



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DE TURISMO VIVENCIAL; EN LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE
DEL CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

AUTORA: Zambrano Díaz Lorena Jacqueline

DIRECTOR: Ing. Soria Flores Edwing Rolando

IBARRA, MARZO DEL 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Informe Final de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría, es un análisis cuantitativo y cualitativo referente al estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucará de San Roque, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, cuya información se obtuvo mediante encuestas aplicadas a 383 turistas, 10 encuestas a los dueños de microempresas similares, entrevistas efectuadas al Director de la Cámara de Turismo del Cantón Antonio Ante, al Presidente de la Junta Parroquial y al Presidente de la comunidad de Pucará de San Roque. Según las investigaciones la mayoría de los extranjeros de 18 años en adelante buscan lugares donde entretenerse, un encuentro directamente con la naturaleza en el que encontraran un ambiente de paz y armonía. Con este proyecto se pretende mejorar la calidad de vida de la comunidad, ya que en el sector donde se desea implantar la red turística no existe este tipo de servicios, lo que ha implicado que las personas no puedan gozar de los atractivos turísticos del sector por la falta de dichos servicios. Lo importante de ésta red es que contará con servicios de alimentación, hospedaje y esparcimiento para brindar una excelente atención a los visitantes. Para el normal funcionamiento del centro turístico se requerirá de una inversión de 26.086,00 dólares de los cuales el 35% del capital es propio y el 65% bajo financiamiento con un crédito bancario. El proyecto turístico en general desde el punto de vista económico resulta viable y atractivo; por lo que se recomienda su puesta en marcha

SUMMARY

The Final Formless present of Work of Grade of the Ability of Administrative and Economic Sciences, School of Superior Accounting and Audit, are a quantitative and qualitative analysis with respect to the study of feasibility for the creation of a hostel receptory of foreign tourism in the community of Pucará canton Antonio Ante, county of Imbabura whose information was obtained by means of surveys applied, 383 tourists, 10 to the owners of the hostels and interviews made the Director of the Camera of Tourism of the Canton Antonio Ante, to the President of the Parochial Meeting and the President of the community of Pucará . According to the investigations most of 18 year-old people from now on look for places where to pass the time, an encounter directly with the nature in the one that can be an atmosphere of peace and harmony. With this project he/she seeks to improve the quality of life of the community, since in the sector where it was chosen to implant the tourist center this type of services it doesn't exist, what has implied that people cannot enjoy the tourist attractiveness of the sector for the housing lack in the place. The important thing of this center is that he/she has the feeding services, lodging and party for they offer an excellent attention to the visitors. For the normal operation of the tourist center it was required of a total investment of 26.086,00 of those which 35% of the capital is own and 65% low financing. The tourist project in general from the economic point of view is viable and attractiveness; for what their setting is recommended in march.

AUTORÍA

Yo, **LORENA JACQUELINE ZAMBRANO DIAZ**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100367838-8 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO VIVENCIAL, EN LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONI ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

En la ciudad de Ibarra, a los cinco días del mes de agosto del 2013



Lorena Jacqueline Zambrano Díaz

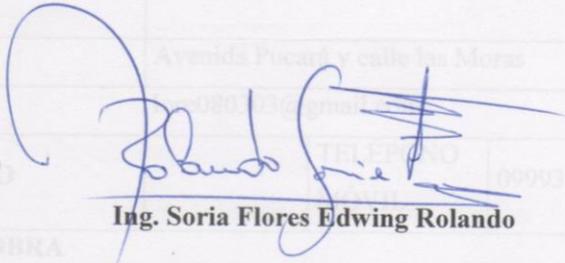
CI: 100367838-8

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada , Lorena Jacqueline Zambrano Díaz para optar por el Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO VIVENCIAL, EN LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONI ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA,” Considero el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne. para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

En la ciudad de Ibarra, a los cinco días del mes de agosto del 2013

NOMBRES Y APELLIDOS	Lorena Jacqueline Zambrano Díaz
DIRECCION	Avenida Pucará y calle las Moras
E-MAIL	0801134
TELÉFONO FIJO	0999311378
DATOS DE LA OBRA	


Ing. Soria Flores Edwing Rolando
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
NOMBRES Y APELLIDOS	Lorena Jacqueline Zambrano Díaz		
DIRECCIÓN	Avenida Pucará y calle las Moras		
E-MAIL	lore080303@gmail.com		
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0999311378
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO VIVENCIAL; EN LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR	Lorena Jacqueline Zambrano Díaz		
FECHA	2019-03-11		
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría		
Asesor/director	Ing. Soria Flores Edwing Rolando		

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra a los 11 días del mes de Marzo de 2019.

LA AUTORA

Jacqueline



Lorena Jacqueline Zambrano Díaz

CI: 100367838-8

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado a mis hijos Roger, Leonel y Sebastián, que han sido esa motivación para crecer como ser humano, y enfocar mi vida en lograr metas que mejoren la calidad de vida de ellos y la mía.

A mi madre que sido ese sustento incondicional. Gracias por estar conmigo en los buenos y malos momentos brindándome su apoyo.

Jacqueline

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme acogido en sus aulas y recibido todos los conocimientos y experiencias de mis Docentes de una manera muy profesional y ética.

Agradezco a mi Asesor de Tesis, el Ing. Rolando Soria, a mi tribunal designado Dr. Eduardo Lara, Ing. Rocío León quienes me colaboraron acertadamente en el desarrollo de este trabajo de grado.

A todas las personas que de alguna manera me colaboraron para la culminación de este trabajo.

Jacqueline

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vi
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vi
CONSTANCIAS.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
PRESENTACIÓN.....	xxi
ANTECEDENTES	xxii
JUSTIFICACIÓN	xxiii
OBJETIVOS	xxiv
OBJETIVO GENERAL.....	xxiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxiv
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
Objetivos	26
Objetivo General.....	26
Objetivos específicos	26
Variables Diagnósticas.....	27
Indicadores de las variables diagnosticas	27
Datos históricos.....	27
Aspectos sociales y económicos	27
Información geográfica y ambiental	27

Matriz de Relación Diagnóstica.....	28
Análisis De Variables Diagnósticas.....	29
Datos Históricos.....	29
Aspectos sociales y económicos	32
Información geográfica y recursos naturales	35
Análisis AOOD.....	37
Aliados	37
Oponentes.	38
Oportunidades	38
Riesgos.....	38
Identificación De La Oportunidad De Inversión.	38
CAPÍTULO II.....	40
MARCO TEÓRICO.....	40
Antecedentes	40
Objetivo general.....	40
Conceptos.....	40
Estudio de factibilidad	40
Estudio de mercado.....	41
Estudio técnico.....	43
Estructura Orgánica	44
Estudio financiero	46
Turismo	50
CAPÍTULO III.....	52
ESTUDIO DE MERCADO	52
Introducción	52
Objetivos del estudio de mercado	53
Objetivo General:.....	53
Objetivos Específicos.....	53
Segmentación de mercado	53
Macro Segmentación	54
Micro Segmentación	54
Identificación de la Población.....	55

Muestra	55
Herramienta de recopilación	56
Análisis e interpretación de datos	57
Análisis y proyección de la demanda.....	67
Análisis de la Demanda	67
Proyección de la Demanda.....	68
Análisis y proyección de la oferta.....	70
Análisis de la oferta del sector.	70
Análisis de los datos Históricos de la Oferta	87
Proyección de la Oferta.....	88
Balance Oferta- Demanda.....	89
Determinación del precio de venta.	91
Proyección de precios	91
Canales de distribución	92
Programas de paquetes turísticos.	93
Conclusiones del análisis del estudio de mercado	95
Recomendaciones	96
CAPÍTULO IV.....	97
ESTUDIO TÉCNICO	97
Introducción	97
Objetivo general.....	97
Objetivos específicos	98
Tamaño del proyecto.....	98
Factores que Afectan el Tamaño.....	98
Determinación De La Capacidad Del Proyecto	98
Localización.....	101
Macrolocalización del proyecto.....	101
Microlocalización del proyecto.....	102
Servicios básicos y comunicación	103
Ingeniería del proyecto	104
Requerimiento de infraestructura Civil.....	104
Requerimiento equipo de oficina	106

Requerimiento de equipo de cómputo	107
Requerimiento muebles y enseres.....	107
Requerimiento de suministros de oficina y servicios básicos.....	108
Requerimiento de talento Humano	109
Resumen de requerimientos de activos.....	110
Ingeniería del servicio.....	110
Conclusiones	113
CAPÍTULO V.....	114
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	114
Introducción	114
Objetivo general.....	114
Objetivos específicos	114
Denominación de la microempresa.....	114
Importancia de la microempresa.....	115
Beneficiarios	115
Base legal	115
Nombre, slogan y logotipo.....	117
Nombre	117
Logotipo.....	117
Slogan	117
Aspectos filosóficos	118
Misión	118
Visión.....	118
Objetivos.....	118
Valores corporativos	119
Políticas de la empresa.....	119
Estructura orgánica	120
Estructura funcional.....	121
Niveles estructurales	121
Manual de funciones	122
Conclusiones	130
CAPÍTULO VI.....	131

ESTUDIO FINANCIERO	131
Introducción	131
Objetivo general.....	131
Objetivos específicos	131
Inversión del proyecto.....	132
Activos fijos no depreciables	132
Activos fijos depreciables	132
Activos Diferidos	133
Gastos de constitución	134
Inversión Variable.....	134
Capital de trabajo	134
Estructura de la inversión.....	135
Estructura de financiamiento	136
Amortización.....	136
Presupuestos de costos y gastos	137
Costos del Servicio	137
Proyección del costo del servicio.....	138
Presupuesto de gastos	141
Determinación del precio de venta.	145
Proyección de precios	146
Presupuestos de ingresos.....	147
Estados financieros pro-forma	147
Estado de Situación.....	148
Estado de Resultados o de Ingresos	149
Flujo de Efectivo.....	150
Evaluación financiera.....	151
Determinación del Costo del Capital	151
Calculo del VAN.....	153
Cálculo del TIR.....	154
Costo/Beneficio.....	156
Periodo de recuperación del capital	158
Punto de equilibrio.....	159

Resumen de evaluación financiera.....	160
CAPÍTULO VII	161
VALIDACION DEL PROYECTO.....	161
Objetivo general.....	161
Objetivos específicos	161
Preguntas de Validación	161
¿La (s) iniciativa (s) son identificadas mediante una denominación clara, la cual permite identificar la naturaleza del proyecto?	161
La justificación del proyecto, ¿Incluye elementos descriptivos que permitan fundamentar con claridad la decisión del servicio de diseñar y planificar la solución?	162
En la justificación de la iniciativa ¿Se presentan elementos que fundamenten la priorización determinada por el servicio?	162
El levantamiento de procesos realizado por la Institución para el diagnóstico ¿Considera, al menos, uno de los productos estratégicos define estrategias del Producto/Servicio?.....	163
Para los procesos seleccionados ¿Son identificados claramente los actores y beneficiarios involucrados?	163
¿Se tipifica adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza, la iniciativa propuesta?	163
La línea base declarada (resultados diagnóstico), que cuantifica el problema declarado ¿Corresponde al problema u oportunidad de mejora identificado?	164
¿El objetivo general y específico(s) declarado(s) tiene(n) relación con la justificación de la iniciativa?.....	164
¿Los indicadores presentados, guardan relación con los objetivos específicos presentados?.....	165
Respecto al tiempo requerido para la implementación del proyecto ¿Guarda relación con la envergadura de este declarada en la formulación del proyecto?.....	165
¿Es declarado el costo de inversión involucrado del proyecto?	165
¿Se presenta cronograma de actividades del proyecto?.....	166
¿Se presenta información adecuada respecto al presupuesto?.....	166
¿Se presentan los resultados de las mediciones parciales de los indicadores comprometidos?	166
En relación a los resultados obtenidos para los indicadores comprometidos ¿Se presenta fundamentación y análisis de los resultados obtenidos?.....	167
CONCLUSIONES	168

RECOMENDACIONES.....	169
BIBLIOGRAFÍA	170
LINKOGRAFÍA	172
ANEXOS	173
ANEXO 1.....	174
ANEXO 2.....	175
ANEXO 3.....	177
ANEXO 4.....	183
ANEXO 5.....	187
ANEXO 6.....	189
ANEXO 7.....	191
ANEXO 8.....	192

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz diagnóstica.....	28
2. Datos poblacionales edad.....	33
3. Datos poblacionales de género.....	34
4. Datos poblacionales nivel de educación	34
5. Segmentación de mercado	54
6. Atractivo de Imbabura	58
7. Actividades a realizar en Imbabura.....	59
8. Actividades rurales.....	60
9. Factores para escoger una operadora turística	61
10. Empresa que ofrezca rutas de turismo rural.....	62
11. Actividades de turismo	63
12. Visita a la provincia de Imbabura	64
13. Empresa que impulse el turismo rural	65
14. Pago por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia con guía	66
15. Datos históricos del ingreso de extranjeros al país	68
16. Proyección de ingreso de turistas al país	69
17. Ingreso a Imbabura	69
18. Inventario de iconos turísticos de Imbabura	73
19. Calidad de vías en la comunidad	74
20. Capacidad existente	75
21. Frecuencia de atención.....	76
22. Número de visitantes.....	77
23. Origen del turista.....	78
24. Temporada de visita.....	79
25. Afluencia de turistas	80
26. Oferta de servicios	81
27. Precio de los servicios.....	82
28. Inversión en publicidad.....	83
29. Medios de publicidad.....	84
30. Competencias del talento humano	85

31. Sistema contable	86
32. Datos históricos de la oferta.....	89
33. Proyección de oferta	89
34. Balance Oferta – Demanda	89
35. Demanda potencial.....	90
36. Cuadro de precios de la competencia.....	91
37. Proyección de precios	92
38. Cuadro de paquetes turísticos	93
39. Objetivos de crecimiento	99
40. Requerimiento de terreno.....	106
41. Requerimiento de edificio.....	106
42. Equipo de oficina	107
43. Equipo de cómputo	107
44. Muebles y enseres	108
45. Suministros oficina y servicios básicos	109
46. Requerimiento de talento Humano	109
47. Resumen de requerimientos de activos.....	110
48. Matriz de flujo del proceso	112
49. Activo no depreciable	132
50. Activo fijo depreciable.....	133
51. Resumen de activos fijos depreciables	133
52. Gastos de constitución	134
53. Capital de trabajo	135
54. Estructura de la inversión.....	135
55. Estructura de la inversión.....	136
56. Resumen de pago de la deuda.....	137
57. Costo del servicio.....	137
58. Proyección costo del servicio.....	139
59. Proyección de la demanda de acuerdo a la aceptación del turista	140
60. Resumen de las proyecciones costo del servicio en unidades monetarias.....	141
61. Presupuesto de suministros y servicios básicos	141
62. Presupuesto de remuneraciones	142

63. Proyección de remuneraciones	142
64. Presupuesto de publicidad.....	143
65. Presupuesto de gasto servicios profesionales	143
66. Proyección de depreciaciones	144
67. Resumen de presupuestos de costos del servicio	145
68. Cuadro de precios de la competencia.....	146
69. Proyección de precios	146
70. Proyección del ingreso en unidades monetarias	147
71. Estado de Situación Financiera.....	148
72. Estado de resultados proyectado	149
73. Flujo neto de efectivo.....	150
74. Tasa mínima de rendimiento.....	152
75. Flujos de caja	154
76. Flujos de caja VAN positivo.....	155
77. Flujos de caja VAN negativo.....	155
78. Ingresos actualizados	157
79. Costos actualizados	157
80. Resumen de recuperación de capital.....	158
81. Resumen de costos fijos y variables	159
82. Indicadores de Evaluación Financiera	160

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Atractivo de Imbabura	58
Figura 2 Actividades a realizar en Imbabura	59
Figura 3 Actividades rurales	60
Figura 4 Factores para escoger una operadora turística.....	61
Figura 5 Empresa que ofrezca rutas de turismo rural	62
Figura 6 Actividades de turismo	63
Figura 7 Visita a la provincia de Imbabura.....	64
Figura 8 Empresa que impulse el turismo rural	65
Figura 9 Pago por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia con guía	66
Figura 10 Calidad de vías en la comunidad	74
Figura 11 Capacidad existente	75
Figura 12 Frecuencia de atención	76
Figura 13 Número de visitantes	77
Figura 14 Origen del turista	78
Figura 15 Temporada de visita	79
Figura 16 Afluencia de turistas	80
Figura 17 Oferta de servicios	81
Figura 18 Precio de los servicios	82
Figura 19 Inversión en publicidad	83
Figura 20 Medios de publicidad	84
Figura 21 Competencias del talento humano.....	85
Figura 22 Sistema contable.....	86
Figura 23 Análisis de los datos Históricos de la Oferta.....	87
Figura 24 Macrolocalización del proyecto	102
Figura 25 Macrolocalización del proyecto	102
Figura 26 Microlocalización del proyecto	103
Figura 27 Distribución de las instalaciones	105
Figura 28 Flujograma del servicio	111
Figura 29 Logotipo de la empresa	117
Figura 30 Organigrama estructural	120

PRESENTACIÓN

El proyecto se lo ha planteado, de acuerdo a las necesidades de los turistas extranjeros y nacionales, considerando que nuestra provincia es altamente atractiva para realizar actividades recreativas. A continuación se expone una síntesis que se trató en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado.

En la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional de la parroquia San Roque de la provincia de Imbabura, mediante este análisis nos permitió tener un conocimiento real de las condiciones en que se encuentran los sectores turísticos y los habitantes de la Parroquia San Roque, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este proyecto. La información necesaria para realizar este estudio se la obtuvo a través de fuentes primarias como entrevistas realizadas a los habitantes mayores del sector.

Se realizó un estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la ubicación de la empresa, su tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y equipos requeridos así como también los procesos que utilizará para la operatividad de la empresa.

Se estableció la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la empresa trabajará con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

En el estudio económico financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto, se efectuó las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados pro-forma y flujos de efectivo a partir de los cuales se podrá realizar los correspondientes análisis financieros, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

El estudio de factibilidad finaliza con la validación del proyecto para generar las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ANTECEDENTES

El turismo en el Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años, en cuanto a la provincia de Imbabura ha sido notorio el incremento de turistas extranjeros especialmente a Otavalo al mercado de los ponchos y demás atractivos naturales de la provincia como las lagunas de: San Pablo, Mojanda, Cuicocha, Yahuarcocha, Puruhuanta; así como los cerros Imbabura y Cotacachi que son los atractivos que prefieren los visitantes.

En la actualidad el turismo se ha diversificado dando lugar desde hace aproximadamente 10 años el llamado turismo comunitario o turismo vivencial en comunidades del cantón Cotacachi específicamente en las comunidades de Morocho y Calera; en Ibarra de igual manera en la comunidades de San Clemente, Angochagua y Zuleta .

El cantón Antonio Ante conocido por sus fábricas textiles se ha enfocado en dinamizar este sector industrial, restando importancia a actividades económicas como el turismo, que si bien fue tomado en cuenta años atrás por parte del gobierno municipal después de un tiempo por falta de apoyo y organización fue suspendido.

En el año 2007 fue creada la red de turismo comunitario Hatuntaqui que reunía a varias familias de todo el cantón con el fin de prestar el servicio de alimentación, alojamiento, y guías de turismo. Sin embargo el proyecto no pudo ser exitoso por la falta de difusión tanto por parte del municipio como de los integrantes de dicha red.

Por esta razón la investigación del presente estudio de factibilidad trata sobre la posibilidad de la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucará de San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

JUSTIFICACIÓN

La falta de empleo, la pérdida de identidad cultural, y la necesidad de mejorar el estilo de vida de la comunidad nos lleva a crear nuevas ideas que generen fuentes de empleo y dinamicen las actividades económicas del sector. Por estas razones se plantea la propuesta de crear una microempresa que aproveche el potencial turístico de la comunidad, de sus habitantes y las actividades productivas que realizan con un turismo vivencial.

Se entiende por turismo vivencial el hecho de una atención personalizada al turista, alojamiento en las casas de los habitantes de la comunidad y la participación del turista en las actividades diarias y del hogar de sus anfitriones.

RUNA KAUSAY que es el nombre que se le dio a esta microempresa generará empleo en las familias del sector contratando a mano de obra local y creando alianzas estratégicas con personajes representativos de la comunidad como son: El shaman de la comunidad que es un reconocido líder, la partera de la comunidad que desde hace varios años ha sido quien atiende los nacimientos en casa de las madres del sector y de otros lugares. De la misma forma adquiriendo productos agrícolas y artesanías del lugar y así prestar el servicio de alojamiento, alimentación y guías de turístico para el visitante extranjero.

De esta manera se generaran ingresos económicos a las familias y dinamizaremos su economía lo que posteriormente mejorara su calidad de vida.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucará de San Roque del cantón Antonio Ante provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación relacionada con la creación de una empresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucara de San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura
- Determinar los referentes teóricos relacionados con la creación de una empresa de turismo vivencial.
- Determinar la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha mediante un estudio de mercado
- Elaborar el estudio técnico para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucara de San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura
- Elaborar la estructura organizacional de la microempresa de turismo vivencial.
- Estructurar el estudio económico - financiero del proyecto
- Validar el estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucará de San Roque del cantón Antonio Ante provincia de Imbabura

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La comunidad de Pucará fundada en 1942 (ROQUE, 2017) año en el cual se legalizó su jurisdicción dentro de los límites: al Oriente: Sector Zapallo Loma en las faldas del cerro Imbabura, al Occidente: La panamericana internacional, al Norte: Quebrada Amarilla, Yanayacu, Sigsipugro, al Sur: Quebrada Oscura, Loma Hacienda Tres Marías, quebrada El Tambor hasta el cerro, se encuentra ubicada en la parroquia de San Roque del cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura. (MAGAP, 1990)

A cinco minutos de la cabecera cantonal y a veinte minutos de la turística y atractiva ciudad de Otavalo, Pucará de San Roque es una comunidad mayormente poblada por indígenas otavalos y cuenta con cerca de trescientas familias

Ubicada en las faldas del cerro Imbabura, Pucará con paisajes naturales bien conservados, fuentes de agua y el acceso al histórico bosque primitivo de polilephis o árbol de papel en el cerro Imbabura es un sitio ideal para realizar actividades de distracción, además tiene entre sus habitantes personajes que aún conservan sus saberes ancestrales como las parteras, y los shamanes

En el transcurso del año calendario se manifiestan actividades culturales de mucha importancia como el Inty Raymi, el Coya Raymi que son festividades contempladas dentro de la cosmovisión andina a más de festividades occidentales como el carnaval o el día de los difuntos.

Las actividades económicas que realizan son la agricultura, ganadería y elaboración de artesanías en menor porcentaje mientras que gran cantidad de mano de obra es ocupada por las fábricas textiles de la ciudad de Atuntaqui.

Sin embargo existe un grupo de familias que se ocupan solo en los quehaceres del hogar lo que hace que no tengan ingresos económicos estables, lo que deriva en diversos problemas como la pobreza, la falta de educación, entre otros.

La migración al extranjero y a las grandes ciudades del país ha hecho que los jóvenes adopten subculturas urbanas perdiendo así su identidad como ejemplo podemos citar el hecho de dejar de usar la ropa tradicional, hablar el idioma materno, y la práctica de las creencias culturales.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Diagnosticar la situación relacionada con la creación de una empresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucara de San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura

1.2.2. Objetivos específicos

- Establecer los antecedentes históricos de la comunidad de Pucara y la parroquia San Roque
- Verificar las condiciones socio económicas del sector
- Analizar la situación geográfica del área de investigación y sus recursos naturales.

1.2.3. Variables Diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis identificamos las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- Datos históricos
- Aspectos sociales y económicos
- Información geográfica y recursos naturales

1.3. Indicadores de las variables diagnosticas

1.3.1. Datos históricos

- Antecedentes históricos
- Personajes
- Estatutos
- La cosmovisión andina dentro de la comunidad

1.3.2. Aspectos sociales y económicos

- Actividades económicas de los pobladores
- Datos demográficos
- Nivel de escolaridad.
- Servicios básicos

1.3.3. Información geográfica y ambiental

- Ubicación y Límites
- Clima

- hitos naturales
- Cuidado ambiental

1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1

Matriz diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META	FUENTES DE INFORMACIÓN
Establecer los antecedentes históricos de la comunidad de Pucara y la parroquia San Roque	Datos Históricos	Antecedentes históricos Personajes Estatutos La cosmovisión andina dentro de la comunidad	Investigación Documental Entrevista	Antiguos dirigentes de la comunidad.	Primaria
Verificar las condiciones socio económicas del sector	Aspectos sociales y económicos	Actividades económicas de los pobladores Datos demográficos Nivel de escolaridad Servicios básicos	Observación Investigación Documental	Habitantes del sector INEC	Primaria Secundaria
Analizar la situación geográfica del área de investigación y sus recursos naturales.	Información geográfica y recursos naturales	Ubicación y Límites Clima Iconos naturales Cuidado ambiental	Investigación Documental	MAGAP	Secundaria

FUENTE: JUNTA PARROQUIAL DE SAN ROQUE
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

1.5. Análisis De Variables Diagnósticas

1.5.1. Datos Históricos

1. Antecedentes Históricos

Después de la creación del cantón Antonio Ante y sus parroquias se buscó organizar territorialmente a los habitantes de aquel entonces, con el esfuerzo de todos los moradores, en el año de 1941 se inician los trámites de aprobación de los estatutos para designar la jurisdicción de lo que sería la comunidad de Pucara de San Roque. (ROQUE, 2017)

Eran apenas 15 familias que poblaban el sector, dedicados eminentemente a la agricultura y la crianza de animales menores, se vieron obligados a cambiar y organizarse debido a la necesidad de agua potable y legislación que les permita defenderse de los hacendados que intentaban explotar a sus trabajadores.

Sin ningún tipo de servicio básico, sin educación, sin viabilidad y en el total abandono que era lo que caracterizaba a las comunidades indígenas de la época, en el año 1942 se culminó con los trámites de ley que exigía el Ministerio de Agricultura, (ROQUE, 2017) entidad encargada de regular la creación de comunas y comunidades para así con personería jurídica poder acceder a los proyectos que beneficiarían y cambiarían las condiciones de vida de los habitantes.

2. Personajes

“Una de las personas que inició los trámites para la aprobación de la comunidad de Pucara jurídicamente fue José Manuel Montalvo primer presidente de la comunidad, que en su cargo se mantuvo por cerca de ocho años.

Posteriormente se elige otro cabildo presidido por Don Carlos Yamberla pero se mantuvo dentro del cabildo el ex presidente Don Manuel Montalvo como vicepresidente.

Estos dos personajes marcaron la historia de la comunidad ya que su permanencia en la dirigencia fue aproximadamente de 15 años tiempo en el cual se crearon proyectos educativos y de servicios básicos.”(Roque, 2005)

3. Estatutos

“En el año de 1942 con el cabildo conformado por el Sr Manuel Montalvo como presidente, Carlos Yamberla en la vicepresidencia, José Chiza en la secretaria y la asistencia de cerca de 10 representantes de las diferentes familias que habitaban el sector se crean y se aprueban los estatutos que posteriormente fueron presentados ante el Ministerio de Agricultura, entidad encargada de la aprobación definitiva de los mismos

El 20 de junio del mismo año se notifica mediante escrito a La Sra. Amada Lomas secretaria de la Tenencia política de la parroquia de San Roque sobre la aprobación de los mencionados estatutos y la asignación de una jurisdicción a la Comunidad Pucara de San Roque que dice así:” (Roque, 2005)

“A los diez días del mes de junio de 1942 con la aprobación del Sr Don Juan Ignacio Recalde Figueroa jefe del ministerio de Agricultura de la Provincia de Imbabura se acepta la solicitud entregada por el Sr Juan Manuel Montalvo y se inscribe en el libro 025 folio 18 la creación y aprobación de constitución de la comunidad Pucara de San Roque del cantón Antonio Ate Provincia de Imbabura y se ordena su posterior publicación el registro oficial.” (ROQUE, 2017)

En cuanto al contenido de los estatutos con el paso de los años y debido a la creación de proyectos comunitarios vinculados con el estado se lograron beneficios para las familias del sector, pero siempre el cambio de la población y sus necesidades hizo que en el año 2016 se modificara el estatuto ya existente y se emitiera otro que sería aprobado en el año 2017.

Para esta investigación es importante señalar que este estatuto diferencia el costo al acceso de servicios básicos para:

- Los comuneros y comuneras
- Los nuevos propietarios de bienes dentro de la comunidad
- Los predios que siendo de comuneros y comuneras sea usado para actividades con fines de lucro

Además en el Capítulo III del estatuto se habla sobre las atribuciones de la asamblea general y en un inciso señala que:

“Es atribución de la asamblea general aprobar o desaprobar el ejercicio de actividades comerciales dentro de su jurisdicción siendo así que no se permitirá crear empresas de ningún tipo que afecte a los recursos naturales de la comunidad o que especule servicios o productos.” (ROQUE, 2017)

En este caso si este proyecto se llevara a la realidad tendría que ser expuesto ante la asamblea general para su aprobación.

4. La cosmovisión andina dentro de la comunidad

El diario vivir de la comunidad se encierra en un mezcla de antiguas creencias andinas y creencias cristianas que les da a sus habitantes costumbres y festividades a lo largo del año calendario que son atractivas para quienes viven en la ciudad.

Dentro de estas festividades de la cultura andina están:

- Pawcar Raymi
- Inty Raymi
- Coya Raymi

Y las fiestas occidentales son:

- Carnaval
- Día de los difuntos
- Fin de año

En estas fechas son de relevante importancia para la comunidad y se organizan una gran cantidad de actividades culturales.

Es importante señalar que como parte de la cultura existente aún hay personas que practican la medicina ancestral como shamanes y parteras que invocando para sus curaciones a sus dioses mitológicos como cerros y fuentes sagradas logran ejercer aun en los habitantes una influencia en sus pensamientos y actividades cotidianas.

1.5.2. Aspectos sociales y económicos

1. Actividades económicas de los pobladores

Hace algunos años existían artesanos dedicados a la elaboración de productos en cabuya que según registros históricos municipales los intermediarios compraban a los artesanos la materia prima la misma que llevaban a Manta y Guayaquil para elaborar los sacos para almacenar café, cacao y comercializarlo.

En la actualidad dentro de la comunidad sus habitantes se dedican a la agricultura, la crianza de animales menores, las artesanías y producción textil en muy poca cantidad pero la gran mayoría trabajan prestando su mano de obra en las empresas de confección de ropa en la cabecera cantonal que es Atuntaqui.

Existen algunos lugares donde se expende varios alimentos tradicionales como la fritada, mote, papas, choclos, tostado pero las condiciones de estos sitios son rudimentarias y poco adecuadas para la atención de los turistas

2. Datos demográficos

La mayoría de habitantes está en las edades entre 18 y 65 años que se considera la población económicamente activa aunque en realidad su actividad laboral inicia en edades que oscilan entre 15 y 18 años

Tabla 2

Datos poblacionales edad

POBLACIÓN DE SAN ROQUE	
GRUPO ETARIO	TOTAL
Menores de 1 año	212
1 a 4 años	1075
5 a 9 años	1360
10 a 14 años	1393
15 a 19 años	1324
20 a 64 años	6968
65 a 74 años	649
75 años y más	457
TOTAL	13438

FUENTE: DISTRITO 10D02 2017
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

Grupos de Género

La comunidad aun es bastante conservadora donde el hombre es proveedor y la mayoría de las mujeres se dedican al hogar, demográficamente existe una diferencia muy pequeña entre hombres y mujeres.

Tabla 3
Datos poblacionales de género

GRUPO DE GENERO		
GENERO	HOMBRE	MUJER
Menores de 1 año	107	105
1 a 4 años	542	533
5 a 9 años	685	675
10 a 14 años	698	695
15 a 19 años	660	664
20 a 64 años	3333	3635
65 a 74 años	305	344
75 años y más	213	244
TOTAL	6543	6895

FUENTE: DISTRITO 10D02 2017
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

3. Nivel de escolaridad.

Para analizar el nivel de escolaridad de los comuneros debemos dividir a la población económicamente activa en rangos de edad ya que según su generación el acceso que tuvieron y tienen a la educación cambia de forma proporcional.

Tabla 4
Datos poblacionales nivel de educación

Personas entre 15 y 18 años	Educación básica en proceso y otros terminada
De 19 a 30 años	Educación básica terminada y pocas personas con educación superior
De 31 a 45 años	La mayoría de personas con educación primaria terminada, algunos con educación secundaria sin terminar y una cantidad similar sin ningún nivel de educación
De 45 años en adelante	Acceso a educación primaria pero la mayoría sin ningún nivel de educación

FUENTE: DISTRITO 10D02 2017
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

El nivel de educación de la mayoría de la población es de nivel básico tomando en cuenta la deficiencia que tienen en el manejo de idiomas extranjeros y de tecnología.

Las pocas personas que tienen un nivel de educación superior se han empleado en alguna empresa privada, otros en instituciones públicas, pero ninguno de ellos ha tenido algún emprendimiento que genere fuentes de empleo o mejore las condiciones de vida de sus pobladores.

4. Servicios básicos

Después de años de gestión con la municipalidad la comunidad ha logrado tener todos los servicios básicos como son: agua, luz eléctrica, alcantarillado

Por las vías principales de la comunidad existe la ruta de recolección de basura una vez a la semana. En cuanto a la basura orgánica es manejada como abono para las tierras cultivables de cada habitante.

Lamentablemente no existe una cultura de manejo adecuado de los desechos inorgánicos por lo que muchas veces se ve en los caminos y senderos basura tales como: botellas, fundas plásticas, pañales; lo que daña la naturaleza y la imagen de la comunidad.

1.5.3. Información geográfica y recursos naturales

1. Ubicación y Límites

“Pucara de San Roque comunidad rural perteneciente al Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura, está ubicada a 4.00 km de la capital Cantonal y a 18 km de la capital Provincial.

La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 18' 4,15" de latitud norte y 78°14' 2,37" de longitud oeste.

Los límites de la comunidad son:

- *Al Oriente: Sector Zapallo Loma en las faldas del cerro Imbabura*
- *Al Occidente: La panamericana internacional*
- *Al Norte: Quebrada Amarilla, Yanayacu, Sigsipugro*
- *Al Sur: Quebrada Obscura, Loma Hacienda Tres Marías, quebrada El Tambor hasta el cerro*

Con una superficie de 13, 42 km² de acuerdo a su topografía, aproximadamente de encuentra entre los 2230 y 4621 m.s.n.m., y la cabecera parroquial se encuentra aproximadamente 2450 m.s.n.m.” (Roque, 2005)

2. Clima

“La Parroquia de San Roque presenta un clima frío húmedo en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 3120 hasta los 4621 m.s.n.m, y templado cálido desde los 2230 m.s.n.m. hasta los 3120 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 850 a 1150 mm, su temperatura promedio aproximadamente es de 8°C en la parte alta y alcanza los 16°C en la parte baja.

El centro poblado presenta un clima templado con temperatura aproximada de 14°C y una pluviosidad de 1025 mm.

Otro factor importante es el número de meses secos ya que en toda la franja oriental de la parroquia existe un máximo de 5 meses secos, así como también en la parte oeste de la parroquia existe un mínimo de 4 meses secos esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción” (Roque, 2005)

3. Iconos naturales

La comunidad tiene acceso al cerro Imbabura mediante senderos naturales que existen desde épocas ancestrales, donde lo más característico es el bosque primario de polilephis o árbol de papel.

La fuente de agua es utilizada en épocas para realizar rituales de inicio y fin de épocas que están en las creencias de sus habitantes.

Del mismo modo la existencia de bosques, lomas, grutas y arroyos que nacen desde el cerro y ecosistemas pueden ser usados para paseos a caballo o caminatas.

4. Cuidado Ambiental

Debido a la práctica irresponsable de turismo en épocas de verano se han desencadenado incendios forestales en las faldas de cerro Imbabura, por esta razón grandes áreas han sido consumidas y deforestadas.

Para recuperar las áreas perdidas se han hecho campañas de reforestación y de protección de áreas verdes.

Alrededor de 300 árboles nativos fueron plantados con la ayuda del gobierno parroquial y la participación de jóvenes activistas.

1.6. Análisis AOOR

1.6.1. Aliados

- Interés por parte del estado en apoyar emprendimientos de turismo
- Aceptación del proyecto por parte de la comunidad donde se realizara el proyecto

- Publicidad constante por parte del gobierno para atraer turistas extranjeros hacia el país.
- Fácil acceso hacia la comunidad

1.6.2. Oponentes.

- Competencia regional
- Ausencia de personal calificado dentro del área del emprendimiento
- Difícil acceso a créditos para crear empresas nuevas

1.6.3. Oportunidades

- La oferta actual no cubre la demanda existente.
- Existencia de iconos naturales importantes dentro de la jurisdicción de la comunidad.
- Demanda creciente en el consumo de turismo
- Existe una gran afluencia de turistas en la provincia

1.6.4. Riesgos

- Inestabilidad económica del país
- Inexperiencia en la práctica turismo rural.
- Falta de fluidez al hablar idiomas extranjeros
- Inversión de capital de un solo inversionista

1.7. Identificación De La Oportunidad De Inversión.

Después de realizar el análisis de las condiciones del entorno se ha visto que existen posibilidades favorables de que en la comunidad una microempresa de turismo vivencial tenga éxito.

Se cuenta con la aprobación de la comunidad y personajes representativos para prestar este servicio, además de contar con los servicios básicos y vías de acceso en buenas condiciones.

Los recursos naturales y habitantes que aun guardan saberes ancestrales hacen de Pucara de San Roque un lugar atractivo para su visita y para realizar actividades de distracción.

Por estas razones se determina una oportunidad de inversión con perspectivas muy favorables.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Debido a que en la actualidad las empresas para permanecer en un mercado deben ser completamente competitivas es indispensable dar un sustento científico a la investigación de manera que los datos reunidos en el estudio sean de alto valor para futuras generaciones.

2.2. Objetivo general

Determinar los referentes teóricos relacionados con la creación de una empresa de turismo vivencial.

2.3. Conceptos

2.3.1. Estudio de factibilidad

FLORES, Juan Antonio(2013) afirma: “Es un instrumento de decisión donde el emprendedor va ordenando sus ideas para convertirlas en algo real, debe conducir a la identificación precisa del plan de negocios a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación, cálculo de ingresos, identificación plena de las fuentes de financiamiento, aplicación de criterios de evaluación financiera, económica, social y ambiental que permita la mejor realización del proyecto.”

VARELA, Rodrigo (2013) menciona que: *“Es la búsqueda de una solución inteligente a una oportunidad de desarrollo o a la solución de un problema, asignando*

recursos a una oportunidad con el propósito de lograr una serie de bienes, productos o servicios.”

El estudio de factibilidad es una herramienta importantísima para tomar la decisión adecuada de si conviene o no invertir en una idea, permite visualizar el panorama de manera más técnica antes de arriesgarse a perder.

2.3.2. Estudio de mercado

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: “El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. Para su realización se identifican una serie de variables de tipo económica, financiera, social, organizacional y de producción que al ser tenidas en cuenta, permiten desarrollar con posibilidades de éxito el plan de negocio que se está elaborando.”

JACOME, Walter (2005) afirma que: “ El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”

El estudio de mercado es una herramienta fundamental de un estudio de Factibilidad ya que mediante este podemos analizar la realidad del mercado al que deseamos prestar un servicio o producto. Además nos ayuda a realizar un análisis efectivo de quienes pueden ser nuestros clientes y las ventajas de la competencia

Demanda

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: “La demanda es el proceso mediante el cual se determinan las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio, para su estudio es necesario conocer los históricos que nos permita analizar su comportamiento y así conocer la tendencia que muestra.”

VILLAMARÍN, Marcelo, dice que: *“La demanda de un determinado bien ha sido definida, principalmente desde el ámbito de la Teoría Económica, en función de:*

- *La renta o ingresos de la unidad de consumo.*
- *El precio del bien.*
- *El precio de los demás bienes*
- *Los gustos de los consumidores.*

Esta aproximación elemental supone, en primer lugar, que habitualmente el precio de un bien influye de forma inversa sobre su demanda, es decir, cuanto mayor sea el precio menor será la cantidad demandada.”

Se define como demanda como el grupo de personas a quienes nos enfocaremos para vender nuestro bien o servicio en el caso de este estudio son los turistas que deseen realizar actividades de turismo. Además de ciertas características que deben ser analizadas de acuerdo a cada caso.

1. Oferta

VELEZ ARBOLEDA Germán, (2001), manifiesta que: *“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a quienes los demandan”*

La oferta son el grupo de personas o empresas que hacen competencia a nuestra microempresa ya sea vendiendo el mismo servicio o servicios sustitutos que hagan que el turista opte por visitar otro lugar en lugar de nuestros servicios

2.3.3. Estudio técnico

URBINA, Baca; 2006; señala: *“El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”*.

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: *“El estudio técnico abarca la descripción técnica del producto y/o servicio su localización, tamaño, la escogencia el proceso de producción, instalaciones, maquinaria, equipos e insumos a utilizar para la producción y/o prestación de un servicio.”*

El estudio técnico es primordialmente para ver el alcance de la microempresa y los materiales que serán necesarios para su puesta en marcha ya sean materias primas, mano de obra y las instalaciones necesarias.

Tamaño

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: “El tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de la producción de un bien o la prestación de prestación de un servicio. Es importante definir la unidad de medida, puede dimensionarse por el monto de la inversión asignada, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe las instalaciones.”

En cuanto al tamaño de nuestra microempresa es pequeña magnitud ya que la capacidad de inversión también es limitada en el primer año, sin embargo se espera que este vaya aumentando en los siguientes años

Localización

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: “ Comprende la identificación de zonas geográficas que van desde un concepto amplio conocido macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural muy pequeña conocida como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.”

En la justificación del proyecto mencionábamos la ubicación general del proyecto que es en la comunidad de Pucara bajo. La ubicación específica en cambio ha sido fijada ya que se encuentra la construcción de las instalaciones donde se dará inicio a la prestación de los servicios.

Inversión

Gorgues (2009) afirma. “Es el acto socioeconómico mediante el cual tiene lugar el cambio de una satisfacción inmediata y cierta a la que se renuncia, por una esperanza adquirida de otras satisfacciones generalmente superiores, y de las cuales el bien invertido es el soporte generador.”

La inversión es un acto económico con el que se pretende obtener ganancias futuras mediante una actividad.

Capital de trabajo

Álvarez (2016) afirma: “El capital de trabajo debe ser suficiente en cantidad para capacitar a la compañía para conducir sus operaciones sobre base más económica y sin restricciones financieras, y, para hacer frente a emergencias y pérdidas sin peligro de un problema financiero.”

Este concepto se refiere a que un capital de trabajo debe estar equilibrado en cuanto a lo económico y la cantidad necesaria de recursos que requiere una empresa para ponerse en marcha con el fin de no tener problemas que ocasionen pérdidas.

2.3.4. Estructura Orgánica

FLORES, Juan Antonio (2013) menciona que: “ La organización en un plan de negocios hace referencia a la identificación de su estructura orgánica, personal de planta, asignación de funciones básicas a cada cargo, establecimiento del límite de autoridad y responsabilidad, el proceso de reclutamiento, selección, inducción, identificación de los canales de comunicación, etc.”

Organización de la empresa

La organización o estructura interna de la empresa se representa a través del organigrama, el cual refleja los distintos departamentos, secciones o áreas de trabajo que realizan unas actividades concretas. Para que cada departamento realice sus funciones de forma eficaz y eficiente, es necesario que exista una buena coordinación entre ellos; pues de nada sirve que la empresa aplique una buena política de producción si el departamento técnico no está bien coordinado con el departamento productivo, administrativo y de ventas.

Tipos de organigramas

Serrano (2011) afirma: “Es la representación gráfica de la organización interna de la empresa; puede representar la estructura de toda la empresa (organigrama general) o de una sección o departamento (organigrama parcial o por sectores). La organización de la empresa se puede representar de forma vertical, horizontal o circular.”

Existen varios tipos de organigramas los más utilizados son el vertical y el horizontal en los que se describe la estructura de la empresa internamente, puede ser en forma general o individual lo que quiere decir de cada área o departamento.

El organigrama vertical:

Serrano (2011) sostiene que su forma es de pirámide y sus niveles jerárquicos van desde el rango de empleados más alto hasta el más bajo

El organigrama horizontal

Serrano (2011) sostiene que sus niveles de jerarquía son iguales y que las actividades que desempeñan cada empleado son igual de importantes, este organigrama se gráfica de izquierda a derecha.... (p. 6).

Visión

Lacalle (2012) afirma: *“Es una imagen del futuro deseado, que la empresa busca y quiere crear con sus esfuerzos y acciones”*.

La visión se refiere al enfoque que tiene una empresa a largo plazo, sobre cómo quiere que sea su futuro.

Misión

Arco (2011) afirma: *“Se considera como una expresión; que quiere ser la empresa y será el primer punto de referencia para la actuación empresarial”*.

De acuerdo con lo anteriormente dicho la misión se refiere a la razón de ser de la empresa, los motivos por los cuales existe según las actividades a las que se dedique.

2.3.5. Estudio financiero

FLORES, Juan Antonio (2013) afirma: “ Es el análisis detallado de las inversiones necesarias para poner en función el proyecto, los ingresos que se esperan generar, los costos de producción, gastos de operación, financiamiento, presupuestos, ventas estados financieros proforma entre otros. Además se realizan análisis del proyecto mediante indicadores financieros como la tasa interna de retorno, valor actual neto, punto de equilibrio.”

1. Estados Financieros.

BRAVO, Mercedes (2005), dice que: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”.

“Para tener una evaluación financiera clara debemos reflejar la información en los diferentes estados como son:

Balance General

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

Estado de Resultados

Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se mide el rendimiento que ha generado la actividad de la empresa. La utilidad neta se genera cuando los ingresos superan a los gastos, en caso contrario, se presenta una pérdida neta.

Objetivos de los Estados Financieros

Tanto la administración de la empresa como el público en general están interesados en conocer las fortalezas y debilidades de la entidad, para esto se debe analizar y estudiar los estatutos financieros.”

2. Indicadores financieros

Valor Actual Neto (VAN)

GUTIERREAS M, Luís, (2010) asevera que: “Si el valor actual de los ingresos supera el de los egresos, el valor actual neto es positivo y la inversión es viable; el valor actual neto de una inversión puede interpretarse como el máximo valor que una firma o un inversionista estaría dispuesto a pagar por la oportunidad de llevar a cabo el proyecto, sin detrimento de las utilidades”.

Mide el flujo del dinero en el momento presente, es decir la rentabilidad de la inversión en moneda real, tomando en cuenta una tasa de rendimiento promedio de mercado. Si el valor actual es positivo, significa que la inversión es atractiva o rentable, y si es negativo

no es procedente la inversión, si tenemos un valor cero en cambio es independiente, el valor actual neto es la suma de los valores obtenidos y corridos durante el período que demora menos el valor erogado para la misma:

$$VAN = -I + \sum \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

I = Inversión

n = Años flujos

FNE = Flujos netos de efectivo

r = Tasa

Tasa Interna de Retorno (TIR)

GUTIÉRREZ M, Luís (2010) afirma que: “Esta medida también recibe los nombres de tasa interna de rendimiento, rédito, eficiencia marginal del capital y otros, equivale a decir que es la tasa que hace el valor actual neto igual a cero, la tasa interna de retorno es la máxima tasa de interés con la cual el inversionista tomaría dinero prestado para financiar la totalidad del proyecto, repagado con lo producido la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder dinero”

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

Punto de Equilibrio

CHILQUINGA, Manuel (2008) manifiesta que: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en éste punto la empresa no gana ni pierde.”

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

Tiempo de Recuperación de la Inversión

TRUJILLO, Gonzalo (2003), afirma que: "Es la operación financiera que consiste en calcular el plazo que se requiere para recuperar el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados. "Para calcular el periodo de recuperación de un proyecto, sólo se debe añadir los flujos de efectivo esperados de cada año hasta que se recupere el monto inicialmente invertido en el proyecto"

Relación Beneficio - Costo

CUESTA, Rafael (2002) lo define como: *"una manera práctica de evaluar la conveniencia de proyectos en los que es importante tener una visión de largo alcance y una visión amplia es decir, implica la enumeración y evaluación de todos los costos y beneficios pertinentes".*

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

2.3.6. Turismo

Organización Mundial del Turismo (2002), manifiesta que: *“Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria no motivada por relaciones de negocios o profesionales.”*

Se puede decir que el turismo consiste un fenómeno de carácter económico, social y cultural consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual a otro, con motivos de recreación, descanso, cultura o salud.

1. Clasificación Del Turismo

Las clasificaciones que se han dado del turismo son varias, en concordancia con una serie de características relevantes en materia de planeación, de los cuales citaré los siguientes:

El turismo de los Residentes en el País de acuerdo con el destino de sus viajes y viajeros residentes en otros países.

- Turismo interno
- Turismo externo

El nivel socioeconómico del Turista

- Turismo de alto ingreso
- Turismo de ingreso medio
- Turismo de bajo ingreso

El motivo del viaje

- Turismo de descanso y recreación

- Turismo de compras y servicios
- Turismo de negocios
- Turismo para otros propósitos
- Para el proyecto es importante identificar el tipo de turismo que realizan las personas, para conocer su comportamiento y sus preferencias al momento de realizar este tipo de actividad.

Turismo vivencial

Publicado en la revista New York Times se refiere al turismo vivencial así: “El turismo vivencial es una tendencia en el turismo, también conocida como “turismo de inmersión”. Está enfocado a los viajes que se centran en experimentar un país, ciudad o lugar en particular, mediante la conexión a su historia, población, cultura y la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.”

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos en un proyecto, por lo que hay que determinar con exactitud cada uno de sus componentes.

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, competencia, etc. en lo referente a las actividades turísticas de las diferentes operadoras existentes en la provincia de Imbabura.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente y dando gusto a las preferencias del cliente, aplicando encuestas a clientes y competidores para así determinar el nicho de mercado objetivo de este servicio,

En el cantón Antonio Ante existe ya una red de turismo comunitario, pero ha sido muy poco difundido y lo que se conoce de esta red ha sido promocionado únicamente durante las ferias del cantón a nivel local siendo de conocimiento general que el turista extranjero es quien se encuentra más interesado por la belleza natural y étnica del país.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo General:

Realizar el estudio de mercado para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucara de san Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura a fin de establecer las necesidades, deseos, oferta y demanda de los turistas extranjeros que ingresan al país.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y la demanda del servicio a colocar en el mercado turístico local.
- Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta del servicio de guías de turismo dentro de la provincia de Imbabura y por sus iconos turísticos relevantes.
- Formular estrategias de comercialización y el grado de competencia que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la empresa a turistas internos y externos.

3.3. Segmentación de mercado

La segmentación es la dinámica por el cual se subdivide el mercado en una serie de grupos homogéneos de menor tamaño que tienen en común una serie de variables que los hacen diferentes del resto, y que los convierten en grupos de especial interés para el negocio.

Es importante segmentar el mercado para definir mejor los canales de distribución, el precio y demás variables del mix de marketing

3.3.1. Macro Segmentación

En la macro segmentación el tipo de variable que se escogió, es el que se lo denominará “Turismo Rural y Cultural” y los segmentos escogidos son: Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi.

3.3.2. Micro Segmentación

En las variables de micro segmentación se ha escogido la variable demográfica denominada “Tipo receptivo” de donde el segmento es el turista extranjero

Tabla 5
Segmentación de mercado

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
MERCADO TOTAL: 1. Turistas que visitan la Provincia de Imbabura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nacionales ▪ Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INEC ▪ Ministerio de Turismo
MERCADO POTENCIAL: 2. Turistas que visitan la ciudad de Otavalo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nacionales ▪ Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INEC ▪ Ministerio de Turismo
MERCADO META: 3. Turistas extranjeros que ingresan a la ciudad de Otavalo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INEC ▪ Ministerio de Turismo
MERCADO EFECTIVO: 4. Turistas que gustan del turismo rural y cultural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuestas

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.3.3. Identificación de la Población.

Para la presente investigación se ha determinado dos universos, el primero corresponde a los turistas extranjeros sin distinción de sexo y edad con capacidad de demanda del servicio de turismo vivencial, la población número dos serán las empresas afines dedicadas a actividades turísticas dentro de la provincia de Imbabura, que por su localización realizaremos una encuesta con una muestra no probabilística.

Según cifras del Ministerio de Turismo en su boletín turístico del 01 de Abril del año 2018; en el año 2017 ingresaron 1.617.914 turistas al país, con crecimiento del 14% en relación al año anterior.

Un informe realizado por el Ministerio de turismo en el año 2011 señala que el 3.5% del ingreso de turistas a nivel nacional visita la provincia de Imbabura; siendo así que en el año 2017 ingresaron a la provincia aproximadamente 56.627 visitantes

3.3.4. Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra de la población número uno 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.

Población número 1: Posibles clientes

$$n = \frac{56.627 (0.25)(1.96)^2}{(56.627 - 1)(0.05)^2 + (0.25)(1.96)^2}$$

n=383

Se realizaron 383 encuestas a turistas extranjeros en la ciudad de Otavalo en donde llegan la mayoría de extranjeros atraídos por la famosa Plaza de Ponchos

3.3.5. Herramienta de recopilación

Para la recopilación de los datos con los que se ha trabajado, la herramienta que se utilizó fue la encuesta, ya que es un material sencillo y fácil de manejar pero de mucha precisión al momento de obtener datos específicos del mercado meta. Adicional a la encuesta se realizó una entrevista a una operadora turística por cada cantón que está dentro de nuestra segmentación de mercado.

También se recurrió a información secundaria procesada en las estadísticas del Ministerio de Turismo.

3.4. Análisis e interpretación de datos

Después de la aplicación de encuestas en las ciudades de: Cotacachi, Otavalo e Ibarra a turistas se obtuvieron los siguientes resultados. Los mismos que han sido interpretados para llegar a las conclusiones necesarias que permitan analizar los gustos y preferencias de nuestros posibles clientes.

Para la realización de esta encuesta se contó con ayuda de un guía de turismo bilingüe que nos sirvió de intérprete.

Debemos recalcar que para la captación de la información se tomó en cuenta únicamente a visitantes extranjeros sin definir el país de origen.

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS EXTRANJEROS

1. Le parece a usted Imbabura una provincia atractiva para realizar actividades de turismo

Tabla 6

Atractivo de Imbabura

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	364	95%
POCO	19	5%
NADA	0	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

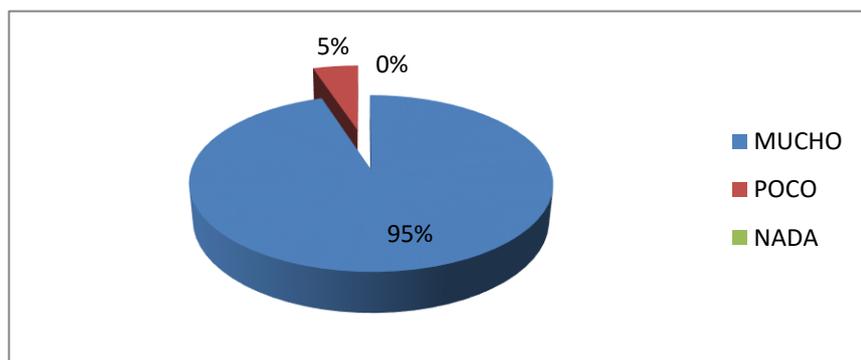


Figura 1 Atractivo de Imbabura

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Se muestra un panorama muy favorable para el turismo ya que la mayoría de los encuestados menciona que nuestra provincia si es atractiva para este tipo de actividades.

2. Que lugares en especial le llaman la atención para visitar

Tabla 7

Actividades a realizar en Imbabura

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BALNEARIOS	19	5%
CIUDADES	19	5%
MUSEOS	57	15%
COMUNIDADES	77	20%
RESERVAS	134	35%
DEPORTES EXTREMOS	77	20%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

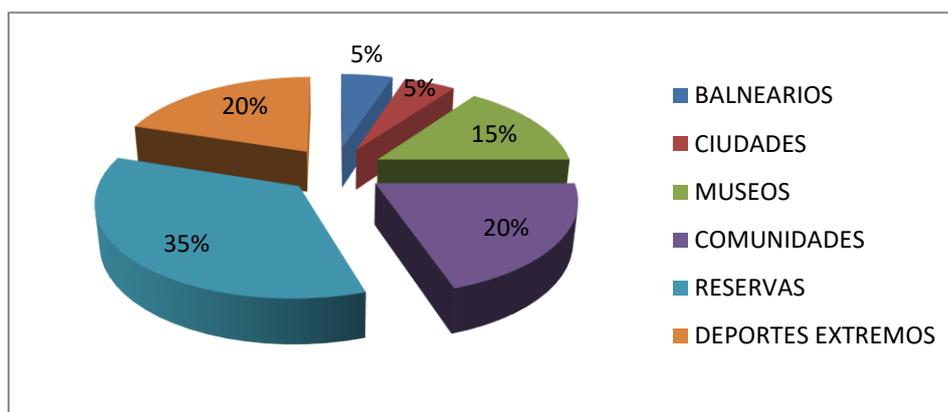


Figura 2 Actividades a realizar en Imbabura

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Las reservas ecológicas ocupan el primer lugar en atractivo, mientras que los deportes extremos y las comunidades tienen un nivel igualitario de aceptación.

3. ¿Qué actividades de las siguientes le agradaría realizar como actividades turísticas rurales, ecológicas y vivenciales?

Tabla 8

Actividades rurales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOUR COMUNIDADES	105	27%
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE	74	19%
TOUR A CABALLO	53	14%
ASCENSO AL IMBABURA	117	31%
PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS	34	9%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

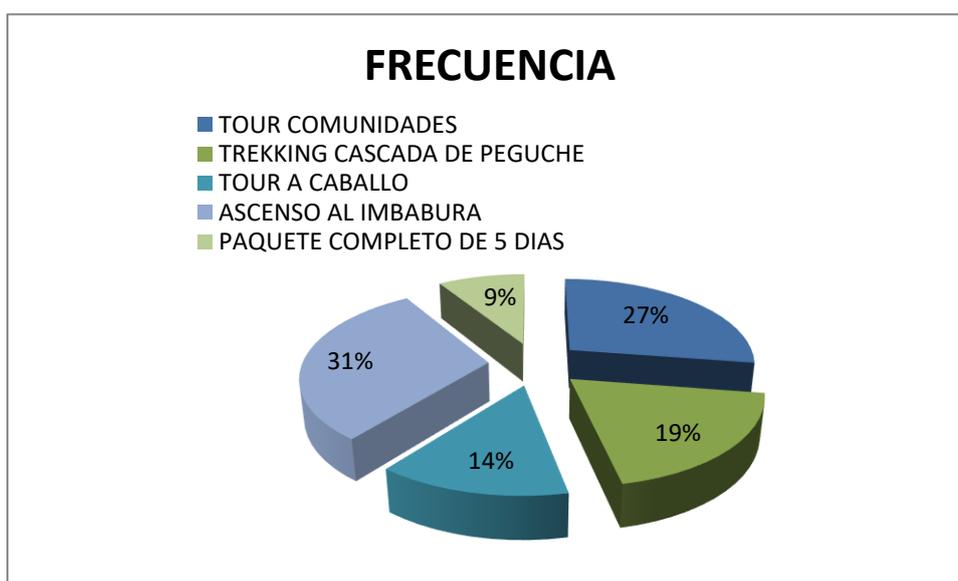


Figura 3 Actividades rurales

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Las actividades que los encuetados prefieren realizar son: visitas a comunidades, seguido por ascenso a los cerros Imbabura y Cotacachi además de trekking en la laguna de mojada y cascada de Peguche que tienen la menor aceptación.

4. Señale en el grado de importancia los siguientes factores a la hora de escoger una operadora turística

Tabla 9

Factores para escoger una operadora turística

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACCESIBILIDAD	19	5%
PRECIO	96	25%
DIVERSIDAD DE SERVICIOS	77	20%
FACILIDAD DE CONTACTOS	38	10%
UBICACIÓN GEOGRAICA	38	10%
CALIDAD	31	8%
CONFORT	46	12%
SEGURIDAD	38	10%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

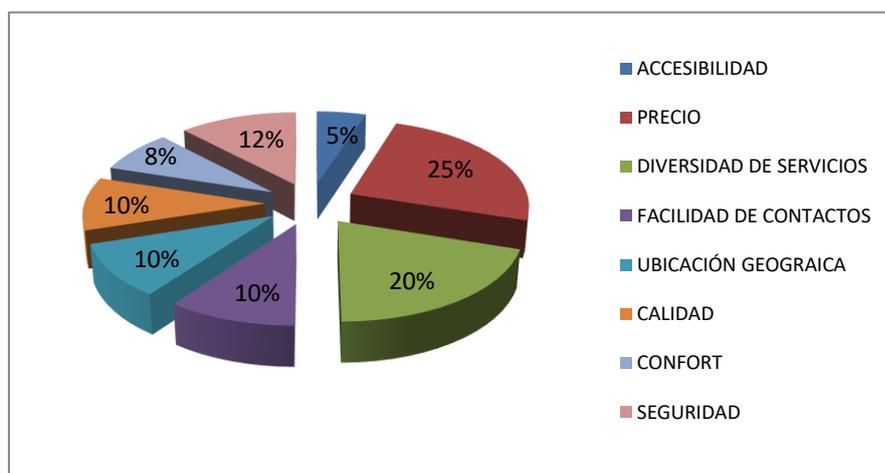


Figura 4 Factores para escoger una operadora turística

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

La variable *precio* ocupa el primer lugar a la hora de decidir sobre una operadora turística por parte de los encuestados da mayor importancia a esta variable. Sin embargo la diversidad de servicios y la seguridad es de importancia para los turistas encuestados.

5. En la búsqueda de una empresa que ofrezca rutas de turismo rural utiliza:

Tabla 10

Empresa que ofrezca rutas de turismo rural

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGENCIA DE VIAJES	77	20%
BUSQUEDA EN GOOGLE	134	35%
GUIAS ESPECIALIZADAS	57	15%
RECOMENDACIÓN DE CONOCIDOS	38	10%
PORTAL WEB	46	12%
OTROS	31	8%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

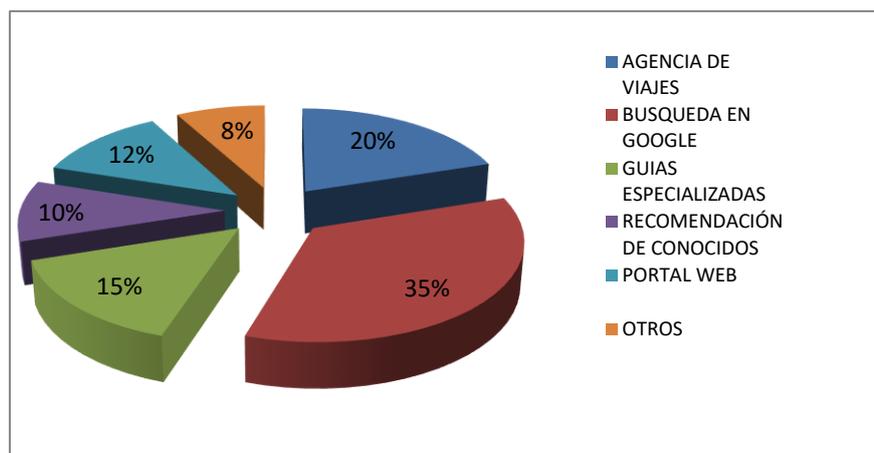


Figura 5 Empresa que ofrezca rutas de turismo rural

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

La mayoría de personas que buscan un lugar y una operadora para realizar actividades de turismo lo hacen en el buscador de google y mediante este contactan a operadoras turísticas, otros en cambio al no ser la primera vez que viajan al país ya conocen a las operadoras de su interés o ya han sido recomendadas por sus amigos.

6. Para realizar actividades de turismo como prefiere realizar su viaje

Tabla 11

Actividades de turismo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLO	31	8%
EN PAREJA	84	22%
EN GRUPO	268	70%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

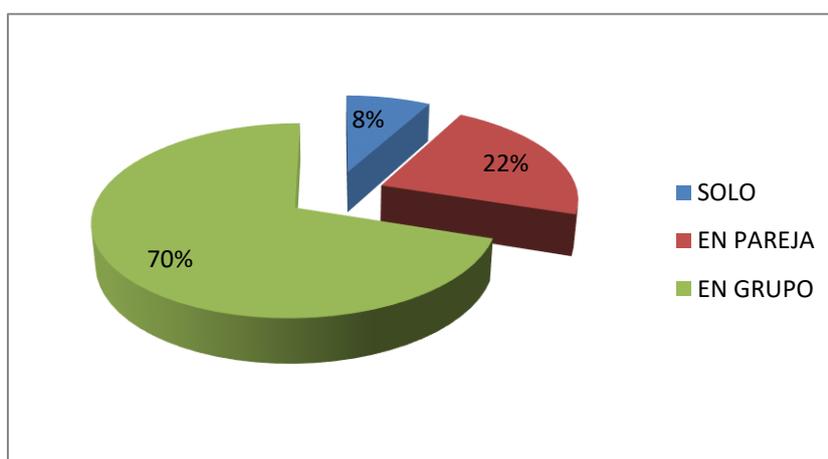


Figura 6 Actividades de turismo

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Es interesante saber que una gran cantidad de turistas prefiere viajar en grupo, mientras que un muy bajo porcentaje prefiere realizarlo solo.

7. Cuántas veces ha visitado la provincia de Imbabura

Tabla 12

Visita a la provincia de Imbabura

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	306	80%
3 a 5	57	15%
más de 5	19	5%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

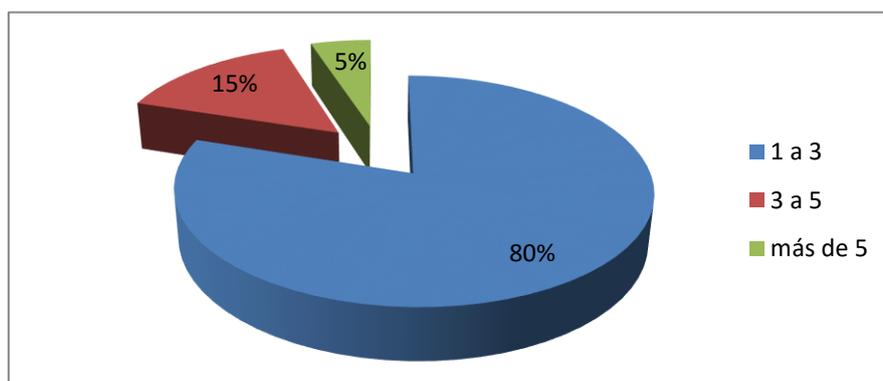


Figura 7 Visita a la provincia de Imbabura

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Imbabura esta entre las provincias más atractivas a nivel nacional. Por esta razón algunos turistas optan por visitarla más de una vez. El resultado de nuestra encuesta nos refleja que la gran mayoría de turistas la visita de 1 a tres veces.

8. Estaría interesado en utilizar los servicios de una empresa que impulse el turismo rural y sea una guía para usted en la visita de los iconos principales de la provincia.

Tabla 13

Empresa que impulse el turismo rural

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY INTERESADO	218	57%
INTERESADO	115	30%
POCO INTERESADO	50	13%
NADA INTERESADO	0	0%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

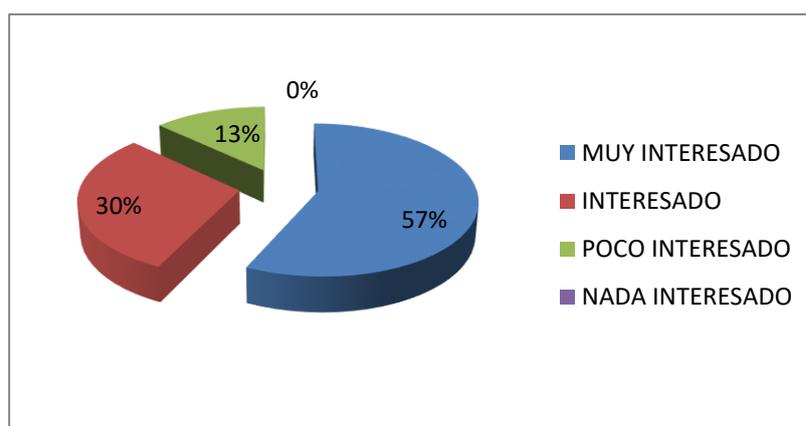


Figura 8 Empresa que impulse el turismo rural

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El 57% de los encuestados si está muy interesado en contratar los servicios de un guía turístico para recorrer la provincia, que son más de la mitad de los encuestados. Lo que da a notar que si hay una gran cantidad de turistas a los que podríamos llegar con nuestro servicio.

9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia acompañado de un guía

Tabla 14

Pago por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia con guía

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 25 dólares	184	48%
De 26 a 40 dólares	123	32%
De 41 a 60 dólares	38	10%
De 61 a 100 dólares	31	8%
Más de 100 dólares	8	2%
TOTAL	383	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

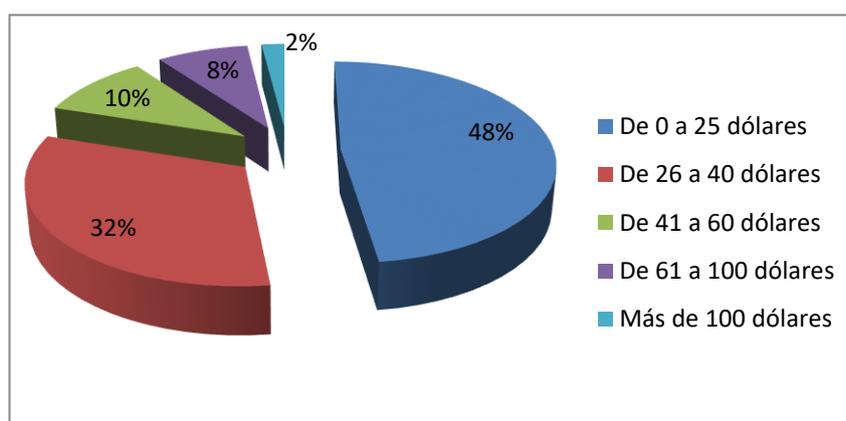


Figura 9 Pago por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia con guía

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El valor que la mayoría de turistas está dispuesto a pagar es hasta de 25 sin embargo hasta 40 dólares es el valor que la mayor parte están dispuestos a pagar por el servicio.

3.5. Análisis y proyección de la demanda

3.5.1. Análisis de la Demanda

Según el Ministerio de turismo en el “Boletín de Estadísticas Turísticas del año 2017” para finalizar el año 2017 se registraron 1.617.914 entradas de no residentes al país, observándose una tasa de crecimiento del 14% con relación al año anterior.

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 debido a la intensa campaña de promoción dentro y fuera del país.

Los visitantes 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 podemos determinar la existencia de turismo nacional o denominado también turismo interno en su mayor porcentaje y turistas extranjeros en menor porcentaje y es en ellos en donde basamos nuestra investigación para ofertar nuestro servicio.

Los datos que muestran las encuestas nos permiten establecer que el turismo vivencial es una actividad económica que despierta mucho interés particularmente en los extranjeros provenientes de Europa y el norte de América, quienes tienen deseos de conocer nuevos lugares, personas, culturas, tradiciones que permitan vivir diversas experiencias.

También las encuestas reflejaron que estos turistas prefieren viajar en grupo, están dispuestos a pagar hasta 25 a 40 dólares por día de un guía o una actividad específica, lo que significa una buena oportunidad para la fijación de los precios de la empresa, además las

actividades que llaman la atención son vistas a comunidades y dentro de esto se atraen más por visitas a reservas ecológicas, tour a caballo, deportes de aventura y ascenso a la montaña.

Demanda histórica de llegada de turistas extranjeros al Ecuador.

De acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo, en el año 2012 llegaron al Ecuador alrededor de 1.271.953.

Tabla 15

Datos históricos del ingreso de extranjeros al país

MES	2011	2012	2013	2014	2015	VAR% 2012/2011
ENE	92.378	86.544	96.109	105.548	127.119	20,44
FEB	74.174	72.742	89.924	86.421	99.551	15,19
MAR	77.946	72.226	82.452	87.495	96.975	10,83
ABR	67.557	72.910	70.540	87.507	92.627	5,85
MAY	74.667	70.277	77.618	82.870	92.646	11,80
JUN	89.262	89.889	91.602	99.949	118.293	18,35
JUL	109.250	102.571	110.545	117.966	130.783	10,86
AGO	96.336	87.221	95.219	98.962	106.368	7,48
SEP	73.757	68.124	71.776	80.090	85.986	7,36
OCT	79.814	77.960	83.701	88.357	99.145	12,21
NOV	83.458	76.965	81.253	92.573	99.676	7,67
DIC	86.698	91.070	96.359	113.299	122.784	8,37
TOTAL	1.005.297	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.953	11,47

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
REALIZADO POR: MINISTERIO DE TURISMO

3.5.2. Proyección de la Demanda

La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, con la tasa de crecimiento antes mencionada de acuerdo a la tasa de crecimiento reflejada en

los boletines del Ministerio de Turismo, se ha utilizado este método y está basado en la 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

Tabla 16
Proyección de ingreso de turistas al país

TASA DE CRECIMIENTO	AÑOS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
14.0%	1.617.914	1.844.422	2.102.641	2.397.011	2.732.592	3.115.155	3.551.277

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO (Año 2017)
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

Un informe realizado por el Ministerio de Turismo denominado “Imbabura Turismo Receptor” en el año 2011 señala que el 3.5% del ingreso de turistas a nivel nacional visita la provincia de Imbabura;

Tabla 17
Ingreso a Imbabura

TASA DE CRECIMIENTO	AÑOS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
14.0%	56.627	64.555	73.592	83.895	95.641	109.030	124.295

FUENTE: BOLETIN “IMABURA TURISMO RECEPTOR” (AÑO 2011)
ELABORADO POR: ZAMBRANO D. JACQUELINE

3.6. Análisis y proyección de la oferta

3.6.1. 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, turismo vivencial, etc. Según el gobierno provincial de Imbabura existen aproximadamente 50 microempresas enfocadas en el turismo comunitario, rural y vivencial que son:

- Turismo Comunitario San Clemente
- Tantanakushka Warmicuna
- Asociación San Antonio
- El paraíso de la Aventura
- Sendero de Guayavillas
- Asociación Zuleta y sus bordados
- Terra esperanza
- Shinchi warmi
- Angochagua
- Cabañas Intag
- Jambi Mascaric
- Hospedería comunitaria “Doña Evita”
- El Balcón de los reyes
- Finca “El cielito”
- Centro Ecológico “Habitat Forest”
- Asociación de Turismo comunitario “Sumak Pacha”

- Tupari Huasi
- Asociación de Mujeres “Jatari”
- Turismo “Sol de los Andes”
- Turismo comunitario “Titora Sisa”
- La Ruta del Vértigo
- “Ditisoa”
- Ruta del Conocimiento
- Mushuk Kawsay
- La Carolina
- Runa Tupari
- Manduriancos
- Turismo comunitario Peribuela
- Ayllu kawsay
- Chasquis
- Huarmi Maqui
- Sumak Pacha
- La florida
- Tuntaqui
- CTGV
- Irubi
- Intag Travel
- Plaza Gutiérrez
- Ecojunin

- Nueva América
- Asociación de Turismo “Pijal”
- Pucara Tuparina Huasi
- Turismo comunitario “Angla”
- El rosal
- AACRI
- Naturagua
- Turismo Comunitario “Zuleta”
- Turismo Comunitario “Punkuwayco”
- Turismo Comunitario Piñan
- Turismo Comunitario Timbuyaku

Entre los atractivos de la zona andina sobresalen los volcanes Cotacachi (4.939 m) e Imbabura (4.610 m), la laguna Cuicocha, San Pablo y las lagunas de Piñan; 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.

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:

Tabla 18**Inventario de iconos turísticos de Imbabura**

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)

Para poder realizar un mejor análisis de los ofertantes se ha realizado una encuesta dirigida a los dueños y administradores de los complejos turísticos y asociaciones de turismo comunitario.

A continuación se presenta el análisis de la información obtenida en la aplicación de 10 encuestas dirigidas a los dueños y administradores de los complejos turísticos más importantes y representativos de los sectores más cercanos al lugar donde se desea realizar el emprendimiento.

Como se mencionó anteriormente para el levantamiento de información se tomó una muestra no probabilística.

ENCUESTAS REALIZADAS A DUEÑOS Y ADMINISTRADORES DE MICROEMPRESAS SIMILARES

1.- ¿Las vías de acceso para llegar a su establecimiento son?

Tabla 19

Calidad de vías en la comunidad

CALIDAD DE VIAS EN LA COMUNIDAD			
ESTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
BUENO	3	30%	
REGULAR	5	50%	
MALO	2	20%	
TOTAL	10	100%	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

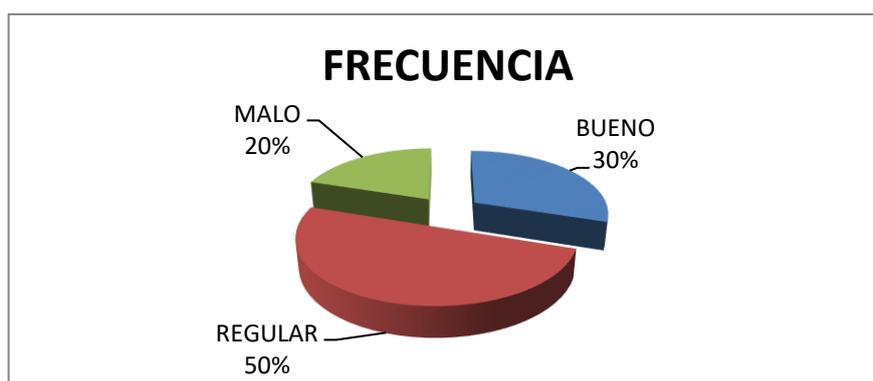


Figura 10 Calidad de vías en la comunidad

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Se puede notar que la mayoría de estas empresas turísticas están ubicadas en la zona rural por esta razón las vías de acceso no están en óptimas condiciones pero si son transitables.

2.- ¿Para cuántas personas tiene capacidad su establecimiento?

Tabla 20

Capacidad existente

CAPACIDAD EXISTENTE			
CAPACIDAD	FRECIENCIA	%	
1 a 10	6	60%	
11 a 20	2	20%	
21 a 30	1	10%	
más de 31	1	10%	
TOTAL	10	100%	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

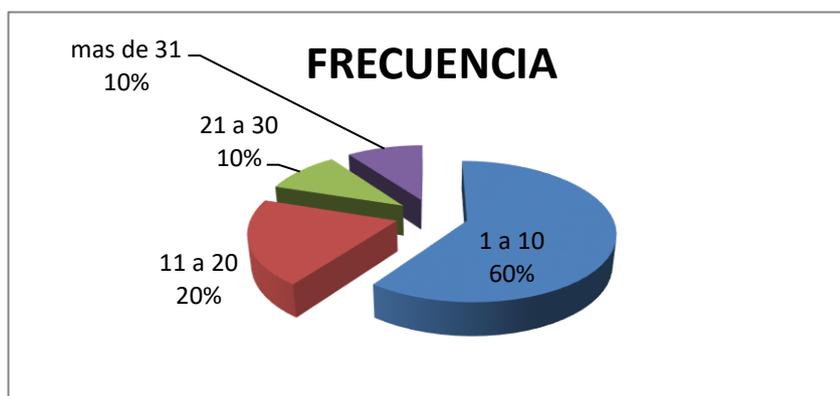


Figura 11 Capacidad existente

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Al ser emprendimientos de menor escala su capacidad de atención está en 10 personas lo que también es buen número tomando en cuenta el impacto económico que cada turista causa en un sector

3.- Su centro turístico atiende a los clientes de forma:

Tabla 21

Frecuencia de atención

FRECUENCIA DE ATENCION			
ATENCION	FRECUENCIA	%	
Atención Permanente	8	80%	
Fines de Semana, Feriados	2	20%	
TOTAL	10	100%	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

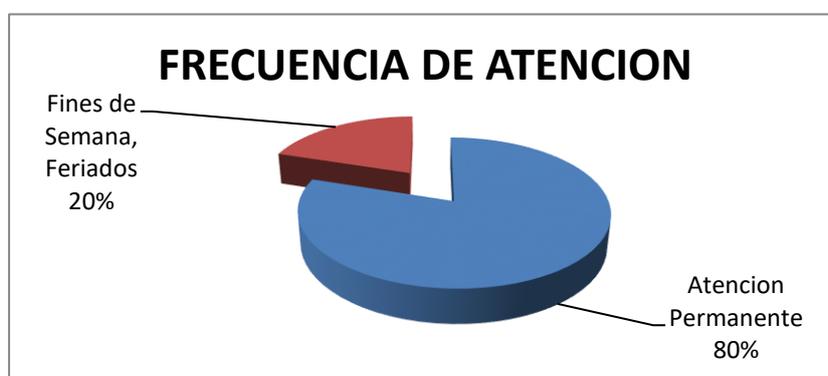


Figura 12 Frecuencia de atención

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Los centros turísticos encuestados tienden la mayor parte del tiempo a excepción de que ya estén copados lo que solo sucede en temporadas altas

4.- ¿Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visitan su establecimiento?

Tabla 22

Número de visitantes

NUMERO DE VISITANTES			
NUMERO	FRECUENCIA	%	
De 1 a 15 visitantes	9	90%	
De 1 a 30 visitantes	1	10%	
De 31 visitantes a 50	0	0%	
De 51 visitantes en adelante	0	0%	
TOTAL	10	100%	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

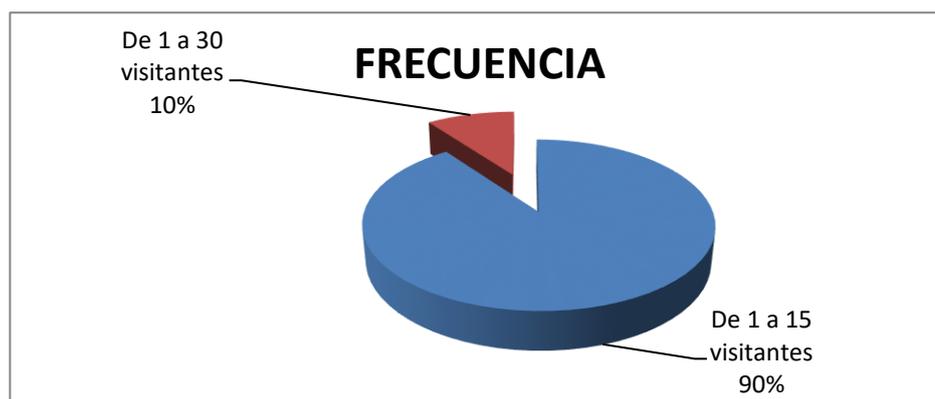


Figura 13 Número de visitantes

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Más allá de las llamadas temporadas altas se mantiene una constante de visitas con un máximo de 15 turistas semanales aunque es importante aclarar que son números promedios ya que en algunas ocasiones no hay ningún visitante

5.- Los turistas que visitan su hostería son:

Tabla 23

Origen del turista

ORIGEN DEL TURISTA		
TURISTAS	FRECUENCIA	%
Locales	0	0%
Nacionales	1	10%
Extranjeros	9	90%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

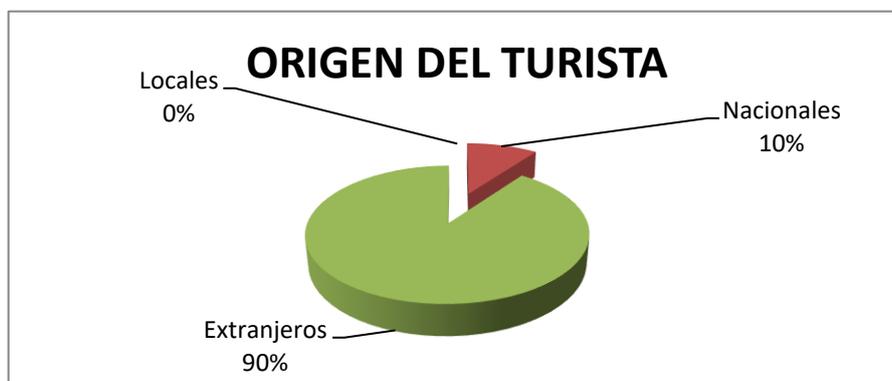


Figura 14 Origen del turista

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Como pudimos notar en la segmentación del mercado este tipo de actividades turísticas si bien es cierto va en crecimiento la mayoría de interesados son turistas extranjeros mientras que los turistas nacionales son muy escasos

6.- ¿En qué temporadas vienen más turistas?

Tabla 24

Temporada de visita

TEMPORDA DE VISITAS			
EPOCA DEL AÑO	FRECUENCIA	%	
Primer trimestre	1	10	10%
Segundo trimestre	2	20	20%
Tercer trimestre	4	40	40%
Cuarto trimestre	3	30	30%
TOTAL	10	100	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

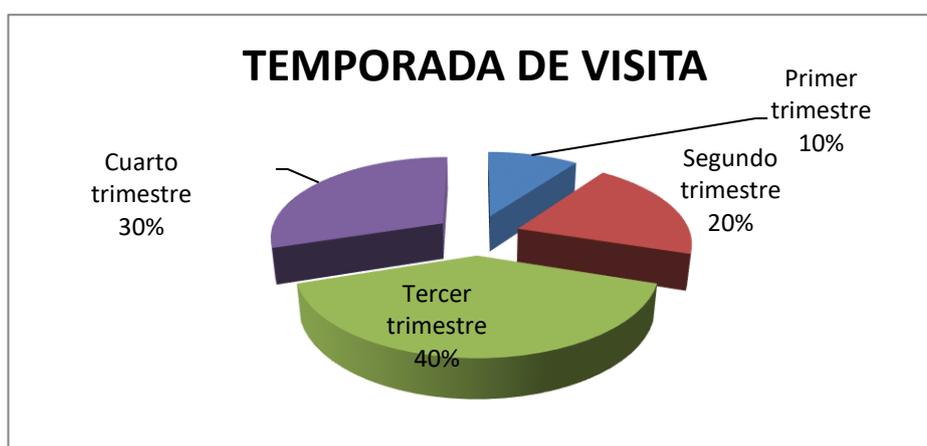


Figura 15 Temporada de visita

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Podemos afirmar que el tercer trimestre del año es el de mayor afluencia y en algunos lugares han mencionado que se debe a que en los meses de junio, julio y agosto se llevan a cabo las fiestas del Inty Raymi.

7.- ¿Cuáles son los motivos para que exista mayor afluencia de turistas a su establecimiento?

Tabla 25

Afluencia de turistas

AFLUENCIA DE TURISTAS		
MOTIVACION	FRECUENCIA	%
Servicios específicos por temporada	2	20%
Fiestas tradicionales del sector	7	70%
Otros	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

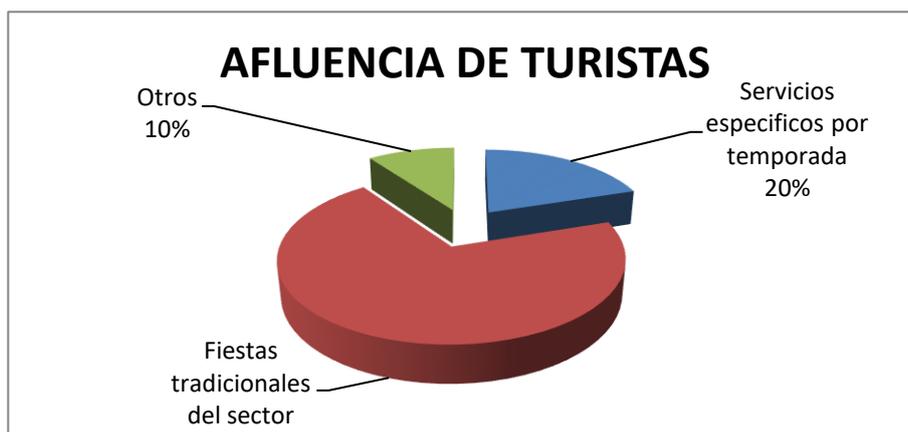


Figura 16 Afluencia de turistas

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

En la pregunta anterior notamos este particular. Los turistas prefieren visitar las comunidades en las épocas donde se celebran las fiestas de la cosmovisión andina así como las fiestas del Yamor en el caso específico de la ciudad de Otavalo y sus comunidades aledañas.

8.- ¿Qué servicios ofrece su centro turístico?

Tabla 26

Oferta de servicios

OFERTA DE SERVICIOS			
SERVICIOS	FRECUENCIA	%	
SERVICIOS DE GUIANZA	3	30%	
SERVICIO DE ALOJAMIENTO	2	20%	
SERVICIO DE ALOJAMIENTO Y GUIANZA	4	40%	
SERVICIO DE ALIMENTACION	1	10%	
TOTAL	10	100%	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

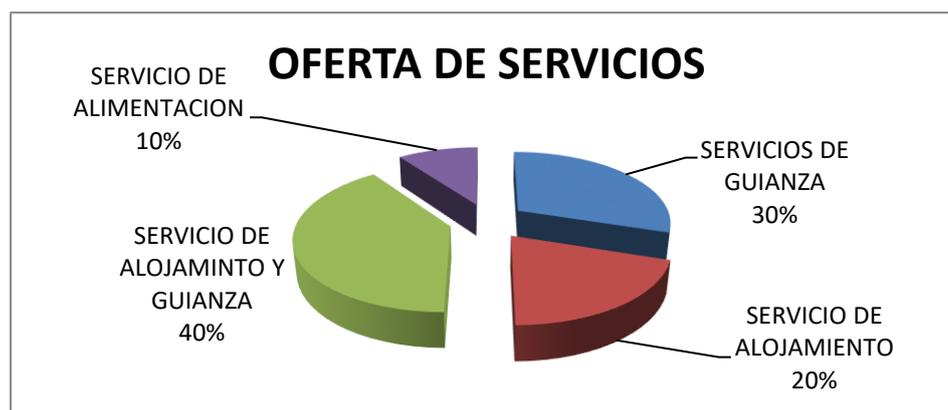


Figura 17 Oferta de servicios

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Los servicios que son demandados en su mayoría son los de alojamiento y guianza.

Aunque también existen casos donde solo buscan alojamiento.

9.- Los precios que pagan sus clientes oscilan entre:

Tabla 27

Precio de los servicios

PRECIOS DE LOS SERVICIOS		
PRECIOS	FRECUENCIA	%
De 10 a 20 dólares	2	20%
De 21 a 30 dólares	4	40%
De 31 a 50 dólares	3	30%
De 50 en adelante	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

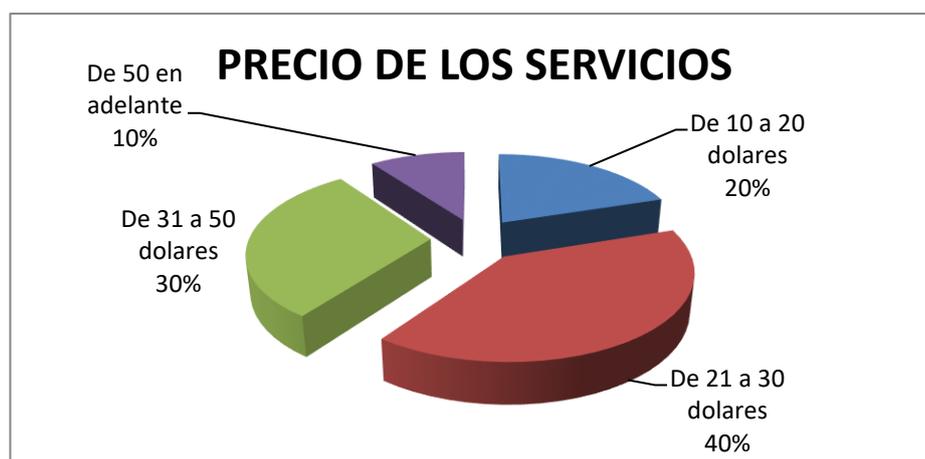


Figura 18 Precio de los servicios

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

En nuestro estudio tanto en el análisis de la demanda como en el de la oferta los precios que están dispuestos a pagar tienen mucha semejanza llegando así a un precio promedio de 40 dólares que paga cada turista por los servicios que deseamos ofertar.

10.- ¿Aproximadamente cuanto invierte usted en publicidad de su centro turístico?

Tabla 28

Inversión en publicidad

INVERSION EN PUBLICIDAD		
RUBRO	FRECUECIA	%
Menos de 50 dólares	5	50%
De 50 a 100 Dólares	4	40%
Más de 100 dólares	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA



Figura 19 Inversión en publicidad

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Las empresas turísticas están muy poco interesadas en pagar publicidad, ya que hoy en día los canales digitales como Facebook y Twitter son más eficaces y económicos para promocionar su sitio.

12.- ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su centro turístico?

Tabla 29

Medios de publicidad

MEDIOS DE PUBLICIDAD		
TIPO DE MEDIO	FRECUENCIA	%
TELEVISION	0	0%
RADIO	0	0%
PRENSA	0	0%
AFICHES	1	10%
INTERNET	6	60%
OTROS	3	30%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

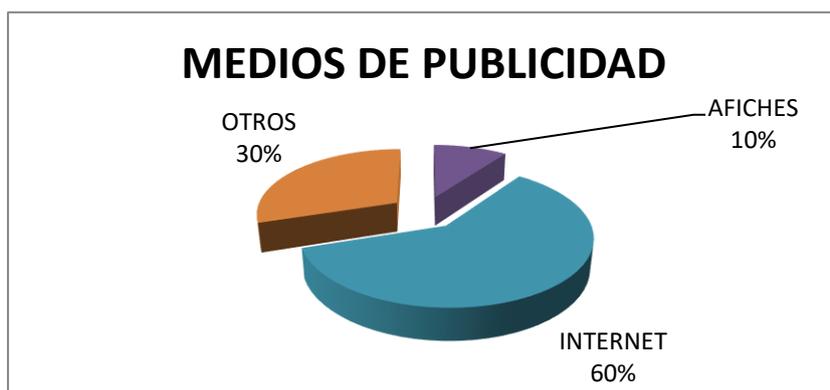


Figura 20 Medios de publicidad

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

13.- ¿Qué nivel de instrucción tiene su personal?

Tabla 30

Competencias del talento humano

COMPETENCIAS DEL TALENTO HUMANO		
COMPETENCIAS	FRECUENCIA	%
Estudios Superiores	3	30%
Estudios de Bachillerato	4	40%
Educación básica	2	20%
Otros	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

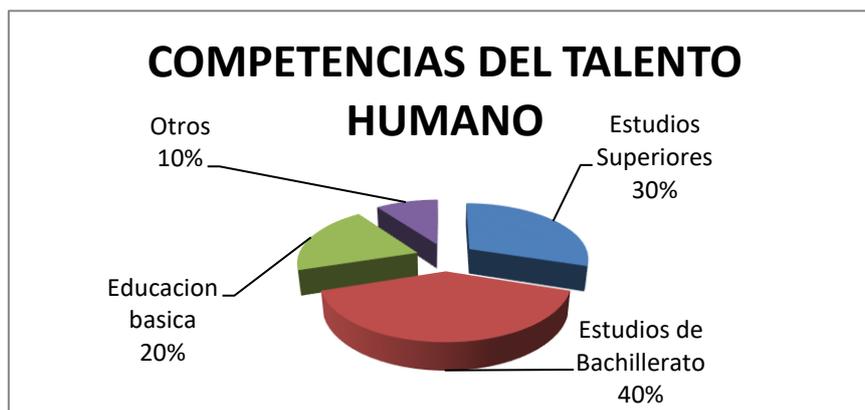


Figura 21 Competencias del talento humano

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

La mayor parte de los trabajadores de estas áreas son bachilleres. Pero cabe recalcar que en las comunidades las personas no tienen el nivel de educación básica, pero sus líderes si lo que hace que se organicen y formen estas asociaciones de turismo

14.- ¿Usted lleva algún sistema contable en su establecimiento?

Tabla 31

Sistema contable

SISTEMA CONTABLE			
CONTABILIDAD	FRECUENCIA	%	
SI	10	10	10%
NO	0	0	0%
TOTAL	10	10	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

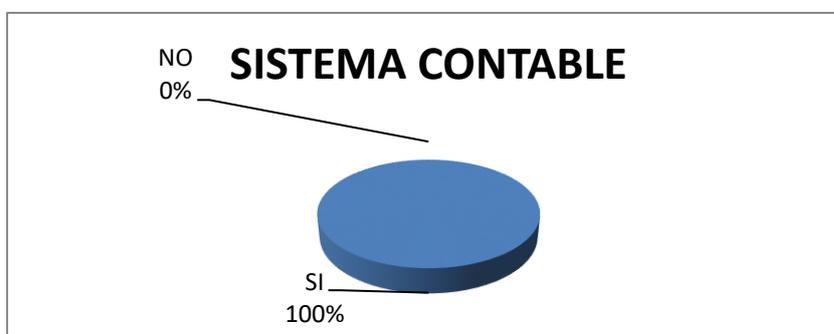


Figura 22 Sistema contable

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Todas las empresas señalan que si llevan un registro contable, pero en casos específicos de comunidades alejadas este sistema es empírico que lo lleva su líder. Es claro para sus integrantes pero no es un manejo contable completo.

3.6.2. Análisis de los datos Históricos de la Oferta

El ministerio de turismo en el año 2011 realiza un estudio de turismo receptor para la provincia de Imbabura en donde señala la cantidad de turistas que ingresan en función de sus necesidades y de la misma manera los servicios a los que acceden una vez que se encuentran dentro de Imbabura. A continuación se realiza un análisis de mencionado boletín.

El 3.5% de los turistas que ingresan al país visitan Imbabura y de este número el 38.4% realiza actividades de turismo, ocio y recreación. Dentro de estas actividades el turismo cultural y el turismo ecológico ocupan un 61% y 19% respectivamente de los visitantes a la provincia



Figura 23 Análisis de los datos Históricos de la Oferta

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO; BOLETIN "IMBABURA TURISMO RECEPTOR 2011"
ELABORADO POR: DIRECCION DE INVESTIGACION DEL MINISTERIO DE TURISMO

Basado en el análisis anterior el ministerio realiza un análisis del número de turistas que las microempresas de turismo rural, ecológico, comunitario y semejantes ha atendido en sus instalaciones.

Este análisis se realiza al momento de actualización de datos para el funcionamiento respectivo logrando así las siguientes conclusiones.

A continuación mencionamos las actividades que más se ofertaron desde en promedio en el año 2016 que fueron recopiladas en la actualización del año 2017:

- 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 % que son 161 turistas.

Estos porcentajes sumados para lograr el 100% nos dan un número de 1464 turistas en el año 2016.

3.6.3. Proyección de la Oferta

La tasa de crecimiento para los ofertantes es tomada de la ficha de crecimiento sectorial de la Corporación Financiera nacional que en su boletín informativo del 2017 que señala que el sector turístico tuvo un crecimiento del 3% en referencia al año 2016, además cabe recalcar que este porcentaje se mantendrá según el Ministro de Turismo, Enrique Ponce de León quien en una entrevista a medios Públicos.

Tabla 32**Datos históricos de la oferta**

TASA DE CRECIMIENTO	AÑOS		
	2016	2017	2018
3.0%	1.461	1.505	1.550

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO "BOLETIN IMBABURA TURISMO RECEPTOR"
ELABORADO POR: LA AUTORA

Tabla 33**Proyección de oferta**

TASA DE CRECIMIENTO	AÑOS					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
3.0%	1550	1596	1644	1694	1745	1797

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO "BOLETIN IMBABURA TURISMO RECEPTOR"
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.7. Balance Oferta- Demanda

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.

Tabla 34**Balance Oferta – Demanda**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL
2018	64,555	1,550	63,005
2019	73,592	1,596	71,996
2020	83,895	1,644	82,251
2021	95,641	1,694	93,947
2022	109,030	1,745	107,286
2023	124,295	1,797	122,498
TOTAL	551,008	10,026	540,983

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Este balance de Oferta-Demanda demuestra un escenario optimista para éste sector turístico y la prestación de servicios turísticos rurales, además existe una gran demanda, en éste caso 64,555 turistas como demanda y una oferta de 1,550 servicios turísticos atendidos.

Demanda que no alcanza a ser cubierta por lo que existe un déficit de 63,005 turistas, indicador que muestra un horizonte positivo para la creación de la empresa, es decir un buen mercado para orientar las prestación de estos servicios de turismo rural.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial que se ha determinado para la empresa, está constituida por los turistas extranjeros que visitan la provincia de Imbabura, considerando las tasas de crecimiento en función de los datos históricos recopilados. De esta demanda la empresa tomara el 1.5% de acuerdo a la capacidad instalada

Tabla 35

Demanda potencial

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE TOMADO POR KAUSAY 1.5%
2018	64,555	1,550	63,005	0
2019	73,592	1,596	71,996	1080
2020	83,895	1,644	82,251	1234
2021	95,641	1,694	93,947	1409
2022	109,030	1,745	107,286	1609
2023	124,295	1,797	122,498	1837
TOTAL	551,008	10,026	540,983	7,170

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.8. 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.

Tabla 36

Cuadro de precios de la competencia

ACTIVIDAD	HATUNTAQUI	RUNA TUPARI	PRECIO PROMEDIO	PRECIO KAUSAY
TOUR A	\$30.00	\$35.00	\$32.50	\$35.00
COMUNIDADES				
TOUR A		\$40.00	\$40.00	\$40.00
CABALLO				
ASCENSO AL	\$60.00	\$70.00	\$65.00	\$60.00
IMBABURA				
TREKKING				
CASCADA DE		\$35.00	\$35.00	\$35.00
PEGUCHE				
PAQUETES DE	\$0.00	\$400.00	\$400.00	\$350.00
CINCO DIAS				

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.8.1. Proyección de precios

Los precios serán proyectados tomando en cuenta la inflación actual que es del 0.06% a julio del 2018 según el Banco central del Ecuador

Tabla 37
Proyección de precios

PROYECCION DE PRECIOS						
CONCEPTO	2019	2020	2021	2022	2023	
TOUR A						
COMUNIDADES	\$35.00	\$35.02	\$35.04	\$35.06	\$35.08	
TOUR A CABALLO	\$40.00	\$40.02	\$40.05	\$40.07	\$40.10	
ASCENSO AL						
IMBABURA	\$60.00	\$60.04	\$60.07	\$60.11	\$60.14	
TREKKING						
CASCADA DE						
PEGUCHE	\$35.00	\$35.02	\$35.04	\$35.06	\$35.08	
PAQUETE						
COMPLETO	\$350.00	350.21	350.42	350.63	350.84	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.9. 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 empresa 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.
- h) Patrocinar eventos culturales y artistas folklóricos que promuevan y recuperen nuestras tradiciones

3.10. Programas de paquetes turísticos.

La empresa prestará los siguientes paquetes turísticos:

Tabla 38

Cuadro de paquetes turísticos

DESCRIPCION	PRECIO	ACTIVIDADES INCLUIDAS	OBSERVACIONES
1. TOUR A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Este tour se encargará de visitar las Comunidades del Cantón Antonio Ante y previo acuerdos en el 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 en el lugar más cercano a la comunidad visitada.	\$35.00	Guía Pasajes de bus Alimentación	El pasaje de bus es opcional y depende de las comunidades que se visiten Mínimo 2 personas para la realización de esta actividad
2. TREKING EN LA CASCADA DE PEGUCHE Este tour le permitirá observar la flora y fauna existente dentro de la conocida cascada de Peguche ubicada a 5	\$35.00	Pasajes de Bus Entrada a las Cascadas Alimentación	Para realizar esta actividad mínimo 2 personas

DESCRIPCION	PRECIO	ACTIVIDADES INCLUIDAS	OBSERVACIONES
<p>minutos de la ciudad de Otavalo o 15 minutos de la comunidad de Pucara y su majestuoso paisaje, con una duración de 4 a 5 horas podremos ver las tres cascadas, un espectacular mirador ubicado casi en el centro de la pate alta y disfrutar de sus espacios verdes aptos para realizar actividades como yoga, parrilladas, deportes, fotografía, pintura y más encantos de la naturaleza.</p>			
<p>3. 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 al cerro Imbabura.</p>	\$40.00	<p>Guía Alquiler caballo Alimentación</p>	<p>Para realizar esta actividad al menos 2 personas</p>
<p>4. TOUR ASCENSO AL IMBABURA Este tour de aventura permite subir hasta la cima del volcán atravesando la comunidad indígena de Pucará a 3.000 m, cruzaremos la región montañosa y podremos observar la ciudad de Atuntaqui, 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	<p>Guía Costo de traslado Alimentación</p>	<p>Para realizar esta actividad se necesita mínimo 2 personas</p>

DESCRIPCION	PRECIO	ACTIVIDADES INCLUIDAS	OBSERVACIONES
5. PAQUETE COMPLETO DE CINCO DIAS: Incluye todas las actividades antes descritas, para finalizar en el último día antes de que el turista deje as instalaciones de “RUNA KAUSAY” se realiza la PACHAMANCA, una comida tradicional que consiste en la cocción de los alimentos a altas temperaturas bajo tierra.	350,00	Guía Costo de traslado Alimentación Hospedaje	Para realizar esta actividad se necesita mínimo 2 personas

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.11. Conclusiones del análisis del estudio de mercado

- El turismo que llega a la ciudad de Otavalo, 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 empresa.
- 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 Otavalo para determinar sus necesidades, y los valores que se destinarían a actividades de turismo rural.
- Esta empresa se enmarca dentro de la nueva tendencia de turismo recreativo, ambiental, por el momento el Cantón Antonio Ante 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 servicios turísticos.
- La creación de ésta empresa será un incentivo para promover e incrementar el Turismo en Antonio Ante y en la Provincia.

- El medio de promoción y marketing que utilizará esta empresa 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, volantes, etc.
- 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 estas actividades.

3.12. 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. .
- 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.
- 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.
- Los lugares a ser visitados deberán también contar con rutas de acceso seguras, y la empresa se comprometerá a dotar de los equipos necesarios para el desarrollo de la actividad

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

Este capítulo permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido el lugar donde funcionara la microempresa turística se analizará factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

Posteriormente definiremos aspectos básicos referentes a la instalación y funcionamiento de la planta, siendo estos: determinación de la inversión para la adquisición de los recursos necesarios para un normal funcionamiento, diseño y distribución de la planta, proceso productivo, organización general de la empresa y recurso humano

4.2. Objetivo general

Elaborar el estudio técnico para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucara de San Roque del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura

4.3. Objetivos específicos

- Establecer la localización macro y micro del proyecto
- Determinar el tamaño del proyecto
- Examinar la disponibilidad de recursos

4.4. Tamaño del proyecto

Al ser un proyecto turístico para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado.

El presente proyecto está enfocado como proyecto productivo en pequeña magnitud desde el aspecto empresarial ya que se considera que tiene menos de veinte trabajadores, tiene un volumen de ventas reducido, se dedica principalmente a actividades de servicio.

4.4.1. Factores que Afectan el Tamaño

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso es resulta la implementación del proyecto.

Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista.

4.4.2. Determinación De La Capacidad Del Proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Objetivos de crecimiento
- Disponibilidad de recursos financieros

- Materias primas e insumos
- Fijación de la capacidad de la microempresa

1. Objetivos De Crecimiento

Para la determinación de los objetivos de crecimiento se parte de la captación que se realiza de la demanda insatisfecha y el planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la disponibilidad de recursos como se ilustra en el siguiente cuadro.

Tabla 39

Objetivos de crecimiento

PERÍODOS	DEMANDA		PORCENTAJE DE	
	DEMANDA	OFERTA	INSATISFECHA	CAPTACION 1.5%
2018	64555	1550	63005	0
1	73592	1596	71996	1080
2	83895	1644	82251	1234
3	95641	1694	93947	1409
4	109030	1745	107286	1609
5	124295	1797	122498	1837

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO
ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha alcanza el 1.5%, lo que demuestra una expectativa de crecimiento favorable respecto al proyecto. El precio se estableció de acuerdo al análisis realizado anteriormente para estimar los ingresos anuales que tendrá el proyecto.

2. Disponibilidad De Recursos Financieros

Para la implementación del proyecto se cuenta con un espacio de 600m² con una construcción de 72 m² cuyo valor comercial de 10.000 dólares, equivalente a un capital

propio que será tomado como aporte al momento de crear la escritura pública de constitución de la microempresa.

Para cubrir la inversión que se realizara en muebles y enseres, adecuación de los espacios de alojamiento, capacitación al personal y materiales necesarios para la correcta operatividad de la microempresa se accederá a un crédito en las instituciones del sistema financiero.

3. Materias primas e insumos

La microempresa prestará un servicio de guías turísticos, alojamiento para lo cual los insumos y materias primas los encontramos en el medio.

Existen sitios turísticos que serán motivo de nuestras visitas, el acceso a ellos no tiene restricciones lo que da la facilidad para la ejecución de las actividades turísticas, reúnen las condiciones de calidad de acuerdo a lo que la demanda requiere.

En cuanto al servicio de alojamiento se requiere comprar muebles y accesorios para la adecuación de las habitaciones que recibirán a los turistas y dichos enseres se encuentran en el medio fácilmente.

4. Fijación de la capacidad del Proyecto

Este aspecto en el tamaño del proyecto tiene relación con el volumen de su producción y su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo derivada del estudio de mercado.

Las instalaciones del alojamiento de los turistas cuentan con capacidad máxima para seis personas cada noche, en función de esta capacidad se ha tomado un porcentaje de la demanda para captarla.

5. La Organización

La organización de la empresa estará compuesto por personal administrativo y operativo. Con respecto a este factor se tomara en cuenta personal calificado.

4.5. Localización

4.5.1. Macrolocalización del proyecto

La Microempresa de Turismo Vivencial estará localizada en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

REGIÓN: Sierra

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Antonio Ante



Figura 24 Macrolocalización del proyecto



Figura 25 Macrolocalización del proyecto

4.5.2. Microlocalización del proyecto

El proyecto se encontrará localizado en el Cantón Antonio Ante, Parroquia San Roque, Comunidad de Pucará en la Av. Pucará al lado derecho de la línea férrea.

PARROQUIA: San Roque

COMUNIDAD: Pucará Bajo

UBICACION: Av. Pucará; Línea Férrea vía a Andrade Marín y calle las Moras hasta la asequia de San Antonio.

CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA

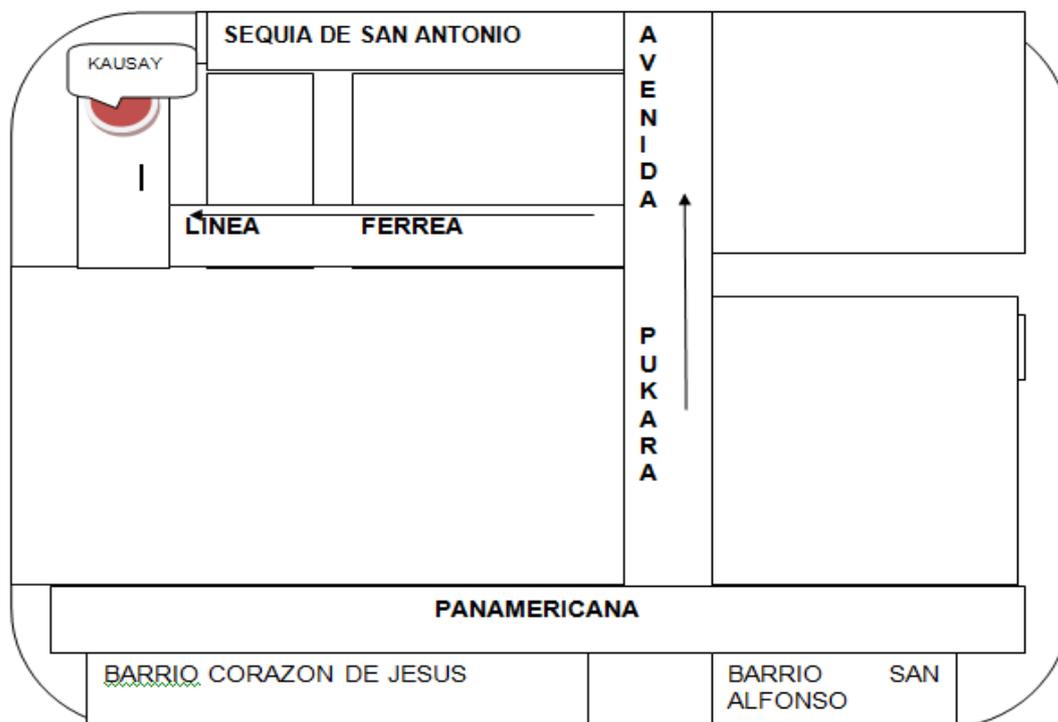


Figura 26 Microlocalización del proyecto

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

4.5.3. Servicios básicos y comunicación

La comunidad de Pucara de San Roque cuenta con todos los servicios básicos como son: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, alumbrado público, telefonía celular, Internet.

En cuanto a vías de acceso se cuenta con vías empedradas con aceras a los costados, y otras vías de tierra que son de acceso complementario.

4.6. Ingeniería del proyecto

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos del servicio, descripción del servicio, precio, canales de distribución y comercialización equipo, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

4.6.1. Requerimiento de infraestructura Civil

Para las instalaciones físicas que son espacios donde funcionara el alojamiento y la administración.

Para diagramar los espacios se ha optado por la contratación de los servicios de un arquitecto.

Es importante indicar que va contener las diferentes aéreas con que va estar formada la empresa para tener claro los requerimientos para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

1. Distribución de las instalaciones

Para el óptimo funcionamiento de ésta microempresa de Turístico, con un servicio de calidad requiere contar con las siguientes áreas: A continuación se puede apreciar el plano de la empresa y la distribución existente; esta en relación a lo que quiere realizar con la implementación de este proyecto.

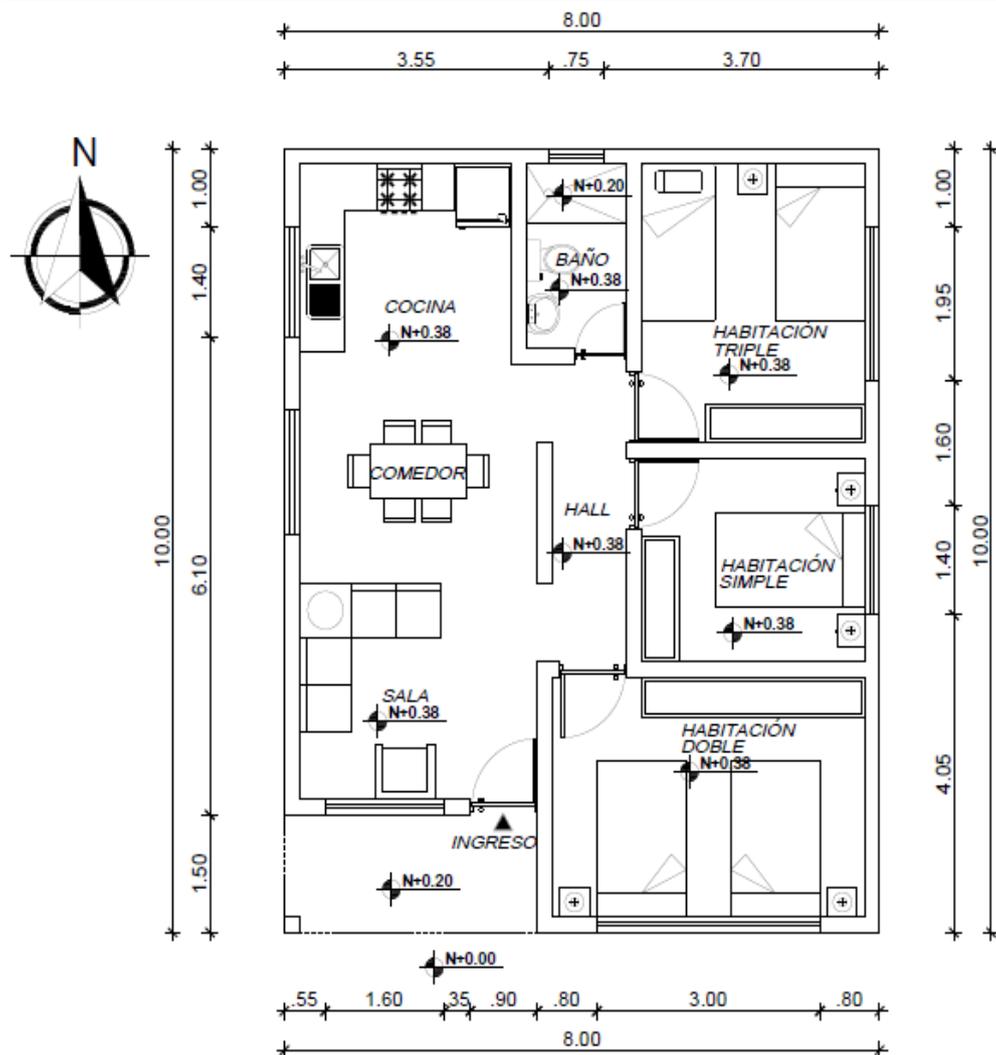


Figura 27 Distribución de las instalaciones

ELABORADO POR: ARQ. YAMBERLA JORGE. Año 2018

Al ser el servicio de turismo vivencial se pretende incluir a los huéspedes en las actividades diarias, por lo que la acogida se realizara en un ambiente hogareño como lo muestra la imagen de la distribución. Siendo así que a habitación triple constará de una cama litera y otra cama de plaza y media, la habitación simple de una cama de dos plazas y la habitación doble de dos camas de plaza y media

Cabe mencionar que los inversionistas cuentan con un terreno y una edificación de las dimensiones señaladas en el plano.

Terrenos

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportara como inversión propia un terreno de 600m2 cuyo costo en el mercado es de 7000 dólares según el avalúo del municipio de Antonio Ante.

Tabla 40

Requerimiento de terreno

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
TERRENO	600 M2	\$ 7000

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D

Edificios

También como parte de la inversión propia una edificación de construcción mixta es decir paredes de bloque, soporte en el techo de madera cubierto por eternit, el piso de hormigón simple sin revestimiento. Esta estructura está valorada en 10.000 dólares.

Tabla 41

Requerimiento de edificio

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
EDIFICIO	80M2	\$ 10.000

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D

4.6.2. Requerimiento equipo de oficina

Después de analizar el espacio y los departamentos administrativo y operativo de la microempresa se han realizado las estimaciones de requerimientos para su correcto funcionamiento como lo muestran los siguientes cuadros:

Tabla 42**Equipo de oficina**

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELEFONO MOVIL	3	25	75
PAPELERA	3	20	60
GRAPADORA	2	15	30
PERFORADORA	2	15	30
CAMARA DE FILMACION	1	600	600
CAMARA FOTOGRAFICA	2	400	800
TOTAL			1,595

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.6.3. Requerimiento de equipo de cómputo

Para la realización del proceso contable, y admiración de la microempresa se requiere acceder a equipos de cómputo estimado de la siguiente manera:

Tabla 43**Equipo de cómputo**

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORA	1	1000	1000
ESCRITORIO			
IMPRESORA	1	300	300
TOTAL			1,300

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.6.4. Requerimiento muebles y enseres

Para la adecuación del espacio de trabajo así como de las estancias de recibimiento y hospedaje se requiere los siguientes enseres:

Tabla 44
Muebles y enseres

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Nº	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
ADMINISTRATIVA	GERENTE	ESTACION DE TRABAJO	1	500	500	
		ARCHIVADOR	2	250	500	
		SILLA EJECUTIVA	1	200	200	
		SUBTOTAL				1,200
OPERATIVO		CAMAS 1.5 PLAZAS	4	150	600	
		CAMAS 2 PLAZAS	2	250	500	
		ALOJAMIENTO LENCERIA DE CAMA	18	50	900	
		ARMARIOS	3	100	300	
			JUEGO DE MUEBLES	1	400	400
			LAMPARAS	5	25	125
		GUIAS DE TURISMO	ARCHIVADOR	3	250	750
		SUBTOTAL				3,575
	TOTAL					4,775

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.6.5. Requerimiento de suministros de oficina y servicios básicos

Dentro del área operativa así como la administrativa se necesita de materiales varios para la ejecución de las labores que han sido considerados así:

Tabla 45**Suministros oficina y servicios básicos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CONSUMO DE AGUA	50	600
CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA	70	840
CONSUMO DE TELEFONO E INTERNET	100	1200
UTILES DE OFICINA	150	1800
UTILES DE ASEO	50	600
TOTAL	420	5040

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.6.6. Requerimiento de talento Humano

El estudio de los requerimientos de personal lo realizará mediante un análisis del puesto. Esto permitirá delimitar el número de personas que la empresa necesitara y los perfiles de las mismas. En el sexto capítulo de la propuesta de la organización y estructura de la empresa, será donde se amplíe los cargos y las funciones, los requerimientos mínimos para los puestos y su respectivo organigrama funcional. La denominación del puesto del personal se puede ver en el cuadro que se muestra a continuación.

Tabla 46**Requerimiento de talento Humano**

CONCEPTO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
GERENTE	1	500	6000
GUIA DE TURISMO	1	450	5400
PERSONAL DE ASEO Y COCINA	1	386	4632
TOTAL		1,336	16032

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D

Es importante aclarar que para realizar las declaraciones y demás actividades contables se contratarían los servicios profesionales de un contador que será pagado de acuerdo a la factura recibida de un valor de 150,00 dólares aproximadamente

4.6.7. Resumen de requerimientos de activos.

Tabla 47

Resumen de requerimientos de activos.

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS REQUERIDOS	
CONCEPTO	VALOR
EQUIPO DE OFICINA	1,595
EQUIPO DE COMPUTO	1,300
MUEBLES Y ENSERES	4,775
TOTAL	7,670

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.7. Ingeniería del servicio

La ingeniería del servicio hace referencia a la determinación de los procesos y requerimientos para el servicio que el proyecto brindará, siendo estos la base fundamental para toda nueva unidad productiva que quiera ingresar al mercado.

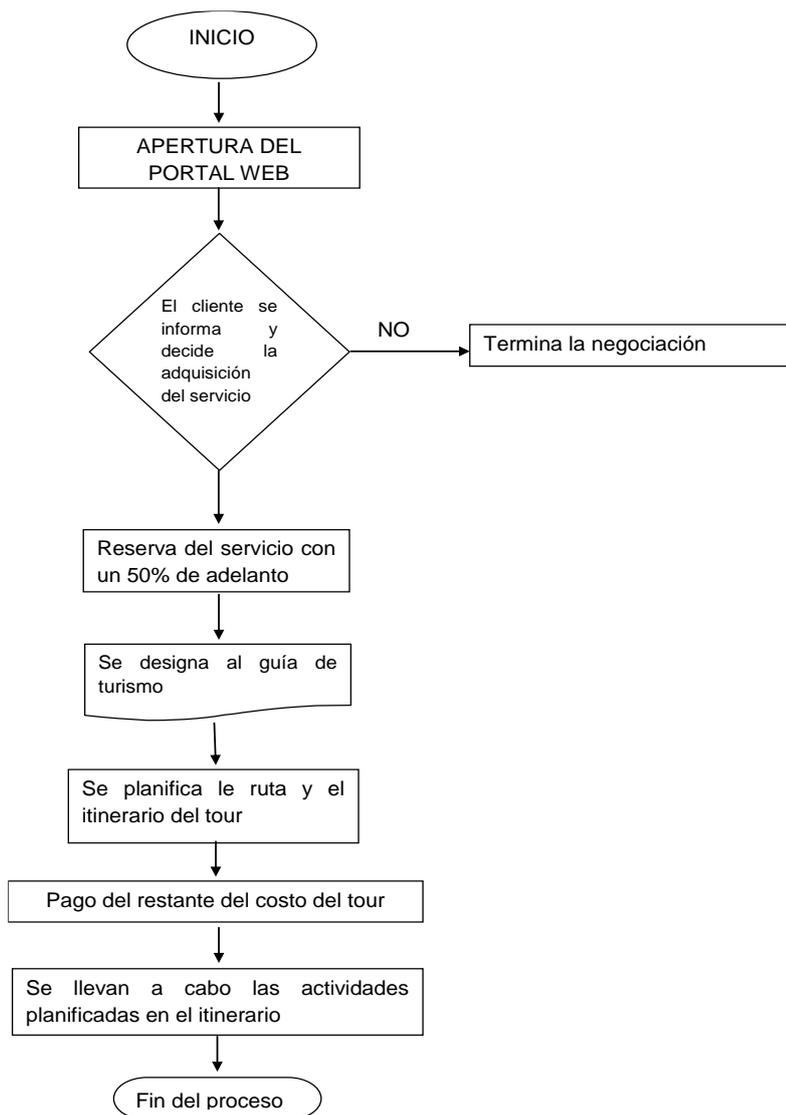


Figura 28 *Flujograma del servicio*

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

Tabla 48

Matriz de flujo del proceso

N°	ACTIVIDAD	ENCARGADO	TIEMPO	DESCRIPCION
1	Apertura de la página Web y redes sociales	Gerencia	Una Vez	Para la captación de los clientes se crearan paginas en Facebook, Instagram y una página exclusiva para ofertar nuestros servicios, de la ejecución de esta actividad estará bajo la supervisión de la gerencia
2	Visita de los interesados en el servicio a los sitios web de la microempresa	Gerencia	Todos los días	Después de la apertura de los sitios web será responsabilidad del área administrativa en este caso la gerencia de revisar los posibles interesados para cerrar las negociaciones y asegurar la prestación del servicio o no
3	Reservación del servicio con el pago del 50% del costo del servicio	Gerencia	Todos los días	Después de la aceptación por parte los interesados en optar por los servicios que presta la microempresa, se asegurara dicho servicio a prestarse con el pago de 50% del costo del servicio ya sea por medios electrónicos sustentables o de forma directa
4	Designación de las habitaciones y el guía de turismo encargado	Gerencia	Los días que sean necesarios	Una vez que los paquetes de turismo y los servicios hayan sido reservados se procederá a designar al guía que atenderá dicho paquete turístico, además de la designación de las habitaciones que serán ocupadas por los visitantes.
5	Planificación de las actividades y los itinerarios	Guías de turismo	Los días que sean necesarios	Después de designados los guías y habitaciones se procederá a la coordinación de los tiempos y horarios para la realización de las actividades para grupo de turistas y sus visitas a los diversos lugares que consten en la compra de sus paquetes turísticos
6	Pago del restante del costo del servicio	Gerencia	Todos los días	Antes de realizar las actividades el cliente deberá cumplir con el pago total del servicio para así generar los comprobantes necesarios y disponer de todo lo necesario para una atención personalizada y de calidad
7	Realización de todas las actividades planeadas	Guías de turismo y Gerencia	Todos los días	Una vez concluidos los preparativos por parte de la microempresa y del correspondiente pago realizado por los clientes se realizarán todas las actividades que fueron planeadas
8	Final de las actividades y clausura de cada paquete turístico	Guías de Turismo	Los días que finalice los tours	Una vez que las actividades con los turistas concluyan se realizara la entrega de recuerdos de las actividades realizadas como fotografías y artesanías temáticas que serán realizadas para cada turista

ELABORADO POR: JACQUELINE ZAMBRANO D.

4.8. Conclusiones

La ubicación que se ha escogido para la creación de la microempresa permite el fácil acceso del turista hacia las instalaciones pero a su vez está cerca de los atractivos turísticos que eran objeto de las actividades planificadas.

Los materiales e insumos requeridos para la prestación de los servicios son de fácil acceso y en vista de que la microempresa es de pequeña escala no demandan mayores trámites para su adquisición.

El internet como una de las herramientas más importantes para la comercialización del servicio es de gran ayuda ya que la creación de páginas sociales permite llegar a todos los lugares del mundo sin la necesidad de recursos costosos.

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

5.1. Introducción

Este capítulo tiene como finalidad tratar los puntos principales que son: estructura estratégica, organigrama estructural, requisitos legales, permisos de funcionamiento y estatutos de la compañía de responsabilidad Ltda.

5.2. Objetivo general

Diseñar la estructura organizacional de la microempresa de turismo vivencial.

5.3. Objetivos específicos

- Definir la estructura organizacional
- Analizar las funciones del personal
- Estudiar los aspectos legales sobre la creación de la microempresa

5.4. Denominación de la microempresa

Entendiéndose como una microempresa como una unidad económica que acopla los recursos materiales, tecnológicos, y humanos para generar un bien o servicio, que satisfaga las necesidades de un determinado mercado y así obtener una utilidad o beneficio económico, desde el punto de vista del inversionista privado y beneficio social en caso de ser una entidad sin fines de lucro.

Para iniciar las actividades en primera instancia se decidió nombre de la empresa que se denomina “RUNA KAUSAY” que será constituida como una compañía de responsabilidad limitada.

5.4.1. Importancia de la microempresa

Tomando en cuenta el estudio diagnóstico y el trabajo de campo efectuado se puede afirmar que el presente proyecto de microempresa resulta importante ponerle en marcha considerando las siguientes razones:

- Incentivara la economía local mediante el acceso a productos y servicios complementarios a los paquetes turísticos de la microempresa
- Sera una forma de rescatar la cultura indígena y las tradiciones culturales de la población indígena.
- Creará conciencia en el buen manejo de los desechos y el cuidado del medio ambiente.

5.4.2. Beneficiarios

La implementación de la nueva actividad económica tendrá beneficiarios directos e indirectos. Los primeros serán los gestores del proyecto, mientras que los segundos serán los habitantes que realicen actividades económicas complementarias a nuestros servicios, ya que de ellos se proveerá la empresa para la atención a sus clientes.

5.4.3. Base legal

La forma jurídica de la microempresa es de responsabilidad limitada, que será constituida con por seis socios y para su funcionamiento es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Apertura de una cuenta en una entidad del sistema financiero
- Elaboración de una minuta ante un abogado
- Registrar en una notaría pública
- Registro mercantil
- Obtener el RUC
- Afiliación a la cámara de turismo
- Registro de Operación turística ante el MINTUR
- Licencia anual de funcionamiento
- Patente municipal
- Permiso de funcionamiento de los bomberos.

Dentro de los requisitos antes mencionados también deben realizarse otros trámites complementarios.

- Para la obtención de RUC el SRI solicitara:
- Copias de la constitución de la compañía
- Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta votación del representante legal y contador de la empresa.
- Original y copia del pago de un servicio básico del domicilio de la empresa donde realiza las actividades económicas

Para la afiliación de la empresa a la Superintendencia de Compañías es necesario:

- Copia del RUC
- Copia de la cedula de ciudadana del representante legal de la microempresa
- Croquis de la ubicación de la microempresa

5.5. Nombre, slogan y logotipo

5.5.1. Nombre

El nombre de la empresa se compone de dos palabras quichuas “RUNA KAUSAY” que en español significa vida indígena , sin embargo para el logotipo solo se tomara la palabra “KAUSAY”

5.5.2. Logotipo

El logotipo es un elemento que forma parte de la marca que coadyuva a una identificación y reconocimiento del producto



Figura 29 Logotipo de la empresa

ELABORADO POR: ZAMBRANO D. LORENA

5.5.3. Slogan

La actividad que la microempresa va a realizar es de turismo vivencial de manera que es un proceso de aprendizaje de costumbre y cosas nuevas para el turista y de acuerdo a esto el slogan invita a experimentar actividades nuevas. *“Una forma diferente de ver la vida”* se usa como frase motivadora para realizar el turismo que proponemos.

5.6. Aspectos filosóficos

5.6.1. Misión

“Prestar un servicio de turismo vivencial rural personalizado y de calidad a turistas extranjeros; rescatando la cultura Indígena - Otavalo y sus tradiciones contribuyendo así al desarrollo socio-económico del entorno basado en actividades sustentables que aseguren un beneficio mutuo tanto a visitantes como a nativos de la comunidad”

5.6.2. Visión

“En un periodo de cinco años llegar a ser una de las empresas pioneras en ofrecer este servicio, desarrollando una ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado nacional, para dar a conocer de manera más extensa la cultura indígena y los diversos iconos turísticos de la provincia.”

5.6.3. Objetivos

Los objetivos de la microempresa son:

- Prestar el servicio de alojamiento y guías de turismo por los diversos iconos turísticos de la Provincia de Imbabura
- Generar utilidades mínimo en un 20% anual.
- Realizar innovaciones y diversificar los servicios.
- Mantener la calidad en los servicios

5.6.4. Valores corporativos

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL** asumimos el compromiso del servicio social y cultural de la comunidad.
- **EQUIDAD SOCIAL** Brindamos un trato igualitario a los trabajadores y sociedad en general.
- **TRANSPARENCIA** Daremos fiel cumplimiento a las normas legales vigentes.
- **RESPECTO AL AMBIENTE** Actuamos con responsabilidad y conciencia ecológica.
- **TRABAJO EN EQUIPO** Apoyamos toda iniciativa de mejora y trabajo mancomunado.

5.6.5. Políticas de la empresa

La empresa operará enmarcada en las siguientes políticas:

- Ofrecer a los clientes solo lo que esté en posibilidad de cumplir
- Saber exactamente las características y precios de los servicios que el establecimiento ofrece
- Respetar los reglamentos locales y nacionales que rigen la actividad del turismo, horarios, prohibiciones y seguridades, etc.
- Tratar con amabilidad y cortesía a cada uno de los clientes sin ninguna discriminación por su condición económica, étnica, religiosa, u orientación sexual.
- 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 visitas.
- Estar preparado para actuar de la mejor manera en cualquier tipo de emergencias.
- Estar informado de otros servicios que pueden complementar el servicio que prestamos.
- Incorporar aspectos de seguridad en beneficio de los clientes y de la actividad.

- Las actividades que realicen los miembros de la microempresa deben estar basadas y establecidas en el manual de funciones.
- Todos los contratos y venta de paquetes turísticos se deberán realizar por escrito sin excepción alguna.
- Tanto los ingresos así como los gastos de la empresa deberán ser sustentados mediante documentos que respalden éstas transacciones.
- Todos los paquetes turísticos vendidos deberán ser debidamente programados y llevar un itinerario para evitar contratiempos.

5.7. Estructura orgánica

La estructura orgánica de la empresa, es vertical que evidencia la lógica de la línea de mando, y los medios de control y dirección. Conforme crezca la empresa se deberá ampliar la estructura organizativa, acorde a las necesidades de la compañía.

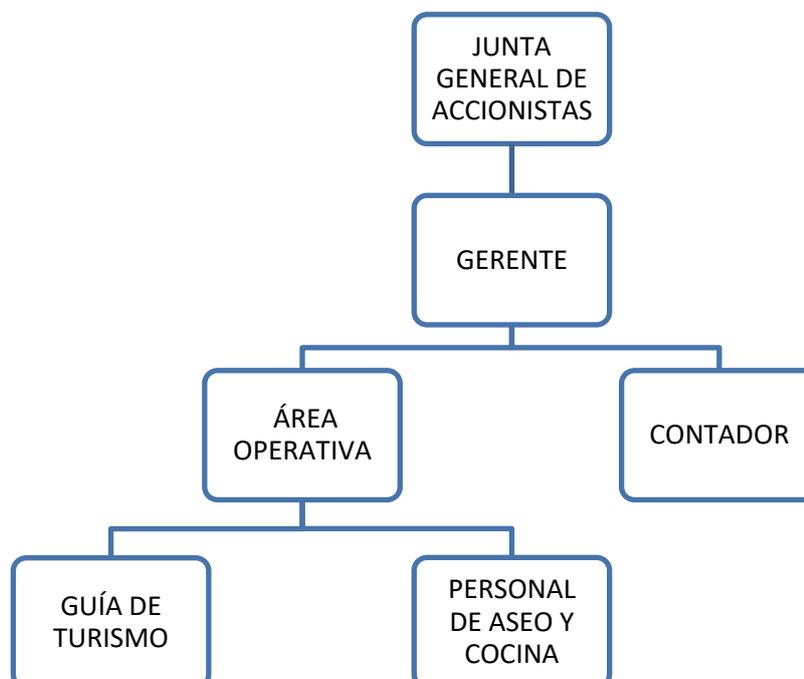


Figura 30 Organigrama estructural

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.8. Estructura funcional

5.8.1. Niveles estructurales

La estructura orgánico-funcional de la microempresa “RUNA KAUSAY” Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

- Nivel Legislativo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Auxiliar; y,
- Nivel Operativo

1. Nivel Legislativo o Superior.

El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

2. Nivel Ejecutivo.

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

3. Nivel auxiliar

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

4. Nivel Operativo.

Nivel operativo que lo integran las unidades de venta, diagnóstico, en el caso de nuestra microempresa serán los guías de turismo y el personal encargado de la cocina y el aseo de las instalaciones.

5.9. Manual de funciones

1. NIVEL LEGISLATIVO

Junta General de Socios.

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la producción y venta de agua embotellada. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

Funciones:

A La Junta General de Socios le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- Resolver la forma de reparto de utilidades;
- Resolver la amortización de los aportes sociales;
- Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;

- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:
 - a. El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
 - b. El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
 - c. El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
 - d. El socio que quiebra; y,
 - e. En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
 - f. El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;
- Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;
- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;

- Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;
- Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

2. NIVEL EJECUTIVO

Nombre Del Cargo: Gerente

Naturaleza Del Trabajo: Directivo Perfil: Ingeniero (a) en Administración de Empresas, Contador Público Autorizado.

Coordina Con: Contabilidad, Guías turísticos

Unidad a donde pertenece: Gerencia

Gerente

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

Funciones:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;

- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- Coordinar los programas de capacitación del personal;
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;

- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

Competencias técnicas del puesto

- Generación de ideas
- Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común)
- Inspección de productos o servicios
- Manejo de recursos financieros.
- Pensamiento estratégico
- Pensamiento crítico
- Juicio y toma de decisiones.
- Monitoreo y control

3. NIVEL AUXILIAR

Nombre Del Cargo: Contador(a)

Naturaleza Del Trabajo: Auxiliar

Perfil: Estudios Superiores en Contabilidad

Coordina Con: Gerencia, Ventas, Guías Turísticos

Unidad a donde pertenece: Contabilidad

Contadora -Secretaria

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

Funciones:

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;
- Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;
- Archivar correctamente la documentación;
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables;
- Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables;
- Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo;
- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.
- Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco;
- Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad;

- Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios;
- Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago;
- Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna;
- Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre;
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,
- Otras funciones que se le encomiende.

Competencias Técnicas Del Puesto - Destrezas

- Comprensión escrita
- Comprensión oral.
- Manejo de recursos financieros
- Pensamiento conceptual.

4. NIVEL OPERATIVO

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

Ventas Unidad a donde pertenece: Ventas

Funciones:

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

Competencias del Guía Turístico

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

Nombre del cargo: Personal de Cocina y Aseo de las Instalaciones.

Naturaleza del trabajo: Operativo

Perfil: conocimiento básico sobre normas de manipulación de alimentos, manipulación de materiales químicos de aseo y actitud positiva y proactiva.

Coordina con: Gerencia, Contabilidad, Secretaría,

Funciones:

- Mantener en óptimas condiciones las habitaciones y espacios comunes de la casa de hospedaje.
- Mantener limpio el espacio de cocina.
- Llevar un inventario de existencias tanto de materias primas para la cocina así como de los implementos de aseo.
- Ayudar al turista para realizar las actividades cotidianas en los que se involucre.
- Comprar las materias primas necesarias una vez que sea autorizado por gerencia.

5.10. Conclusiones

La creación de una microempresa se presenta como una buena opción de emprendimiento ya que para el inicio de las actividades no se requiere mayor tramites y además esto facilita hasta el manejo interno de las actividades.

El nombre elegido para la microempresa ayuda a crear una identidad cultural, y crea un vínculo mental en los clientes entre la vivencia autóctona del sector y lo que las actividades que se ofrecen.

El funcionamiento de la microempresa iniciara con personal calificado y en número reducido lo que se ira incrementara de cuerdo al crecimiento planificado de la microempresa

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Introducción

Este capítulo, correspondiente al estudio financiero en el cual se realizará un análisis minucioso del capital necesario, para empezar a operar la microempresa, también se definirá la forma y la fuente de financiamiento de donde provendrá el capital necesario que permita la implementación del nuevo proyecto. Además se presentan los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generan a lo largo de su vida útil o periodo de evaluación, como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales aplicamos la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que nos permiten conocer la viabilidad del proyecto.

6.2. Objetivo general

Estructurar el estudio económico - financiero del proyecto

6.3. Objetivos específicos

- Determinar el capital necesario para empezar el funcionamiento de la microempresa y su financiamiento.
- Preparar los presupuestos de costos y gastos así como los estados financieros proyectados
- Calcular los indicadores financieros que nos indiquen la factibilidad del proyecto

6.4. Inversión del proyecto

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipo de oficina, muebles y enseres, equipo de cómputo y herramienta necesaria para la prestación del servicio.

Por este motivo para el estudio financiero se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de su evaluación.

6.4.1. Activos fijos no depreciables

Como parte de la inversión se tomara para prestar el servicio una propiedad de pertenencia del emprendedor que consta de un terreno de 600m² y que según el avalúo municipal tiene un valor de 4000 dólares

Tabla 49

Activo no depreciable

ACTIVO NO DEPRECIABLE	
CONCEPTO	VALOR
TERRENO	7000,00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.4.2. Activos fijos depreciables

Son los activos que se pueden depreciar y pueden ser edificaciones y adecuación de locales, dotación de infraestructura e instalaciones, maquinaria, equipos, vehículos, etc.

Como se mencionó anteriormente como parte de inversión propia del emprendedor se cuenta con un terreno que tiene una construcción mixta de 80m² cuyo valor es de 10,000 dólares

Tabla 50

Activo fijo depreciable

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	
CONCEPTO	VALOR
EDIFICIO	10.000,00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

A continuación se especifica los activos fijos que se necesitan adquirir para operar la microempresa. En el siguiente cuadro se resumen las inversiones fijas depreciables que se realizará en la fase pre-operacional correspondiente a los siguientes rubros:

Tabla 51

Resumen de activos fijos depreciables

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES	
CONCEPTO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	4775.00
EQUIPO DE OFICINA	1595.00
EQUIPO DE COMPUTO	1300.00
TOTAL	7670.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.4.3. Activos Diferidos

Los activos diferidos están constituidos por los gastos e inversiones necesarias para conformar la empresa o implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa.

6.4.4. Gastos de constitución

Los gastos de constitución son erogaciones de efectivo, que con el paso del tiempo se los puede amortizar ya que se convierten en activo de la nueva empresa.

Tabla 52

Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR TOTAL
ASPECTOS DE TRÁMITE LEGAL	1500.00
PAGO A LOS BOMBEROS	30.00
PAGO DE PATENTE MUNICIPAL	25.00
TAMITES DE RUC	5.00
LEGALIZACION DE LA MICROEMPRESA	300.00
TOTAL	1860.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.5. Inversión Variable

6.5.1. Capital de trabajo

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, de producción o servicios debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

Tabla 53
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO	GASTOS MENSUALES	2018
SUMINISTROS DE OFICINA Y SERVICIOS		
BASICOS	420.00	5040.00
SUELDOS Y SALARIOS	1336.00	16032.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	250.00	3000.00
GASTOS SERVICIOS PROFESIONALES	150.00	1800.00
TOTAL	2156.00	25872.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.6. Estructura de la inversión

A continuación se describe la estructura de la inversión para el proyecto en el siguiente cuadro:

Tabla 54
Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSION	
CONCEPTO	VALOR
INVERSION PROPIA	17000.00
CAPITAL DE TRABAJO	2156.00
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES	7670.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1860.00
TOTAL	28686.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.7. Estructura de financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, con un crédito de La Corporación Financiera Nacional (CFN) que financia montos altos a nuevos proyectos productivos. Para la obtención de este crédito se requiere presentar una garantía del 125% sobre el valor solicitado y aplica una tasa de interés del 16% anual al segmento de crédito para la empresa.

Como una inversión adicional el emprendedor aportara con 500 dólares que serán usados para los gastos pertinentes en los gastos de constitución.

Tabla 55

Estructura de la inversión

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
INVERSION PROPIA	17000.00	59.3%
INVERSION FINANCIADA	11686.00	40.7%
INVERSION TOTAL	28686.00	100%

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.8. Amortización

Los pagos del crédito corresponde al 36.9% del monto total de inversión que requiere el proyecto, los mismos que serán pagados cada meses, durante 5 años con una tasa anual del 16%, considerando el segmento de crédito para las PYMES. A este valor se agrega comisiones e impuestos adicionales. A continuación se presenta la tabla de amortización con pagos fijos cada período.

Tabla 56**Resumen de pago de la deuda**

RESUMEN DE PAGO DE LA DEUDA				
AÑO	CAPITAL	INTERES	TOTAL	
2018	2337.2	1,698	4,036	
2019	2337.2	1,324	3,662	
2020	2337.2	950	3,288	
2021	2337.2	577	2,914	
2022	2337.2	203	2,540	
TOTAL	11686	4752.31	16438.31	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.9. Presupuestos de costos y gastos

Para el presupuesto de costos y gastos se presentan los rubros que deberán utilizarse para el funcionamiento de la empresa a partir del primer período operativo. En cada año se justifica el gasto, el cual está presupuestado para cada período.

6.9.1. Costos del Servicio**Tabla 57****Costo del servicio**

COSTO DEL SERVICIO							
DETALLE	PRECIO DE VENTA	COSTO DE MOVILIZACION	ALIMENTACION	ALOJAMIENTO	GUIA DE COSTO TURISMO	TOTAL	
TOUR COMUNIDADES	35.00	2.00	10.00	2.00	7.50	21.50	
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE	35.00	2.00	10.00	2.00	7.50	21.50	
TOUR CABALLO ASCENSO IMBABURA	40.00	10.00	10.00	2.00	7.50	29.50	
PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS	60.00	4.00	10.00	2.00	7.50	23.50	
	350.00	18.00	50.00	40.00	7.50	115.50	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Dentro de los valores que se han tomado en cuenta para el cálculo del costo del servicio debemos detallar la forma en que se llegó a los mencionados valores así:

Costo de movilización: en este rubro se tomó en cuenta el valor del pasaje en transporte público a los diferentes destinos a los que se puede llegar por este medio. En los destinos a los que no llega transporte público se contratará los servicios de una camioneta de una cooperativa de carga liviana cuyo valor será dividido para el número de turistas que vayan en ese viaje, como se mencionó anteriormente se realizará cada actividad mínimo con dos personas.

Alimentación: para el cálculo de este valor se tomó en cuenta las tres comidas diarias valoradas en 3,00 dólares, para cumplir con el valor se preparará alimentos de la temporada para disminuir su precio, en caso de salir de la comunidad se buscaran platos que no sobrepasen el precio presupuestado para el costo.

Alojamiento: este rubro es el resultado de la división del sueldo del personal de aseo para el número estimado de turistas que ocupen las instalaciones de hospedaje ya sea por una noche o por el lapso que dura el destino turístico.

Costo de Guía de Turismo: Este rubro se obtuvo de la división del sueldo del guía turístico para el número estimado de turistas atendidos.

6.9.2. Proyección del costo del servicio

Las proyecciones que se realizaran a continuación tanto de costos como de gastos del servicio se lo realizan con el porcentaje de inflación de la actualidad que es del 0.06% según el Banco Central del Ecuador

Tabla 58**Proyección costo del servicio**

PROYECCION COSTO DEL SERVICIO					
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
TOUR COMUNIDADES	21.50	21.51	21.53	21.54	21.55
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE	21.5	21.51	21.53	21.54	21.55
TOUR A CABALLO	29.5	29.52	29.54	29.55	29.57
ASCENSO AL IMBABURA	23.5	23.51	23.53	23.54	23.56
PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS	115.5	115.57	115.64	115.71	115.78

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Como dato adicional y de mucha relevancia en esta investigación debemos utilizar los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población número 1, es decir de turistas extranjeros donde nos da porcentajes de aceptación de cada uno de los servicios que se ofertaran. De la misma manera las proyecciones de la demanda que constan en el siguiente cuadro son tomados del capítulo tres donde se realiza la proyección de la demanda y el porcentaje que tomaremos como nuestra capacidad instalada.

Tabla 59**Proyección de la demanda de acuerdo a la aceptación del turista**

PROYECCION DE LA DEMANDA DE ACUERDO A LA ACEPTACION DEL TURISTA							
DETALLE	% DE ACEPTACION DE LA DEMANDA	2019	2020	2021	2022	2023	
TOUR COMUNIDADES	27%	292	333	380	435	496	
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE	19%	205	234	268	306	349	
TOUR A CABALLO	14%	151	173	197	225	257	
ASCENSO AL IMBABURA	31%	335	382	437	499	570	
PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS	9%	97	111	127	145	165	
TOTAL	100.00%	1080	1234	1409	1609	1837	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
 ELABORADO POR: LA AUTORA

En el siguiente cuadro se resume el valor de los costos proyectados acumulados en unidades monetarias para cada año

Tabla 60**Resumen de las proyecciones costo del servicio en unidades monetarias**

RESUMEN DE LAS PROYECCIONES COSTO DEL SERVICIO EN UNIDADES MONETARIAS						
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOUR COMUNIDADES TREKKING	21.50	6269.05	7166.30	8190.26	9358.75	10692.12
CASCADA DE	21.5	4411.55	5042.95	5763.51	6585.79	7524.09
PEGUCHE TOUR A CABALLO	29.5	4460.15	5098.51	5827.00	6658.33	7606.97
ASCENSO AL IMBABURA PAQUETE	23.5	7867.36	8993.37	10278.38	11744.78	13418.11
COMPLETO DE 5 DIAS	115.5	11225.97	12832.68	14666.27	16758.69	19146.36
TOTAL ANUAL	211.5	34234.08	39133.82	44725.44	51106.34	58387.65

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.9.3. Presupuesto de gastos**Servicios básicos y Suministros de oficina****Tabla 61****Presupuesto de suministros y servicios básicos**

PRESUPUESTO DE SUMINISTROS Y SERVICIOS BASICOS					
CONCEPTO	2019	2020	2021	2022	2023
SUMINISTROS DE OFICINA Y SERVICIOS BASICOS	5,040	5,242	5,451	5,669	5,896

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Gastos Sueldos

Son gastos fijos que la empresa debe pagar por remuneraciones al personal.

Tabla 62

Presupuesto de remuneraciones

PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES						
CARGO	REMUNERACION	10mo	10mo	APORTE PATRONAL	TOTAL	MENSUAL
		TERCERO	CUARTO			
GERENTE	500	32.25	41.67	50	623.92	
GUIA	450	32.25	37.50	45	564.75	
ASEO	386	32.25	32.17	38.6	489.02	
TOTAL	1,336.00	96.75	111.33	133.60	1,677.68	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Nota: En la suma total anual no se incluye el fondo de reserva ya que este rubro se paga a partir del segundo año

Tabla 63

Proyección de remuneraciones

PROYECCION DE REMUNERACIONES					
CARGO	2019	2020	2021	2022	2023
GERENTE	7,487.00	7,491.49	7,495.99	7,500.48	7,504.98
GUIA	6,777.00	6,781.07	6,785.13	6,789.21	6,793.28
ASEO	5,868.20	5,871.72	5,875.24	5,878.77	5,882.30
TOTAL	20,132.20	20,144.28	20,156.37	20,168.46	20,180.56

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Gastos de publicidad

El gasto publicidad es importante realizarlo. Esta herramienta nos permitirá dar a conocer lo que tenemos para ofrecer a nuestros potenciales clientes. En función de la inflación actual que es del 4.3% se realizara las proyecciones que a continuación se detallan:

Tabla 64

Presupuesto de publicidad

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD					
DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
GASTO PUBLICIDAD	250.00	260	270.4	281.216	292.46
TOTAL	250.00	260.00	270.40	281.22	292.46

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Gasto Servicios Profesionales

Como se señaló anteriormente se contrarían los servicios profesionales de un contador para ejecutar las actividades contables de la microempresa que no son permanentes.

Tabla 65

Presupuesto de gasto servicios profesionales

PRESUPUESTO DE GASTO SERVICIOS PROFESIONALES					
DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
GASTO FACTURAS CONTABILIDAD	150.00	156	162.24	168.7296	175.48
TOTAL	150.00	156.00	162.24	168.73	175.48

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Gasto Depreciación

El siguiente cuadro resume los gastos de depreciación en donde es importante aclarar que el valor de la depreciación del equipo de cómputo se mantiene debido a que al iniciar el cuarto año se realiza la adquisición de equipo de cómputo nuevo.

Tabla 66

Proyección de depreciaciones

PROYECCION DE DEPRECIACIONES							
DETALLE	VALOR	% DE DEPRECIACION	2019	2020	2021	2022	2023
MUEBLES							
Y	4775.00	20%	955.00	955.00	955.00	955.00	955.00
ENSERES							
EQUIPO							
DE	1595.00	20%	319.00	319.00	319.00	319.00	319.00
OFICINA							
EQUIPO							
DE	1300.00	33.33%	433.29	433.29	433.29	433.29	433.29
COMPUTO							
EDIFICIO	10000.00	20.00%	2000.00	2000.00	2000.00	2000.00	2000.00
TOTAL			3707.29	3707.29	3707.29	3707.29	3707.29

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Resumen de costos y gastos

Tabla 67

Resumen de presupuestos de costos del servicio

RESUMEN DE PRESUPUESTOS DE COSTOS DEL SERVICIO					
CONCEPTO	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
COSTO DE SERVICIO	34234.08	39133.82	44725.44	51106.34	58387.65
TOTAL COSTOS	34234.08	39133.82	44725.44	51106.34	58387.65
GASTOS REMUNERACION	20,132.20	20,144.28	20,156.37	20,168.46	20,180.56
GASTO PUBLICIDAD	250.00	260.00	270.40	281.22	292.46
GASTO SERVICIOS PROFESIONALES	150.00	156.00	162.24	168.73	175.48
GASTO DEPRECIACION	3,707.29	3,707.29	3,707.29	3,707.29	3,707.29
GASTO SERVICIOS BASICOS Y SUMINISTROS DE OFICINA	5,040	5,043	5,046	5,049	5,052
GASTOS FINANCIEROS	4,036	3,662	3,288	2,914	2,540
TOTAL GASTOS	33,315.06	32,972.21	32,630.01	32,288.48	31,947.66
TOTAL COSTOS Y GASTOS	67,549.14	72,106.03	77,355.44	83,394.82	90,335.31

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.9.4. 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 empresa.

Tabla 68

Cuadro de precios de la competencia

ACTIVIDAD	HATUNTAQUI	RUNA TUPARI	PRECIO PROMEDIO	PRECIO KAUSAY
TOUR A COMUNIDADES	\$30.00	\$35.00	\$32.50	\$35.00
TOUR A CABALLO		\$40.00	\$40.00	\$40.00
ASCENSO AL IMBABURA	\$60.00	\$70.00	\$65.00	\$60.00
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE		\$35.00	\$35.00	\$35.00
PAQUETES DE CINCO DIAS	\$0.00	\$400.00	\$400.00	\$350.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.9.5. Proyección de precios

Los precios serán proyectados tomando en cuenta la inflación actual que es del 0.06%

Tabla 69

Proyección de precios

PROYECCION DE PRECIOS						
CONCEPTO	2019	2020	2021	2022	2023	
TOUR A COMUNIDADES	\$35.00	\$35.02	\$35.04	\$35.06	\$35.08	
TOUR A CABALLO	\$40.00	\$40.02	\$40.05	\$40.07	\$40.10	
ASCENSO AL IMBABURA	\$60.00	\$60.04	\$60.07	\$60.11	\$60.14	
TREKKING CASCADA DE PEGUCHE	\$35.00	\$35.02	\$35.04	\$35.06	\$35.08	
PAQUETE COMPLETO	\$350.00	350.21	350.42	350.63	350.84	

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.10. Presupuestos de ingresos

Se refiere al volumen de ventas en unidades, multiplicadas por su precio. En el cuadro a continuación se presenta el presupuesto de ventas en número de servicios anuales.

Tabla 70

Proyección del ingreso en unidades monetarias

PROYECCION DEL INGRESO EN UNIDADES MONETARIAS					
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
TOUR COMUNIDADES	\$10,205.43	\$11,666.08	\$13,332.98	\$15,235.17	\$17,405.78
TREKKING CASCADA DE	\$7,181.60	\$8,209.46	\$9,382.47	\$10,721.05	\$12,248.51
PEGUCHE TOUR A CABALLO	\$6,047.66	\$6,913.23	\$7,901.02	\$9,028.25	\$10,320.73
ASCENSO AL IMBABURA	\$20,086.87	\$22,961.80	\$26,242.68	\$29,986.68	\$34,279.55
PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS	\$34,018.09	\$38,886.92	\$44,443.26	\$50,783.90	\$58,019.27
TOTAL	\$77,539.65	\$88,637.49	\$101,302.41	\$115,755.05	\$132,273.84

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.11. Estados financieros pro-forma

Estos permiten vigilar tres condiciones financieras básicas de la organización:

- a) Liquidez: capacidad de convertir activos en dinero.
- b) Situación financiera general: equilibrio a Largo Plazo entre endeudamiento y capital contable.
- c) Rentabilidad: capacidad de obtener utilidades constantes en un largo período.

Básicamente los Estados Financieros Pro Forma, son el Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo (fuente y usos de los fondos), todos proyectados:

6.11.1. Estado de Situación.

Para el Estado de Situación Inicial se consideró las cuentas de activos así como las pasivos y patrimonio con que se iniciara el actual proyecto.

Tabla 71

Estado de Situación Financiera

“RUNA KAUSAY”

ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	2156.00	2156.00	CORRIENTE
			PASIVO A
Caja	0.00		LARGO
			PLAZO
Bancos	2156.00		Préstamos
			bancarios
ACTIVO NO			11686.00
CORRIENTE	24670.00	24670.00	TOTAL
PROPIEDAD			PASIVO
PLANTA Y			11686.00
EQUIPO			PATRIMONIO
Terreno	7000.00		Capital
			17000.00
Edificio	10000.00		TOTAL
Muebles y Enseres	4775.00		PATRIMONIO
Equipo de Oficina	1595.00		17000.00
Equipo de Computo	1300.00		
OTROS			
ACTIVOS NO			
CORRIENTES	1860.00	1860.00	
Gastos de			
Constitución	1860.00		
TOTAL			TOTAL
ACTIVOS		28686.00	PASIVO +
			PATRIMONIO
			28686.00

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.11.2. Estado de Resultados o de Ingresos

Representa un resumen de los resultados financieros que proyecta alcanzar la organización durante un plazo determinado, el mismo que se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 72

Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CUENTAS	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESO POR VENTAS	77539.65	88637.49	101302.41	115755.05	132273.84
COSTO DE VENTAS	34234.08	39133.82	44725.44	51106.34	58387.65
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	43305.57	49503.67	56576.97	64648.71	73886.20
GASTOS ADMINISTRATIVOS	29279.49	29310.59	29342.35	29374.77	29407.90
GASTOS REMUNERACION	20132.20	20144.28	20156.37	20168.46	20180.56
GASTO PUBLICIDAD	250.00	260.00	270.40	281.22	292.46
GASTO SERVICIOS PROFESIONALES	150.00	156.00	162.24	168.73	175.48
GASTO DEPRECIACION	3707.29	3707.29	3707.29	3707.29	3707.29
GASTO SERVICIOS BASICOS Y SUMINISTROS DE OFICINA	5040.00	5043.02	5046.05	5049.08	5052.11
UTILIDAD OPERACIONAL	14,026.08	20,193.07	27,234.62	35,273.94	44478.30
GASTOS FINANCIEROS	1,698	1,324	950	577	203
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES	12,327.72	18,868.66	26,284.16	34,697.43	44275.74
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	1849.16	2830.30	3942.62	5204.61	6641.36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	10,478.56	16,038.36	22,341.54	29,492.81	37634.38
IMPUESTO A LA RENTA	2619.64	4009.59	5585.38	7373.20	9408.59
UTILIDAD NETA PROYECTADA	7,858.92	12,028.77	16,756.15	22,119.61	28225.78

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Como se puede observar el proyecto es rentable en términos financieros y su real comportamiento dependerá de implementar una adecuada administración y de calidad en los productos, esto permitirá asegurar un nivel de rentabilidad óptimo que recupere las inversiones iniciales y justifique el riesgo incurrido.

6.11.3. Flujo de Efectivo.

Es el resumen del comportamiento financiero de la organización, que muestra de donde se forma el efectivo o los fondos y en qué se aplicaron.

Tabla 73

Flujo neto de efectivo

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑOS					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
Utilidad Neta después de Impuestos		7,858.92	12,028.77	16,756.15	22,119.61	28225.78
(+) Depreciación		3,707.29	3,707.29	3,707.29	3,707.29	3,707.29
(+) Amortización		372.00	372.00	372.00	372.00	372.00
FLUJO NETO OPERACIONAL		11,938.21	16,108.06	20,835.44	26,198.90	32305.07
INGRESOS FINANCIEROS	11,686.00					
Financiamiento Banca						
Prestamos Adicionales						
Otros Ingresos valor de rescate del Proyecto						
TOTAL INGRESOS	11,686.00	11,938.21	16,108.06	20,835.44	26,198.90	32305.07
EGRESOS OPERACIONALES						
Inversión Inicial	11686.00					
Pago de préstamo		2,337.20	2,337.20	2,337.20	2,337.20	2,337.20
FLUJO NETO DE CAJA	0	9,601	13,771	18,498	23,861.70	29967.87

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

6.12. Evaluación financiera

La Evaluación Financiera es aquella que analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

6.12.1. Determinación del Costo del Capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión. Para ello consideramos el monto de la inversión propia y la financiada, la misma que se especifica a continuación.

Tasa de redescuento (TMR)

Para obtener la tasa de redescuento se toma en cuenta a la tasa de interés activa para el crédito bancario que es del 16% y la tasa del 10% que se ha considerado para la inversión propia con la cual el inversionista solicitaría por aportar su capital en la empresa, todo esto más la tasa de inflación del % y mediante los respectivos cálculos se obtiene la tasa mínima que servirá como mediadora del proyecto, interviniendo en el VAN y la TIR.

Tabla 74

Tasa mínima de rendimiento

CONCEPTO	MONTO	PORCENTAJE	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
CAPITAL PROPIO	17000.00	0.59	0.05	0.030
CAPITAL FINANCIADO	11686.00	0.41	0.16	0.065
TOTAL			0.21	0.095

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CK: Costo de capital: 9.5%

IF: Inflación: 0, 018

TRM= ((1+ CK) (1+IF)) - 1

TRM= ((1+0,095) (1+0, 018)) - 1

TRM= ((1,095) (1,018)) -1

TRM=0,115

TMR= 11.5%

La tasa mínima de rendimiento es de 11.5% sobre el capital total invertido, lo que quiere decir que el proyecto debe ganar al menos este porcentaje para cubrir la tasa del 16% de interés sobre el monto financiado y el 5% del capital propio

6.12.2. Calculo del VAN

Muestra la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Es el valor monetario que resulta de restar la inversión inicial la suma de flujos de efectivo descontados.

VAN > 0 ; VIABLE
VAN = 0 ; INDIFERENTE
VAN < 0 ; NO ES VIABLE

Para esto se actualiza los flujos futuros a través de la tasa de descuento, que es 11.5% y a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto, que este caso nos indica va a recuperar la inversión.

Matemáticamente se determina con la siguiente fórmula:

INVERSION: 28.686

TASA: 11.5%

$$VAN = \frac{\text{Flujo Año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo Año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo Año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo Año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \sum \frac{9.601,01}{(1+0,0115)^1} + \frac{13.770,86}{(1+0,0115)^2} + \frac{18.498,24}{(1+0,0115)^3} + \frac{20,168.46}{(1+0,0115)^4} + \frac{29.967,87}{(1+0,0115)^5} - 28.686$$

VAN= 34,784.26

Tabla 75
Flujos de caja

DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO NETO	9,601.01	13,770.86	18,498.24	20,168.46	29,967.87
FLUJO ACTUAL	8610.77	11076.72	13344.61	13048.88	17389.28

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$ 34,784.26 positivo, a una tasa del 15%, que nos muestra que el proyecto es rentable, lo que significa que se justifica la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación de la Empresa de turismo vivencial.

6.12.3. Cálculo del TIR

La tasa interna de retorno, nos muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados y se obtienen dos VAN, un positivo y un negativo. Para el cálculo se consideran el VAN obtenido que es positivo y calculamos el VAN negativo con una tasa de descuento superior.

De no encontrar una tasa de interés específica donde el VAN se iguale a cero se busca valores a distintas tasas de interés, entre los cuales sean los más cercanos a cero, un positivo y un negativo, de los cuales se efectuara una interpolación lineal que permitirá estimar la TIR del proyecto.

VAN POSITIVO

$$VAN = \sum \frac{9.601,01}{(1+0,44)^1} + \frac{13.770,86}{(1+0,44)^2} + \frac{18.498,24}{(1+0,44)^3} + \frac{20.168,46}{(1+0,44)^4} + \frac{29.967,87}{(1+0,44)^5} - 28.686$$

$$VAN = 347,95$$

Tabla 76**Flujos de caja VAN positivo**

DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO NETO	9,601.01	13,770.86	18,498.24	20,168.46	29,967.87
FLUJO ACTUAL	6667.37	6641.04	6195.02	4690.54	4839.98

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

VAN NEGATIVO

$$VAN = \sum \frac{9.601,01}{(1+0,45)^1} + \frac{13.770,86}{(1+0,45)^2} + \frac{18.498,24}{(1+0,45)^3} + \frac{20.168,46}{(1+0,45)^4} + \frac{29.967,87}{(1+0,45)^5} - 28.686$$

$$VAN = -209,28$$

Tabla 77**Flujos de caja VAN negativo**

DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO NETO	9,601.01	13,770.86	18,498.24	20,168.46	29,967.87
FLUJO ACTUAL	6621.39	6549.76	6067.73	4562.48	4675.37

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Para el cálculo del TIR utilizaremos la siguiente formula:

Con el VAN positivo y negativo se procede a realizar el cálculo de la TIR:

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

VAN Ti= Valor presente neto tasa inferior

Van Ts= Valor presente neto superior

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

$$\mathbf{TIR} = 0,44 + (0,45-0,44) * \frac{347,95}{(347,95 - (-209,28))}$$

$$\mathbf{TIR} = 0,5304$$

$$\mathbf{TIR} = 53,04\%$$

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE
TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD, INDIFERENTE
TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

La Tasa Interna de Retorno es de 53,04 %, superior a la tasa de oportunidad calculada, esto significa que el proyecto es rentable.

6.12.4. Costo/Beneficio

La relación B/C es igual a dividir entre el valor actual de los beneficios para el valor actual de los costos con la siguiente formula

$$\frac{\sum \langle B \div (1+i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1+i)^n \rangle}$$

Tabla 78

Ingresos actualizados

DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS	77539.65	88637.49	101302.406	115755.047	132273.843
INGRESOS					
ACTUALIZADOS	69542.29	71296.42	73079.4309	74892.8688	76753.7555

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Tabla 79

Costos actualizados

DETALLE	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
COSTOS					
ACTUALIZDOS	67,549.14	72,106.03	77,355.44	83,394.82	90,335.31
COSTOS					
ACTUALIZDOS	60582.1841	57999.1776	55804.121	53955.982	52418.3298

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$B/C = \frac{365564,76}{280759,80}$$

$$B/C = 1.302055$$

R; B/C > A uno; VIABLE

R; B/C = A 1; INDIFERENTE

R; B/C < A 1; NO VIABLE

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El resultado nos indica que por cada 1,00 dólar que se invierta en el proyecto se tendrá una ganancia de 0,30 centavos de dólar

6.12.5. Periodo de recuperación del capital

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

Tabla 80

Resumen de recuperación de capital

AÑO	INVERSION	FLUJO EFECTIVO	RECUPERACION	FLUJO ACUMULADO
2019	28,686	9,601.01	-19,084.99	9,601.01
2020		13,770.86	-5,314.13	23,371.87
2021		18,498.24	13,184.11	41,870.11
2022		20,168.46		62,038.57
2023		29,967.87		92,006.45

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

VALOR	TIEMPO
23,371.87	2
5,314.13	(X)
X=	0.5

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El proyecto muestra que la inversión es recuperada en muy corto tiempo aproximadamente en 2 años 6 meses.

6.12.6. Punto de equilibrio

De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio, que significa el nivel de producción en el cual la empresa no tenga ni pérdida ni ganancia, únicamente se recuperan los costos. En este punto el valor del costo total es igual al valor del ingreso por ventas. A partir del punto de equilibrio, cualquier producción y ventas adicionales le dejarán a la empresa un nivel de ganancias. Antes de aplicar la fórmula correspondiente al punto de equilibrio, se realiza la siguiente clasificación de costos fijos y costos variables.

Tabla 81

Resumen de costos fijos y variables

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRO			
COSTOS Y GASTOS	COSTO		COSTO
	VARIABLE	COSTO FIJO	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO	34234.08		34234.08
GASTOS REMUNERACION		20,132.20	20,132.20
GASTO PUBLICIDAD		250.00	250.00
GASTO SERVICIOS			
PROFESIONALES		150.00	150.00
GASTO DEPRECIACION		3,707.29	3,707.29
GASTO SERVICIOS BASICOS Y			
SUMINISTROS DE OFICINA	5,040		5,040
GASTOS FINANCIEROS			
		4,036	4,036
TOTAL	39274.08	28,275.06	67549.14

FUENTE: CALCULO DE INDICEN FINANCIEROS
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{28.275,06}{1 - \frac{39.274,08}{77.539,65}}$$

$$PE\$ = 57.295,31$$

Al vender 57.295,31 dólares no obtiene ganancias ni pérdida, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos totales, esto es en el primer año de funcionamiento del negocio.

6.13. Resumen de evaluación financiera

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

Tabla 82

Indicadores de Evaluación Financiera

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
Valor Actual Neto	34.784,26	VIABLE
Tasa Interna de Retorno	53.04%	VIABLE
Costo / Beneficio	1.30	VIABLE
Punto de equilibrio	57.295,31	VIABLE
Período de Recuperación de la Inversión	2.5	VIABLE

FUENTE: Cálculo de Evaluadores Financieros
ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VII

7. VALIDACION DEL PROYECTO

La validación de un proyecto habilita al usuario a comprobar todos los elementos en un proyecto para ver problemas potenciales antes de publicar el proyecto. La validación del proyecto es el mismo proceso de validación que forma parte de la publicación del proyecto.

7.1. Objetivo general

Validar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo vivencial en la comunidad de Pucará de San Roque del cantón Antonio Ante provincia de Imbabura

7.2. Objetivos específicos

- Verificar los resultados de los capítulos anteriores
- Identificar errores o inconsistencias para modificar el contenido oportunamente.
- Realizar un resumen mediante la respuesta de algunas preguntas de los aspectos más concretos del proyecto.

7.3. Preguntas de Validación

7.3.1. ¿La (s) iniciativa (s) son identificadas mediante una denominación clara, la cual permite identificar la naturaleza del proyecto?

La iniciativa está claramente identificada como un proyecto de naturaleza turística, dentro del marco de un plan de negocio que busca poner en marca las actividades antes

analizadas en los diferentes capítulos de la mejor manera y que es preferible tener claro lo que se va hacer a arriesgarse sin tener una visión clara del panorama de las ideas de inversión.

Todo esto está fundamentado en los antecedentes del proyecto donde se vislumbran las condiciones de vida actual y se reflejan ahí las necesidades a satisfacer.

ANTECEDENTES

7.3.2. La justificación del proyecto, ¿Incluye elementos descriptivos que permitan fundamentar con claridad la decisión del servicio de diseñar y planificar la solución?

Después de visualizar las necesidades tanto del sector se pretende darle solución a esta condición mediante una idea de inversión reflejada en la justificación del proyecto

JUSTIFICACIÓN

7.3.3. En la justificación de la iniciativa ¿Se presentan elementos que fundamenten la priorización determinada por el servicio?

La idea de negocio que se plantea debido a las vastas necesidades del sector además de que el área en el que se desea invertir es un área estratégica tanto del sector como a nivel nacional.

ANTECEDENTES

7.3.4. El levantamiento de procesos realizado por la Institución para el diagnóstico ¿Considera, al menos, uno de los productos estratégicos define estrategias del Producto/Servicio?

En el proyecto planteado el servicio estratégico es el turismo rural, en función de la práctica de esta actividad se enfocó el diagnóstico, de manera que al realizar la actividad no existan riesgos o elementos que no se han tomado en cuenta con anterioridad.

INFORMACIÓN GEOGRÁFICA Y AMBIENTAL

7.3.5. Para los procesos seleccionados ¿Son identificados claramente los actores y beneficiarios involucrados?

En el análisis realizado del área de influencia se identifican claramente los beneficiarios dentro del sector así como el beneficio para quienes opten por el servicio que se pretende ofrecer.

VARIABLES DIAGNÓSTICAS

7.3.6. ¿Se tipifica adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza, la iniciativa propuesta?

La propuesta está realizada como un estudio de factibilidad que pretende crear una microempresa de naturaleza privada que según la ley se tipifica como una sociedad de hecho, lo cual está analizado en el quinto capítulo.

ASPECTOS LEGALES

7.3.7. La línea base declarada (resultados diagnóstico), que cuantifica el problema declarado ¿Corresponde al problema u oportunidad de mejora identificado?

Al realizar el diagnóstico situacional de la comunidad donde se va a realizar el emprendimiento se percibió la necesidad de unidades productivas que generen fuentes de empleo además de la realización de actividades complementarias que rescaten la cultura, gastronomía y el cuidado del medio ambiente. Razón por la cual realizar este estudio de factibilidad se da como respuesta ante estas diversas necesidades.

CONCLUSIONES

7.3.8. ¿El objetivo general y específico(s) declarado(s) tiene(n) relación con la justificación de la iniciativa?

En la justificación de la iniciativa se resaltó las varias necesidades existentes además de los motivos que llevan a realizar esta iniciativa y los objetivos que se plasmaron durante el proceso de realización de este trabajo de investigación buscan dar u solución a estas necesidades planteadas en la justificación.

OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

7.3.9. ¿Los indicadores presentados, guardan relación con los objetivos específicos presentados?

Los indicadores que se ha planteado en el análisis de las variables se han dado de acuerdo a los factores de mayor relevancia para el cumplimiento de los objetivos los mismos que guardan estrecha concordancia con los antecedentes y justificación.

VARIABLES DIAGNÓSTICAS

7.3.10. Respecto al tiempo requerido para la implementación del proyecto ¿Guarda relación con la envergadura de este declarada en la formulación del proyecto?

El proyecto plantea que las necesidades ya son latentes, la ejecución de este emprendimiento está en función de la inversión lo que se ha planteado como financiamiento de alguna entidad bancaria y los demás trates de ley que están indicados en el cuarto quinto y sexto capítulo.

OBJETIVOS DE CRECIMIENTO

7.3.11. ¿Es declarado el costo de inversión involucrado del proyecto?

La inversión del proyecto está formulada con dos porcentajes una parte de inversión propia y la otra parte de inversión financiada por alguna entidad bancaria

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

7.3.12. ¿Se presenta cronograma de actividades del proyecto?

El proyecto como tal no presenta un cronograma de actividades para su ejecución ya que esto se presenta como un emprendimiento que depende de una inversión

7.3.13. ¿Se presenta información adecuada respecto al presupuesto?

La valoración de los requerimientos tanto de talento humano, de insumos, muebles y enseres, así como infraestructura están valorados en el capítulo cuatro y quinto.

Requerimiento de infraestructura Civil

Requerimiento equipo de oficina

Requerimiento muebles y enseres

Presupuestos de costos y gastos

7.3.14. ¿Se presentan los resultados de las mediciones parciales de los indicadores comprometidos?

Se presentan en el capítulo seis un análisis de los indicadores financieros más relevantes y así mismo las conclusiones sobre viabilidad del proyecto.

ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMA

7.3.15. En relación a los resultados obtenidos para los indicadores comprometidos ¿Se presenta fundamentación y análisis de los resultados obtenidos?

Los fundamentos de análisis se están fundamentando en este capítulo además de las conclusiones que se representan al final de cada capítulo y las conclusiones generales.

CONCLUSIONES

- La creación de una empresa de turismo de rural, 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 internacionales, determinó que existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha, lo que significa amplias oportunidades para que la empresa 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 extranjeros, 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 empresa.
- Los resultados de rentabilidad de proyecto de inversión son positivos, el plazo de recuperación de la inversión es de 2.5 años aproximadamente, obteniendo una tasa interna de retorno del 53,04% 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 empresa de Turismo Vivencial, 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. Una vez que se ha diseñado el estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de turismo rural y cultura en la Comunidad de Pukara de San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura; se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos.

BIBLIOGRAFÍA

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, Análisis de crecimiento poblacional Distrito 10D02
2017

FLORES, Juan Antonio, Proyectos de inversión para pymes segunda edición. Bogotá
ediciones 2010

FIERRO MARTINEZ Fernando Adolfo; Contabilidad De Activos Con Enfoque NIIF
Para Pymes Tercera Edición Ediciones 2015

VARELA, Rodrigo, Evaluación Económica De Proyecto De Inversión Séptima Edición
2013

JÁCOME, Walter. Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos
productivos y de inversión, (2005)

CHILQUINGA, Manuel. *Costos por Ordenes de Producción*

MINISTERIO DE TURISMO; Boletín “Imbabura Turismo Receptor 2015

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA;
Estatutos de la Comunidad Jurídica de Pucará de san Roque del Cantón Antonio Ante.
Año 2000

ROCA, Ramón. La Administración. Ediciones 2002.

JUNTA PARROQUIAL DE SAN ROQUE. Historia de los barrios y comunidades de la
parroquia de San Roque. Año 2005

DE LA TORRE, Silvia Alexandra. Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería Receptora de Turismo en San Roque. Año 2011

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. Boletín de Tasa Activa, Pasiva e inflación a Enero del 2019.

LINKOGRAFÍA

[www.New York Times](http://www.NewYorkTimes.com) “New Frontier for Tourists: Your Home”.com

www.inec.ec

www.sri.gob.ec

www.uce.gob.ec

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNICA DE NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENTREVISTA A DIRECTIVOS DEL MUNICIPIO DEL CANTON

ANTONIO ANTE

Objetivo:

Identificar la situación actual del sector turístico y el apoyo que éstos han tenido por parte de los gobiernos seccionales del cantón Antonio Ante.

Nombre:

Cargo:

1. ¿El municipio del cantón Antonio Ante de qué forma ha contribuido a la promoción turística del sector?
2. ¿Se ha proporcionado algún incentivo al turismo del sector?
3. ¿Qué tipo de actividades han desarrollado en pos de la reactivación del turismo en el cantón?
4. ¿Existe algún organismo específico dentro del municipio que se encargue de la parte turística?
5. ¿Qué opina sobre la creación de una hostería receptora de turismo extranjero en la comunidad de Pucará de San Roque del cantó Antonio Ante?
6. ¿Cómo se lograría la reactivación del turismo a nivel interno, para ser conocida a nivel externo?
7. ¿Qué tipo de problemas actualmente afronta el sector turístico dentro del cantón?

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DE LA COMUNIDAD DE PUCARA
DE SAN ROQUE, CANTON ANTONIO ANTE

Objetivo:

Esta encuesta tiene por objetivo establecer la factibilidad para la creación de una hostería receptora de turismo extranjero en la comunidad de

Pucará de San Roque del cantón Antonio Ante.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente la pregunta y conteste con la mayor sinceridad del caso.

CUESTIONARIO:

1.- ¿A qué se dedica?

Comercio

Agricultura

Producción

No posee ningún trabajo

Otros

2.- ¿La actividad que actualmente desempeña, le permite solventar sus necesidades vitales?

SI

NO

3.- ¿Se ha incentivado la actividad turística en el sector?

SI

NO

4.- ¿Cree usted que con la actividad turística, se podría mejorar las condiciones de vida del sector?

SI

NO

5.- ¿Qué tipo de actividades turísticas se podría hacer en el sector de la Comunidad de Pucará de San Roque?

.....

6.- ¿Estaría usted de acuerdo que se reactive el turismo en el sector El sector de la Comunidad de Pucará de San Roque con la creación de un centro turístico?

SI

NO

7.- ¿Cree usted que el sector de Pucará de San Roque es turístico?

Si

No

Lugar al que pertenece

Edad.....

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS O ADMINISTRADORES DE
LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS.

OBJETIVO:

Identificar la oferta turística de los centros turísticos existentes cerca al cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura, para establecer el proceso de entrega del servicio, atención al cliente y el grado de rentabilidad alcanzado.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta.

CUESTIONARIO

Establecimiento.....

1.- Las vías de acceso para llegar a su establecimiento son:

- a) Buenas ()
- b) Malas ()
- c) Regulares ()

2.- ¿Para cuántas personas tiene capacidad su establecimiento?

1 a 10 personas

11 a 20 personas

21 a 30 personas

De 31 en adelante

3.- Su centro turístico atiende a los clientes

Permanentemente

Solo fines de semana

4.- ¿Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visitan su establecimiento?

Menos de 100 turistas

De 100 a 150 turistas

De 151 a 200 turistas

Más de 200 turistas

5.- ¿Los turistas que visitan su hostería son:

Locales

Nacionales

Extranjeros

6.- ¿En qué temporadas vienen más turistas?

Temporada Alta

Temporada Media

Temporada Baja

7.- ¿Cuáles son los motivos para que exista menor afluencia de turistas a su establecimiento?

Paros y Huelgas

Mal estado de las vías

Inestabilidad Económica

Mal estado del tiempo

Otros.....

8.- ¿Qué servicios ofrece su centro turístico?

Piscina Bar. Restaurante

Sauna Área Infantil

Turco Sala de juegos

Canchas Deportivas Sala de Eventos

Buses Espacios verdes

Otros.....

9.- Los precios de los servicios que brinda su centro con respecto a los otros establecimientos son:

Altos

Medios

10.- ¿Cuál es el costo actual de entrada a su centro turístico por persona?

1 a 5 dólares

6 a 10 dólares

11 a 20 dólares

11.- Aproximadamente cuanto invierte usted en publicidad de su centro turístico

10 – 30 dólares ()

35 – 70 dólares ()

75 – 100 dólares ()

100 en adelante ()

12.- ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su centro turístico?

Televisión ()

Radio ()

Prensa ()

Afiches ()

Internet ()

Ninguno ()

Otros.....

13.- ¿Considera usted que los turistas prefieren?

La Música

El Deporte

La Cultura

El Paisaje

El Arte

El museo

14.- Las personas que trabajan en su establecimiento tienen conocimiento de:

Administración Técnica

Empírica

Experiencia

15.- ¿Qué nivel de instrucción tiene su personal?

Primaria

Secundaria

Superior

16.- Usted capacita a su personal en:

Ventas

Marketing

Operaciones Turísticas

Hotelería y Turismo

Otros

17.- Las utilidades que genera su establecimiento es:

Muy Buenas

Buenas

Aceptables

Malas

18.- ¿Usted lleva algún sistema contable en su establecimiento?

SI ()

NO ()

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LA,PROVINCIA DE
IMBABURA

OBJETIVO:

Identificar la demanda turística y las necesidades y espectivas que tienen los turistas al visitar nuestra provincia además del nivel de aceptación que tendría la apertura de una microempresa de turismo rural

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta.

CUESTIONARIO

1. Le parece a usted Imbabura una provincia atractiva para realizar actividades de turismo

MUCHO ()

POCO ()

NADA ()

2. Que lugares en especial le llaman la atención para visitar

BALNEARIOS

CIUDADES

MUSEOS

COMUNIDADES

RESERVAS

DEPORTES EXTREMOS

3. ¿Qué actividades de las siguientes le agradaría realizar como actividades turísticas rurales, ecológicas y vivenciales?

TOUR COMUNIDADES

TREKKING CASCADA DE PEGUCHE

TOUR A CABALLO

ASCENSO AL IMBABURA

PAQUETE COMPLETO DE 5 DIAS

4. Señale cuál de los siguientes factores es mas importante a la hora de escoger una operadora turística

ACCESIBILIDAD

PRECIO

DIVERSIDAD DE SERVICIOS

FACILIDAD DE CONTACTOS

UBICACIÓN GEOGRAICA

CALIDAD

CONFORT

SEGURIDAD

5. En la búsqueda de una empresa que ofrezca rutas de turismo rural utiliza:

AGENCIA DE VIAJES

BUSQUEDA EN GOOGLE

GUIAS ESPECIALIZADAS

RECOMENDACIÓN DE CONOCIDOS

PORTAL WEB

OTROS

6. Para realizar actividades de turismo como prefiere realizar su viaje

SOLO

EN PAREJA

EN GRUPO

7. Cuántas veces ha visitado la provincia de Imbabura

1 a 3

3 a 5

Más de 5

8. Estaría interesado en utilizar los servicios de una empresa que impulse el turismo rural y sea una guía para usted en la visita de los iconos principales de la provincia.

MUY INTERESADO

INTERESADO

POCO INTERESADO

NADA INTERESADO .

9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar los lugares altamente turísticos de la provincia acompañado de un guía

De 0 a 25 dólares

De 26 a 40 dólares

De 41 a 60 dólares

De 61 a 100 dólares

Más de 100 dólares

ANEXO 5

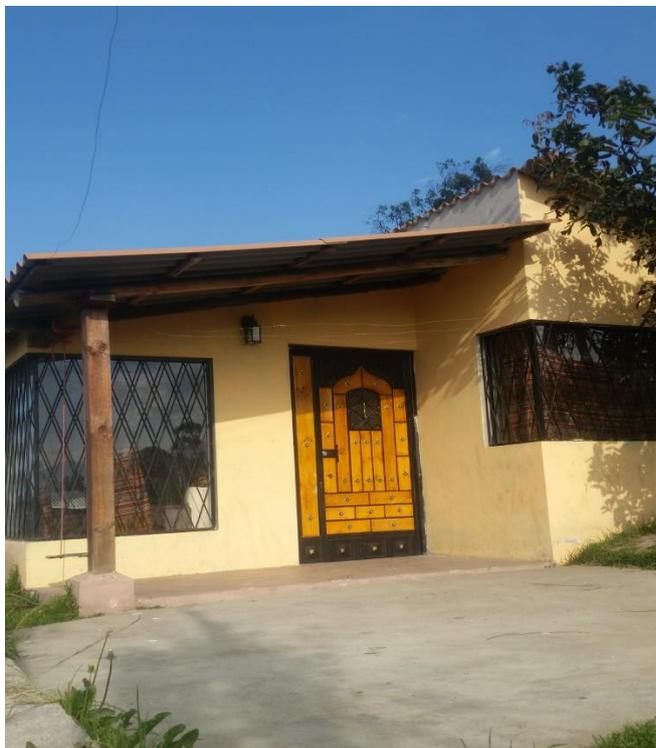
CUADRO DE PAGO DE LA DEUDA

TABLA DE AMORTIZACION						
N°	SALDO INICIAL	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO	
1	11,686	351	194.8	156	11,491	
2	11,491	348	194.8	153	11,296	
3	11,296	345	194.8	151	11,102	
4	11,102	343	194.8	148	10,907	
5	10,907	340	194.8	145	10,712	
6	10,712	338	194.8	143	10,517	
7	10,517	335	194.8	140	10,323	
8	10,323	332	194.8	138	10,128	
9	10,128	330	194.8	135	9,933	
10	9,933	327	194.8	132	9,738	
11	9,738	325	194.8	130	9,544	
12	9,544	322	194.8	127	9,349	
13	9,349	319	194.8	125	9,154	
14	9,154	317	194.8	122	8,959	
15	8,959	314	194.8	119	8,765	
16	8,765	312	194.8	117	8,570	
17	8,570	309	194.8	114	8,375	
18	8,375	306	194.8	112	8,180	
19	8,180	304	194.8	109	7,985	
20	7,985	301	194.8	106	7,791	
21	7,791	299	194.8	104	7,596	
22	7,596	296	194.8	101	7,401	
23	7,401	293	194.8	99	7,206	
24	7,206	291	194.8	96	7,012	
25	7,012	288	194.8	93	6,817	
26	6,817	286	194.8	91	6,622	
27	6,622	283	194.8	88	6,427	
28	6,427	280	194.8	86	6,233	
29	6,233	278	194.8	83	6,038	
30	6,038	275	194.8	81	5,843	
31	5,843	273	194.8	78	5,648	
32	5,648	270	194.8	75	5,453	
33	5,453	267	194.8	73	5,259	
34	5,259	265	194.8	70	5,064	
35	5,064	262	194.8	68	4,869	

TABLA DE AMORTIZACION					
N°	SALDO INICIAL	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO
36	4,869	260	194.8	65	4,674
37	4,674	257	194.8	62	4,480
38	4,480	254	194.8	60	4,285
39	4,285	252	194.8	57	4,090
40	4,090	249	194.8	55	3,895
41	3,895	247	194.8	52	3,701
42	3,701	244	194.8	49	3,506
43	3,506	242	194.8	47	3,311
44	3,311	239	194.8	44	3,116
45	3,116	236	194.8	42	2,922
46	2,922	234	194.8	39	2,727
47	2,727	231	194.8	36	2,532
48	2,532	229	194.8	34	2,337
49	2,337	226	194.8	31	2,142
50	2,142	223	194.8	29	1,948
51	1,948	221	194.8	26	1,753
52	1,753	218	194.8	23	1,558
53	1,558	216	194.8	21	1,363
54	1,363	213	194.8	18	1,169
55	1,169	210	194.8	16	974
56	974	208	194.8	13	779
57	779	205	194.8	10	584
58	584	203	194.8	8	390
59	390	200	194.8	5	195
60	195	197	194.8	3	0

ANEXO 6

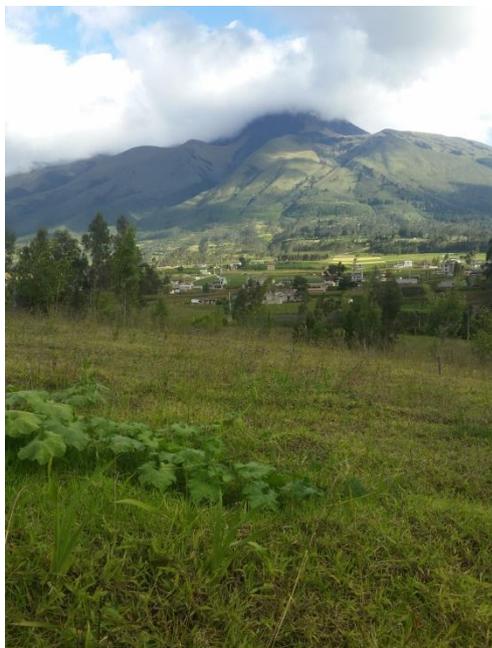
FOTOGRAFÍAS DE LAS INSTALACIONES





ANEXO 7

FOTOGRAFÍAS DE LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE



ANEXO 8

FOTOGRAFIAS DE PERSONAJES DEL SECTOR

