la provincia de Imbabura. En medio de la laguna se puede apreciar dos islotes Teodoro Wolf y Yerovi, los mismos que se encuentran separados por el canal del Ensueño.

En la antigüedad esta laguna fue símbolo de importantes cultos religiosos por parte de sus habitantes así, el nombre de laguna de Cuicocha significa laguna de los cuyes, debido a que en uno de los islotes habitaba el cuy de monte, como también proviene de la palabra quechua Achicocha, que significa laguna de los Dioses.

Como un atractivo importante de aventura tenemos el sendero denominado Gorki Campusano, en el cual se puede realizar el deporte de trekking y su duración es de 4 a 5 horas aproximadamente, haciendo una pausa en el Mirador de la laguna de Cuicocha, y el Centro de Interpretación Ambiental de la Reserva Ecológica.

2.2.3.- VOLCÁN COTACACHI.

Con una altitud de 4949 m.s.n.m, sus deshielos alimentan la Laguna de Cuicocha, el cráter volcánico y la belleza paisajística que rodea el área son las características más sobresalientes de este atractivo. El ascenso a la cima del volcán es la principal actividad que allí se realiza (Gobierno Municipal de Cotacachi, 2007).

Una de las Empresas en este medio que se dedica a la prestación de servicios turísticos es la Hostería Cuicocha TINCUICEM, la misma que presta servicios de alojamiento, paseo en lancha y restaurante, siendo la única empresa orientada al turismo en la parroquia de Quiroga y en el Cantón Cotacachi.

2.3 CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

2.3.1 CONCEPTO DE EMPRESA.

Según HERRERO, P (2002), en su obra Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa la define como: “empresa es el conjunto de factores de producción (maquinaria, local, herramientas o utensilios, personal, materia prima, financiación, etc.) organizados y coordinados por la dirección, para vender un producto o prestar un servicio y así obtener un beneficio y crear empleo, actuando en el mercado bajo condiciones de riesgo como cambio del mercado, exceso de competencia, elevación de costes” (Pág. 2).

Por tanto se puede concluir: Empresa es una unidad de producción, consumo, o servicio, que se encarga de cumplir con los objetivos establecidos de manera correcta, para lo cual cuenta con el apoyo de

elementos humano, económico, material, además es una unidad financiera que necesita cubrir sus intereses y obtener rentabilidad, crecimiento y desarrollo.

2.3.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

2.3.2.1 SEGÚN LA ACTIVIDAD

a) SECTOR PRIMARIO:

Empresas en contacto directo con la naturaleza como la minería, agricultura, pesca. En materia turística el agroturismo.

b) SECTOR SECUNDARIO:

Todas las empresas orientadas a las actividades industriales, con un proceso de transformación como la construcción, metalurgia, química. En materia turística los restaurantes, el catering.

c) SECTOR TERCIARIO:

Engloba las actividades con un amplio componente humano, dedicado a la prestación de servicios como el comercio o la restauración. Casi toda la empresa turística está en este sector.

2.3.2.2 SEGÚN EL ÁMBITO GEOGRÁFICO:

- a) Empresa de ámbito local
- b) Empresa de ámbito regional
- c) Empresa de ámbito nacional
- d) Empresa de ámbito internacional

2.3.2.3 SEGÚN LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

- a) Empresario individual
- b) Sociedad Anónima

- c) Compañía Limitada
- d) Cooperativa
- e) Comanditaria, etc.

2.3.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

2.3.3.1 SEGÚN EL SECTOR PRODUCTIVO EN EL QUE DESARROLLA SU ACTIVIDAD:

a) Empresas de transporte y auxiliares:

Todo tipo de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

b) Empresas de alojamiento:

Hoteles, camping, pensiones, etc.

c) Empresas de restauración:

Bares, cafeterías.

d) Empresas de intermediación:

Agencias de viajes.

e) Empresas financieras:

Seguros, créditos.

f) Empresas de alquiler:

Transportes

g) Servicios profesionales:

Guías, animadores.

h) Actividades culturales y de ocio:

Animadores turísticos.

i) Actividades comerciales:

Recuerdos, ropa, platos típicos.

j) Actividades educativas.

Granja escuela, viajes culturales, viajes al extranjero para aprender un idioma.

2.3.3.2 SEGÚN LAS SALIDAS DE SU PROCESO DE TRANSFORMACIÓN.

Obtenemos al final bienes y servicios (guías, comida).

2.3.3.3 SEGÚN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE:

a) DIRECTA:

Servicios que nos ofrezcan directamente en el hotel.

b) INDIRECTA:

El catering que se contrata por una compañía aérea, o la labor de una agencia de viajes. Ponen en contacto.

2.3.3.4 SEGÚN SU GRADO DE INTEGRACIÓN:

- a) Empresarios individuales:
- b) Cadenas o grupos empresariales.
- c) Empresas asociadas.

2.3.3.5.- SEGÚN SU ORIENTACIÓN:

a) TURISMO DE AVENTURA.

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes.

Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.

b) TURISMO DE DESCANSO, O SIMPLEMENTE DE SOL Y PLAYA.

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

c) ECOTURISMO

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

d) TURISMO CULTURAL

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

e) TURISMO HISTÓRICO

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

f) TURISMO RELIGIOSO

Uno de los aspectos que hacen parte del arraigo cultural y de las motivaciones de viaje son las tradiciones religiosas. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por esta causa.

g) TURISMO GASTRONÓMICO.

Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

h) TURISMO CIENTÍFICO.

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

i) TURISMO AGRÍCOLA, RURAL O AGROTURISMO.

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.

Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina.

Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

2.3.4 ELEMENTOS DE LA EMPRESA

2.3.4.1 OBJETIVO

Según SARMIENTO R. (2000), define: "El objetivo fundamental es el de obtener: utilidad, rentabilidad o ganancia, minimizando sus costos y gastos. Las empresas, de acuerdo a su naturaleza pueden ser de uno o más propietarios. Las de un solo propietario, se conoce como negocios individuales y las de dos o más propietarios, se conoce como sociedades." (Pág. 1)

Al ser la microempresa de un solo propietario, es decir un negocio particular, el cual tiene como fin principal generar beneficios económicos, para lo cual deberá lograr una adecuada administración.

2.3.4.2 COMPONENTE HUMANO:

PERSONAS ENCARGADAS DE CUMPLIR LOS OBJETIVOS. SON:

a) Propietarios:

Aportan el dinero y tienen intereses particulares

b) Empresario:

Es el que tiene la idea, la iniciativa.

c) Directivos:

Toman las decisiones y dirigen a los operarios o trabajadores.

d) Operarios:

No tienen responsabilidades, realizan su trabajo, pero las decisiones las toman los directivos.

2.3.5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Es el reparto del poder, el que da lugar a esta estructura. El proceso de decisión no sólo depende de los altos niveles, sino que surge

con el trato del cliente con los operarios. Consiste en diseñar las conexiones entre los distintos niveles de la empresa.

2.3.5.1 ELEMENTOS TÉCNICOS (TANGIBLES):

Pueden ser bienes duraderos como el inmovilizado y no duraderos como los alimentos de cafetería que se consumen en el día.

2.3.5.2 ELEMENTOS INTANGIBLES:

No pueden aparecer en el balance. La reputación, el conocimiento de los empleados, la imagen frente a los clientes, etc. No están cuantificados, pero están ahí. Son imprescindibles para el funcionamiento de la empresa, pueden aportar una ventaja competitiva que le permite conseguir más que otra empresa.

2.3.5.3 CAPITAL O RECURSOS FINANCIEROS:

Nos permite adquirir los elementos técnicos, remunerar al componente humano, comprar elementos, etc.

2.3.6 FUNCIONES DE LA EMPRESA

2.3.6.1 FUNCIÓN DE COMPRAS:

Adquisición de materias primas y servicios, que serán objeto de transformación y obtendremos el producto final.

2.3.6.2 FUNCIÓN DE OPERACIONES:

Se opera con los servicios.

2.3.6.3 FUNCIÓN COMERCIAL:

Son todas las actividades dirigidas al acercamiento del servicio al cliente.

2.3.6.4 FUNCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (I + D)

Se pretende mejorar el servicio que se presta, el proceso productivo. Las instalaciones, la calidad, la decoración.

2.3.6.5 FUNCIÓN DE CONTABILIDAD Y REGISTRO:

Orientada a la obtención de información que nos permita conocer la situación de la empresa. El diseño de un sistema de información es muy importante para una empresa, permite que la toma de decisiones se agilice.

2.3.6.6 FUNCIÓN DE PERSONAL:

Selección, reclutamiento, formación, integración del personal. Es algo más que la incorporación, porque queremos que el empleado se integre en la cultura organizacional, la que comparten sus miembros, se genera con el tiempo, y finalmente este proceso de socialización hace que el empleado se integre (un periodo de prueba).

2.4 OBJETIVO GENERAL

Crear una microempresa de turismo de aventura orientada a prestar servicios alternativos de diversión y esparcimiento en un contexto de conservación del medio ambiente que permita un desarrollo y crecimiento socioeconómico.

2.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- 2.4.1.1 Obtener rentabilidad, productividad, y lograr su sostenibilidad.
- 2.4.1.2 Lograr un posicionamiento en el mercado, captar nuevos clientes, alcanzar una buena estabilidad.
- 2.4.1.3 Buscar constantemente la innovación en la prestación de servicios turísticos.
- 2.4.1.4 Generar fuentes de empleo que permitan el desarrollo local.
- 2.4.1.5 Preservar el entorno, respetando al medio ambiente.
- 2.4.1.6 Corregir la estacionalidad cuando la empresa turística se enfrenta a momentos en los que la demanda es enorme, y otros en que no la hay, debido a que coinciden las vacaciones de los clientes, al clima...etc. la empresa tiene que corregir ese problema ofreciendo otros servicios en esos periodos de baja demanda. Entre ellos podemos destacar: las alianzas con otras empresas.

2.5 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen las etapas de bonanza económica: el turismo es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

Recientemente el ecoturismo y turismo de aventura ha comenzado a tomar gran importancia, gracias a la gran cantidad de recursos naturales y diversidad que existe en nuestro país, y a la cantidad trascendente de turistas nacionales que pueden participar en este tipo de turismo.

El objetivo de hacer un estudio de esta actividad es confirmar que tan viable es su desarrollo, además de identificar y analizar los factores para su desarrollo, (actividades que se practican, características de los lugares, operación de las empresas que ofrecen estos servicios y su regulación), así también se puede estimar el tamaño de la demanda.

Se generaron 2 definiciones importantes:

- Ecoturismo: Viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación, generalmente se realiza en áreas poco perturbadas por el hombre.

- Turismo de aventura: Viajes realizados por personas motivadas a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y alcanzar logros.

2.6 TRÁMITE DE CONSTITUCIÓN

Para obtener la licencia de funcionamiento de la Microempresa de Turismo de Aventura Yachag Huasi otorgada por el Ministerio de Turismo, se deberá cumplir una serie de requisitos exigidos por otras leyes y reglamentos se seguirá los instructivos si el caso lo amerite como:

- a) Solicitud de registro
- b) Copia de la cédula y papeleta de votación
- c) Copia del Registro Único de Contribuyentes o RISE
- d) Última declaración del Impuesto al Valor Agregado
- e) Hojas de vida de los ejecutivos de la empresa
- f) Obtener la patente municipal y permiso del Cuerpo de Bomberos.
- g) Registrar el nombre comercial de la microempresa en el Instituto de Propiedad Intelectual.
- h) En el Municipio, en el Departamento de Planificación se deberá obtener el permiso de uso de suelo, el mismo que se otorgará previa inspección.
- i) El Ministerio de Turismo hará una inspección a la microempresa en funcionamiento con la finalidad de categorizarla y se pagará el 1x mil de los activos.
- j) El Municipio tiene la facultad de establecer la tasa de turismo y otorgar la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la cual es válida por un año.

2.7 GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTABLE.

Para conducir y operar una organización en forma exitosa se requiere que esta se dirija y controle en forma sistemática y transparente para lo cual es necesario se apliquen varios parámetros e indicadores que permitan el desarrollo de la gestión.

2.7.1 ESTADOS FINANCIEROS

OJEDA, F. (2006) asevera que los Estados Financieros son : “ Informes contables elaborados según los principios y técnicas de la contabilidad, mediante los cuales se reflejan aspectos fundamentales de la actividad económica de la empresa tales como el movimiento del efectivo, las corrientes de ingresos y gastos, así como los cambios de forma y magnitud del patrimonio”(Pág.164).

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado. Esta información resulta útil para la administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos que, en la mayoría de los países del mundo, deben registrarse en organismos de control públicos o privados para poder ejercer la profesión.

Los estados financieros son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

Los estados financieros se presentan acompañados de notas y cuadros, que "revelan" o aclaran puntos de interés que, por motivos técnicos o prácticos, no son reflejados en el cuerpo principal.

Estos estados financieros son la base de otros informes, cuadros y gráficos que permiten definir la rentabilidad, solvencia, liquidez, y otros parámetros que son fundamentales a la hora de manejar las finanzas de una institución.

2.7.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Moreno. J. (2004) afirma que: “ El estado de situación financiera muestra, en unidades monetarias, la situación financiera de la empresa o entidad económica en una fecha determinada. Tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa, así como los derechos de los acreedores y de la participación de los dueños o accionistas” (Pág. 179).

El Balance se prepara para mostrar la posición financiera de un negocio específico, a una fecha específica, se entiende que el Balance muestra los Activos, los Pasivos, y los derechos del propietario al cierre de las operaciones correspondientes a esa fecha por la sociedad.

En definitiva, por Balance de Situación debe entenderse la exposición en forma de estado y con arreglo a ciertos criterios de clasificación y ordenación, de todos los saldos que presentan las cuentas en un momento cualquiera de tiempo , por razones prácticas se establece periódicamente.

Dicho estado presenta un cuadro de las actividades comerciales de un negocio emprendidas con la finalidad de lograr los beneficios, el resultado de las cuales se refleja en la situación financiera indicada en el Balance de Situación.

Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

Es una fotografía clara y sencilla de lo que un empresario tiene en la fecha en que se elabora.

2.7.1.2 ESTADO DE RESULTADOS

OJEDA, F. (2006) afirma que el Estado de Pérdidas y Ganancias: “Dicho brevemente es una relación o informe financiero que resume, en forma estructurada, según principios y técnicas de contabilidad, todos los ingresos y gastos ocurridos durante un periodo de actividad de la empresa y que presenta el beneficio neto (o pérdida neta) y otros resultados económico-financieros muy relevantes como indicadores de la marcha del negocio y la efectividad de su gestión (Pág. 157).

El Estado de Resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Los elementos que integran el estado de resultados: ingresos, costos y gastos.

2.7.1.3 ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO

MORENO, J. (2004) asevera que el Estado de Evolución del Patrimonio es: “El estado de variaciones en el capital contable muestra los cambios en la inversión de los dueños o accionistas durante un

periodo. El estado presenta las alteraciones sufridas en el patrimonio de los socios, es decir en las diferentes clasificaciones del capital contable durante un lapso o periodo determinado. A este estado también se le llama estado de cambios en el capital contable (Pág. 225).

En contabilidad el estado de evolución de patrimonio neto es el estado que suministra información acerca de la cuantía del patrimonio neto de un ente y de cómo este varía a lo largo del ejercicio contable como consecuencia de:

- a) Transacciones con los propietarios (Aportes, retiros y dividendos con los accionistas y/o propietarios).
- b) El resultado del período.

El resultado del período se denomina ganancia o superávit cuando aumenta el patrimonio y pérdida o déficit en el caso contrario.

El estado de evolución de patrimonio neto es uno de los estados contables básicos.

2.7.1.4 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

OJEDA, F. (2006) interpreta el flujo de caja como “La empresa en funcionamiento está inmersa en un permanente intercambio con los mercados: continuamente está comprando y vendiendo bienes; adicionalmente invierte en mercados financieros y también se procura fondos de estos mercados, mediante préstamos bancarios, colocación de acciones y obligaciones. Toda ésta actividad da origen a corrientes (o flujos) de valor que ingresan a la empresa o bien egresan de ésta”.(Pág. 176).

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión

y financiación. Debe determinarse para su implementación el cambio de las diferentes partidas del Balance General que inciden en el efectivo.

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

Para cumplir con el objetivo general, se debe mostrar de manera clara la variación que ha tenido el efectivo durante el periodo frente a las actividades de:

Operación: Aquellas que afectan los resultados de la empresa, están relacionadas con la producción y generación de bienes y con la prestación de servicios.

Los flujos de efectivo son generalmente consecuencia de las transacciones de efectivo y otros eventos que entran en la determinación de la utilidad neta.

Inversión: Incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición y venta de inversiones y todas las operaciones consideradas como no operacionales.

Financiación: determinados por la obtención de recursos de los propietarios y el reembolso de rendimientos. Se consideran todos los cambios en los pasivos y patrimonio diferentes a las partidas operacionales.

Los efectos de actividades de inversión y financiación que cambien o modifiquen la situación financiera de la empresa, pero que no afecten los flujos de efectivo durante el periodo deben revelarse en el momento.

Adicionalmente se debe presentar una conciliación entre la utilidad neta y el flujo de efectivo.

2.7.2 RAZONES FINANCIERAS

Para tomar decisiones racionales en relación con los objetivos de la empresa, el administrador financiero debe usar ciertas herramientas analíticas. El propósito de la empresa no es solo el control interno, sino también un mejor conocimiento de lo que los proveedores de capital buscan en la condición y el desempeño financieros.

Para evaluar la situación y desempeño financieros de una empresa, el analista requiere de algunos criterios. Estos se utilizan frecuentemente como razones, o índices, que relacionan datos financieros entre sí. El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas expertos y capaces tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros.

2.7.2.1 RAZÓN CIRCULANTE

Una de las razones más generales y de uso más frecuente utilizadas es la razón circulante:

$$\frac{\textit{Activo _ circulante}}{\textit{Pasivo _ circulante}}$$

Se supone que mientras mayor sea la razón, mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Sin embargo, esta razón debe ser

considerada como una medida cruda de liquidez porque no considera la liquidez de los componentes individuales de los activos circulantes. Se considera, en general, que una empresa que tenga activos circulantes integrados principalmente por efectivo y cuentas por cobrar circulantes tiene más liquidez que una empresa cuyos activos circulantes consisten básicamente de inventarios. En consecuencia, debemos ir a herramientas de análisis “más finas” si queremos hacer una evaluación crítica de la liquidez de la empresa.

2.7.2.2 RAZÓN DE LA PRUEBA DEL ÁCIDO

Una guía algo más precisa para la liquidez es la razón rápida o de la prueba del ácido. Esta razón es la misma que la razón circulante, excepto que excluye los inventarios tal vez la parte menos líquida de los activos circulantes del numerador. Esta razón se concentra en el efectivo, los valores negociables y las cuentas por cobrar en relación con las obligaciones circulantes, por lo que proporciona una medida más correcta de la liquidez que la razón circulante.

2.7.2.3 LIQUIDEZ DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Cuando se sospecha sobre la presencia de desequilibrios o problemas en varios componentes de los activos circulantes, el analista financiero debe examinar estos componentes por separado para determinar la liquidez. Por ejemplo, las cuentas por cobrar pueden estar lejos de ser circulantes. Considerar a todas las cuentas por cobrar como líquidas, cuando en realidad hay bastantes que pueden estar vencidas, exagera la liquidez de la empresa que se estudia. Las cuentas por cobrar son activos líquidos solo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo razonable. Para nuestro análisis de las cuentas por cobrar, tenemos dos razones básicas, la primera de las cuales es el periodo promedio de cobranza.

El periodo promedio de cobranza nos indica el número promedio de días que las cuentas por cobrar están en circulación, es decir, el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo.

2.7.2.4 RESULTADO BRUTO

El estado de resultados incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos. La diferencia entre ambas cifras indica el resultado bruto o margen bruto sobre ventas que constituye un indicador clásico de la información contable. Habitualmente se calcula el resultado bruto como porcentaje de las ventas, lo que indica el margen de rentabilidad bruta con que operó la compañía al vender sus productos.

$$\textit{Rentabilidad Bruta} = \frac{\textit{Resultado Bruto}}{\textit{Ventas}}$$

2.7.2.5 RESULTADO NETO

Luego se restan todos los gastos de venta, administración. A este sub total se lo denomina Resultado de las operaciones ordinarias. Finalmente se restan los gastos financieros y se le suman los productos financieros, se deducen tanto la Participación a los trabajadores y el Impuesto a la Renta para llegar al resultado neto o resultado del ejercicio.

$$\textit{Rentabilidad Neta} = \frac{\textit{Resultado Neto}}{\textit{Ventas}}$$

$$\textit{Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto} = \frac{\textit{Resultado Neto}}{\textit{Patrimonio Neto}}$$

2.7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)
$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario.

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera:

Fórmula (2)
$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

2.7.4 VALOR ACTUAL NETO

Según SAPAR N. (2000) afirma: “Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” (Pág. 301).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja* futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

2.7.5 TASA INTERNA DE RETORNO

Como señala SAPAG N. (2000) en su obra preparación y evaluación de Proyectos define a la tasa interna de retorno como "... representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados" (Pág. 302).

La tasa interna de retorno, es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN.

En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno de la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

2.7.6 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

2.7.7 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

También SAPAG, N. (2000) señala: “ Uno de los criterios tradicionales de evaluación bastante difundido es el del periodo de recuperación de la inversión, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptable por la empresa” (Pág. 309).

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

El PRI 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.

2.7.8 CAPITAL DE TRABAJO

Partiremos del hecho de que Capital de Trabajo es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.

Está generalizado por la mayoría de los especialistas y literatura especializada el criterio de que Capital de Trabajo no es más que la diferencia entre Activo Circulante y Pasivo Circulante:

Donde:

CT = Capital de trabajo

AC = Activo circulante

PC = Pasivo circulante

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

Los pilares en que se basa la administración del capital de trabajo se sustentan en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y sus pasivos circulantes mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo, sin embargo, se presenta un gran inconveniente porque cuando exista un grado diferente de liquidez relacionado con cada recurso y cada obligación, al momento de no poder convertir los activos corrientes más líquidos en dinero, los siguientes activos tendrán que sustituirlos ya que mientras más de estos se tengan mayor será la probabilidad de tomar y convertir cualquiera de ellos para cumplir con los compromisos contraídos.

Cabe significar que un capital circulante suficiente representa una garantía para la estabilidad de la empresa, ya que desde el punto de vista de financiación, es aquella parte del activo circulante que es financiada con recursos permanentes. El capital de trabajo neto es el capital operativo de la empresa a través del cual esta puede hacerle frente a las deudas a corto plazo, pagar los cargos fijos por intereses, los dividendos,

absorber pérdidas de operación, asumir bajas en el valor de reposición de los inventarios y asumir costos de emergencia. Por tal razón podemos plantear que el capital de trabajo neto representa un margen de seguridad para los acreedores.

El análisis del capital de trabajo es una valiosa ayuda para la gerencia de las empresas, pues a través de este se pueden tomar decisiones para lograr una administración eficiente del efectivo, las cuentas por cobrar y los inventarios, comprobándose la eficiencia y eficacia con que se están empleando estos recursos. También es importante para los accionistas y acreedores a largo plazo, ya que estos necesitan saber las perspectivas de pago de sus dividendos e intereses.

2.7.9 DEPRECIACIÓN

OJEDA, F. (2006) ratifica que: "Para llevar a cabo su labor productiva su empresa adquiere un cierto precio (valor de compra) diversas clases de medios de producción, tales como máquinas, equipos, instalaciones, edificaciones, etc., y las utiliza normalmente durante varios años. Con el paso del tiempo y conforme estos activos fijos van prestando sus servicios en los procesos de trabajo experimentan, por distintas causas, una disminución irreversible de su valor de uso productivo para la empresa" (Pág. 123).

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente al desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el

desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.

Al utilizar un activo, este con el tiempo se hace necesario reemplazarlo, y reemplazarlo genera una salida de dinero, la que no puede ser cargada a los gastos del periodo en que se reemplace el activo, puesto que ese activo generó ingresos y significó un gasto en más de un periodo, por lo que mediante la depreciación se distribuye en varios periodos el gasto inherente al uso del activo, de esta forma solo se imputan a los ingresos los gastos en que efectivamente se incurrieron para generarlo en sus respectivos periodos.

La depreciación, como ya se mencionó, reconoce el desgaste de los activos por su esfuerzo en la generación del ingreso, de modo pues, que su reconocimiento es proporcional al tiempo en que el activo puede generar ingresos. Esto es lo que se llama vida útil de un bien o un activo. Durante cuánto tiempo, un activo se mantiene en condiciones de ser utilizado y de generar ingresos.

La vida útil es diferente en cada activo, depende de la naturaleza del mismo. Pero por simplicidad y estandarización, la legislación Ecuatoriana, ha establecido la vida útil a los diferentes activos clasificándolos de la siguiente manera.

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles, 10%, 10 años.
- Vehículos, equipos de transporte Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares, 5%, 20 años.
- Equipo caminero móvil, 20%, 5 años
- Equipos de cómputo y software, 33 %,3 años.

2.8 MEDIO AMBIENTE Y ENTORNO

Para proteger el medio ambiente hay que tomar en cuenta la concienciación para la protección del ecosistema. Los impactos ambientales que genera un proyecto pueden ser positivos y negativos, los impactos positivos normalmente se los relaciona con los pobladores del área, es decir efectos económicos, sociales, educativos, y o de mejoramiento de la calidad de vida que puede tener la población, desarrollo social y crecimiento local.

Los impactos negativos son aquellos ocasionados por la construcción u operatividad del proyecto, generalmente estos se ocasionan en el suelo, el agua, clima, la vegetación, los animales.

El presente proyecto tiene un enfoque de admiración y conservación del medio ambiente, ya que no es sólo turismo, sino un ecoturismo el cual como primer paso fundamental es el concienciar a las personas y en especial al turista que viaja para conocer e interpretar estos hermosos paisajes de nuestro privilegiado Ecuador sobre este tema muy importante y de actualidad, que el turismo es el futuro de nuestro país.

En lo que se refiere al entorno estamos rodeados de un hermoso cuadro paisajístico que se presta y es el adecuado para la realización de estos deportes de aventura.

2.9 MARKETING TURÍSTICO.

Se deberán aplicar diversas estrategias para determinar el segmento de mercado al cual nos vamos a orientar. Tendremos que aplicar algunas estrategias de dirección como:

- a) Desarrollar un concepto empresarial y gerencial que identifique la misión, visión, objetivos a cumplir.

- b) Establecer una imagen corporativa identifique a la empresa y a los servicios que presta.
- c) Elaborar estrategias de competitividad para lograr resultados económicos y financieros para que sustente la inversión.
- d) Evaluar los resultados obtenidos en forma cualitativa y cuantitativa.
- e) Realizar alianzas estratégicas con empresas de turismo, para captar turistas o un nuevo segmento de mercado.
- f) Desarrollar un plan operativo anual, el cual otorgaría los parámetros necesarios para cumplir con los objetivos propuestos, para medir el grado de acierto a los pronósticos establecidos.
- g) Realizar un análisis pormenorizado de la competencia local existente.
- h) En lo que respecta a costos realizar un análisis de acuerdo a las empresas que se dedican a prestar estos servicios.
- i) Establecer un segmento de mercado específicamente al cual se va a orientar los servicios
- j) Prestar servicios de calidad que estén de acuerdo a las necesidades de los clientes con la finalidad de superar sus expectativas.

Los clientes necesitan productos con características que satisfagan sus necesidades y expectativas. Estas necesidades se expresan en la especificación del producto y son generalmente denominadas como requisitos del cliente. Los requisitos del cliente pueden estar especificados de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización. En cualquier caso, es finalmente el cliente quien determina la aceptabilidad del producto. Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes y debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos, las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos y procesos.

El enfoque a través de un sistema de gestión de la calidad anima a las organizaciones a analizar los requisitos del cliente, definir los procesos

que contribuyen al logro de productos aceptables para el cliente y a mantener estos procesos bajo control. Un sistema de gestión de calidad puede proporcionar el cuadro de referencia para la mejora continua con objeto de incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas. Proporciona la confianza tanto a la organización como a sus clientes, de su capacidad para proporcionar productos que satisfagan los requisitos de forma coherente.

Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- a) Enfoque al Cliente.- Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.
- b) Liderazgo.- Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- c) Participación del Personal.- El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- d) Enfoque basado en procesos.- Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- e) Enfoque de sistema para la gestión.- Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- f) Mejora Continua.- La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de esta.

- g) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- h) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

CAPITULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 MARCO DE DESARROLLO

Nuestro país cuenta con mucha potencialidad para el desarrollo turístico, debido a la ubicación geográfica y además por estar situado en la línea ecuatorial que divide a nuestro país en cuatro regiones bien marcadas: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular la que se encuentra situada a 1000 kilómetros de la costa ecuatoriana.

Ecuador está conformado por 24 provincias, la población actual es de 13'710.234. La mayor parte de la población se encuentra en las ciudades de Quito Guayaquil y Cuenca.

En la actualidad el sector turístico es una de las mejores expectativas de crecimiento para el país ya que contamos con un fuerte potencial turístico, como en ecoturismo, y deportes de aventura.

Imbabura es una provincia privilegiada por ser la provincia de los lagos, por su gran riqueza turística, misma que es uno de los destinos turísticos tanto de nacionales como extranjeros.

Contamos con una variedad de climas desde el frío hasta el sub tropical, lagunas como la de Yahuarcocha, San Pablo, Mojanda, Cuicocha, atractivos culturales como la feria del cuero en Cotacachi, la feria de las artesanías en Otavalo, la feria textil de verano en Atuntaqui, entre otras.

Los cantones más visitados en la provincia de Imbabura son Otavalo, conocido también por la feria de artesanías que es la más famosa del Ecuador. Aquí se ofrecen desde los ponchos y tapices de lana hasta los sombreros de Panamá. También el turista no puede pasar sin conocer la Cascada de Peguche está ubicada a diez minutos en el norte de Otavalo y es uno de las escenas naturales y espirituales de la zona. El turista

también podrá disfrutar y observar diversas aves como el Cóndor en el Parque que lleva su mismo nombre "Cóndor" asentado sobre la colina de Pucará de Curí loma.

San Miguel de Ibarra, la "Ciudad Blanca", es la cabecera de la provincia Imbabura. Ibarra es conocido por sus artesanías de madera y cuero, su arrope de mora y los helados de paila.

Cotacachi, este último está situado en la parte occidental de la provincia de Imbabura, cuenta con zonas ecológicas de turismo como la zona de Intag, la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas que es el segundo lugar más visitado el país luego de las Islas Galápagos.

Cotacachi está ubicada a 104 kilómetros del noroeste de Quito, la capital de Ecuador, con una altitud máxima de 4 939 metros por encima del nivel del mar, una extensión de 1 809 kilómetros cuadrados y una población de 41 000 habitantes. Su fundación se celebra el 6 de julio de 1.861. La ciudad está enclavada entre un volcán, un lago y una fila de montañas forestadas.

Los principales renglones económicos de este maravilloso Cantón de raíz milenaria, multicultural, diversa y universal, son el turismo y la producción agraria, manufacturera en cueros y tejidos.

Desde la ciudad de Cotacachi se llega a la Laguna de Cuicocha, que queda en la falda del volcán Cotacachi (4.944 m) en la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas.

Existe un flujo permanente de turistas locales y extranjeros habiendo una gran expectativa para los productores de artículos de cuero que es la principal actividad de los pobladores de esta ciudad.

En lo que respecta a empresas que prestan servicios de Hotelería y Restaurante en Cotacachi son: Hostería la Mirage, Mesón de las Flores,

Hostal el Arbolito, Hostería Cuicocha ubicada en la Laguna de Cuicocha., Villa Paradiso, Rancho Santa Fe, entre otros.

Existe gran demanda turística en lo que respecta a deportes de aventura, pero este sector todavía no está explotado en su totalidad.

3.2 DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Con el fin de determinar la factibilidad para la creación de la Microempresa de Turismo de Aventura Yachag Huasi, se identificó empresas que se dedican a la prestación de servicios de Ecoturismo y de aventura, encontrándose en este campo en el cantón Cotacachi a la Operadora Turística RUNA TUPARI NATIVE TRAVELL, además al momento no existen otras empresas que brinden estos servicios al turista para lo cual se plantea la creación de esta microempresa de turismo de aventura.

Para el análisis o viabilidad de este proyecto se considera la demanda que existe de servicios de turismo de aventura, contando con una gran expectativa de realización ya que no existen otras empresas en la ciudad de Cotacachi que se dediquen a prestar servicios de turismo de aventura, que cualquier turista estaría en la posibilidad de practicar estos deportes como:

3.2.1 TREKKING

El excursionismo es una actividad física que consiste en realizar travesías o rutas por un medio natural con un fin recreativo. Estas rutas se realizan generalmente a pie, en bicicleta, a caballo, con esquís o raquetas de nieve; tienen lugar en montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, ríos, etc.; y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada.

A esta actividad se la considera una forma de deporte de aventura y de realizar turismo ecológico. En el excursionismo es necesario junto con la

marcha la orientación y se realiza visitando parajes naturales, donde se deben respetar unas normas de seguridad y ecológicas.

3.2.2 CICLISMO DE MONTAÑA.

Es la actividad deportiva que se realiza sobre una bicicleta de montaña (o BTT, Bicicleta Todo Terreno) en terrenos montañosos. Por extensión, se aplica el término a todos los demás terrenos a campo traviesa que presentan muchas de las dificultades existentes en los terrenos montañosos, como son terrenos diversos: arena, tierra, lodo, arroyos, etc.; obstáculos: huecos, piedras, troncos, ramas, acantilados, etc.; pendientes diversas y rutas sinuosas.

3.2.3 ALPINISMO

El alpinismo es considerado una actividad deportiva que tiene como fin lograr el ascenso a montañas escarpadas. Como podemos observar el origen de la palabra proviene de alpe ('montaña escarpada') de donde surgió el nombre de la Cordillera de los Alpes. En un principio el término alpinismo se aplicó a todos aquellos hombres que perseguían como meta escalar la Cordillera de los Alpes, pero pronto estos hombres comenzaron a practicar el alpinismo en otras montañas y el significado de la palabra creció y comenzó a abarcar otras montañas.

La palabra alpinismo se originó, pues, en los Alpes, pero la definición de alpinismo actual es aplicable a todas las regiones del mundo donde se encuentren montañas para que la actividad pueda ser practicada.

3.2.4 ASCENSO MEDIA MONTAÑA.

Actividad de gran popularidad por la belleza del paisaje de las montañas de esta zona andina y resulta accesible durante todo el año, sin embargo es recomendable evitar los días muy lluviosos, una elevación de

media montaña recomendable es el volcán Cotacachi: ubicado a los pies de la Laguna de Cuicocha. Acceso: desde Cotacachi, dirigirse a la Laguna de Cuicocha, ingresar a la Reserva Cotacachi Cayapas, levantar campamento en el puesto de transmisiones del Ejército. Ascensión: 5 horas, cima: 4939 m.s.n.m.

3.2.5 TOURS A CABALLO

La cabalgata es una forma de realizar largas excursiones a campo traviesa montando un caballo. Esta actividad surgió a partir de los amantes de los caballos, quienes mostraban gran predisposición a pasar sus vacaciones en ancas. Estas excursiones pueden durar varios días, generalmente se llevan por precaución varias mulas o caballos extras, al igual que un equipo completo con todas las cosas necesarias.

Quienes realizan cabalgatas usan sus propias monturas o las que le suministra la organización con la que se realiza la expedición.

La cabalgata es una actividad que puede ser riesgosa. El peligro puede presentarse teniendo o no experiencia para cabalgar, por lo tanto, es recomendable contratar los servicios de una agencia de comprobada seriedad, que posea guías capacitados y cuyos tours incluyan seguros personales.

Por otro lado, hay que tener cuidado en escoger un recorrido que esté de acuerdo a las capacidades personales.

3.2.6 AGROTURISMO

El agroturismo se entiende como la actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y

procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía.

3.2.7 TOUR A COMUNIDADES

El tour de comunidades permite conocer la realidad de las familias indígenas Cotacacheñas, las mismas que ejecutan diversos proyectos de desarrollo local, algunos de estos proyectos son impulsados por parte de la Unión de Organizaciones Campesina e Indígenas de Cotacachi UNORCAC y otros funcionan de manera independiente, se puede observar la elaboración de esteras, de alfarería, bisutería, etc.

3.3 OFERTA TURÍSTICA DEL SECTOR

3.3.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SECTOR.

La provincia de Imbabura ha mejorado su oferta turística con la inclusión de nuevos productos de turismo comunitario, agroturismo, turismo de aventura y de salud, etc. Entre los proyectos de turismo comunitario más conocidos en la provincia pueden citarse a: Junín y Manduriacos (zona subtropical de Cotacachi), Nueva América (zona de amortiguamiento de la reserva Cayambe – Coca), San Clemente (Ibarra), Nangulví, Chachimbiro, Salinas y Runa Tupari.

En cuanto a la oferta hotelera de la provincia, según los Catastros de Servicios Turísticos del Ministerio de Turismo, en el año 2008 fueron registrados 146 establecimientos de alojamiento, con capacidad aproximada de 2.277 habitaciones y 5.374 plazas, también 167 establecimientos de comidas y bebidas, 37 dedicados a diversión y esparcimiento y 18 agencias de viajes. El turismo en la provincia generó alrededor de 2.302 fuentes de trabajo directo, en el año 2008. La inversión turística en la zona es en su mayoría local, lo que implica que los réditos queden en la provincia. (Catastro de Servicios Turísticos,

Imbabura 2008). El cantón Cotacachi, anualmente es visitado por alrededor de 100.000 turistas.

Entre los atractivos de la zona andina sobresalen los volcanes Cotacachi (4.939 m) e Imbabura (4.610 m), la laguna Cuicocha (a 12Km de la ciudad de Cotacachi y a 3.068 m.s.n.m) y las lagunas de Piñan (a 65Km de Cotacachi y a 3.500 m.s.n.m). Es importante en el cantón la reserva Cotacachi – Cayapas, ésta reserva tiene una afluencia del 25% del total de turistas que visitan las reservas ecológicas; es la segunda más visitada de las ocho reservas que cuentan con mayor afluencia. En la zona subtropical se destaca el valle de Intag (a 39 Km. al oeste de Cotacachi), el río Intag, el río Cristo pamba, los bosques protectores de La Florida (bosque andino primario).

En el cantón Cotacachi están registrados 10 establecimientos de alojamiento (capacidad de 121 habitaciones y 264 plazas), 11 de comidas y bebidas, y 2 de diversión y esparcimiento. Alrededor de 170 personas estuvieron empleadas en los servicios turísticos del cantón Cotacachi en el año 2008. (Catastro de Servicios Turísticos Imbabura, 2008).

El Inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo actualizado al año 2007, ha catalogado 185 recursos distribuidos 63 como sitios naturales y 122 como manifestaciones culturales, en el siguiente cuadro se muestra la distribución por cantones:

CUADRO Nº 17: ATRACTIVOS TURÍSTICOS

CANTÓN	SITIOS NATURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	TOTAL DE ATRACTIVOS EN EL CANTÓN
Ibarra	16	48	64
Antonio Ante	1	18	19
Cotacachi	24	20	44
Otavalo	10	25	35
Pimampiro	6	5	11
Urcuquí	6	6	12
Total Provincia	63	122	185

Fuente: Ministerio de Turismo Sierra Norte (2008)

Considerando que en el Cantón Cotacachi no existen empresas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos, específicamente en deportes de aventura, se ha tomado como referencia a la Operadora Turística Runa Tupari del Cantón Otavalo.

CUADRO Nº 18: OFERTA HISTÓRICA DEL SECTOR 2007-2009

Nº	DEPORTES DE AVENTURA	AÑOS			Crecimiento		Promedio crecimiento	Promedio 2007-2009
		2007	2008	2009	2007-2008	2008-2009		
1	Tours a las comunidades	670	825	889	0,23	0,08	0,15	795
2	Trekking en la Laguna de Cuicocha	194	196	244	0,01	0,24	0,13	211
3	Tour a Caballo	161	167	183	0,04	0,10	0,07	170
4	Tour a Mojanda	115	122	141	0,06	0,16	0,11	126
5	Agroturismo	83	26	36	-0,69	0,38	-0,15	48
6	Ciclismo de Montaña	33	35	41	0,06	0,17	0,12	36
7	Tour a Intag	94	18	21	-0,81	0,17	-0,32	44
8	Ascenso al Imbabura	9	15	26	0,67	0,73	0,70	17
9	Ascenso al Cotacachi	9	17	23	0,89	0,35	0,62	16
Total		1368	1421	1604	0,05	0,26	0,16	1464

Fuente: Datos proporcionados por la Operadora Runa Tupari
Elaborado por: La Autora de la Investigación

A continuación mencionamos los deportes que más se ofertaron desde el año 2007, 2008, 2009 en promedio:

- El Tour a Comunidades realizaron 795 personas representando el 54.30%,
- El Trekking a la Laguna de Cuicocha fue realizado por 211 personas representando el 14.41 %.
- El Tour a caballo es uno de los más importantes, éste fue realizado por 170 personas representando el 11.61%.
- El Tour a Mojanda lo realizaron 126 personas representando el 8.61%.

- El Agroturismo, el Ciclismo de Montaña, el Tour a Intag, el Ascenso al Imbabura, al Cotacachi, son los que menos preferencias han tenido, representando todos estos en conjunto el 11.07 %.

Cabe señalar además que la oferta de deportes de aventura en lo que respecta al año 2007 fue de 1368 tours, en el año 2008 se incremento a 1421 tours y al finalizar el año 2009 se realizaron 1604 tours, lo que en promedio de los tres años existió un incremento del 16%, siendo éste un porcentaje de crecimiento muy representativo.

3.3.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA MICROEMPRESA

El presente estudio se ha desarrollado con el objeto de estimar la oferta de la Microempresa de Turismo de Aventura YACHAG HUASI, considerando que en la localidad de Cotacachi no existen empresas que se dediquen a la prestación de deportes de aventura, hemos vinculado al flujo turístico que visita la ciudad Otavalo, y hemos tomado como referencia la Oferta de la Operadora de Turismo Runa Tupari.

La proyección de la Oferta global de la empresa se obtuvo como resultado de la aplicación de las encuestas realizadas, en las que se reflejan los niveles de preferencias de los deportes de aventura y basándonos en datos reales e históricos.

La información histórica disponible de la oferta fue provista por la Operadora de Turismo Comunitario RUNA TUPARI, la misma que se empleó para efectuar la proyección de la oferta para el periodo 2011-2015.

Considerando una tendencia global de crecimiento promedio del 16%, y tomando en cuenta los niveles de crecimiento individuales por actividad.

La oferta que proyectará la Microempresa de Turismo de aventura basado en la oferta del sector y de acuerdo a los gustos y preferencias descritos en el diagnóstico es el siguiente:

CUADRO N° 19: OFERTA PROYECTADA

Nº	DEPORTES DE AVENTURA	% PREFER.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
1	Ciclismo de Montaña	34%	578	670	777	901	1046	3972
2	Trekking en la Laguna de Cuicocha	18%	306	355	411	477	554	2103
3	Tour a Caballo	10%	170	197	229	265	308	1168
4	Tour a Mojanda	9%	153	177	206	239	277	1051
5	Agroturismo	7%	119	138	160	186	215	818
6	Tour a Intag	7%	119	138	160	186	215	818
7	Ascenso al Cotacachi	5%	85	99	114	133	154	584
8	Ascenso al Imbabura	5%	85	99	114	133	154	584
9	Tours a las comunidades	5%	85	99	114	133	154	584
Total		100%	1699	1970	2286	2651	3076	11682

Como se puede observar en el cuadro anterior el Ciclismo de Montaña es el deporte con mayor aceptación, viene representando un 34 % del total, seguido del Trekking a la Laguna de Cuicocha con un 18 %; basándonos en datos históricos tenemos que para el primer año se estima que el número de tours ofertados sea de 1699, para el segundo año se estima que incremente a 1970 tours, para el tercer año se realicen 2286 tours, para el cuarto año se estima que sean 2651 tours y para el quinto año serán aproximadamente de 3076 tours, considerando además la existencia de una amplia gama de deportes de aventura.

3.3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Analizando el Catastro de operadoras turísticas dentro del cantón Cotacachi podemos determinar que no existen empresas dedicadas al turismo de aventura, la única que se encuentra registrada es RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL, la misma que se orienta al turismo comunitario

en el Cantón, pero su oficina principal se encuentra ubicada en el cantón Otavalo.

A continuación el Catastro de las operadoras turísticas a nivel de provincia.

CUADRO Nº 20: AGENCIAS DE VIAJE

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Amaguañuy	Vía a la cascada de Peguche # 5-47	2690070
Ecomontes Tour	Bolívar s/n y Quito (3 er piso)	
Ecuahorizons	Bolívar 4-67 y García Moreno	2958462
Imbometro	Flores y Sucre	2952419
Intipungo Suc	Abdón Calderón Edificio Sisa y Sucre	2921771
Intipungo Turismo Inviajes	Rocafuerte 6-08 y Flores Esquina	2641366
Yuratours	Morales y Modesto Jaramillo	2923309
Yuribarra	Miguel Oviedo s/n y Sucre	2610349
Delgado Travel Suc	Sucre y Abdón Calderón	2923049
Imbaviajes	Oviedo 8-36 y Olmedo	2959676
Recotur	Olmedo 5-79 y García Moreno	2957795
Zulaytur	Colon y Sucre (esq. 2 do piso)	2921176
All about eq	Colon 4-12 y Sucre	2923633
Diceny Viajes	Sucre 10-11 y Colon	2921217
Indiaventura	Panamericana norte Km 39	2941200
Leytons Tours	Av. Quito 10-03 y Modesto Jaramillo	2923755
Runa Tupari Native Travel	Sucre s/n y Quiroga	2925985
Urkutours	Av. Juan de Albaracín s/n y Amaguaña	2922379

Fuente: Catastro Turístico

Elaborado: La autora de la investigación

RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL nace en el año 2000, con el apoyo de la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi), y con el apoyo de la fundación Holandesa Agri Tierra, crea un programa turístico piloto, denominado Turismo Rural en Cotacachi, el mismo que tiene como objetivo involucrar a las comunidades de manera directa en el desarrollo de la oferta de servicios como alojamiento y

alimentación, buscando el acercamiento cultural entre visitantes y comuneros.

Runa Tupari cuenta con 16 albergues ubicados en varias Comunidades como: Morochos, Tunibamba, Chilcapamba, Calera, los cuales tienen capacidad para albergar a 3 turistas cada uno.

Esta operadora Turística sería la mayor competencia directa y organizada, por ofertar deportes tales como:

- Trekking Alrededor del Lago Cuicocha \$ 27.00 dólares
- Trekking Lagunas de Mojanda y Montaña Fuya – Fuya \$ 27.00 dólares
- Tour a caballo 3 horas: \$ 27.00; 5 horas : \$ 40.00 dólares
- Descenso en bicicleta al Bosque Nublado Subtropical : \$ 70.00 dólares
- Asenso al volcán Cotacachi-Imbabura, \$ 60.00 dólares

Además también existe competencia en menor escala por parte de personas que no pertenecen a ninguna organización o grupo, y que se dedican a prestar el servicio de guías nativos por cuenta propia.

Considerando que el cliente se orienta por el mejor servicio, calidad, variedad, precio, teniendo la mejor alternativa para escoger a la mejor empresa que satisfaga sus necesidades.

Sin existir mayor competencia en este campo de microempresas dedicadas a la prestación de deportes de aventura, existe un alto porcentaje de factibilidad para la creación de esta microempresa de Turismo de aventura Yachag Huasi, ya que al momento esta actividad en el cantón Cotacachi no está explotado en su totalidad, por tal motivo es muy viable para crear la microempresa.

3.4 DEMANDA TURÍSTICA DEL SECTOR

La demanda de estos servicios turísticos de aventura se basa en las siguientes variables:

3.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda turística que ingresa al Ecuador proviene de todos los lugares del mundo, y especialmente en los últimos años se ha incrementado el turismo nacional, siendo estos provenientes de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Napo y otras provincias, estos turistas buscan novedosos atractivos turísticos que permitan realizar nuevas actividades de recreación.

Como consecuencia de la creciente actividad turística que se desarrolla en la Provincia de Imbabura principalmente en las visitas que se realizan a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas podemos determinar la existencia de turismo nacional o denominado también turismo interno en su mayor porcentaje (70%) y turistas extranjeros en menor porcentaje (30%), considerados como turismo receptor.

Podemos comprobar claramente por medio de la observación directa y la aplicación de las encuestas tanto a los turistas nacionales como extranjeros, se estableció que la mayor parte de los encuestados muestran un gran interés por participar en las diferentes actividades y servicios.

Los datos que arrojaron las encuestas nos permiten establecer que el turismo de aventura es una actividad económica que despierta mucho interés particularmente en los jóvenes, quienes tienen deseos de conocer nuevos lugares, nuevas personas, culturas, tradiciones que permitan vivir diversas experiencias.

También las encuestas reflejaron que estos deportes de aventura lo realizan solos un 10 %, en compañía de sus amigos 65%, y con su familia y otros un 25%.

En lo que se refiere al valor destinado para cubrir estas actividades, el 77 % de los encuestados determinaron un valor razonable para invertir entre 20 y 50 dólares, lo que significa una buena oportunidad para la fijación de los precios de la microempresa.

Asimismo los resultados obtenidos demuestran que la mejor fuente de información es el internet con un 32%, y también por medio de la televisión con un 33.82 %, medios idóneos para informar de la aparición de una nueva empresa en el mercado.

3.4.2 SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA

El mercado se segmentará de acuerdo a las siguientes categorías expresadas en el cuadro siguiente:

CUADRO Nº 21: SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
Mercado Total 1) Turistas visitan Cotacachi (53.003)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipios • INEC • Ministerios Turismo
Mercado Potencial 2) Turismo visitan Laguna Cuicocha (5.300)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas Hostería Cuicocha
Mercado Meta 3) Turistas dentro de la práctica del turismo de aventura (3.975)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas
Mercado Efectivo 4) Turistas en función de la aceptación de los servicios (3.618)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas

Fuente: Diagnóstico
 Elaborado: La autora

El Mercado Total, constituido por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi y sus zonas de influencia (53.003), los mismos que poseen un poder adquisitivo aceptable, formando parte de la clase media y alta de la sociedad local e internacional.

En cambio el Mercado Potencial lo constituyen los visitantes a la laguna de Cuicocha, los mismos que poseen una atracción por la naturaleza y los deportes turísticos extremos, y son 5.300 turistas, de acuerdo a las estadísticas de quienes han realizado el paseo en lancha en Cuicocha.

El mercado meta, se lo establecerá en función de los turistas que practican este tipo de turismo de aventura y son el 75% de quienes conforman el mercado potencial siendo 3.975.

Y el mercado efectivo se lo establecerá en función de los turistas que aceptan la creación de la operadora turística y son el 91% de quienes conforman el mercado meta, llegando a 3.618 turistas.

Cabe manifestar que existen aspectos que inciden en la decisión de los clientes al momento de utilizar este tipo de servicio, como son:

3.4.2.1 ASPECTO ECONÓMICO

El aspecto económico principalmente está determinado por el poder adquisitivo que posean los clientes al momento de utilizar el servicio, influye mucho los ingresos que perciban y el nivel económico que tengan, siendo esto alto y medio. En este caso se ha determinado que los consumidores tienen la posibilidad de adquirir los servicios ofertados ya que sus costos son competitivos y de muy buena calidad.

3.4.2.2 ASPECTO TECNOLÓGICO

Los equipos e instalaciones perfectamente adecuadas permitirán que los servicios turísticos de aventura sean de excelente calidad,

seguros y confiables, y cumplan con todas la normas de seguridad y prevención de accidentes.

3.4.2.3 ASPECTO CULTURAL

Se tiene conocimiento que en el Turismo de Aventura en el Cantón Cotacachi y sus zonas de influencia se viene practicando hace un buen tiempo atrás, y la mayoría de los turistas se sienten atraídos por este tipo de prácticas como lo demuestran las encuestas realizadas, formando un hábito permanente en cuanto a su realización.

CUADRO Nº 22: VISITAS TURISTICAS AÑO 2004-2009

DEMANDA HISTÓRICA		
TURISTAS		
RANGO DE EDAD: 14-33 AÑOS		
Año	Turistas	% Crec.
2004	3693	-
2005	4056	0,09829
2006	4418	0,08925
2007	4781	0,08216
2008	5144	0,07593
2009	5507	0,07057
Total	27599	0,08324

Fuente: Datos proporcionados por la RECC, 2009
Elaborado por: La Autora de la Investigación.

3.4.3 DESTINO DE LA DEMANDA.

3.4.3.1 NATURALEZA DE LOS CLIENTES

Los consumidores de los servicios turísticos, son los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Cotacachi, los mismos que están en completa predisposición de aceptar la práctica de este tipo de

actividades turísticas, que satisfaga sus expectativas de aventura y riesgo.

3.4.3.2 PODER ADQUISITIVO

De acuerdo a las encuestas realizadas se ha podido establecer que el poder adquisitivo que tienen los turistas que visitan el Cantón Cotacachi es medio y medio alto el mismo que alcanza para satisfacer sus necesidades de optar por este tipo de turismo de aventura.

3.4.3.3 FRECUENCIA DE CONSUMO

De acuerdo a la información arrojada por la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón y sus zonas de influencia, se puede determinar que la frecuencia de utilización de este tipo de servicios es de una vez a la semana y una vez al mes la mayoría de los encuestados, los mismos que se ven limitados por la carencia de empresas que oferten este tipo de servicios.

A continuación una encuesta realizada para determinar la procedencia y destino de los turistas en el feriado de carnaval del año 2009.

CUADRO Nº 23: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

PROCEDENCIA	PAX.	%	ADULTOS	NIÑOS
PICHINCHA	2278	0.42248	1804	474
CARCHI	2887	0.53542	2251	636
STO DOMINGO	13	0.00241	7	6
COTOPAXI	0	0	0	0
TUNGURAGUA	22	0.00408	19	3
GUAYAS	13	0.00241	11	2
LOJA	63	0.01168	51	12
OTROS	116	0.02151	96	20
TOTAL	5392	1	4239	1153
PORCENTAJE			79%	21%

Fuente: Encuesta realizada por el Gobierno provincial de Imbabura
Elaborado: Dirección de Turismo, año 2009

CUADRO Nº 24: DESTINO DE LOS TURISTAS

DESTINO	PAX	%
VALLE DEL CHOTA	1650	0.30601
IBARRA	1866	0.34607
ATUNTAQUI	694	0.12871
COTACACHI	405	0.07511
OTAVALO	237	0.04395
QUITO	388	0.07196
OTROS	152	0.02819
TOTAL	5392	1

Fuente: Encuesta realizada por el Gobierno provincial de Imbabura
Dirección de Turismo, año 2009

A continuación presentamos datos de una encuesta realizada por el Gobierno Provincial de Imbabura, en lo que se refiere a ingresos de turistas en el feriado de Semana Santa 2009.

CUADRO Nº 25: TOTAL INGRESOS CONTABILIZADOS

Procedencia	%	Pax
Quito	84,63	31743
Ambato	1,59	595
Cotopaxi	0,18	69
Tulcán	6,46	2424
Bolívar	1,34	503
Huaca	0,61	229
San Gabriel	1,71	640
Otros	0,43	160
Colombia	3,05	1143
Total		37506

Fuente: Encuesta realizada por el Gobierno provincial de Imbabura, Dirección de Turismo, año 2009

En el siguiente cuadro detallamos los destinos visitados en la provincia.

CUADRO Nº 26: DESTINOS VISITADOS EN IMBABURA

Ciudad	%	No. Pax
Ibarra	37,32	13997
Otavalo	20,44	7668
Atuntaqui	5,88	2206
Cotacachi	12,97	4865
Ambuquí	4,19	1573
Chachimbiro	1,06	398
Lita	0,24	90
Pimampiro	0,68	253
Otros	17,21	6456
Total		37506

Fuente: Encuesta realizada por el Gobierno provincial de Imbabura, Dirección de Turismo, año 2009

El cantón Ibarra es el que más visitas recepta con un 37.32 %, seguido del cantón Otavalo con el 20.44 %, en tercer lugar está ubicado el Cantón Cotacachi con el 12.97 % que equivale a 4865 turistas, los mismos que tienen preferencias por adquirir artesanías en cuero, visitar la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, en especial por la Laguna de Cuicocha, y por degustar del tradicional plato típico que son las carnes coloradas.

Luego Antonio Ante ocupa el cuarto lugar en ser visitado por sus artesanías y por sus destacadas ferias de verano, además los otros cantones no dejan de ser visitados aunque en menor porcentaje.

Esta microempresa estará orientada específicamente al segmento de mercado que se encuentra comprendido dentro de las edades de 14 a 33 años de edad, que son en su mayoría estudiantes, representando un 49 % de los encuestados.

3.4.4 DEMANDA DE TURISMO NACIONAL EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

La provincia de Imbabura tiene gran acogida turística tanto del mercado local, por la gran influencia comercial, textil y artesanal, tanto en los cantones de Otavalo, Cotacachi, Ibarra, Antonio Ante entre otros sitios de gran interés turístico como son: Laguna de Cuicocha, Yahuarcocha, San Pablo, Cascada de Peguche, Piñan, Volcán Cotacachi, entre otros.

Últimamente se ha cambiado el enfoque en lo que respecta al turismo, en la actualidad ocupa un sitio muy importante, además se busca orientar hacia el turismo de aventura, el mismo que se está abriendo camino poco a poco.

Al analizar la demanda vemos que intervienen algunos factores como la necesidad real que existe por el bien o servicio, su precio y el nivel de ingreso de la población.

3.4.5 DEMANDA DE TURISMO INTERNO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

CUADRO N° 27: DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	TURISMO INTERNO
	(Número de familias)
2004	310050
2005	320100
2006	326359
2007	340832
2008	345526

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, boletín informativo
Elaborado por: La autora de la investigación *fam. de 5 miembros.

La demanda turística que registra la provincia de Imbabura del periodo 2004 al 2008 proyectado, la misma que se indica en el cuadro anterior. Analizando que en este lapso ha existido un incremento en el número de turistas, debido principalmente al enfoque que se ha venido dando del turismo en los últimos años en la Provincia de Imbabura.

3.4.6 DEMANDA HISTÓRICA DE LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS AL ECUADOR.

Tradicionalmente el turismo ha estado orientado a experiencias de vacaciones en sol y playa y recorridos tradicionales, en la actualidad vemos cómo la oferta de viajes turísticos ha experimentado un cambio significativo orientado hacia una mayor participación del turista en las culturas locales y un mayor conocimiento de los destinos, así como el deseo de aprender y participar en actividades en los sitios que visitan. Asimismo, estas nuevas tendencias en la actividad turística apuntan, a la vez, hacia la mejora en la calidad de vida y las oportunidades económicas de los pobladores de los destinos desde una visión integral, aplicando los criterios de sostenibilidad. El turismo puede convertirse en una forma integradora del proceso de desarrollo y crecimiento de una localidad o de un país, usando las increíbles capacidades de diversificación económica y manejo sostenible de los recursos existentes. Revisando la evolución en

el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el año 2004, se observa que el turismo ha ido en aumento cada año.

CUADRO N° 28
EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTOR AÑOS 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	VAR. % (2007-2008)
ENERO	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9.88
FEBRERO	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6.67
MARZO	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4.03
ABRIL	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0.34
MAYO	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8.87
JUNIO	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4.07
JULIO	90.882	95.621	89.829	101.088	109.250	8.07
AGOSTO	73.697	80.181	77.826	91.309	96.336	5.51
SEPTIEMBRE	59.541	59.431	65.198	64.966	73.757	13.53
OCTUBRE	68.377	63.755	66.538	72.365	79.814	10.29
NOVIEMBRE	64.036	65.896	65.359	73.273	83.458	13.90
DICIEMBRE	73.390	75.614	78865	83.813	86.698	3.44
TOTAL	818.927	859.888	840.555	937.487	1005.297	7.23

Fuente: Ministerio de Turismo. Anuarios de Migración Internacional – INEC 2008

Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación

En el año 2008 Ecuador recibió 1 millón 5 mil 297 llegadas de visitantes extranjeros, que significa un incremento del 7,23 con relación al año 2007 en el que ingresaron 937.487 visitantes extranjeros, según los datos provisionales entregados al Ministerio de Turismo, por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional.

Esta información estadística determina que, como una tendencia histórica, en los meses de julio y agosto existe una mayor afluencia de llegadas, registrándose durante el año 2008, 109.250 y 96.336 respectivamente, seguido del mes de enero en el cual se contabilizó 92.378 llegadas, a través de las diferentes jefaturas de migración ubicadas a nivel nacional.

Los puntos de arribo más significativos fueron las Jefaturas Provinciales de Migración ubicadas en Pichincha con 464.923, en Guayas con 245.401 y en los pasos de frontera terrestre de Carchi con 127.116 y El Oro con 141.171 que cubren el 97,3 por ciento de entradas de extranjeros al Ecuador; seguidamente se encuentran la de Loja con 13.428 y otras Jefaturas con 13.258.

CUADRO Nº 29: INGRESO DE TURISTAS POR JEFATURA

Jefaturas	Número de Visitantes	%
Pichincha	464.923	46.22%
Guayas	245.401	24.40%
Carchi	127.116	12.64%
El Oro	141.171	14.03%
Loja	13.428	1.36%
Otras Jefaturas	13.258	1.35%
TOTAL	1.005.927	100%

Fuente: Ministerio de Turismo, Anuarios de Migración Internacional 2008
Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa

3.4.7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la estimación de la demanda se recopiló información histórica del flujo interno y externo que han ingresado a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, nos hemos enfocado en turistas nacionales y extranjeros que visitan la Laguna de Cuicocha, ésta proyección la hemos realizado considerando la tasa de crecimiento de turistas que visitan la Laguna de Cuicocha, y que es del 8% anual.

La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en situación actual del mercado, obteniendo así resultados objetivos. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Demanda Futura

P_b = Demanda Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

➤ **Año 2011 = 3618**

➤ **Año 2012**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 3.618 (1 + 0,08)^1$$

$$P_p = 3.907$$

➤ **Año 2013**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 3.907 (1 + 0,08)^2$$

$$P_p = 4.557$$

➤ **Año 2014**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 4.557 (1 + 0,08)^3$$

$$P_p = 5.740$$

➤ **Año 2015**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 5.740 (1 + 0,08)^4$$

$$P_p = 7.809$$

CUADRO Nº 30: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA
2011	3.618
2012	3.907
2013	4.557
2014	5.740
2015	7.809
TOTAL	25.631

Fuente: Proyección de la demanda
Elaborado: Autora de la investigación

Dentro de las estimaciones de la demanda se consideraron tres escenarios de ocurrencia probable de la puesta en operación del proyecto, ellos en concordancia con los escenarios determinados para la proyección de la demanda, siendo dichos escenarios los siguientes:

- Escenario Conservador.
- Escenario Medio
- Escenario Optimista

3.4.8 DEMANDA FUTURA DE TURISMO INTERNO.

Tomando como base la demanda de turismo interno en la Provincia de Imbabura procedemos a calcular la tasa de crecimiento para realizar la estimación como referencia del comportamiento del turismo al interior de la Provincia.

CUADRO N° 31: CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO

AÑOS	TURISMO INTERNO	Tasa de Crecimiento
	(Número de familias)	
2004	310050	-
2005	320100	0.0324
2006	326359	0.0195
2007	340832	0.0443
2008	345526	0.0137
		$\Sigma \frac{0.1099}{4}$ $i = 0.0274$ $i = 2.75\%$

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, boletín informativo
 Elaborado por: La autora de la investigación

Luego de haber obtenido la tasa de crecimiento que en este caso es de 2.75 %, procedemos a aplicar en los datos históricos de la demanda de turismo Interno en la Provincia de Imbabura.

CUADRO N° 32: DEMANDA FUTURA DE TURISMO INTERNO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

AÑOS	TURISMO INTERNO
	(Número de familias)
2009	355028
2010	364791
2011	374823
2012	385131
2013	395722

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, boletín informativo
 Elaborado por: La autora de la investigación

3.4.9 BALANCE OFERTA- DEMANDA

3.4.9.1 BALANCE OFERTA- DEMANDA DE TURISMO RECEPTOR.

En la siguiente tabla podemos observar el comportamiento de la Oferta Proyectada y de la Demanda Proyectada con la finalidad de determinar si existe superávit o déficit.

CUADRO Nº 33: BALANZA OFERTA DEMANDA

Año	DEMANDA	OFERTA	D. POTENCIAL
2011	3.618	1.699	1.919
2012	3.907	1.970	1.937
2013	4.557	2.286	2.271
2014	5.740	2.651	3.089
2015	7.809	3.076	4.733
TOTAL	25.631	11.682	13.949

Fuente: Proyección de la microempresa Yachag Huasi
Cálculo: La autora de la Investigación

Este balance de Oferta-Demanda demuestra un escenario optimista para éste sector turístico como es el de la prestación de deportes de aventura, además hay que mencionar existe una gran demanda, en éste caso de 25631 y una oferta de 11682.

Demanda que no alcanza a ser cubierta por lo que existe un déficit de 13949, indicador que muestra un horizonte positivo para la creación de la microempresa, es decir un buen mercado para orientar las prestación de estos deportes de aventura.

3.4.10 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial que se ha determinado para la microempresa, está constituida por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Laguna de Cuicocha, considerando las tasas de crecimiento en función de los datos históricos recopilados.

De ésta forma tenemos una estimación de la demanda potencial para los siguientes cinco años.

CUADRO N° 34: DEMANDA POTENCIAL

Año	D. POTENCIAL
2011	1.919
2012	1.937
2013	2.271
2014	3.089
2015	4.733
TOTAL	13.949

Fuente: Proyección de la microempresa Yachag Huasi
Cálculo: La autora de la Investigación

3.4.11 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.

Para establecer este precio de venta se ha tomado en consideración el costo del servicio y se ha incrementado un porcentaje de utilidad razonable.

Además también se ha tomado como base los precios que ofertan otras empresas, se ha establecido un precio más accesible considerando que somos una microempresa pequeña y los costos administrativos no son muy considerables en comparación con otras empresas que ya están constituidas y tienen mucho personal.

CUADRO N° 35: PRECIO DE VENTA

ACTIVIDAD	LEYTONS TOUR	ECO MONTES	RUNA TUPARI	PRECIO VENTA PROMEDIO	MICROEMPRESA YACHAG HUASI
Ciclismo de Montaña			35	35	30
Trekking Laguna de Cuicocha	80	25	27	44	25
Tour a Caballo	40	40	27	36	25
Tour a Mojanda	30	25	27	27	30
Agroturismo	35	35	35	35	25
Tour a Intag (Lagunas de Piñan)	50	40	70	53	35
Ascenso al Cotacachi		60	70	65	60
Ascenso al Imbabura		60	70	65	50
Tours a las comunidades	30	30	27	29	25

Fuente: Proyección de la microempresa Yachag Huasi
Cálculo: La autora de la Investigación

3.4.12 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución nos permitirán alcanzar nuestros objetivos en cuanto al volumen de ventas, permitiendo lograr una diferenciación con la competencia, entre las que adoptará la microempresa tendremos las siguientes:

- a) Atención directa y personalizada con el cliente.
- b) Establecer relaciones con otras instituciones que se vinculen con la prestación de servicios similares.
- c) Participar en ferias nacionales de turismo para establecer contactos comerciales.
- d) Diseñar un fuerte programa de promoción y publicidad.
- e) Permitir la reservación y transacciones comerciales vía personal e internet.
- f) El internet por medio de su presencia global, permite a las empresas estar presentes en todo el mundo, reduciendo las barreras de acceso a los mercados actuales y abriendo oportunidades de explotar nuevos mercados, reducción de intermediarios, facilitando la venta directa de productos.
- g) Crear una imagen corporativa que se identifique con la conservación del medio ambiente.

3.4.13 PROGRAMAS DE PAQUETES TURISTICOS.

La microempresa prestará los siguientes paquetes turísticos:

CUADRO Nº 36: PROGRAMAS

DESCRIPCIÓN	PRECIO	SERVICIOS INCLUIDOS	OBSERVACIONES
<p>TOUR A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Este tour se encargará de visitar las Comunidades del Cantón Cotacachi, con el fin de observar y aprender acerca de las diferentes artesanías que elaboran, como transformación de lana en tejido, instrumentos musicales, esteras, alfarería, bisutería. El almuerzo se lo realizará en la ciudad de Cotacachi para fomentar las artesanías de cuero.</p>	25.00	-transporte -guía -almuerzo	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas
<p>TREKING EN LA LAGUNA DE CUICOCHA Este tour le permitirá observar la flora y fauna existente dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas y su majestuoso paisaje, con una duración de 4 a 5 horas podremos ver los nevados de: Cayambe, Cotopaxi, Imbabura, y la inigualable "Mamá Cotacachi". La caminata la iniciaremos en 3100 msnm., y llegaremos como máximo a 3500 msnm a un espectacular mirador ubicado casi en el centro de la laguna, desde el cual miraremos asombrados los encantos de la naturaleza.</p>	25.00	-transporte - guía -almuerzo -entrada a la RECC	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>TOUR A MOJANDA Este tour permitirá conocer el Lago Caricocha que se encuentra a unos 3.700 m.s.n.m. , posteriormente subiremos al Fuya Fuya que se encuentra a 4265 msnm, en donde podremos interpretar la trilogía de Lagos de Mojanda, podremos también observar los volcanes de: Cotopaxi, Cayambe y el Antisana, también podremos visualizar las ciudades de : Quito, Otavalo y la Laguna de Cuicocha.</p>	30.00	-transporte -guía -almuerzo	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>TOUR A CABALLO Este tour se lo realizará con dos alternativas: La primera una cabalgata recorriendo las comunidades indígenas del cantón, la segunda un recorrido ida y vuelta a la Laguna de Cuicocha.</p>	25.00	-transporte -guía - lunch	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>AGROTURISMO Este tour nos permitirá observar la cultura rural, la riqueza de especies, variedades de plantas y animales, otros hábitats, condiciones climáticas, diversos usos y preferencias individuales dentro de las comunidades rurales del cantón Cotacachi.</p>	25.00	-transporte -guía - lunch	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>CICLISMO DE MONTAÑA Este tour se lo realizará en dos alternativas: La primera es desde Quiroga hasta la Laguna de Cuicocha ida y regreso, la segunda desde Cuicocha hacia la zona de Intag.</p>	30.00	-transporte -guía - lunch	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.

<p>TOUR A INTAG (Lagunas de Piñan) Este tour nos permitirá conocer la zona de Intag, a la cual descenderemos al bosque nublado, visitaremos la comunidad de Piñan y sus lagos, flora y fauna de ésta zona sub tropical, alcanzaremos los 3.400 msnm hasta una altitud aproximada de 3.700 msnm hasta descender a 1400 msnm.</p>	35.00	-transporte -guía -almuerzo	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>TOUR ASCENSO AL IMBABURA Este tour de aventura permite subir hasta la cima del volcán atravesando la comunidad indígena de La Esperanza a 3.000 m, cruzaremos la región montañosa y podremos observar la ciudad de Ibarra, luego de 5 o 6 horas de caminata veremos la cima del volcán a 4.610 msnm. Luego descenderemos más o menos 3 o 4 horas. También se lo puede realizar desde la Comunidad de la Compañía, Sector del Corazón a las orillas del Lago San Pablo.</p>	60.00	-transporte -guía -almuerzo	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.
<p>TOUR ASCENSO AL COTACACHI Este tour ofrece la oportunidad de de escalar el volcán “Mama Cotacachi” a 4939 msnm, cruzaremos los páramos andinos, luego de 5 o 6 horas de ascenso llegaremos a una altitud de 4850 m, luego de una minuciosa interpretación, se iniciará el descenso entre 3 y 4 horas.</p>	50.00	-transporte -guía -almuerzo, -entrada a la RECC	Este tour se lo realizará con un mínimo de cinco personas.

Fuente: Paquetes de la microempresa Yachag Huasi

Elaborado: La autora de la Investigación

3.5 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El turismo que llega a Cotacachi, orienta su atención en atractivos tradicionales como la gastronomía, mercados artesanales, paisajes, al mismo tiempo que existe una buena acogida por parte de los turistas para la creación de ésta microempresa.
- El proyecto es factible ya que está sustentado sobre la base de seriedad de los resultados obtenidos de la Oferta, Demanda y entorno, como en las investigaciones realizadas a los afluentes turísticos de la parroquia de Quiroga para determinar sus necesidades, y los valores que se destinarían a actividades de esparcimiento y aventura.
- Esta microempresa se enmarca dentro de la nueva tendencia de turismo recreativo, ambiental, por el momento el Cantón Cotacachi todavía no se encuentra explotado en ésta área, pero dentro de la Provincia ya se está dando la debida importancia y vemos que se están creando otras empresas dedicadas a la prestación de éstos deportes de aventura como en Ibarra por ejemplo Naturadventure, Ecomontes en Otavalo.
- La creación de ésta microempresa será un incentivo para promover e incrementar el Turismo en Cotacachi y en la Provincia.
- El medio de promoción y marketing que utilizará esta microempresa será el Internet, ya que se puede dar a conocer tanto Nacional como Internacional, sin dejar de lado la publicidad visual como son afiches, trípticos, gigantografías, volantes, etc.

- La infraestructura turística que existe es muy baja y además en el campo de las empresas o microempresas que se dedican a la prestación de servicios de aventura se encuentra registrada solamente la Operadora de Turismo Comunitario Runa Tupari.
- De las encuestas realizadas podemos determinar que el 49% de los encuestados se encuentran entre 14 a 23 años y el 32% entre 24 a 33 años, conformando un 81% en capacidad y condición de realizar un deporte de aventura.
- La oferta turística por producto o servicio se encuentra en un promedio de 30.00, siendo este un precio muy asequible para las personas que gustan de la realización de estos deportes de aventura.

3.6 RECOMENDACIONES

- En el caso del turismo, se manifiesta principalmente en la adopción de medidas de protección del medio ambiente y de los recursos naturales, incentivando la conformación de una oferta orientada a un turismo sustentable, que proteja dicho patrimonio.
- Se debe crear una microempresa especializada en Turismo de Aventura, la cual oferte paquetes turísticos flexibles de acuerdo a la necesidad del cliente.
- La microempresa deberá cumplir con toda la normativa legal y tributaria para la correcta creación y funcionamiento tales como: Registro Único de Proveedores, Patente Municipal, Afiliación a la Cámara de Turismo, entre otras.
- Esta microempresa deberá proporcionar la debida información al turista, la misma que deberá ser clara, veraz, confiable.
- El reto de la microempresa será cambiar los paradigmas tradicionales del turismo, y orientarse hacia el turismo innovador, el cual deberá tener como mercado meta a los jóvenes aventureros.
- Las actividades que se realicen deberán ser guiadas por personal técnico, capacitado, y calificado, con el propósito de que exista seguridad y confianza por parte del cliente y posteriormente exista satisfacción.
- La microempresa deberá optar por la mejor alternativa de difusión, para captar potenciales clientes.
- Los lugares a ser visitados deberán también contar con rutas de acceso seguras, y la microempresa se comprometerá a dotar de los equipos necesarios para el desarrollo de la actividad de aventura.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El presente proyecto está enfocado como proyecto productivo desde el aspecto Microempresarial ya que se considera que tiene menos de nueve trabajadores, tiene un volumen de ventas reducido, se dedica principalmente a actividades de servicio. Se pretende alcanzar a cubrir un 60 % de la demanda potencial, siendo aproximadamente 1151 turistas para el primer año.

4.1.2 LOCALIZACIÓN

4.1.2.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La Microempresa de Turismo de Aventura Yachag Huasi estará localizada en la provincia de Imbabura, en el Cantón Cotacachi, al cual se puede llegar mediante dos vías de acceso: una por Otavalo y la otra por la Panamericana Norte por el Sector de Pinsaqui.

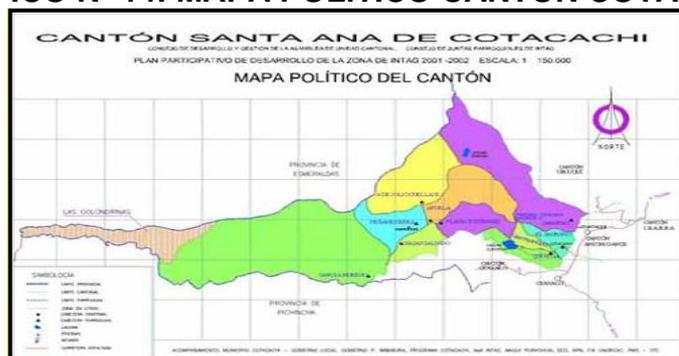
El lugar geográfico donde se va a llevar a cabo la presente investigación es:

REGIÓN: Sierra

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Cotacachi

GRAFICO Nº 14: MAPA POLÍTICO CANTÓN COTACACHI



Fuente: Mapa Político del Cantón Cotacachi

4.1.2.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

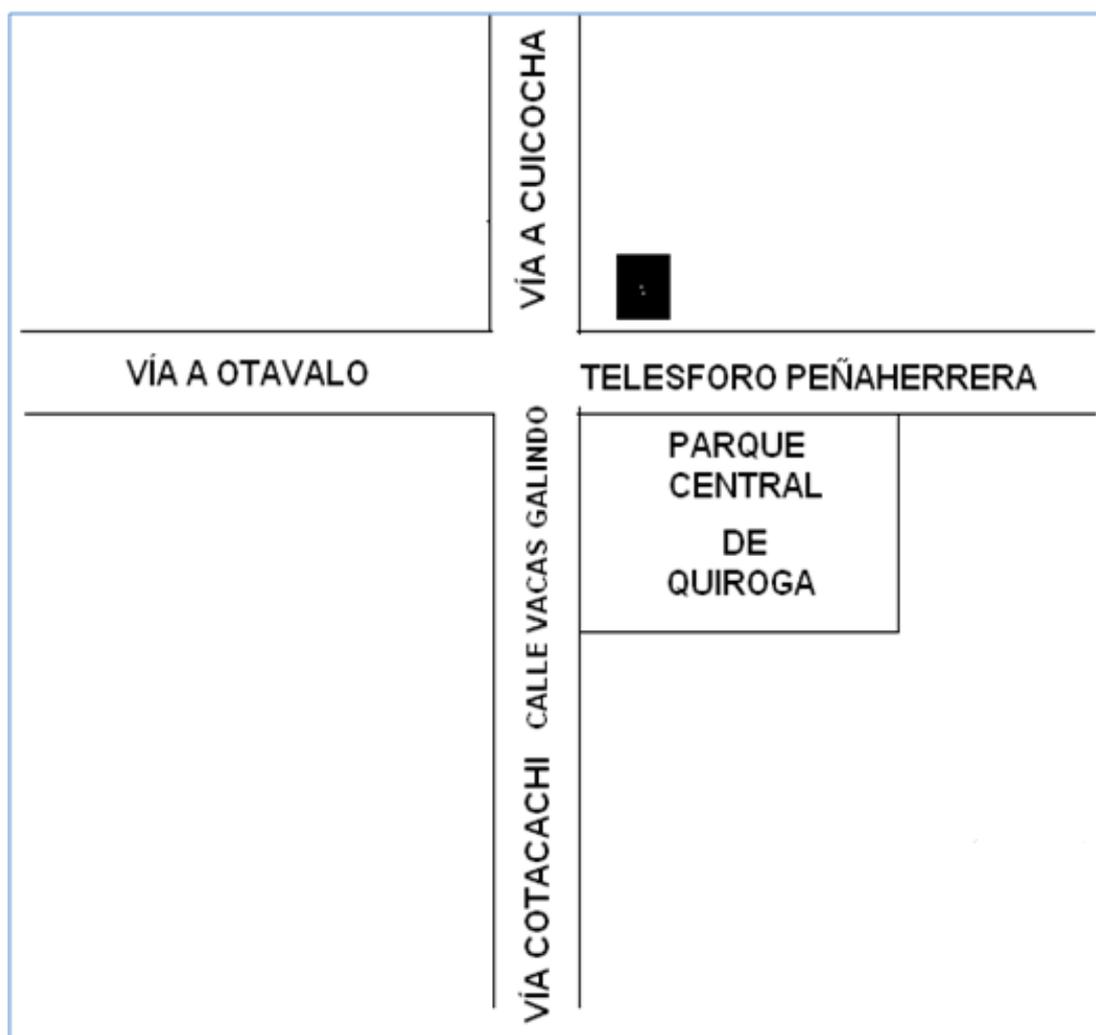
El proyecto se encontrará localizado en el centro de la Parroquia de Quiroga, lugar estratégico en donde arriban turistas que ingresan de Otavalo y de todos los lugares y que su destino es visitar la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

PARROQUIA: Quiroga

SECTOR: Parque Principal

CALLES: Telésforo Peñaherrera y Vacas Galindo

GRAFICO N° 15: CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



4.1.3 INFRAESTRUCTURA

4.1.3.1 VIAL

En la actualidad las carreteras de acceso al Cantón Cotacachi como a la Parroquia de Quiroga se encuentran en óptimas condiciones para la movilización, lo que es primordial para el turismo.

Las vías principales que conectan a Imbabura con la capital y provincias vecinas se encuentran completamente habilitadas. Esto permite el paso normal de vehículos y movilización de personas, lo que convierte a Imbabura en uno de los principales centros de atracción turística.

Adicionalmente, esta provincia mantiene vías de primer orden que sirven de ingreso a sitios de gran interés turístico.

Estas brindan un óptimo servicio entre Salinas Tumbabiro- Chachimbiro, Otavalo-Quiroga, Otavalo - Quichinche, Urcuquí-Tumbabiro, Bellavista-Chaltura- Atuntaqui, Peguche-Illumán-San Roque, Circunvalación de San Pablo, Pablo Arenas-Cahuasquí, y Otavalo-Selva Alegre.

4.1.3.2 AEROPORTUARIA

La ciudad de Ibarra cuenta con el Aeropuerto Militar Atahualpa, cuya dimensión alcanza los 2000 metros de longitud.

4.1.3.3 HOTELERA

En lo que se refiere a infraestructura turística y hotelera en el Cantón Cotacachi, han incrementado los servicios de alojamiento, restaurantes, bares, transportes entre otros, con el fin de prestar un mejor servicio tanto a turistas nacionales como extranjeros que visitan el cantón.

4.1.4 DISTRIBUCIÓN Y EQUIPAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

4.1.4.1 DISTRIBUCIÓN

La microempresa a un inicio estará conformada por dos oficinas, la una para atención al cliente y la otra para contabilidad.

La Oficina de atención al cliente deberá contar con toda la información necesaria para prestar los servicios de turismo de aventura, y en cuanto a la oficina de contabilidad también estará dotada con equipos de oficina, muebles y enseres y la logística necesaria para su correcto desenvolvimiento.

4.1.4.2 EQUIPAMIENTO

Para comenzar como microempresa se requerirá del equipo necesario para la prestación de los servicios, a continuación detallamos en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 37: EQUIPAMIENTO INICIAL

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Equipo de Oficina	1160.00
Muebles y Enseres	550.00
Equipo de Computación	800.00
Vehiculo	12000.00
TOTAL	14510.00

Fuente: Equipamiento Inicial
Elaborado: Autora

4.1.5 TECNOLOGÍA

Es importante que la microempresa utilice todo el potencial tecnológico que existe al momento para captar los clientes, ya que en la actualidad es el internet el mayor difusor de comercio y publicidad, por

medio de la página web los turistas podrán conocer y apreciar las experiencias de turismo brindadas por la microempresa.

Además la tecnología permitirá optimizar el tiempo en lo que respecta a pagos, cobros, anticipos, reservaciones, ya que éstos pueden hacerse de forma sencilla por medio del internet, y también los turistas se sienten familiarizados con estas transacciones electrónicas.

La tecnología permite también acortar distancias de país a país, pudiendo comunicarse por medio del internet con nosotros para ofrecer nuestros servicios a los turistas interesados que se encuentren fuera del país.

4.1.6 INVERSIÓN INICIAL

La Inversión que se desea realizar para el desarrollo del proyecto a su inicio será de \$ **20162,40** de los cuales 14510,00 corresponde a la adquisición de Activos Fijos, \$ 500.00 dólares a gastos de constitución y \$ 5152,40 como capital de trabajo, valores que serán solventados por la autora en un 50%, es decir \$10081,20 y la diferencia será financiado por el banco de fomento.

El Capital de trabajo está conformado por Remuneraciones que ascienden a \$2074,40 al año, materiales y suministros \$20,43, servicios básicos \$36, 00 el costo del servicio para dos meses es 2521,57, gasto arriendo \$ 100,00 promoción y publicidad \$ 378,00 y útiles de aseo por \$22,00 dólares.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 INVERSIÓN INICIAL

La Inversión que se desea realizar para el desarrollo del proyecto a su inicio será de \$ **20162,40** de los cuales 14510,00 corresponde a la adquisición de Activos Fijos, \$ 500,00 dólares a gastos de constitución y \$ 5152,40 como capital de trabajo, valores que se detallan a continuación:

CUADRO Nº 38: INVERSIÓN INICIAL

CUADRO DE INVERSIONES					
DETALLE	CANT.	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS					14510,00
Activos Fijos				14510,00	
Equipo de Oficina	1	1160,00	1160,00		
Muebles y Enseres	1	550,00	550,00		
Equipo de Computación	1	800,00	800,00		
Vehículo	1	12000,00	12000,00		
INVERSIONES DIFERIDAS				500,00	500,00
Gastos de Constitución	1	500,00	500,00		
CAPITAL DE TRABAJO				5152,40	5152,40
Remuneraciones	2	1037,20	2074,40		
Materiales y Suministros	2	10,22	20,43		
Servicios Básicos (mensual)	2	18,00	36,00		
Costo del Servicio	2	1260,78	2521,57		
Gasto Arriendo	2	50,00	100,00		
Gasto Promoción y Publicidad	2	189,00	378,00		
Útiles de Aseo	2	11,00	22,00		
TOTAL INVERSION					20162.40

Fuente: Inversiones

Elaborado: Autora de la Investigación

5.1.1 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Tiempo/ Actividades	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Gastos de Constitución	X											
Adquisición de Equipos de Oficina	X											
Adquisición de Muebles y Enseres	X											
Adquisición de Equipos de Computación		X										
Gastos Operacionales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

5.2 DETERMINACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

5.2.1 COSTOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Al ser esta microempresa proveedora de servicios, se hace necesario subcontratar los servicios de Guías turísticos, alquiler de caballos, alquiler de bicicletas, alimentación, entre otros.

En el siguiente cuadro se observa los costos determinados para cada tour. **(Ver anexo F)** de la composición de costos individuales.

CUADRO N° 39: COSTO DE LOS SERVICIOS

Detalle	Precio de Venta	Entrada a la RECC	Transporte	Alimentación	Comisión Operador 10 % del PV	Total Costo	Rentabilidad Bruta
Tour a las comunidades indígenas	25.00		2.00	3.00	2.50	7.50	17.50
Trekking en la Laguna de Cuicocha	25.00	2.00	2.00	3.00	2.50	9.50	15.50
Tour a caballo	25.00		5.00	3.00	2.50	10.50	14.50
Tour a Mojanda	30.00		10.00	3.00	3.00	16.00	14.00
Agroturismo	25.00		2.00	3.00	2.50	7.50	17.50
Ciclismo de montaña	30.00		10.00	3.00	3.00	16.00	14.00
Tour a Intag (lagunas de Piñan)	35.00		16.00	3.00	3.50	22.50	12.50
Ascenso al Imbabura	60.00		12.00	3.00	6.00	21.00	39.00
Ascenso al Cotacachi	50.00	2.00	3.00	3.00	5.00	13.00	37.00

Fuente: Costo de los Servicios

Elaborado: La Autora de la investigación

5.2.2 GASTO DEPRECIACIÓN

El Cálculo de la Depreciación se ha hecho en base del método de Depreciación en Línea Recta que es permitido en el Ecuador.

En el siguiente cuadro se presenta los años de vida útil y el porcentaje anual de depreciación de acuerdo a la normativa legal vigente.

CUADRO N° 40: PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	VALOR DE COMPRA	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Equipo de oficina	1160,00	10 años	10%
Muebles y Enseres	550,00	10 años	10%
Equipo de Computo	800,00	3 años	33,33%
Vehículo	12000,00	5 años	20%
TOTAL	14510,00		

Fuente: Porcentajes de Depreciación
Elaborado: La Autora de la investigación

A continuación el detalle de la Depreciación de los Activos Fijos, Además tendremos para el año 5 una depreciación acumulada de \$12289.50 y los activos fijos tendrán un valor en libros de 2220.50, que éste sería el valor de recuperación de los activos al finalizar el quinto año que es la terminación de la vida del proyecto. Indicando además que la depreciación disminuye en el cuarto y el quinto año por el motivo que el Equipo de computación se deprecia para tres años.

CUADRO N° 41: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEP.	VALOR EN LIBROS
Muebles y Enseres	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	247,50	302,50
Equipo de Oficina	104,40	104,40	104,40	104,40	104,40	522,00	638,00
Equipo de Computación	240,00	240,00	240,00	0,00	0,00	720,00	80,00
Vehículo	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	1200,00
TOTAL	2553,90	2553,90	2553,90	2313,90	2313,90	12289,50	2220,50

Fuente: Depreciación de Activos Fijos
Elaborado: La Autora de la investigación

5.2.3 GASTO SUELDOS

A continuación se muestran los gastos administrativos por concepto de sueldos que incurrirá la microempresa de Turismo de Aventura Yachag Huasi al año.

CUADRO Nº 42: SUELDOS

SUELDOS PROYECTADOS									
DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	F. RES.	VACAC.	TOTAL
Gerente	1	500,00	6.000	729,00	500	240	500	250	8.219,00
Secretaria-Contadora	1	300,00	3.600	437,40	300	240	300	150	5.027,40
TOTAL		800,00	9.600	1.166,4	800	480	800	400	13.246,40

Fuente: Sueldos Proyectados

Elaborado: La Autora de la investigación

La proyección se la hizo en base al porcentaje de incremento salarial que es del 10 % anual de acuerdo a la legislación Ecuatoriana, en el siguiente cuadro se reflejan los gastos administrativos proyectados para los cinco años. Como proyección de sueldos se obtiene un valor de 13.246,40, considerando que el primer año la microempresa no generará gastos por concepto de fondos de reserva, ya que éstos se pagan al empleado desde el segundo año de trabajo, logramos una proyección de 12446.40 (13246.40-800.00).

CUADRO Nº 43: SUELDOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos Administrativos	12446,40	14571,04	16028,14	17630,96	19394,05
TOTAL	12446,40	14571,04	16028,14	17630,96	19394,05

Fuente: Proyección Gastos Administrativos

Elaborado: La Autora de la investigación

5.2.4 GASTO MATERIALES Y SUMINISTROS

En el siguiente cuadro se observa en detalle los Materiales y Suministros que necesitará la microempresa para el desarrollo de sus actividades.

CUADRO Nº 44: MATERIALES Y SUMINISTROS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
8	Resma de papel boom	3,20	25,60
1	Tinta para Impresora color negro	15,00	15,00
1	Cartucho para impresora negro	20,00	20,00
1	Cartucho para impresora de color	20,00	20,00
1	Grapadora	5,00	5,00
1	Perforadora	5,00	5,00
4	Cuadernos	2,00	8,00
20	Carpetas	0,20	4,00
24	Esferos	0,25	6,00
2	Factureros	7,00	14,00
TOTAL			122,60

Fuente: Materiales y Suministros
Elaborado: La Autora de la investigación

También se muestra los valores proyectados anuales por éste concepto durante los cinco años de vida del proyecto tomando en cuenta un incremento en los precios del 3,7% anual.

CUADRO Nº 45: PROYECCIÓN MATERIALES Y SUMINISTROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales y Suministros	122,60	127,14	131,84	136,72	141,78
TOTAL	122,60	127,14	131,84	136,72	141,78

Fuente: Proyección Materiales y Suministros
Elaborado: La Autora de la investigación

5.2.5 GASTO SERVICIOS BÁSICOS

Los gastos por Servicios Básicos al año serán los siguientes:

CUADRO N° 46: SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	6,00	72,00
Servicio Telefónico	10,00	120,00
Agua Potable	2,00	24,00
TOTAL		216,00

Fuente: Servicios Básicos

Elaborado: La Autora de la investigación

Los Gastos por Servicios Básicos proyectados para los cinco años serán los siguientes considerando un incremento en los precios del 3.7 % anual.

CUADRO N° 47: PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	216,00	223,99	232,28	240,87	249,79
TOTAL	216,00	223,99	232,28	240,87	249,79

Fuente: Proyección Servicios Básicos

Elaborado: La Autora de la investigación

En los siguientes cuadros se presentan las proyecciones de los Gastos incurridos por Arriendo y Útiles de Aseo considerando un incremento en los precios del 3.7% anual.

5.2.6 GASTO ARRIENDO

El Gasto que incurrirá la microempresa por concepto de arriendo de las oficinas para los cinco años es el siguiente.

CUADRO N° 48: PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de la Oficina	600,00	622,20	645,22	669,09	693,85
TOTAL	600,00	622,20	645,22	669,09	693,85

Fuente: Proyección Gasto Arriendo

Elaborado: La Autora de la Investigación

5.2.7 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

En cuanto se refiere a los gastos de Constitución en los que incurrirá la microempresa para la inicialización de las actividades, estos valores serán cargados únicamente al inicio, considerando la normativa legal vigente para personas naturales.

CUADRO Nº 49: GASTOS DE CONSTITUCIÓN

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites legales de Registro (Patentes, Permiso de Funcionamiento)	500,00
TOTAL	500,00

Fuente: Gastos de Constitución
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.2.8 GASTO UTILES DE ASEO

En el siguiente cuadro podemos observar los valores que la microempresa incurrirá por concepto de implementos de limpieza y medicamentos necesarios para implementar un botiquín de primeros auxilios, el mismo que deberá ser llevado a todo lugar donde se realice la actividad a cargo del operador turístico.

CUADRO Nº 50: PROYECCIÓN GASTO UTILES DE ASEO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Botiquín de Primeros Auxilios	72,00	74,664	77,43	80,29	83,26
Útiles de aseo	60,00	62,22	64,52	66,91	69,39
TOTAL	132,00	136,88	141,95	147,20	152,65

Fuente: Proyección Gasto Útiles de Aseo
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.2.9 GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

A continuación se muestran los valores destinados para Promoción y publicidad.

CUADRO Nº 51: PROYECCIÓN GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Elaboración Página Web	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Volantes y trípticos	40,00	41,48	43,01	44,61	46,26
Hosting y Dominios	130,00	134,81	139,80	144,97	150,33
Internet de Andinatel	300,00	311,10	322,61	334,55	346,93
TOTAL	770,00	487,39	505,42	524,12	543,52

Fuente: Proyección Gasto Promoción y Publicidad
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de trabajo que necesitará la microempresa para comenzar con las actividades es de \$ **5152.40**, monto que está tomado en cuenta para los dos primeros meses. Este capital nos permitirá determinar la eficiencia gerencial de una actividad empresarial, también es un parámetro para medir las operaciones financieras, todo cuanto se refiere a la disponibilidad que tiene la empresa, frente a obligaciones a corto plazo.

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio es válido para el primer año de vida del proyecto, ya que mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

CUADRO Nº 52: PUNTO DE EQUILIBRIO

MICROEMPRESA YACHAG HUASI

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	AÑO1
INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO	14510,00
GASTO FIJO	17340,90
GASTOS VARIABLES PRIMER AÑO	15129,40
TOTAL	46980,30

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado: La Autora de la Investigación

Para lo cual utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} PE &= IF + GF / MC (PV - CV) \\ &= 31.850,90 / (33,89 - 13,14) \\ &= 1535 \end{aligned}$$

IF= Inversión Fija del Proyecto

GF= Gastos Fijos

MC= Margen de Contribución

PV= Precio de Venta

CV= Costo Variable Unitario

La cantidad de servicios que deberá prestar la microempresa para obtener el punto de equilibrio de la inversión son 1535 tours al año. Lo que indica que se deberá cumplir al mes 128 tours, el mismo que es un objetivo alcanzable, el mismo que permitirá recuperar la inversión.

En términos monetarios la microempresa deberá vender \$ 52021,15; valor que obtenemos de multiplicar (1535 x \$ 33,89).

El precio de venta se obtuvo como resultado del precio promedio de los nueve tours que ofertará la microempresa.

El costo Variable Total es de \$15129,40 los cuales dividimos para 1151 que son el número de tours que se aspira vender para el primer año, el Gasto Variable unitario es de \$ 13,14.

5.5 RENDIMIENTO DEL CAPITAL

El Rendimiento del Capital (RC), mide el beneficio obtenido de la inversión que realiza los propietarios o accionistas de la microempresa, mientras más alto sea dicho rendimiento, tanto mejor será para los accionistas.

Este rendimiento se calcula de la siguiente forma:

Rendimiento del Capital = Utilidad Neta/ Patrimonio

RC= 1564,55/10081,20

RC= 0.16

CUADRO Nº 53: RENDIMIENTO DEL CAPITAL

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	1564,55	1064,50	3452,50	10712,34	27939,44
Patrimonio	10081,20	11645,75	12710,25	16162,75	26875,09
Rendimiento del Capital	0,16	0,09	0,27	0,66	1,04

Fuente: Rendimiento del Capital

Elaborado: La Autora de la Investigación

Conclusión: Esto significa que la microempresa por cada dólar aportado al capital recibirá dieciséis centavos de utilidad.

5.6 FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

Al ser una microempresa dedicada a la prestación de servicios turísticos necesitará una inversión de **20162.40** dólares. Este proyecto se realizará con el aporte económico de la autora en un 50 % aproximadamente, es decir con \$ 10081.20 dólares y el 50 % restante será financiado por medio de un Crédito en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 12 % anual con un plazo de cinco años.

CUADRO N° 54: DATOS BÁSICOS DEL CRÉDITO

MONTO DEL CREDITO	10.081,20	USA\$	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO
TASA DE INTERES	12%	ANUAL	<----- DIGITE DATO CON %
PLAZO DEL CREDITO	5	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO
PERIODO DE GRACIA	0	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO
PLAZO PARA PAGAR	5	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO

La siguiente tabla de amortización muestra los valores que se pagarán por concepto de pagos del capital y de los intereses durante los cinco años de vida del proyecto.

CUADRO N° 55: MÉTODO PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERESES	PAGO DE PRINCIPAL	PAGO TOTAL	SALDO FINAL
0	10.081,20	0,00	0,00	0,00	10.081,20
1	10.081,20	1.209,74	1.586,88	2.796,62	8.494,32
2	8.494,32	1.019,32	1.777,30	2.796,62	6.717,01
3	6.717,01	806,04	1.990,58	2.796,62	4.726,43
4	4.726,43	567,17	2.229,45	2.796,62	2.496,98
5	2.496,98	299,64	2.496,98	2.796,62	0,00
TOTAL		3.901,91	10.081,20	13.983,11	

Fuente: Pago Total Cuota Constante
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

Nuestro objetivo como microempresa es prestar los servicios de turismo de aventura a 1151 personas en el primer año, las mismas que representan el 60% de la demanda potencial.

Los siguientes cuadros muestran la proyección de las ventas en cantidades y en valores monetarios para un periodo de cinco años.

CUADRO Nº 56 PROYECCIÓN DE SERVICIOS EN CANTIDADES

TOUR OFERTADO	%	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN DE SERVICIOS				
			2011	2012	2013	2014	2015
Ciclismo de Montaña	34%	30,00	391	395	463	630	966
Trekking en la Laguna de Cuicocha	18%	25,00	207	209	245	334	511
Tour a Caballo	10%	25,00	115	116	136	185	284
Tour a Mojanda	9%	30,00	104	105	123	167	256
Agroturismo	7%	25,00	81	81	95	130	199
Tour a Intag	7%	35,00	81	81	95	130	199
Ascenso al Cotacachi	5%	50,00	58	58	68	93	142
Ascenso al Imbabura	5%	60,00	58	58	68	93	142
Tours a las comunidades	5%	25,00	58	58	68	93	142
TOTAL	100%	305,00	1151	1162	1363	1853	2840

Fuente: Proyección de Servicios en Cantidades
Elaborado: La Autora de la Investigación

CUADRO Nº 57: PROYECCIÓN DE SERVICIOS EN DÓLARES

TOUR OFERTADO	INGRESOS POR SERVICIOS					TOTAL
	2011	2012	2013	2014	2015	
Ciclismo de Montaña	11744,28	12091,53	14460,02	20061,80	31353,69	89711,31
Trekking en la Laguna de Cuicocha	5181,30	5334,50	6379,42	8850,79	13832,51	39578,52
Tour a Caballo	2878,50	2963,61	3544,12	4917,11	7684,73	21988,07
Tour a Mojanda	3108,78	3200,70	3827,65	5310,48	8299,51	23747,11
Tour a Intag	2014,95	2074,53	2480,89	3441,98	5379,31	15391,65
Agroturismo	2820,93	2904,34	3473,24	4818,77	7531,03	21548,31
Ascenso al Imbabura	2878,50	2963,61	3544,12	4917,11	7684,73	21988,07
Ascenso al Cotacachi	3454,20	3556,33	4252,95	5900,53	9221,67	26385,68
Tours a comunidades	1439,25	1481,81	1772,06	2458,55	3842,36	10994,03
TOTAL	35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	94829,53	271332,75

Fuente: Proyección de Servicios en Dólares
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.7.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

La microempresa deberá destinar a su inicio un monto para caja bancos de \$ 7706,30 valor que servirá para afrontar los gastos de sueldos, arriendo, servicios básicos, suministros y otros, de darse el caso que no existan ingresos suficientes para cubrir los gastos durante la ejecución del proyecto.

CUADRO Nº 58: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

MICROEMPRESA "YACHAG HUASI"	
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL PROYECTADO	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	7706,30
ACTIVOS FIJOS	
Equipos de Oficina	1160,00
Muebles y Enseres	550,00
Equipos de Computación	800,00
Vehículo	12000,00
(-) Depreciación de Activos Fijos	2553,90
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11956,10
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	500,00
TOTAL ACTIVOS	20162,40
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por Pagar	1081,20
TOTAL PASIVOS	1081,20
PATRIMONIO	
Capital (Aporte Propio)	1081,20
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	20162,40

Fuente: Balance de Situación Inicial
Elaborado: La Autora de la Investigación

5.7.3 ESTADO DE RESULTADOS

Como podemos observar en el estado de resultados proyectado la utilidad neta en el primer año será de \$1564,55; el segundo año la utilidad que obtendrá la microempresa será de 1064,50; para el tercer año la utilidad será de 3452,50; el cuarto año la utilidad asciende a 10712,34; y para el último año la microempresa tendrá como resultado 27939,44; logrando un índice de rentabilidad sobre las ventas se obtiene en promedio un 12 % para los cinco años, considerando que como persona natural no paga el 25 % del Impuesto a la Renta que pagan las compañías.

CUADRO Nº 59: ESTADO DE RESULTADOS

MICROEMPRESA YACHAG HUASI

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	1	2	3	4	5
Ingresos	35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	94829,53
Otros Ingresos (Valor de Recuperación)					2220,50
Costo del servicio	15129,40	15576,73	18627,91	25844,32	40390,93
Gastos operacionales	17340,90	18722,54	20238,75	21662,87	23489,54
(-) Remuneraciones	12446,40	14571,04	16028,14	17630,96	19394,05
(-) Materiales y Suministros	122,60	127,14	131,84	136,72	141,78
(-) Depreciaciones	2553,90	2553,90	2553,90	2313,90	2313,90
(-) Gasto Publicidad	770,00	487,39	505,42	524,12	543,52
(-) Gasto Arriendo	600,00	622,20	645,22	669,09	693,85
(-) Gasto Servicios Básicos	216,00	223,99	232,28	240,87	249,79
(-) Gastos Útiles de Aseo	132,00	136,88	141,95	147,20	152,65
(-) Gastos de Constitución	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	3050,39	2271,67	4867,81	13169,92	33169,57
(-) Gastos Financieros	1209,74	1019,32	806,04	567,17	299,64
(=)Utilidad antes de Impuestos	1840,65	1252,35	4061,77	12602,75	32869,93
(-) 15% Participación a Trabajadores	276,10	187,85	609,27	1890,41	4930,49
Utilidad Neta	1564,55	1064,50	3452,50	10712,34	27939,44

Fuente: Estado de Resultados

Elaborado: La Autora de la Investigación

5.8 EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.8.1 DETERMINACIÓN DEL VAN Y EL TIR CON FLUJOS DESCONTADOS SIN FINANCIAMIENTO

El Valor Actual Neto para el presente proyecto calculado con flujos descontados sin financiamiento es de \$9524,68.

La Tasa Interna de Retorno que conseguirá obtener la microempresa sin financiamiento sería del 31%, lo que indica un incremento del 9% con relación al TIR con apalancamiento financiero, lo que revela que mejores resultados obtendría la microempresa con una inversión de aporte propio.

CUADRO Nº 60: FLUJO DE EFECTIVO SIN FINANCIAMIENTO

MICROEMPRESA "YACHAG HUASI"							
FLUJO NETO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO							
DETALLE	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN INICIAL	20162,40						
INGRESOS							
Ventas netas		35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	94829,53	
Otros Ingresos (Valor Recuperación)						2220,50	
TOTAL DE INGRESOS		35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	97050,03	
EGRESOS							
Costo del Servicio		15129,40	15576,73	18627,91	25844,32	40390,93	
Gastos Operacionales		17340,90	18722,54	20238,75	21662,87	23489,54	
Gastos financieros (intereses)		1209,74	1019,32	806,04	567,17	299,64	
- TOTAL EGRESOS		33680,04	35318,59	39672,70	48074,36	64180,10	
= Utilidad neta antes P. T.		1840,65	1252,36	4061,77	12602,74	32869,93	
- 15% Participaciones trabajadores		276,10	187,85	609,27	1890,41	4930,49	
= UTILIDAD NETA		1564,55	1064,50	3452,50	10712,33	27939,44	
+ Depreciaciones		2553,90	2553,90	2553,90	2313,90	2313,90	
= ENTRADAS EFECTIVO	-20162,40	4118,45	3618,40	6006,40	13026,23	30253,34	
TASA	0,18						
VAN	\$ 9524,68						
TIR	0,31						

Fuente: Flujo de Efectivo Proyectado sin Financiamiento
Elaborado: Autora de la Investigación

5.8.2 DETERMINACIÓN DEL VAN Y TIR CON FLUJOS DESCONTADOS CON FINANCIAMIENTO

El Valor Actual Neto para el presente proyecto calculado con flujos descontados con financiamiento es de 2701,50.

La Tasa Interna de Retorno la cual se conseguirá aplicando el financiamiento será del 22%.

CUADRO Nº 61: FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO

MICROEMPRESA "YACHAG HUASI"							
FLUJO NETO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO							
DETALLE	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN INICIAL	20162,40						
INGRESOS							
Ventas netas		35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	94829,53	
Otros Ingresos (Valor Recuperación)						2220,50	
TOTAL DE INGRESOS		35520,69	36570,95	43734,47	60677,10	97050,03	
Costo del Servicio		15129,40	15576,73	18627,91	25844,32	40390,93	
Gastos Operacionales		17340,90	18722,54	20238,75	21662,87	23489,54	
Gastos financieros (intereses)		1209,74	1019,32	806,04	567,17	299,64	
- TOTAL EGRESOS		33680,04	35318,59	39672,70	48074,36	64180,10	
= Utilidad neta antes P. T.		1840,65	1252,36	4061,77	12602,74	32869,93	
15% Participaciones							
- Trabajadores		276,10	187,85	609,27	1890,41	4930,49	
= UTILIDAD NETA		1564,55	1064,50	3452,50	10712,34	27939,45	
+ Depreciaciones		2553,90	2553,90	2553,90	2313,90	2313,90	
- Crédito Recibido	10081,20						
- Pago Principal		1665,86	1932,40	2241,58	2600,24	3016,28	
= ENTRADAS EFECTIVO	-10081,20	2452,59	1686,00	3764,82	10426,00	27237,07	
TASA	0,18						
VAN	\$ 2701,50						
TIR	0,22						

Fuente: Flujo de Efectivo Proyectado con Financiamiento
Elaborado: Autora de la Investigación

5.8.3 COSTO- BENEFICIO

Un criterio de análisis muy importante es el índice de rentabilidad Costo–Beneficio, aplicando la tasa de descuento que es del 18%, la microempresa logrará alcanzar un índice de 1.24 % con un aporte de capital propio, mientras que mediante el apalancamiento financiero el costo beneficio disminuiría un 26 %, situándose en 98 %, lo que indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos, es decir por cada dólar de egresos, retornará un dólar con 24 centavos.

El costo beneficio obtenemos al aplicar la siguiente fórmula:

$$IRBC = \sum FC / (1 + i)^n / Inversión$$

$$= (45566,49 / (1.18)^5) / 20162,40$$

$$= 1,24\%$$

5.8.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Durante los cinco años de duración del proyecto el flujo total de caja actualizado es de \$ 45566,48 y en relación a la Inversión Inicial que es de 20162,40, inversión que se recuperará en 26 meses, es decir aproximadamente 2 años y 2 meses , siendo un tiempo adecuado.

CUADRO Nº 62: PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

CON FINANCIAMIENTO		
PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	-20162,40	-20162,40
1	2452,59	\$ 2.078,47
2	1686,00	\$ 1.210,86
3	3764,82	\$ 2.291,39
4	10426,00	\$ 5.377,61
5	27237,07	\$ 11.905,57
	45566,48	\$ 2.701,50

Fuente: Periodo de Recuperación de la Inversión
Elaborado: Autora de la Investigación

5.9 CONCLUSIONES DE ESTUDIO ECONÓMICO

- El presente proyecto que se desea realizar tendrá como Inversión Inicial \$ 20162,40 de los cuales el 50 % será aportado por la autora y el 50 % restante se lo hará financiado a través de un préstamo al Banco de Fomento.
- La microempresa para lograr un punto de equilibrio entre sus ingresos y sus costos en el primer año de ejecución del proyecto deberá vender 1535 tours, con el fin de lograr las metas propuestas.
- La microempresa para su primer año logrará alcanzar una utilidad neta de \$ 1564,55; valor que se ve como un aspecto rentable por ser el primer año.
- La microempresa recuperará lo invertido en un tiempo aproximado de 2 años y 2 meses, lo que demuestra un resultado bastante satisfactorio.
- En definitiva el estudio económico nos permitió determinar que si es factible económicamente la creación de la microempresa ya que se cumplen con los objetivos propuestos.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 DESCRIPCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Nombre: YACHAG HUASI TOURS

Personería: Persona Natural no obligada a llevar Contabilidad

Registros:

- Ministerio del Ambiente
- Municipio de Cotacachi,
- Cuerpo de Bomberos
- Servicio de Rentas Internas

Dirección: Quiroga, Calle Sucre, Parque Principal

Web: www.yachaghuasitours.com.ec

Email: infotours@yachaghuasi.com

Contactos: Srta. Isaura Flores

Teléfonos: 062-916377 / 062-914069 / 099576053

GRÁFICO Nº 16: LOGOTIPO



Slogan: ~~Diviértete~~ y ~~protege~~ la naturaleza

6.2 IMPORTANCIA

A diferencia de otras formas de recreación, el turismo aventura ofrece una original oportunidad en la que los participantes experimentan más y buscan lograr importantes "esfuerzos aventureros".

Las formas tradicionales de recreación por lo general incluyen elementos de destreza en un específico lugar al aire libre. Es el "lugar" el que brinda la atracción principal a un diferente viaje de interés. Sin embargo, en el turismo de aventura, es la "actividad" la que atrae a los viajeros como participantes. El turismo aventura está principalmente asociado con actividades donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de las actividades antes que recorrer las tradicionales atracciones turísticas.

Lo que distingue a estas actividades del turismo de aventura de las recreaciones tradicionales al aire libre es "la búsqueda deliberada del riesgo y la incertidumbre del resultado generalmente denominado aventura".

También ayudan al desarrollo del turismo de aventura el crecimiento de los diarios de viajes, revistas y publicaciones que ilustran "cientos de oportunidades inusuales para viajar por todo el mundo".

Entonces, podemos sostener que el turismo de aventura está asociado a actividades específicas como el móvil principal para los viajes, así también como a los resultados esperados de las experiencias de los participantes en lugares particulares. Otro ingrediente del turismo aventura es una gran cantidad de riesgos asociada al desempeño de estas actividades.

6.3 MISIÓN

Ser una organización comprometida, sólida; capacitada profesionalmente en el ámbito turístico y empresarial que brinde diferentes tipos de servicios integrados satisfaciendo las necesidades más exigentes de nuestros clientes con los más altos estándares de calidad.

6.4 VISIÓN

Difundir nuestra filosofía y liderazgo como una microempresa líder en el mercado turístico, en todo el territorio nacional y en el mundo. Mediante un modelo de gestión orientado a la creación permanente de valor para nuestros clientes, nuestros accionistas, nuestros empleados y para el país. Trabajar bajo el concepto de calidad total, responsabilidad social, sostenibilidad ambiental, con una vocación de servicio hacia los clientes para en un futuro lograr la presencia de nuestros servicios en un ambiente global.

6.5 POLÍTICAS

- a) Ofrecer a los clientes solo lo que esté en posibilidad de cumplir
- b) Saber exactamente las características y precios de los productos que el establecimiento ofrece
- c) Respetar los reglamentos locales y nacionales que rigen la actividad del turismo, horarios, prohibiciones y seguridades, etc.
- d) Tratar con amabilidad y cortesía a cada uno de los clientes sin ninguna discriminación por su condición económica, étnica, religiosa, u orientación sexual.
- e) Velar por el respeto de los turistas hacia los sitios naturales y culturales que ofrece cada uno de los pueblos o ciudades donde se realicen las actividades de aventura.
- f) Estar preparado para actuar de la mejor manera en cualquier tipo de emergencias.
- g) Estar informado de otros servicios que pueden complementar el servicio que prestamos.

- h) Mejorar el servicio, incorporando una cultura empresarial enfocada en la satisfacción del cliente.
- i) Obtener mayores oportunidades de promoción y alcanzar nuevos mercados.
- j) Generar confianza en clientes y proveedores de servicio tanto locales como nacionales.
- k) Incorporar aspectos de seguridad en beneficio de los clientes y de la actividad.
- l) Las actividades que realicen los miembros de la microempresa deben estar basadas y establecidas en el manual de funciones.
- m) Todos los contratos y venta de paquetes turísticos se deberán realizar por escrito sin excepción alguna.
- n) Tanto los ingresos como los gastos de la microempresa deberán ser sustentados mediante documentos que respalden éstas transacciones.
- o) Todos los paquetes turísticos vendidos deberán ser debidamente programados y llevar un itinerario para evitar contratiempos.

6.6 VALORES CORPORATIVOS

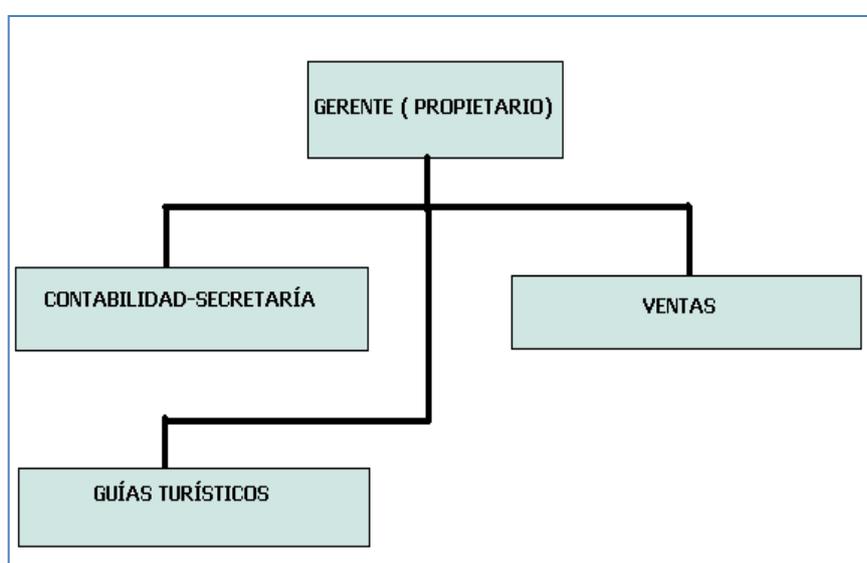
- a) Puntualidad
- b) Responsabilidad
- c) Compromiso
- d) Trabajo en Equipo
- e) Credibilidad
- f) Profesionalismo
- g) Solidaridad
- h) Respeto
- i) Calidad Total

6.7 ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL

El organigrama funcional de la microempresa es de fácil manejo y comprensión, con el fin de coordinar y organizar los recursos de una forma eficiente.

De acuerdo a la propuesta administrativa el organigrama es el siguiente:

GRÁFICO N° 17: ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL



Elaborado: Autora de la Investigación

6.7.1 NIVEL EJECUTIVO

Nombre Del Cargo: Gerente General

Naturaleza Del Trabajo: Directivo

Perfil: Ingeniero (a) en Administración de Empresas, Contador Público Autorizado.

Coordina Con: Contabilidad, Ventas, Guías turísticos

Unidad a donde pertenece: Gerencia

Funciones:

- a) Ser el representante legal de la microempresa y por lo tanto ejercerá su personería judicial y extrajudicial cuando sea necesario.

- b) Contribuir a que la microempresa de turismo de aventura YACHAG HUASI sea eficiente y competitiva, mediante la correcta administración de los recursos humanos, materiales, financieros.
- c) Preparar planes, programas, proyectos y realizar el presupuesto anual.
- d) Dirigir y controlar la ejecución de los planes, programas y proyectos aprobados de acuerdo a la ley
- e) Nombrar y remover al personal tanto administrativo como técnico
- f) Celebrar contratos y autorizar egresos.
- g) Cumplir y hacer cumplir los procedimientos de reclutamiento, selección, capacitación del personal de la microempresa
- h) Crear un adecuado clima organizacional.

Competencias del Gerente General:

- a) Capacidad de poder hacer que los demás mantengan un ritmo de trabajo intenso, teniendo una conducta auto dirigida hacia las metas importantes.
- b) Capacidad de desarrollar, consolidar y conducir un equipo de trabajo alentando a sus miembros a trabajar con autonomía y responsabilidad.
- c) Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos en una dirección determinada.
- d) Capacidad de escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas en forma efectiva. Capacidad de escuchar al otro y comprenderlo.
- e) Esfuerzo por mejorar la formación y desarrollo, preocupándose tanto por la propia como por la de los demás, a partir de un apropiado análisis previo de las necesidades de las personas y de la organización.

f) Habilidad para manejar el cambio para asegurar la competitividad y efectividad a un largo plazo.

e) Plantear abiertamente los conflictos, manejarlos efectivamente en búsqueda de soluciones, para optimizar la calidad de las decisiones y la efectividad de la organización.

6.7.2 NIVEL AUXILIAR

Nombre Del Cargo: Contador(a)- Secretaria

Naturaleza Del Trabajo: Operativo

Perfil: Bachiller en Contabilidad

Coordina Con: Gerencia, Ventas, Guías Turísticos

Unidad a donde pertenece: Contabilidad- Secretaría

Funciones:

- a) Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de ventas.
- b) Brindar la información necesaria al cliente en lo que se refiere a los servicios que brinda la microempresa.
- c) Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.
- d) Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- e) Programar, organizar, dirigir y controlar actividades contables.
- f) Verificar la documentación fuente que cumpla con los procedimientos legales vigentes.
- g) Presentar un informe diario de disponibilidad de efectivo que contenga el saldo inicial y el final.
- h) Interpretar y contabilizar las transacciones diariamente.
- i) Formular informes periódicos, estados financieros mensuales, flujo del efectivo.

- j) Conciliar mensualmente los saldos de las cuentas de mayor general y auxiliar.
- k) Elaborar análisis financiero.
- l) Preparar y emitir los cheques, comprobantes para el pago de obligaciones.
- m) Mantener actualizados los archivos de la documentación y de los registros patrimoniales.
- n) Realizar los roles de pago del personal de la microempresa.
- o) Las demás que se le designe.

Competencias del Contador(a)- Secretaria

- a) Perfecto dominio de las técnicas de atención telefónica y servicio al cliente.
- b) Saber organizar y planificar todo tipo de actos de empresa.
- c) Conocer la importancia de su papel en la imagen corporativa.
- d) Saber trabajar para más de un directivo y saber trabajar en equipo.
- e) Saber planificar y organizar el propio trabajo.
- f) Tener iniciativa y ser una persona proactiva.
- g) Desarrollar la capacidad de negociación y las dotes comerciales.
- h) Desarrollar habilidades como la empatía, la cortesía o la escucha activa.
- i) Ser creativo, para adaptarse a los cambios del entorno y aportar soluciones para el desarrollo profesional y socio-económico del país.
- j) Ser visionario, para proyectarse hacia el futuro, producir cambios y anticipar hechos.

- k) Ser disciplinado, para cumplir con los objetivos propuestos, utilizando los principios y normas vigentes.
- l) Tener capacidad de líder, para dirigir los recursos humanos, tendientes a lograr la eficiencia y eficacia.
- m) Ser competitivo, es decir tener competencia suficiente para plantear estrategias, y llevar a la empresa hacia la competitividad y el éxito, dentro del actual mundo globalizado.

6.7.3 NIVEL OPERATIVO

6.7.3.1 Nombre del cargo: Vendedor

Naturaleza del trabajo: Operativo

Perfil: Dominio del Idioma Inglés- Habilidad para negociar

Coordina con: Gerencia, Contabilidad, Guías Turísticos.

Unidad a donde pertenece: Ventas

Funciones:

- a) Preparar pronósticos de venta en función del área asignada
- b) Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.
- c) Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.
- d) Cerrar las operaciones de venta conforme a los precios y condiciones determinados por la empresa.
- e) Respetar los circuitos o itinerarios previamente trazados en su zona.
- f) Realizar los respectivos procedimientos para registrar las operaciones de venta.
- g) Mantener a los clientes informados sobre novedades, nuevos servicios.
- h) Asesorar técnica, comercial y promocionalmente a los usuarios.

- i) Actuar como vínculo activo entre la Empresa y usuarios para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios de promoción.
- j) Comunicar al usuario las novedades sobre precios y condiciones.
- k) Mantener al usuario informado sobre cambios significativos dentro de la empresa.
- l) Concurrir puntualmente a reuniones, charlas o cursos de capacitación a los que fuera convocado por la empresa.

Competencias del Vendedor

- a) Capacidad de atender a lo que dicen los usuarios además de comprender lo que en realidad quieren expresar o manifestar.
- b) Facultad de recordar, por ejemplo, las características, ventajas y beneficios de los productos que se representan, los nombres de los usuarios, las instrucciones de los superiores, las políticas de venta de la empresa, etc.
- c) Tener la capacidad de brindar buenas ideas en los momentos en que se las necesita, por ejemplo, para abordar a un cliente potencial, cerrar una venta con un cliente difícil, etc.
- d) Tener Espíritu de Equipo, ser accesible y estar siempre dispuesto a colaborar con los demás.
- e) Tener la capacidad de realizar algo sin necesidad de ser controlado o supervisado por otras personas.
- f) Poseer la destreza para decir o hacer algo que es necesario sin ofender a la otra parte (por ejemplo, a los clientes), pero al mismo tiempo, sin dejar que ellos saquen ventaja de la situación.
- g) Tener Facilidad de Palabra, consiste en saber cómo decir las cosas de forma apropiada y coherente.
- h) Habilidad para encontrar clientes y cultivar relaciones con los mismos.
- i) Dominio del idioma inglés.

6.7.3.2 Nombre del cargo: Guía Turístico

Naturaleza del trabajo: Operativo

Perfil: Guía Turístico o nativo, Técnico en Turismo - Dominio del Idioma Inglés

Coordina con: Gerencia, Contabilidad, Secretaría, Ventas

Unidad a donde pertenece: Ventas

Funciones:

- a) Identificar al Tour Leader o responsable del grupo a recibir
- b) Recorrer todo el circuito turístico y brindar toda la información y seguridad posible.
- c) Planificar los tours y paquetes turísticos.
- d) Presentar los documentos de soporte y recibos de los viajes.
- e) Elaborar el itinerario al inicio del viaje y el informe al finalizar el viaje.
- f) Supervisar que los alimentos y el menú en el restaurante estén correctamente.
- g) Otras actividades que se le designe.

Competencias del Guía Turístico

- a) Capacidad para organizar, ejecutar tareas y operaciones en la prestación de servicios turísticos, aplicando disposiciones legales y reglamentos.
- b) Capacidad para aplicar conocimientos tecnológicos.
- c) Capacidad para trabajar con normas de seguridad y conservación del medio ambiente.
- d) Dominio del idioma inglés
- e) Tener predisposición, sonrisa, amabilidad, lenguaje corporal, disposición a resolver todos los problemas del cliente, etc.
- f) Poseer conocimientos culturales: datos, fechas, recursos turísticos, temas geográficos, etc.

6.8 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

GRÁFICO Nº 18 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

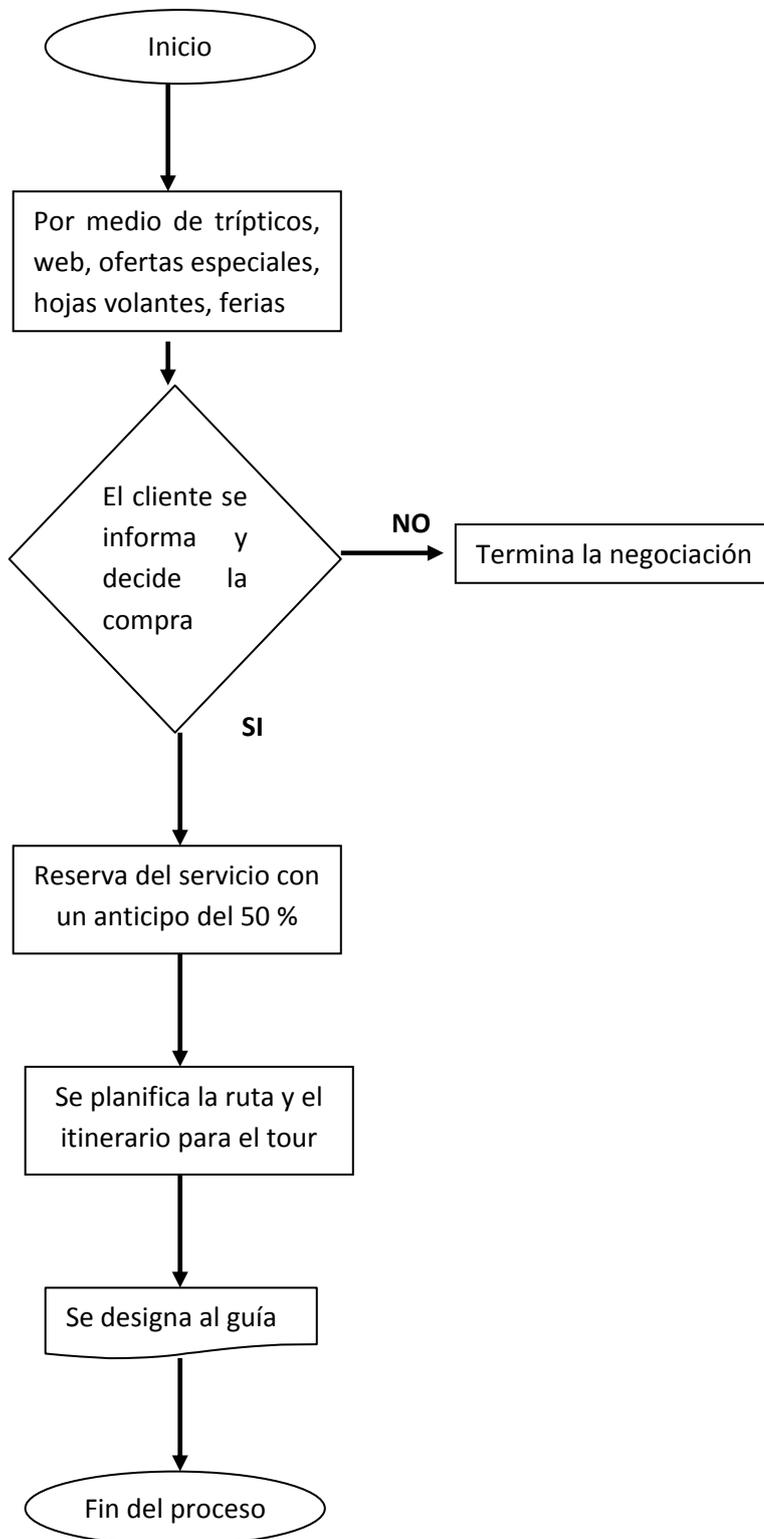


GRÁFICO Nº 19 FLUJOGRMA DE OPERACIONES DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

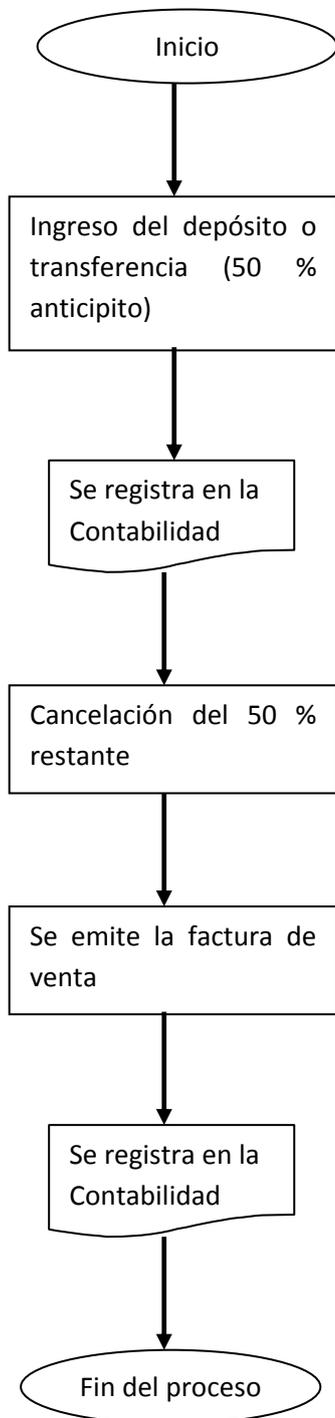
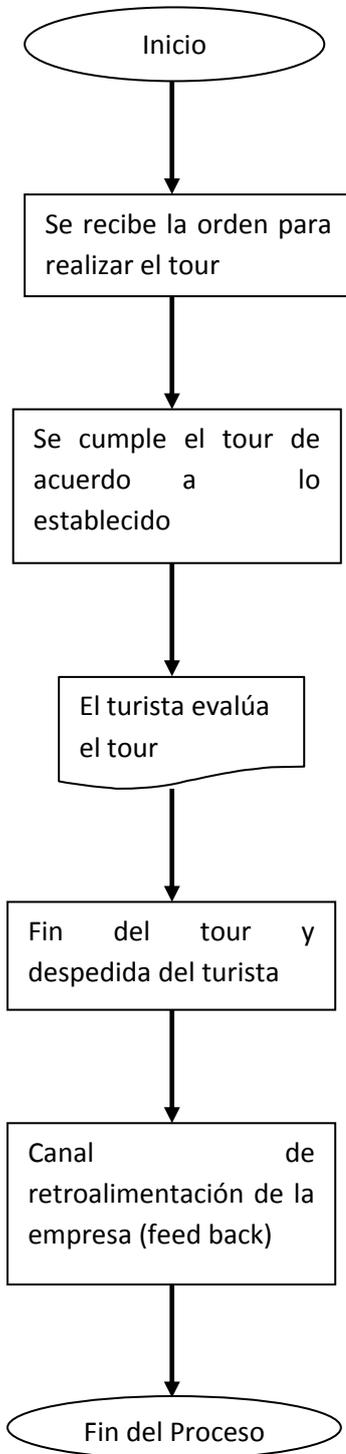


GRÁFICO Nº 20 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES DE LOS GUÍAS TURÍSTICOS



6.9 FACTORES RELEVANTES

Los diferentes elementos ambientales que conforman un territorio no son considerados únicamente en estos nuevos proyectos como soporte de las actividades turísticas, sino que también son considerados como factores activos que participan en la elaboración de un producto de calidad. Entre todos estos elementos, cuya consideración es necesaria para realizar una planificación coherente de acuerdo con las nuevas exigencias de la demanda merece ser destacado el clima. Su protagonismo invita a la necesidad de reflexionar sobre la relación que existe entre el clima y las actividades turísticas.

6.9.1 EL FACTOR CLIMA

El clima es uno de los elementos geofísicos que componen el espacio geográfico. Este crea unas condiciones ambientales que hace posible, dificulta o impide el asentamiento humano. El hombre intenta ocupar aquellos espacios que mayor comodidad y posibilidad de supervivencia le ofrecen desde el punto de vista climático. El turismo como actividad del hombre, también sigue estas directrices: el clima se convierte en factor de localización turística (factor ambiental natural) en el momento en que interviene en el proceso de funcionalización de un territorio, cualquiera que sea su escala. Sin embargo entre los geógrafos existe la tendencia generalizada de señalar que el clima es un factor de localización turística importante tan solo cuando la escala territorial es pequeña: así se suele decir que el factor clima dibuja unas zonas a escala mundial y regional óptima para la práctica turística, como por ejemplo la zona templado-cálida que se cree óptima para el desarrollo de “sol y playa”, de igual forma hay lugares con una hidrografía óptima para practicar deportes de aventura acuáticos, etc.

La importancia del turismo como fenómeno espacial y económico queda reflejado cuando se afirma que el turismo es una actividad de carácter

espacial que induce o genera diversas actividades económicas, toda actividad económica necesita de una base territorial sobre cual desarrollarse, necesita de un soporte. En este sentido que se habla del espacio geográfico como soporte de actividades turísticas, éste espacio es un factor de localización en la medida en que su diversidad espacial va a conducir a actuaciones diferenciadas sobre el mismo. Así las actividades turísticas no se distribuyen en el espacio de manera homogénea, sino que en sus pautas de localización muestran una concentración espacial, de carácter puntual o zonal. Los factores que explican esta localización son numerosos y de diversa naturaleza de acuerdo con el carácter variado y complejo del turismo.

El clima es un recurso turístico natural ya que es un elemento que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hace posible la actividad turística, pero se convierte en recurso turístico en el momento en que es incorporado a un bien o servicio turístico, siendo estos últimos promovidos para el consumo y utilizados con fines mercantiles a través de cualquier canal de comunicación y comercialización, siempre con el objetivo de satisfacer la necesidad latente en la demanda y que es la que la impulsará a desplazarse. Es de éste modo como el clima, recurso turístico natural, ayuda a la elaboración del producto turístico.

6.9.2 EL FACTOR ECONÓMICO

En general se acepta que la localización de las actividades turísticas está influenciada por factores económicos y por factores no económicos (escala de valores y percepciones ambientales), aunque son los primeros los que ejercen una influencia dominante en la mayor parte de las decisiones en el uso del espacio. Entre los factores económicos que afectan a la localización de las actividades turísticas destacan

principalmente dos clases: los factores espaciales y los factores ambientales.

Los factores espaciales tienen que ver con la distancia y con los costos de transporte.

La práctica totalidad de las modalidades turísticas utilizan los recursos naturales en alguna medida: todas ellas valorarán socialmente el medio natural, es decir las características climáticas, geológicas, hidrológicas, paisajísticas, de un determinado espacio, en una palabra valoran el conjunto de su medio ambiente, el clima es un elemento susceptible de fundamentar la actividad turística, ya sea por constituirse en recurso básico o en complementario, pero teniendo también presente que este recurso natural participa de la contingencia inherente a todo aquello que afecta al hombre, para conseguir el éxito de un destino turístico, el buen tiempo no es suficiente. El clima se constituye en un recurso básico para diversas actividades, como por ejemplo el turismo de “sol y playa”, los deportes de invierno, estos deportes de invierno también dependen directamente de los recursos climáticos: sin nieve hubiese sido imposible el desarrollo de las estaciones de invierno. Pero incluso elementos del clima que tradicionalmente había sido rechazado, como por ejemplo el viento, se han convertido en la materia prima de nuevas actividades recreativas, y han transformado áreas tradicionalmente marginales en importantes centros de actividad turística. Otras veces el clima aparece como recurso de segundo orden complementario de unos recursos básicos. En estos casos el clima no genera directamente la actividad turística pero sí ayuda a su desarrollo, puesto que las condiciones climáticas y meteorológicas permiten o favorecen determinadas actividades turístico-recreativas al aire libre (senderismo, rafting, golf, caza, escalada). Por tanto existe una estrecha relación entre los factores climáticos y las actividades turísticas, pero a la vez ponen en evidencia la necesidad de conocer con el mayor detalle posible los términos de dicha relación, con el objeto de poder intervenir de una forma adecuada sobre la ordenación y planificación turística.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1 IMPACTO SOCIO- ECONÓMICO

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incentivo a la Inversión Local							3
Mejoramiento del Nivel de Ingresos							3
Reactivación Económica del Sector						2	
Mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados							3
Satisfacción de las necesidades de los clientes							3
Generación de Empleo						2	
Fortalecimiento del sector turístico							3
TOTALES						4	15

IMPACTO TOTAL= Niveles de Impacto = 19/7= 2.71

Número de Indicadores

Con la creación de esta microempresa de Turismo de Aventura se pretende en primer lugar incentivar la Inversión local, generar fuentes de empleo, reactivar la economía del sector mediante la prestación de servicios de calidad que contribuyan a mejorar la economía del sector.

Con la implementación de éste proyecto se brinda una nueva alternativa, haciendo que por medio del turismo se dinamicen sectores como el hotelero, restaurantes, artesanías, comercio y en general.

Siendo muy positivos los aspectos socioeconómicos que presenta el proyecto a ejecutarse con lo que se refleja numéricamente en sus balances por lo que es atractiva la inversión y sus niveles de rentabilidad proyectada son muy buenos.

7.2 IMPACTO MICROEMPRESARIAL

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Alianzas estratégicas							3
Modelo de desarrollo sostenible						2	
Competitividad en la calidad del servicio							3
Fuente de asesoría para futuros profesionales							3
Cumplimiento de la normativa fiscal vigente							3
TOTALES						2	12

$$\text{IMPACTO TOTAL} = \frac{\text{Niveles de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{14}{5} = 2.80 = 3$$

Los impactos micro empresariales que genera la creación de la microempresa son altos, en lo que respecta al fortalecimiento de convenios interinstitucionales que permitan intercambiar ideas y en base al apoyo mutuo fomentar un modelo de desarrollo sostenible y sustentable que sea un ejemplo para el sector micro empresarial y turístico.

Además se generan otros impactos positivos como es el asesoramiento para los futuros profesionales que deseen crear similares proyectos productivos.

Otro impacto positivo que se deriva del proyecto, es el cumplimiento de las normas y leyes tributarias que rigen a las microempresas, de ésta forma también contribuimos con el país al pagar los impuestos que genera el desarrollo de ésta actividad.

7.3 IMPACTO CULTURAL

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ofertar la artesanía local y la gastronomía						2	
Revalorización de las tradiciones y costumbres							3
Interrelación entre culturas diferentes.							3
Empleo eficiente de los recursos							3
TOTALES						2	9

$$\text{IMPACTO TOTAL} = \frac{\text{Niveles de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{11}{4} = 2.75 \approx 3$$

Mediante el desarrollo de éste proyecto se revalorizarán las tradiciones y costumbres propias de la región que a más de ser un atractivo para los turistas representa una forma de identidad cultural, es decir se comparte nuestra cultura y se da a conocer las artesanías que producen las comunidades (tejidos, bisutería, alfarería), nuestra gastronomía, mediante estas actividades de turismo se interrelacionan con las diferentes comunidades y culturas indígenas.

Además se incentivaré y motivaré, tanto internamente como a la comunidad, lo que se refiere al empleo eficiente de los recursos existentes, tanto humanos, materiales, naturales, y económicos.

7.4 IMPACTO ECOLÓGICO

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del medio ambiente							3
Uso sostenible de los recursos ambientales						2	
Mejoramiento de la cultura de protección ambiental							3
Capacitación Continua							3
TOTALES						2	9

$$\text{IMPACTO TOTAL} = \frac{\text{Niveles de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{11}{4} = 2.75 \approx 3$$

La matriz de impactos ambientales presenta un valor positivo debido a que la microempresa no contaminará el medio ambiente más bien creará políticas internas, las cuales permitan proteger al medio ambiente y concientizar a los usuarios y a la población en general lo importante que es la naturaleza, para la vida y para la conservación del planeta.

También otro impacto que conlleva la creación de la microempresa es contribuir a mejorar la cultura turística que implica desde una adecuada atención al cliente, el uso eficiente de los recursos ambientales hasta

alcanzar los mejores estándares de calidad en la prestación del servicio y que el cliente se encuentre satisfecho.

Es muy necesario además difundir mediante charlas ecológicas, folletos, volantes, temas relacionados a la conservación del medio ambiente.

7.5 IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	VALORES NEGATIVOS				VALORES POSITIVOS		
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Socio -Económico							3
Impacto Micro empresarial							3
Impacto Cultural							3
Impacto Ecológico							3
TOTALES							12

$$\text{IMPACTO TOTAL} = \frac{\text{Niveles de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{11.01}{4} = 2.75$$

En general el impacto del proyecto es de 2.75, lo que indica que es un impacto alto positivo en todos sus aspectos es viable y además contribuirá con el fortalecimiento de la cultura, crecimiento económico del sector y como microempresa generará fuentes de empleo que permitan el desarrollo de los trabajadores y sus familias.

De igual forma se pretende concientizar a los usuarios, talento humano de la microempresa y a la ciudadanía, el manejo adecuado de los recursos naturales y en general del medio ambiente.

CONCLUSIONES

- La creación de una microempresa de turismo de aventura, requiere que los ejecutores del mismo posean amplios conocimientos en distintas áreas, por lo que en el segundo capítulo se definen temas administrativos, turísticos, financieros, entre otros.
- Las encuestas aplicadas tanto a los turistas nacionales como internacionales, determinó que existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha, lo que significa amplias oportunidades para que la microempresa se posicione en el mercado y cumpla con los objetivos y metas propuestos.
- Los resultados del estudio de mercado reflejan que existe una gran afluencia de turistas en su mayoría nacionales, poniendo en evidencia el cambio que se ha venido dando en el ámbito turístico.
- Para la correcta viabilidad de la microempresa, esta debe estar organizada tanto administrativa como funcionalmente, por lo cual se propone el respectivo organigrama, visión, misión, objetivos, políticas, estrategias, lo que indica con precisión los lineamientos a seguir por el personal que conforma la microempresa.
- Los resultados de rentabilidad de proyecto de inversión son positivos, el plazo de recuperación de la inversión es de 2 años, obteniendo una tasa interna de retorno del 31 % sin apalancamiento financiero.
- La ejecución del proyecto generará un impacto positivo en el área ambiental por lo que se pretende que todos los involucrados del proyecto concienticen y difundan la importancia de la conservación del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la creación de la microempresa de Turismo de Aventura, por cuanto existe una gran demanda potencial, la misma que ha mostrado un gran interés por los servicios y productos turísticos que la empresa en marcha pretende comercializar.
- Realizar convenios directamente con empresas proveedoras de bienes, con el fin de obtener un ahorro para la microempresa.
- El estado debería interesarse por mejorar la conservación y protección de las reservas ecológicas con las que cuenta el país, ya que éstas brindan productos que sirven de sustento para las personas que están involucradas directa e indirectamente.
- Trabajar siempre con normas y procedimientos que permitan minimizar los efectos negativos del turismo en el medio ambiente y el patrimonio cultural, al tiempo que se aumenten al máximo los beneficios para los residentes de los destinos turísticos.
- Se recomienda dar continuidad a éste tipo de proyectos universitarios, para que de ésta forma los nuevos profesionales tengamos la oportunidad de experimentar lo que es la planificación, organización, ejecución, y evaluación de un proyecto, lo que nos brindará la oportunidad de poner en práctica lo aprendido a través de los años de estudio.
- Aplicar las sugerencias y recomendaciones que haga el turista, con el fin de mejorar la calidad y variedad de los productos y servicios de la empresa.

ANEXOS

ANEXO "A" Estadísticas Turistas

ESTADÍSTICAS DE TURISTAS QUE HAN REALIZADO EL PASEO EN LANCHAS PARA EL PERIODO ENERO-DICIEMBRE DEL 2009.

PROMEDIO DE TURISTAS QUE REALIZAN EL PASEO EN LANCHAS AL REDEDOR DEL LAGO													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
ADULTOS	3658	4878	4986	2640	3964	3355	5296	5979	3043	3043	3275	3720	47837
ESTUDIANTES	1080	801	385	306	580	189	497	262	145	165	334	422	5166
INGRESOS	4738	5679	5371	2946	4544	3544	5793	6241	3188	3208	3609	4142	53003
SEMANAL	914,5	1219,5	1246,5	660	991	838,75	1324	1494,8	760,75	760,75	818,75	930	11959,25

NOTA: EL PROMEDIO POR SEMANA ES DE ADULTOS QUE HAN REALIZADO EL PASEO EN VOTE AL REDEDOR DEL LAGO

ANEXO “B” Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

ENCUESTA

Reciba un atento y cordial saludo:

El motivo de esta encuesta es determinar el grado de aceptación que tienen los deportes de aventura y la factibilidad para la creación de una microempresa en el Cantón Cotacachi, específicamente en la Parroquia de Quiroga.

Marque con una X la respuesta que crea correcta.

1.- ¿Indique su edad y su sexo?

2.- ¿Cada qué tiempo usted realiza algún deporte de aventura?

- a).- una vez a la semana
- b).- una vez al mes
- c).- una vez al año
- d).- otros

3.- ¿En compañía de quien realiza estas actividades?

- a).- solo
- b).- amigos
- c).- familia
- d).- otros.

4.- ¿Por qué medio se informa de deportes de aventura?

Promociones radiales

Prensa

Revistas

Televisión

Internet

Otros.

5 ¿Señale un deporte de aventura que le gustaría practicar?

Bicicleta de montaña

Trekking en la Laguna de Cuicocha

Tour a Caballo

Tour a Mojanda

Agroturismo

Tour a Intag

Ascenso al Cotacachi

Ascenso al Imbabura

Tour a las Comunidades

6. ¿Conoce usted sobre alguna empresa que oferte estos deportes de aventura?

SI

NO

7.- ¿En el caso de conocer una empresa que brinde estos servicios, ha tomado en cuenta las seguridades que ofrecen para practicar estos deportes de aventura?

SI

CUALES.....

NO

8.- ¿Posee alguna experiencia en la realización de deportes de aventura?

Mucho

Poco

Nada.

9.- ¿Le gustaría que se creara una microempresa que oferte estos deportes de aventura en la Parroquia de Quiroga?

SI

NO

10.- ¿Le gustaría recibir alguna capacitación o información en el tema de deportes de aventura?

SI

NO

11.- ¿Cuánto quisiera invertir para la realización de estos deportes de aventura?

De 20 a 50 dólares

De 51 a 100 dólares

De 101 a 200 dólares

De 201 dólares en adelante

12- ¿Cree que al realizar estos deportes de aventura, el medio ambiente se vería afectado?

SI.....

PORQUE.....
.....

NO.....

PORQUE.....
.....

ANEXO “C” Formato de Entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

ENTREVISTA

Reciba un atento y cordial saludo:

El motivo de esta encuesta es recopilar información de las empresas que se dedican a la prestación de deportes de aventura.

1.- ¿Qué clase de paquetes turísticos ofrece a los turistas nacionales y extranjeros y que costo tiene?

2.- ¿Dentro de los paquetes que ofrece existe uno que contemple deportes de aventura?

SI..... NO.....

3.- ¿Cuáles deportes de aventura ofrece su agencia?

4.- ¿De los deportes mencionados, ¿Cuánto cuesta cada deporte de aventura?

5.- ¿Cómo promociona su agencia de viajes a nivel nacional?

6.- ¿De qué países o región proviene la mayoría de turistas que han visitado Ecuador por medio de su agencia?

7.- ¿Qué fuentes de financiamiento ofrece?

Efectivo

Crédito directo

Tarjeta de crédito

Otros

8. ¿Qué tipo de deportes de aventura cree que se puede realizar en la parroquia de Quiroga? (Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas).

9. ¿Cuáles son las características que debe poseer una persona para realizar algún deporte de aventura?

10. ¿Para la realización de estos deportes de aventura que temporadas son las más adecuadas?

11. ¿Cuáles serían los lugares más idóneos para realizar estos deportes de aventura dentro de la Parroquia de Quiroga- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas?

12. ¿Cree que es necesario promover el turismo de aventura en la Parroquia de Quiroga?

13. ¿Piensa usted que es necesario contar con personal especializado para la ejecución de éstos deportes de aventura?

14. ¿Qué tiempo piensa que es el adecuado para la realización de estos deportes de aventura?

ANEXO “D” Fotografías del Sector Cuicocha

SENDERO DE ASCENSO AL VOLCÁN COTACACHI



VOLCÁN COTACACHI



LAGUNA DE CUICOCHA



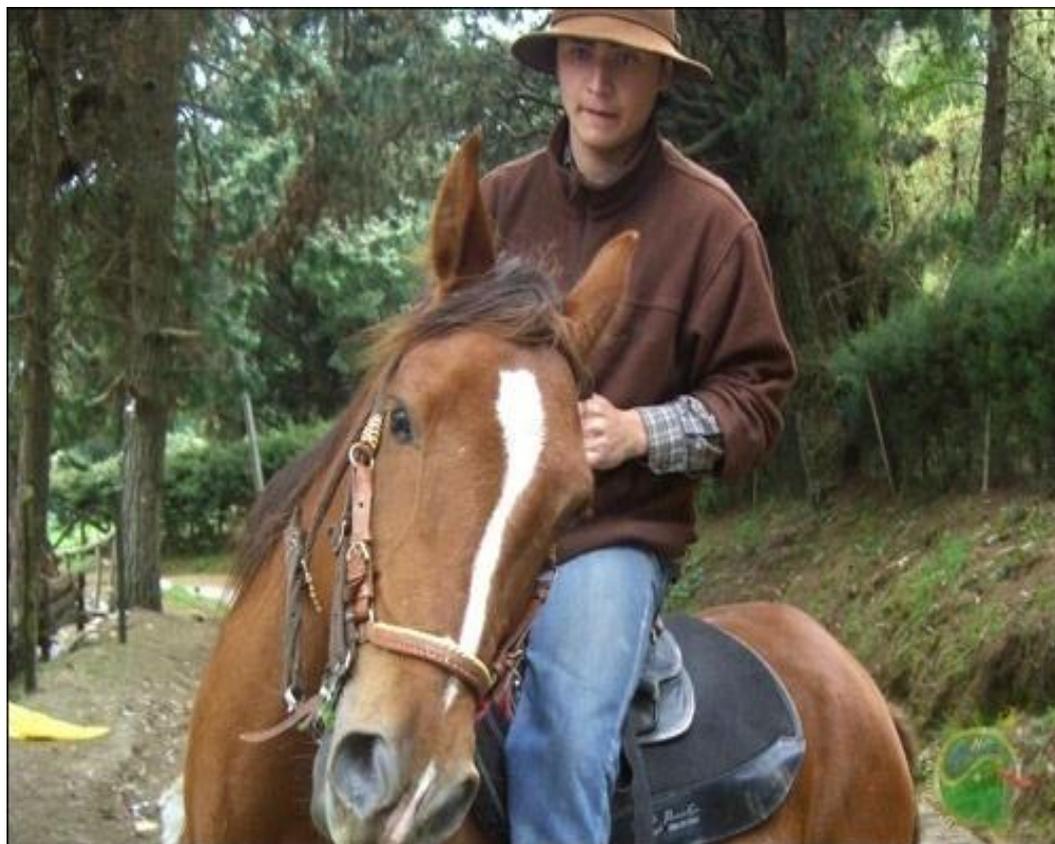
TREKING ALREDEDOR DE LA LAGUNA DE CUICOCHA



CICLISMO DE MONTAÑA (TOUR A PIÑAN)



PASEO A CABALLO



TOUR A MOJANDA



ASCENSO AL IMBABURA



TOUR A INTAG (LAGUNAS DE PIÑAN)

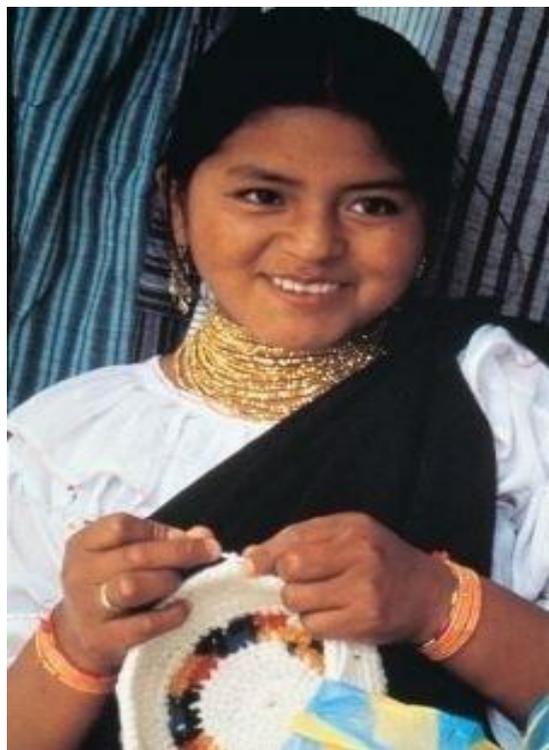


AGROTURISMO



TOUR A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS

ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS



ANEXO “E” Cálculo de depreciaciones

Muebles y Enseres		Dep. Anual	49,5
Año	valor	diferencia	
0		550,00	
1	49,5	500,5	
2	49,5	451	
3	49,5	401,5	
4	49,5	352	
5	49,5	302,5	
6	49,5	253	
7	49,5	203,5	
8	49,5	154	
9	49,5	104,5	
10	49,5	55	

Equipo de Oficina		Dep. Anual	104,4
Año	valor	diferencia	
0		1160,00	
1	104,40	1055,60	
2	104,40	951,20	
3	104,40	846,80	
4	104,40	742,40	
5	104,40	638,00	
6	104,40	533,60	
7	104,40	429,20	
8	104,40	324,80	
9	104,40	220,40	
10	104,40	116,00	

Equipo de Computación		Dep. Anual	240
Año	valor	diferencia	
0		800,00	
1	240,00	560,00	
2	240,00	320,00	
3	240,00	80,00	

Vehículo		Dep. Anual	2160
Año	valor	diferencia	
0		12000,00	
1	2160	9840	
2	2160	7680	
3	2160	5520	
4	2160	3360	
5	2160	1200	

RESUMEN DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEP.	VALOR EN LIBROS
Muebles y Enseres	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50	247,50	302,50
Equipo de Oficina	104,40	104,40	104,40	104,40	104,40	522,00	638,00
Equipo de Computación	240,00	240,00	240,00	0,00	0,00	720,00	80,00
Vehículo	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	10800,00	1200,00
TOTAL	2553,90	2553,90	2553,90	2313,90	2313,90	12289,50	2220,50

**ANEXO “F” ESTRUCTURA DE COSTOS DE LOS PAQUETES
TURISTICOS POR PERSONA.**

TOUR A COMUNIDADES INDÍGENAS	
PRECIO DEL PAQUETE	25,00
COSTOS	
Transporte	2,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	2,50
TOTAL COSTO	7,50
Rentabilidad para la Microempresa	17,50

TREKKING EN LA LAGUNA DE CUICOCHA	
PRECIO DEL PAQUETE	25,00
COSTOS	
Transporte	2,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	2,50
Entrada a la Reserva Ecológica	2,00
TOTAL COSTO	9,50
Rentabilidad para la Microempresa	15,50

TOUR A CABALLO	
PRECIO DEL PAQUETE	25,00
COSTOS	
Alquiler del caballo	5,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	2,50
TOTAL COSTO	10,50
Rentabilidad para la Microempresa	14,50

TOUR A MOJANDA	
PRECIO DEL PAQUETE	30,00
COSTOS	
Transporte	10,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	3,00
TOTAL COSTO	16,00
Rentabilidad para la Microempresa	14,00

AGROTURISMO	
PRECIO DEL PAQUETE	25,00
COSTOS	
Transporte	2,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	2,50
TOTAL COSTO	7,50
Rentabilidad para la Microempresa	17,50

CICLISMO DE MONTAÑA	
PRECIO DEL PAQUETE	30,00
COSTOS	
Transporte	5,00
Alimentación	3,00
Alquiler de Bicicleta	5,00
Comisión para el Operador o guía 10%	3,00
TOTAL COSTO	16,00
Rentabilidad para la Microempresa	14,00

TOUR A INTAG (LAGUNAS DE PIÑAN)	
PRECIO DEL PAQUETE	35,00
COSTOS	
Transporte	16,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	3,50
TOTAL COSTO	22,50
Rentabilidad para la Microempresa	12,50

ASCENSO AL IMBABURA	
PRECIO DEL PAQUETE	60,00
COSTOS	
Transporte	12,00
Alimentación	3,00
Comisión para el Operador o guía 10%	6,00
TOTAL COSTO	21,00
Rentabilidad para la Microempresa	39,00

ASCENSO AL COTACACHI	
PRECIO DEL PAQUETE	50,00
COSTOS	
Transporte	2,00
Alimentación	4,00
Comisión para el Operador o guía 10%	5,00
Entrada a la Reserva Ecológica	2,00
TOTAL COSTO	13,00
Rentabilidad para la Microempresa	37,00

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- ACEREZA M. (1997), “Administración del Turismo”, Vol., 1, Editorial Trillas-México.
- ARBOLEDA, Germán (2001) “Proyectos, Formulación, Evaluación y Control”, Editorial Cali- Colombia.
- FINEY Y MILLER (2002), “Contabilidad y Análisis Financiero”
- FRANCESC, Joseph, (2000), “Gestión de Empresas de Turismo y Ocio”, Ediciones Gestión 2000.
- JÁCOME, V, Walter (2005) “Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y Evaluación de Proyectos Productivos de Inversión”.
- JANY, José Nicolás, (2000), “Investigación Integral del Mercado”, Mc Graw Hill.
- MOLINA, S. (1998), “Turismo y Ecología”, Sexta Edición, Editorial Trillas, México.
- MORENO, Joaquín, (2004), “Contabilidad Superior”. 2 da. Edición, México.
- NASSIR, Sapag, (2000), “Preparación y Evaluación de Proyectos”, 4 ta Edición.
- OJEDA, Félix (2006) “Diccionario de Administración de Empresas” 1 ra Edición, Buenos Aires.
- POLIMEN, Ralph (1994) Contabilidad de Costos, Mc Graw Hill, México.
- ROSSEL, Thomas (2001) “Publicidad”, Editorial Pearson Educación, México.
- SARMIENTO, Rubén (1997), “Contabilidad de Costos”, Edición Mc Graw Hill. 3 ra Edición, Colombia.
- SARMIENTO, Rubén (2000), “Contabilidad General, ajustada a Legislación laboral, Tributaria y Seguros. Quinta Edición.

- SHULTZ, Teodoro (1993) “Preparación, Evaluación de Proyectos Microempresariales, CEPAL, México.
- ZAPATA SÁNCHEZ, P. (1996), “Contabilidad General, Editorial Mc Graw Hill.

LINCOGRAFÍA

www.bce.fin.ec

www.sri.gob.ec

www.turismo.gob.ec.