



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA  
TURÍSTICA COMUNITARIA “BOSQUE DE LOS ARRAYANES” EN LA  
COMUNIDAD MONTEVERDE, PARROQUIA SAN JOSÉ, CANTÓN MONTÚFAR,  
PROVINCIA DEL CARCHI.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORÍA CPA**

##### **AUTORAS:**

Benavides Cunguán Mayra Guadalupe

Romero Piarpuezán Cristina Elizabeth

##### **DIRECTOR:**

Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton

**Ibarra, 2019**

## RESUMEN EJECUTIVO

Carchi es una de las provincias que se dedica en mayor cantidad a la agricultura y ganadería tradicionalmente siguiendo los pasos de sus antepasados, este trabajo tiene como objetivo primordial realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una operadora turística comunitaria “Bosque de los Arrayanes” en la comunidad Monteverde, parroquia San José, cantón Montúfar, provincia del Carchi. En el Cantón Montúfar existen varios lugares turísticos ya sean públicos o privados, como son; entre los principales el Bosque de los Arrayanes, la Cascada de Paluz, la Laguna El Salado, el Pedregal, La Gruta de la Paz; en los cuales se puede practicar diferentes tipos de actividades de distracción, pasar en familia, deporte, juegos, excursión, entre otras por esta razón existe potencial turístico el cual se puede explotar de una manera responsable, aunque los pobladores del Cantón piensan que no es una actividad a la cual se dedicaría por falta de conocimientos. Este trabajo se realiza para brindar ayuda a la población Montufareña con énfasis en la comunidad de Monteverde, trabajando en coyuntura con miembros de las asociaciones y encargados de los diferentes atractivos del sector. Para la implementación de este proyecto se toma en cuenta y se trabaja bajo normas, reglas, leyes, técnicas y métodos. El turismo como actividad es una ocupación que en un futuro no muy lejano proveerá muchas plazas de empleo, además los sitios turísticos existentes en el Cantón son buenos cimientos para empezar con la creación de la operadora comunitaria con la articulación de pobladores de los diferentes lugares, de esta manera se beneficia la sociedad obteniendo un mejor estilo de vida, y a la comunidad en general dar a conocer que el Cantón es muy rico ecológicamente y a ser responsables y cuidar del mismo.

## ABSTRACT

Carchi is a province where its inhabitants are dedicated in agricultural and cattle raising. They follow their ancestral habits. The principal subject of this work is to make a project to create a community touristic operator. The Myrtle forest in Monteverde community, San Jose parish, Montufar Canton, Carchi Province. In Montúfar Canton there are many touristic places public and private such as: Myrtle Forest, the Paluz falls, the salt lagoon, the scree, the peace grotto where we can practice many activities such as: sports, swimming, plays, picnics and so on. For this reason exist a power of tourism which we can explore in a responsible way although inhabitants think that it is not a good activity because they ignore. This work is to help people from Montúfar Canton specially Monteverde community with all of their organizations of the town. For this project we will take care of rules, laws, techniques and Methods. Tourism as activity is an occupation which will increase many ways of places of work to get better ways of life. More over with this project people will learn to assess the ecological system which is very important for us.

## AUTORIA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Benavides Cunguan Mayra Guadalupe

040187423-5

Romero Piarpuezan Cristina Elizabeth

040150273-7

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas Mayra Guadalupe Benavides Cunguan y Cristina Elizabeth Romero Piarpuezán, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: Proyecto de factibilidad para la creación de un operadora turística comunitaria “Bosque de los Arrayanes” en la comunidad Monteverde, parroquia San José, cantón Montúfar, provincia del Carchi. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de Enero del 2019.

Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

### DATOS DEL CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE 0401874233	0401874233	
APPELLIDOS Y NOMBRES:	Benavides Cunguan	Romero Piarpuezán	
DIRECCIÓN:	Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton		
EMAIL:	mayrabenavidescunguan@gmail.com cristinaeromeropiarpuezan@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	0981873959	TELÉFONO MÓVIL:	0981876958



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 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		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0401874235, 0401502737	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Benavides Cunguán Mayra Guadalupe Romero Piarpuezán Cristina Elizabeth	
<b>DIRECCIÓN:</b>	San Gabriel	
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:mayrabenavidescunguan@gmail.com">mayrabenavidescunguan@gmail.com</a> <a href="mailto:cristinaromeropiarpuezan@gmail.com">cristinaromeropiarpuezan@gmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	0986093959	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b> 0981876958
DATOS DE LA OBRA		
<b>TÍTULO:</b>	Proyecto de factibilidad para la creación de un operadora turística comunitaria "Bosque de los Arrayanes" en la comunidad Monteverde, parroquia San José, cantón Montúfar, provincia del Carchi	
<b>AUTOR:</b>	Benavides Cunguán Mayra Guadalupe Romero Piarpuezán Cristina Elizabeth	
<b>FECHA:</b>	2019-04-29	
<b>PROGRAMA:</b>	<b>PREGRADO</b> x <b>POSTGRADO</b>	
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA Modalidad Semipresencial	
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton	

## 2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2019

Benavides Cungan Mayra Guadalupe

040187423-5

Romero Piarpuezan Cristina Elizabeth

040150273-7

## DEDICATORIA

“La gratitud se da cuando la memoria se almacena en el corazón y no en la mente”

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios y a la Virgen de la Gruta de la Paz, quienes son guía y fortaleza para el desarrollo del mismo, además por brindarme salud y sabiduría para poder alcanzar mis metas propuestas.

Dedico sin lugar a duda este trabajo a mi hija Domenica Pauleth, quien es la inspiración, dedicación, y el mayor de mis motivos para seguir adelante, ella es por quien día a día lucho sin cansancio y sin rendirme para sacar a flote este proyecto.

A mis padres Genri y Flor dedico con todo el corazón este trabajo de grado, ya que son compañeros constantes, apoyo incondicional, han inculcado en mí los buenos valores y ante todo el amor y comprensión que siempre tienen para conmigo.

A mis familiares, a mi hermana Melany y a mi sobrino Agustín, que son el apoyo y aliento en los momentos difíciles, a mi compañero de vida Jorge, por todo el amor, el soporte, la comprensión, que me brinda y nunca me deja sola; a mis abuelos, y demás familiares que son parte de esta lucha constante.

Este trabajo les dedico a todas mis amigas quien son de mucha ayuda y en ellas descubrí que todavía existen personas valiosas de corazones nobles, de manera especial a mi amiga incondicional de todo momento Mayra, ya que por su ayuda, dedicación y responsabilidad concluyo este paso de mi vida.

Cristina.



## DEDICATORIA

De todo corazón, dedico el presente trabajo a mis padres por ser el pilar fundamental para lograr esta meta, quienes me incentivan a seguir adelante con su amor y apoyo incondicional, lo que me inspira a conseguir mis sueños.

A mis hermanos y sobrinos, y demás familiares por brindarme su apoyo en el momento en que necesite de ellos, por su cariño y alegría para conmigo.

A Henry, por ser mi apoyo y aliento en todo momento, en todos los momentos que he necesitado.

A mis compañeros de carrera, a mis amigas Silvy, Rosy, Fer, Poleth, Alex y especialmente a Cris, quien con su alegría y entusiasmo hizo que nuestra vida estudiantil sea festiva y productiva.

Mayra.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, y por su infinito amor; a mis padres que son el motor principal para que pueda cumplir mis metas, por la oportunidad y el apoyo económico y moral que me han brindado para dar este pasó.

A mi hija, le agradezco infinitamente por ser la propulsora de mi vida y ser el mejor regalo que la misma me dio, a pesar de haberle quitado parte de su tiempo para dedicarle a este trabajo,

Agradezco a mis familiares, a mi esposo y amigas por el granito de arena que han colaborado para que se realice este trabajo con éxito.

Mi mayor gratitud para contigo amiga Mayra, por ayudarme a cumplir mi sueño por darme la mano y nunca soltarme, por fortalecer esta amistad por el resto de nuestras vidas.

A la Universidad Técnica del Norte y a todos quienes hacen parte de la misma, además todos sus docentes quienes cultivaron en nosotros grandes valores, conocimientos y lecciones de vida, especialmente al Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton por compartir con nosotros sus saberes su sabiduría y ayudarnos a salir adelante con paciencia y amor.

A las personas conocidas y a quienes nos brindaron parte de su tiempo para brindarnos conocimientos necesarios para la elaboración de este trabajo, a todos los miembros de las asociaciones y encargados de los diferentes lugares turísticos del Cantón Montufar.

Cristina.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, infinitamente, por darme vida, salud y fortaleza para luchar por mis sueños, y ser compañía incondicional en mi diario accionar.

A mis padres por su amor y apoyo, por su cuidado, por su compañía, por sus noches de desvelo, por sus consejos y valores; a mis hermanos, abuelitos, primos, tíos por sus palabras motivadoras en los momentos precisos; a mis amigas por los momentos, experiencias y palabras compartidas; y a Henry por su amor y cariño.

A mi querida jefa, Srta. Ledy Ortega, por su comprensión y paciencia en mi trabajo durante la realización de todo mi proceso estudiantil y del presente trabajo.

A la Universidad Técnica del Norte y nuestros queridos maestros, por brindarnos su conocimientos y compartirnos sus experiencias, para hacer de nosotros buenos profesionales y excelentes personas, de manera especial a nuestro querido tutor, Ing, Carlitos, por su paciencia, consejos, tiempo y dedicación durante la realización del presente trabajo, además de sembrar en nosotros el espíritu emprendedor que todo profesional necesita.

A todas las personas que fueron parte de la realización de este proyecto, especialmente a los involucrados con el sector turístico del Cantón.

Mayra.

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de titulación partió de una investigación para realizar el “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA “BOSQUE DE LOS ARRAYANES” EN LA COMUNIDAD MONTEVERDE, PARROQUIA SAN JOSÉ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI” el cual consta de siete capítulos en donde se establecen las importancias para su ejecución.

En el primer capítulo se detalla la situación actual del entorno en el Cantón Montúfar poniendo énfasis a la parroquia San José, comunidad Monteverde para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

En el segundo capítulo se puntualiza las bases teóricas de interés, con la finalidad de fundamentar en forma técnica y científica los componentes del proyecto, estas son extraídas de una investigación documental y bibliográfica.

En el tercer capítulo se realiza el estudio de mercado con el objetivo de determinar la oferta, demanda y sus proyecciones, demanda insatisfecha, participación del proyecto, análisis del precio, análisis de la competencia y comercialización.

El cuarto capítulo presenta los aspectos de la ingeniería del proyecto como son: la localización, infraestructura, y la correcta distribución de la planta. .

En el quinto capítulo se presenta un análisis de la parte económica financiera para determinar la viabilidad del estudio, esta investigación proveerá información con la cual se establecerá estados financieros que servirán de base para la evaluación de indicadores de la empresa.

El sexto capítulo contiene la parte organizacional del proyecto haciendo referencia a la normativa vigente y que hay que regir para la implementación de la empresa como tal, además diseñar la parte filosófica de la misma.

El séptimo y último capítulo contiene los impactos que genera la implementación del proyecto en diferentes aspectos como: económico, social, ambiental y cultural; ya sean estos positivos o negativos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORIA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
DEDICATORIA .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN.....	xii
INDICE DE CONTENIDOS .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxiii
CAPÍTULO I. ESTUDIO DIAGNÓSTICO .....	25
Antecedentes .....	25
Objetivos .....	27
Objetivo General.....	27
Objetivos Específicos.....	27
Variables .....	27
Indicadores.....	27
Marco Legal .....	27
Factores Económicos .....	28
Condición Social.....	28
Factores Tecnológicos y Promoción.....	28
Patrimonio Turístico, Ambiente e Infraestructura .....	28
Matriz de relación diagnóstica .....	29
Metodología del diagnóstico.....	31
Desarrollo de la matriz de relación diagnóstico.....	32
Marco Legal.....	32
Aspecto Económico .....	36
Condición Social.....	39
Factores Tecnológicos y Promoción.....	43

Patrimonio Turístico, Ambiente e Infraestructura .....	47
Matriz Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos (Aoor) .....	50
Oportunidad de Inversión .....	51
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	53
Introducción .....	53
Objetivo .....	53
Conceptos.....	53
Estudio de factibilidad .....	53
Proyecto de inversión.....	54
Comunidad.....	54
Desarrollo comunitario .....	54
Bioeconomía .....	54
Turismo .....	55
Turismo sostenible.....	55
Tipos de turismo .....	55
Operadora turística.....	57
Destino turístico .....	58
Recursos Naturales.....	58
Recursos económicos.....	58
Recurso turístico .....	58
Atractivo turístico .....	59
Balanza Turística .....	59
Turista .....	59
Visitante .....	59
Viajero .....	60
Amortización.....	60
Excursionista.....	60
Equipo turístico.....	60
Complejo turístico.....	60
Centro turístico.....	61
Segmento de mercado .....	61
Servicio al Cliente.....	61
Oferta turística .....	62
Demanda turística .....	62

Precio .....	62
Promoción turística .....	62
Proveedor .....	63
Capacidad instalada .....	63
Capacidad ociosa .....	63
Rentabilidad Turística.....	63
Demanda potencial.....	64
Demanda insatisfecha .....	64
Proceso operativo.....	64
Inversión .....	64
Inversión fija.....	65
Inversión Variable.....	65
Activos diferidos.....	65
Capital de trabajo .....	65
Costo de producción .....	66
Gastos administrativos .....	66
Gastos de ventas.....	66
Presupuesto .....	66
Depreciación .....	66
Costo de oportunidad .....	67
Período de recuperación de la inversión .....	67
Evaluación financiera.....	67
VAN .....	67
TIR .....	67
Coste - Beneficio.....	68
Misión .....	68
Visión .....	68
Valores .....	68
Estructura organizacional.....	69
Estructura funcional .....	69
<b>CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>70</b>
Introducción .....	70
Objetivos del Estudio de Mercado .....	70
Objetivo general.....	70

Objetivos específicos .....	70
Variables .....	71
Indicadores .....	71
Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	72
Metodología .....	73
Desarrollo de la Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	74
Descripción de servicios turísticos a ofrecer .....	74
Análisis de la Oferta.....	75
Análisis de la Demanda .....	82
Análisis de precios .....	98
Estrategias de comercialización.....	99
Conclusiones .....	100
<b>CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>102</b>
Introducción .....	102
Objetivos .....	102
Objetivo general.....	102
Objetivos específicos .....	102
Localización del proyecto .....	103
Macro Localización. ....	103
Micro Localización .....	104
Tamaño del proyecto.....	105
Disponibilidad de servicios en lugares turísticos.....	105
Disponibilidad de talento humano .....	106
Capacidad instalada .....	106
Ingeniería del Proyecto .....	107
Flujo gramas de procesos.....	107
Distribución de las instalaciones.....	115
Inversión del proyecto.....	116
Inversión fija .....	116
Inversión variable.....	118
Activos diferidos.....	122
Capital de trabajo .....	123
Inversión Total .....	123
Financiamiento.....	124



CAPÍTULO V. ESTUDIO FINANCIERO.....	125
Introducción .....	125
Objetivos .....	125
Objetivo general.....	125
Objetivos específicos .....	125
Presupuesto de Ingresos .....	126
Cantidad de ventas .....	126
Precio de venta.....	126
Ingresos proyectados.....	127
Presupuesto de Egresos.....	127
Costos de paquetes turísticos .....	128
Gastos administrativos .....	129
Gastos de ventas.....	131
Gastos depreciación .....	132
Gastos amortización.....	133
Gastos financieros .....	133
Egresos proyectados.....	134
Balances 134	
Estado de situación Inicial .....	134
Estado de resultados proyectado .....	135
Estado de flujo de efectivo proyectado .....	137
Evaluación financiera.....	138
Costo de oportunidad .....	138
Período de recuperación de la inversión .....	138
Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR .....	138
Costo Beneficio.....	139
Punto de Equilibrio .....	139
Resumen de la Evaluación Financiera .....	140
CAPITULO VI. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN.....	142
Introducción .....	142
Objetivos .....	142
Objetivo General.....	142
Objetivos Específicos.....	142
Base legal de la empresa.....	142

Registro de actividad turística.....	143
Licencia única anual de funcionamiento.....	143
Permiso uso del suelo.....	144
Permiso de funcionamiento (Cuerpo de Bomberos del Municipio) .....	144
Requisitos para el registro y obtención de credencial de guías locales .....	144
Patente municipal.....	145
Registro Único de Contribuyente.....	145
Nombre o razón social de la empresa .....	146
Nombre de la Empresa.....	146
Sector económico.....	146
Logo de la empresa .....	146
Base filosófica empresarial .....	147
Misión .....	147
Visión al año 2023 .....	147
Objetivos de Responsabilidad Social.....	148
Políticas .....	148
Valores Institucionales.....	149
Estructura Organizacional.....	151
Organigrama Estructural.....	151
Organigrama Funcional .....	152
Perfiles y funciones de los empleados .....	152
Detalle del Servicio.....	157
Rutas .....	157
Paquetes Turísticos .....	158
Itinerario de los paquetes turísticos.....	163
Asociaciones y Representantes aliados de los Sitios Atractivos. ....	166
Estrategias de comercialización.....	170
Estrategias de precio. ....	170
Canales de Distribución .....	171
Promoción .....	171
<b>CAPITULO VII. IMPACTOS</b> .....	<b>173</b>
Análisis de Impactos.....	173
Objetivos.....	173
Objetivo General.....	173

Objetivos Específicos.....	173
Metodología del Análisis de Impactos.....	173
Impactos.....	174
Impacto Económico .....	174
Impacto Social .....	176
Impacto Ambiental.....	177
Impacto Cultural .....	179
Impacto General.....	180
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	182
BIBLIOGRAFÍA .....	184
ANEXOS .....	193
ANEXO 1. Encuesta dirigida a las familias del Cantón Montufar.....	194
ANEXO 2. Encuesta dirigida a los líderes de las asociaciones y encargados de los lugares turísticos del Cantón Montúfar .....	196

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de relación diagnóstica .....	29
Tabla 2. Matriz AOOR .....	51
Tabla 3. Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	72
Tabla 4. Establecimientos turísticos existentes en el Cantón .....	76
Tabla 5. Servicios ofertados en los lugares.....	78
Tabla 6. Ficha de caracterización servicios ofertados. ....	79
Tabla 7. Capacidad instalada actual por lugar .....	81
Tabla 8. Capacidad instalada anual en familias .....	82
Tabla 9. Criterios geográficos y demográficos de segmentación del mercado.....	83
Tabla 10. Niveles socioeconómicos de los hogares ecuatorianos.....	83
Tabla 11. Segmentación.....	84
Tabla 12. Distribución de encuestas por parroquias urbanas y rurales.....	86
Tabla 13. Actividad recreacional que prefieren realizar .....	87
Tabla 14. Preferencia de lugares para recreación .....	88
Tabla 15. Número de miembros que conforman el grupo familiar.....	89
Tabla 16. Frecuencia de salidas familiares recreacionales .....	90
Tabla 17. Presupuesto estimado promedio por persona.....	91
Tabla 18. Tipo de comida preferida .....	92
Tabla 19. Orden de preferencia de los principales lugares atractivos del Cantón Montúfar .....	93
Tabla 20. Servicios adicionales complementarios de preferencia .....	94
Tabla 21. Frecuencia semanal de turistas en los lugares turísticos.....	95
Tabla 22. Demanda potencial anual por familias.....	96
Tabla 23. Capacidad ociosa anual en familias .....	97
Tabla 24. Demanda insatisfecha anual en familias .....	97
Tabla 25. Precios de los servicios complementarios en los lugares turísticos existentes.....	98
Tabla 26. Precio promedio por actividad .....	99
Tabla 27. Capacidad instalada de la operadora.....	107
Tabla 28. División de las instalaciones.....	116
Tabla 29. Inversión Muebles y enseres .....	117
Tabla 30. Inversión Equipo de Cómputo .....	117
Tabla 31. Inversión Equipo de Oficina .....	118
Tabla 32. Gasto personal administrativo .....	119

Tabla 33. Gasto servicios .....	120
Tabla 34. Gasto kit de útiles de oficina.....	120
Tabla 35. Gasto personal de ventas.....	121
Tabla 36. Gasto servicios .....	121
Tabla 37. Gastos capacitación.....	122
Tabla 38. Gastos de constitución .....	122
Tabla 39. Gastos capacitación.....	123
Tabla 40. Capital de trabajo .....	123
Tabla 41. Inversión .....	124
Tabla 42. Proyección de precios .....	126
Tabla 43. Precio de los paquetes.....	126
Tabla 44. Proyección de precios .....	127
Tabla 45. Proyección de ingresos .....	127
Tabla 46. Costo de venta de los paquetes turísticos.....	128
Tabla 47. Proyección de costos de servicios.....	129
Tabla 48. Proyección de costos de producción unificados .....	129
Tabla 49. Proyección de gastos administrativos .....	130
Tabla 50. Proyección de servicios del área administrativa .....	130
Tabla 51. Proyección de permisos de funcionamiento .....	130
Tabla 52. Proyección kit de útiles de oficina .....	131
Tabla 53. Resumen gastos administrativos proyectados.....	131
Tabla 54. Proyección de gastos de personal de ventas .....	131
Tabla 55. Proyección de servicios de ventas .....	132
Tabla 56. Resumen gastos de venta proyectados.....	132
Tabla 57. Depreciación de activos fijos .....	132
Tabla 58. Proyección depreciación activos fijos.....	133
Tabla 59. Proyección amortización activos diferidos .....	133
Tabla 60. Amortización crédito .....	133
Tabla 61. Gastos financieros.....	134
Tabla 62. Resumen egresos proyectados. ....	134
Tabla 63. Estado de situación Inicial .....	135
Tabla 64. Estado de resultados proyectado.....	136
Tabla 65. Estado de flujo de efectivo proyectado.....	137
Tabla 66. Período de recuperación de la inversión .....	138

Tabla 67. Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de retorno .....	139
Tabla 68. Costo beneficio .....	139
Tabla 69. Punto de equilibrio en dólares .....	140
Tabla 70. Punto de equilibrio en unidades .....	140
Tabla 71. Resumen de evaluación financiera .....	140
Tabla 72. Perfil Junta de Socios.....	152
Tabla 73. Perfil del Gerente .....	153
Tabla 74. Perfil del Contador.....	154
Tabla 75. Perfil de la Secretaria.....	155
Tabla 76. Perfil del Guía Turístico .....	156
Tabla 77. Descripción Paquete 1. ....	160
Tabla 78. Descripción Paquete 1. ....	161
Tabla 79. Descripción Paquete 1. ....	162
Tabla 80. Recorrido Paquete Turístico 1 .....	163
Tabla 81. Recorrido Paquete Turístico 2 .....	164
Tabla 82. Recorrido Paquete Turístico 3 .....	165
Tabla 83. Matriz de Valoración de indicadores en los Impactos .....	174
Tabla 84. Matriz Impacto Económico .....	175
Tabla 85. Matriz Impacto Social.....	176
Tabla 86. Matriz Impacto Ambiental.....	178
Tabla 87. Matriz Impacto Cultural.....	179
Tabla 88. Impacto general.....	180

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Constitución 2008.....	32
Ilustración 2. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 .....	33
Ilustración 3. Logo Ministerio de Turismo .....	34
Ilustración 4. Logo Ministerio de Turismo .....	35
Ilustración 5. Logo Ministerio de Turismo .....	35
Ilustración 6. Flujos turísticos.....	37
Ilustración 7. Niveles de inflación .....	37
Ilustración 8. Actividad de cambio de moneda.....	38
Ilustración 9. Collage del Sistema productivo. 1. Ganadería, 2. Agricultura, 3, 4,5. Crianza de animales menores.....	39
Ilustración 10. Empleo rural .....	40
Ilustración 11. Entrada de Migrantes por Rumichaca.....	40
Ilustración 12. Población del Cantón y PEA del Carchi .....	41
Ilustración 13. Educación de la Población .....	42
Ilustración 14. Collage de Cultura del Lugar. 1. Capilla de la Comunidad, 2. Cultivo de huertos frutales, 3. Cosecha de productos de la zona, 4. Huertos cultivados por amas de casa. ..	43
Ilustración 15. Turismo Virtual en Ecuador .....	44
Ilustración 16. Educación Digital de los Pobladores .....	44
Ilustración 17. Collage de antenas de Internet. ....	45
Ilustración 18. Acceso a TIC´S .....	46
Ilustración 19. Promoción Turística.....	46
Ilustración 20. Collage de los Principales Sitios Turísticos de la Comunidad Monteverde. 1. Piscina de la Comunidad, 2. Bosque de los Arrayanes, 3. Canal semi-subterráneo de agua, 4. Piedra Histórica, 5. Fosas de Lavado, 6. Bohío del Bosque, 7,8. Rio Cuasmal .....	48
Ilustración 21. Mapa, ubicación de la Provincia del Carchi y sus Cantones .....	49
Ilustración 22. Collage de Flora y Fauna en el Bosque de los Arrayanes .....	49
Ilustración 23. Vías de Acceso en la Comunidad y los lugares Turísticos .....	50
Ilustración 24. Actividad recreacional que prefieren realizar .....	87
Ilustración 25. Preferencia de lugares para su recreación.....	88
Ilustración 26. Número de miembros que conforman el grupo familiar.....	89
Ilustración 27. Frecuencia de salidas familiares recreacionales .....	90
Ilustración 28. Presupuesto estimado promedio por persona.....	91

Ilustración 29. Presupuesto estimado promedio por persona.....	92
Ilustración 30. Presupuesto estimado promedio por persona.....	93
Ilustración 31. Servicios adicionales complementarios de preferencia .....	94
Ilustración 32. Mapa del Ecuador, especificación de la Provincia y Región.....	103
Ilustración 33. Mapa, Provincia del Carchi, especificación del Cantón y Ciudad.....	104
Ilustración 34. Mapa satelital de la comunidad Monteverde, ubicación exacta de la operadora.	105
Ilustración 35. Diagrama de flujo, proceso adecuación, sitio “Piscinas Monteverde”. .....	109
Ilustración 36. Diagrama de flujo, proceso de articulación de sociedades. ....	110
Ilustración 37. Diagrama de flujo, proceso de articulación con representantes privados.....	111
Ilustración 38. Diagrama de flujo, proceso de acondicionamiento y mantenimiento de los lugares. ....	112
Ilustración 39. Diagrama de flujo, proceso de ventas .....	113
Ilustración 40. Diagrama de flujo, proceso de prestación de servicios.....	114
Ilustración 41. Diagrama de flujo, proceso contable. ....	115
Ilustración 42. Diseño y distribución de las instalaciones. ....	116
Ilustración 43. Logotipo de la Operadora Turística Comunitaria. ....	147
Ilustración 44. Organigrama Estructural.....	151
Ilustración 45. Organigrama Funcional. ....	152
Ilustración 46. Mapa de la Ruta 1. ....	157
Ilustración 47. Mapa de la Ruta 2. ....	158
Ilustración 48. Mapa de la Ruta 2. ....	158
Ilustración 49. Entrevista a representante de “Guardianes Ambientales”. ....	167
Ilustración 50. Entrevista a representante de “Salvemos al Bosque Arrayanes”. .....	168
Ilustración 51. Miembros de la Diócesis de Tulcán.....	169
Ilustración 52. Entrevista al Sr. Luis Imbaquingo. ....	170



## CAPÍTULO I. ESTUDIO DIAGNÓSTICO

### 1.1 Antecedentes

Monteverde, ubicada al Noroeste de la ciudad de San Gabriel, en el cantón Montúfar es una de las 5 comunidades pertenecientes a la parroquia urbana San José, en la provincia del Carchi. Limita al Norte con la parroquia Piartal, al Sur con la comunidad Canchaguano, al Este con el sector Las Tolas, y al Oeste con la comunidad El Chamizo. Monteverde posee un clima templado frío, con una temperatura promedio anual de 12.5 grados centígrados. Tiene una población de 300 habitantes aproximadamente. Las actividades económicas a las que se dedican son la agricultura y ganadería de manera predominante, y a otras como tejidos en lana y emprendimientos de turismo.

En la actualidad, la población mundial está enfocada al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsados desde Naciones Unidas, siendo el eje principal el Objetivo 17 “Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible”, el cual indica que para el desarrollo local es necesario la unión y colaboración de autoridades, comuneros, organizaciones del sector, con la inclusión de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Si se da avance al logro de este objetivo, paralelamente se dará cumplimiento a los demás. El turismo como una actividad económica mundial, esta direccionado al logro del Objetivo 12, que señala: “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”, el cual busca el uso eficiente de los recursos, para lograr una rentabilidad económica y una óptima calidad de vida con el mejor manejo de los mismos. (Comisión Económica para América Latina y El Caribe CEPAL)

A nivel mundial, el turismo se ha convertido en una actividad de interés para los países, quienes apuntan a convertirlo en una fuente permanente de ingresos, practicando turismo sostenible; entendido éste como el desarrollo de una actividad recreacional para obtener rentabilidad económica, basado en la conservación, preservación, y cuidado del patrimonio natural y cultural de un lugar, para no comprometer la estabilidad de generaciones futuras. Convertido en el motor de desarrollo, crecimiento económico, creación de empleo, protección del medio ambiente, conservación cultural y brindando paz y seguridad. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), con datos del año 2016, analizados en el año

2017, resume que alrededor del mundo llegan 1.235 millones de turistas, lo que genera 1'220.000 de ingresos, de los cuales a América le corresponden 199 millones de visitantes que corresponde a un 16%, y en ingresos 313 millones que representa el 26%, Europa es el principal líder turístico. Del total de las cifras del continente Americano, América del Sur recibe a 32,8 millones de turistas, es decir un 3%, que equivale a 27 billones de ingresos. (Organización Mundial de Turismo, 2017)

Según una publicación de Revista Zona Libre de Editorial Zona 20 S.A. de Guayaquil, de la entrevista realizada a la Ing. Gabriela Gracia, gerente de la agencia de viajes Join Tours y experta en temas turísticos, manifiesta que a nivel Nacional, se están desarrollando estrategias para el aprovechamiento de las últimas tendencias de turismo, que se desarrollan internamente como son, el One Day Only, paquete promocional que trata de visitar un lugar específico, aprovechándolo al máximo, durante un día. Las tendencias turísticas actuales preferidas por los visitantes son el Agroturismo, Turismo de Aventura, sol y playa y el Turismo Comunitario. El último ha llamado mucho la atención, debido a que los turistas toman contacto directo con las poblaciones y practican sus formas de vida, ya que actualmente el viajero no presta mucho interés al lujo, sino al servicio que recibe por la satisfacción que genera. (Editorial Zona 20 S.A., 2018)

En Monteverde y Montúfar, existen espacios turísticos que se encuentran dispersos en las distintas comunidades, como son el Bosque de los Arrayanes en Monteverde, la Cascada de Paluz en Chután, la Laguna del Salado en el Ejido, la Gruta de la Virgen de la Paz, y el Pilar de Athal. Los lugares cuentan con asociaciones formadas en cada uno de los mismos para el apoyo, mantenimiento, cuidado y preservación. La actividad turística para aprovechar la diversidad de atractivos naturales, culturales, formas de trabajo, vivenciales, tradicionales, no se ha promocionado dentro del mercado, ya que existen varios estudios sobre el aprovechamiento de los lugares turísticos y el desarrollo del turismo comunitario, los cuales servirán como referencia para la elaboración de un inventario de atractivos de interés para los visitantes, con el fin de ofrecer diferentes experiencias enfocadas en un encuentro natural con el medio ambiente y las distintas formas de vida de su población.

Con los antecedentes expuestos en la comunidad Monteverde, se plantea la posibilidad de implementar una operadora turística con criterios comunitarios; por lo que, a continuación se desarrolla el diagnóstico situacional de su entorno para conocer la viabilidad.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General.**

Conocer la situación actual del Cantón Montúfar con énfasis en la parroquia San José, comunidad Monteverde, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; desde una perspectiva de desarrollo turístico.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el marco legal pertinente al desarrollo turístico, a nivel nacional y local.
- Estudiar los factores económicos que influyen en la zona.
- Identificar la condición social que tiene el sector.
- Investigar los factores tecnológicos y promoción que se maneja para la actividad turística.
- Caracterizar el patrimonio turístico, ambiente e infraestructura que posee el lugar.

## **1.3 Variables**

- Marco legal
- Factores económicos
- Condición social
- Factores Tecnológicos y Promoción
- Patrimonio Turístico, Ambiente e Infraestructura

## **1.4 Indicadores**

### **1.4.1 Marco Legal**

- Constitución de la República del Ecuador 2008
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021
- Ley de Turismo
- Reglamento a la Ley de Turismo
- Reglamento general de las actividades turísticas
- Ley de Gestión Ambiental

- Código de Trabajo
- Ordenanzas referentes a turismo

#### **1.4.2 Factores Económicos**

- Flujos Turísticos
- Inflación
- Paridad Cambiaria
- Actividades Productivas

#### **1.4.3 Condición Social**

- Empleo Adecuado, Desempleo y Subempleo
- Flujo Migratorio
- Características Demográficas
- Educación
- Cultura

#### **1.4.4 Factores Tecnológicos y Promoción**

- Turismo virtual
- Educación Digital
- Disponibilidad de Internet
- Medios de Difusión
- Promoción

#### **1.4.5 Patrimonio Turístico, Ambiente e Infraestructura**

- Atractivos y Vivencias Turísticos
- Características Geográficas
- Flora y Fauna
- Vías de acceso

## 1.5 Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1. Matriz de relación diagnóstica**

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Tipo de Fuente	Técnica
<p><b>Objetivo General</b> Conocer la situación actual del Cantón Montúfar con énfasis en la parroquia San José, comunidad Monteverde, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; desde una perspectiva de desarrollo turístico.</p>				
Analizar el marco legal pertinente al desarrollo turístico, a nivel nacional y local.	Marco Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constitución de la República del Ecuador 2008</li> <li>• Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021</li> <li>• Ley de Turismo</li> <li>• Reglamento a la Ley de Turismo</li> <li>• Reglamento general de las actividades turísticas</li> <li>• Ley de Gestión Ambiental</li> <li>• Código de Trabajo</li> <li>• Ordenanzas referentes a turismo</li> </ul>	Secundaria	Revisión Documental
Estudiar los factores económicos que influye en la zona.	Factores Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujos Turísticos</li> <li>• Inflación</li> <li>• Paridad Cambiaria</li> </ul>	Primaria Secundaria	Observación directa Revisión documental

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades Productivas</li> </ul>		
Identificar la condición social que tiene el sector.	Condición Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo adecuado, Desempleo y Subempleo</li> <li>• Flujo Migratorio</li> <li>• Características Demográficas</li> <li>• Educación</li> <li>• Cultura</li> </ul>	Primaria Secundaria	Observación directa Revisión documental
Investigar los factores tecnológicos y promoción que se maneja para la actividad turística.	Factores Tecnológicos y Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo virtual</li> <li>• Educación Digital</li> <li>• Disponibilidad de Internet</li> <li>• Medios de Difusión</li> <li>• Promoción</li> </ul>	Primaria Secundaria	Observación Directa Revisión documental
Caracterizar el patrimonio turístico, ambiente e infraestructura que posee el lugar.	Infraestructura, Ambiente y Patrimonio Turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos y Vivencias Turísticos</li> <li>• Características Geográficas</li> <li>• Flora y Fauna</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>	Primaria Secundaria	Observación Directa Revisión documental Ficha de Turismo

## **1.6 Metodología del diagnóstico**

Para el desarrollo del presente trabajo se utiliza la investigación descriptiva que permitió observar y caracterizar la situación actual del turismo.

Dentro del Marco Legal, se analiza la normativa legal vigente que se relaciona con el turismo, para extraer los principales aportes sobre los cuales debe ejercerse la actividad. Siendo revisadas principalmente la Ley de Turismo, Ley de Gestión Ambiental, Código de Trabajo, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón.

Para el estudio del aspecto Económico se examina los principales indicadores que marcan la dinámica económica del país y su influencia, se lo hizo consultando fuentes linkográficas, a través del Banco Central, y Censo Poblacional 2010.

La identificación de la condición social se la realiza mediante la revisión del Censo Poblacional 2010 y páginas web del cantón, para establecer las características demográficas, culturales, empleo y movilización de la posición actual de la población, además se hizo la ejemplificación mediante la observación diagnóstica.

Dentro de los factores tecnológicos y promoción, se investiga los elementos que inciden en el comportamiento y manejo digital, que tienen las personas del sector, a través del estudio de las estadísticas del año 2017, emitidas por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (ARCOTEL).

La descripción del patrimonio turístico, ambiente e infraestructura y se lleva a cabo mediante la observación directa y la investigación de las fichas de Inventario de Atractivos Turísticos, que reposan en el Ministerio de Turismo, así como del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Montúfar.

Se utiliza las técnicas de recolección de información, como es la observación directa y revisión documental para para el análisis de las referencias mencionadas, que son de tipo primario y secundario.

## 1.7 Desarrollo de la matriz de relación diagnóstico

### 1.7.1 Marco Legal

#### 1.7.1.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

La última constitución de Ecuador, año 2008, señala aspectos relevantes para el presente proyecto. En el título II, en el Art. 66, numeral 15, habla de la libertad para ejercer actividades económicas de forma individual o colectiva. En el Capítulo 7 del mismo, del Art. 71 al 74, se contemplan los derechos de la naturaleza que expresan el respeto, la restauración y medidas de precaución y restricción por ésta; haciendo énfasis en el Art. 74 que habla sobre el beneficio que tiene la población sobre el ambiente y los recursos naturales. En el Art 284, numeral 9, expresa el fortalecimiento del consumo nacional y ambiental de forma responsable. El Art. 319, señala que la organización comunitaria es una forma reconocida de producción dentro de la economía del país. Los artículos que comprenden el capítulo 2, del título 7, indican la intervención del estado en el cuidado y la preservación de la biodiversidad. Este indicador se convierte en un aliado, para el proyecto, debido a que es la máxima ley nacional, donde se declara, permisivo el turismo como actividad económica. (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, 2008)



**Ilustración 1. Constitución 2008.**

*Fuente:* (Imágenes de Google)

#### 1.7.1.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo, se señala que Ecuador es un país exportador primario, volviendo débil a la economía del país, porque no ayuda a elaborar productos tecnificados, que son demandados por los demás países; esto hace que el país no sea



competitivo. En el Plan, se establece a la bioeconomía como una alternativa, para el desarrollo socio-económico, a través del aprovechamiento racional de su patrimonio natural (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017). El Plan Nacional de Desarrollo se considera un aliado, debido a que brinda otras alternativas de lograr ingresos para el beneficio de la comunidad.



*Ilustración 2. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*  
Fuente: (Imágenes de Google)

### **1.7.1.3 Ley de Turismo.**

De acuerdo a la Ley de Turismo (2002), el Art.12 señala:

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos (Ley de Turismo, 2002).

Esta Ley establece que el órgano rector de sector turístico es el Ministerio de Turismo, el mismo que está encargado de colaborar con la promoción, el desarrollo y la regulación de esta actividad, ejercida por distintas personas naturales y jurídicas. En este caso, brindar apoyo a los nuevos emprendimientos comunitarios que nacen con el propósito de ejercer el turismo y conseguir ingresos (*Ley de Turismo, 2002*). Esta Ley, mediante su ente rector, se considera un aliado, porque contiene los lineamientos en cuanto a la forma de hacer turismo.



**Ilustración 3. Logo Ministerio de Turismo**  
 Fuente: (Imágenes de Google)

#### **1.7.1.4 Reglamento a la Ley de Turismo**

En este reglamento, se fija los procedimientos de aplicación de la Ley de Turismo, entre sus artículos más importantes para el proyecto, está el turismo desempeñado por una operadora turística, normas técnicas y reglamentarias, la obtención del Registro Único de Turismo (RUT) y la Licencia única Anual de Funcionamiento, además determina los lineamientos de protección al consumidor de servicios turísticos. También, se encuentra penalizaciones de menor o mayor rigor, en contra de una operadora, por desacatar lo antes expuesto, que le da el carácter de sancionadora a su respectiva Ley, si no realizan de manera correcta, considerando así este reglamento, un riesgo para el presente trabajo (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2004).

#### **1.7.1.5 Reglamento General de Actividades Turísticas**

La comunidad podrá ejercer actividades de turismo mediante una operadora turística comunitaria, tomando en cuenta las disposiciones de la ley, y específicamente, el reglamento de las actividades turísticas. Aquí se establece directrices como beneficios, registro y obtención de licencia, ecoturismo y sostenibilidad, turismo social, promoción turística, capacitación, formación y profesionalización, así como obligaciones, control y sanciones, para poder desarrollar la actividad en cumplimiento a la ley (Reglamento General a las actividades turísticas, 2002). Por lo expuesto, este reglamento se considera un aliado.

#### **1.7.1.6 Ley de Gestión Ambiental**

Según el Art. 20 de esta Ley, indica que toda actividad que involucre riesgo ambiental, debe contar con una licencia para su funcionamiento, y el Art. 31 expresa que los lineamientos y orientaciones que se constituyen sobre el manejo del medio ambiente y los

recursos naturales deben darse a conocer a las personas o empresas que se dediquen al Turismo. Para cumplimiento de esta ley, se encuentra el Ministerio del Ambiente (Ley de Gestión Ambiental, 2004). Esto contempla un riesgo para el desarrollo del presente proyecto, porque para la obtención de dicha licencia, se requieren de estudios de impactos que pueden resultar desfavorables para la implementación de una operadora turística, mismo que pueden ser mitigados si se conocen los lineamientos a seguir.



#### **1.7.1.7 Código de Trabajo**

La operadora turística comunitaria al momento de crearse, se conformará de accionistas que a la vez también actuarán como trabajadores de la misma, por lo tanto estarán amparados por el Código de Trabajo, por medio del Ministerio de Relaciones Laborales como organismo regulador; donde se establecen obligaciones y beneficios que deberán recibir, además de la base legal sobre la que debe basarse la relación laboral; este aspecto constituye una oportunidad por cuanto la empresa requiere de capital humano para su implementación y funcionamiento. (Código de Trabajo, 2005)



*Ilustración 5. Logo Ministerio de Turismo*  
Fuente: (Imágenes de Google)

### ***1.7.1.8 Ordenanzas referentes a turismo***

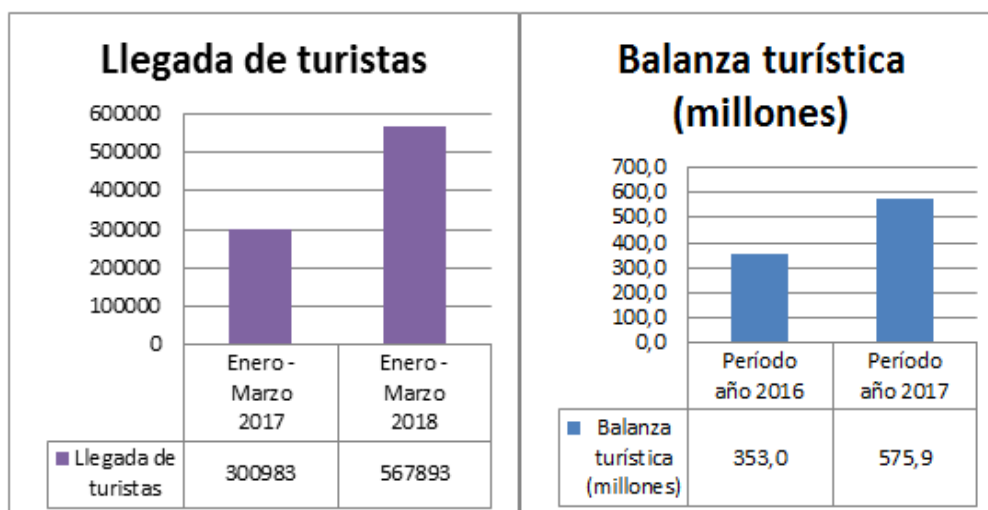
En la actualidad, El Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar no cuenta con ordenanzas sobre turismo, este factor se considera un riesgo, ya que no existe marco legal explícito del cantón específicamente.

A parte de las leyes mencionadas, también es conocido que todas las empresas deben cumplir con las obligaciones para con los trabajadores, entre ellas la seguridad social, a través del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para asegurar su futuro, atención médica y demás prestaciones que brinda esta institución. De igual manera, las actividades económicas están sujetas a inscribirse en el catastro de Registro Único de Contribuyentes, por medio del Servicio de Rentas Internas (SRI), para cumplir con sus impuestos, fruto de su actividad.

## **1.7.2 Aspecto Económico**

### ***1.7.2.1 Flujos Turísticos***

Según el boletín mensual sobre la información relevante del turismo en el Ecuador del Ministerio de Turismo de Marzo 2018, indica que existieron 567.893 llegadas de turistas a nivel nacional durante enero a marzo, que representa un crecimiento de 47% respecto del mismo periodo del año anterior. También, indica que el saldo de la balanza turística es de \$575,9 millones en el período del año 2017, con un incremento de 38,7% respecto del año anterior, lo que determina que es mayor el número de visitantes que entran al país, en comparación de los que salen (Ministerio de Turismo, 2018). Este dato establece que la afluencia de visitantes está en crecimiento, lo cual es una oportunidad para el presente proyecto, debido a que existe demanda.

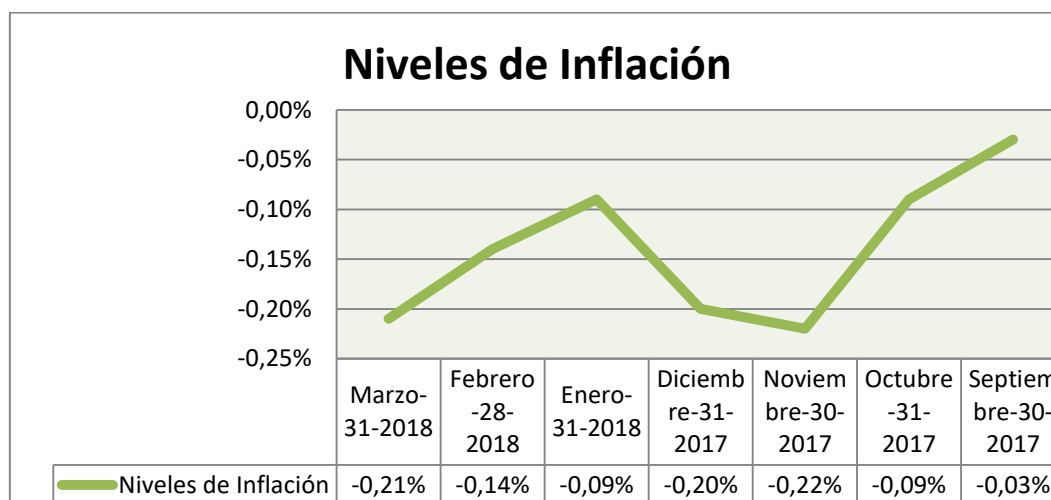


**Ilustración 6. Flujos turísticos**

Fuente: Ministerio de Turismo

### 1.7.2.2 Inflación

La inflación a marzo del 2018 es de -0,21, este indicador ha disminuido desde septiembre del 2017, según el reporte mensual del Banco Central del Ecuador, lo que indica que en varios productos existe una rebaja de precio, promoviendo el consumo por parte de la colectividad (Banco Central del Ecuador, 2018). Este indicador señala que hay oportunidad para invertir en el turismo, porque las personas tienen más capacidad adquisitiva, debido al decremento de la inflación.



**Ilustración 7. Niveles de inflación**

Fuente: Banco Central del Ecuador

### 1.7.2.3 Paridad Cambiaria

Según la tabla diaria de cotización de monedas extranjeras, emitida por el Banco Central del Ecuador, expresa que el cambio de moneda con el país fronterizo, se encuentra

entre 2.700 y 2.800 pesos por cada dólar, lo cual determina que una persona colombiana al viajar hacia Ecuador, pierden capacidad adquisitiva, mientras que a los ecuatorianos les sucede lo contrario, prefieren viajar al vecino país de Colombia a consumir debido al aumento en su capacidad de adquisición (Banco Central del Ecuador, 2018). Este indicador se convierte en una amenaza por lo antes expuesto.



**Ilustración 8. Actividad de cambio de moneda**  
*Fuente: Imágenes de Google*

#### **1.7.2.4 Actividades Productivas**

En Monteverde, las actividades económicas principales a las que se dedican su población, son la agricultura y la ganadería, las cuales generan ingresos básicos para el sustento de sus familias, según el tamaño de producción que realizan. Otras actividades, a las que se dedican, en menor proporción, son la elaboración de tejidos en lana, crianza de animales menores como cuyes, gallinas, pollos, cerdos, por parte de las amas de casa. El turismo es una fuente de ingresos adicional, que es realizado por un conjunto de cierto número de comuneros, que se organizan para recolectar los valores recibidos de los turistas, que visitan el atractivo turístico, Bosque de los Arrayanes, de la comunidad. El sistema productivo, se convierte en una oportunidad, porque el turismo es una alternativa económica que no está desarrollada, pese a tener recursos y áreas naturales para ser explotadas.



**Ilustración 9. Collage del Sistema productivo. 1. Ganadería, 2. Agricultura, 3, 4,5. Crianza de animales menores.**

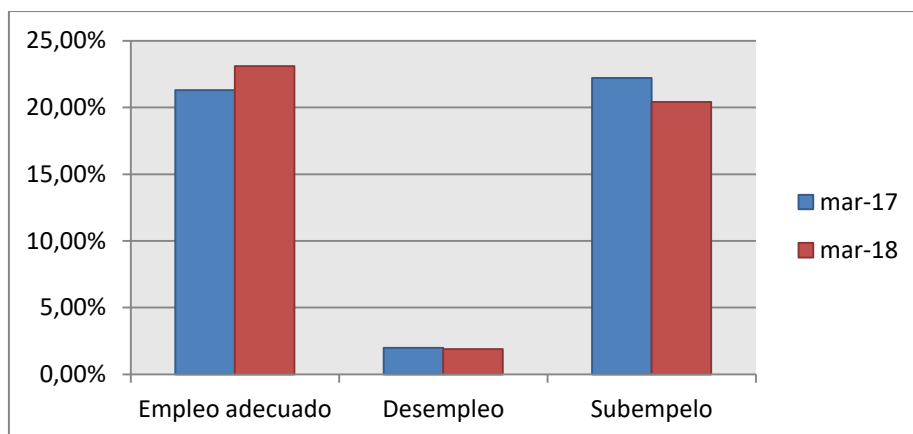
*Fuente: Propia*

### 1.7.3 Condición Social

#### 1.7.3.1 Empleo adecuado, Desempleo y Subempleo

Según el reporte de economía laboral marzo 2018 del INEC, se indican que las tasas de empleo, desempleo y subempleo, a nivel rural en marzo del presente año, son 23,1%, 1,9% y 20,4%, respectivamente. Mientras que en el año anterior, en el mismo período fueron de 21,3%, 2%, 22,2%, respectivamente. De esto, se deduce que en el empleo y subempleo, existieron variaciones de 2 puntos aproximadamente favorables, en tanto que, en el desempleo no existió mayor variación (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018). Estos indicadores muestran que existe una oportunidad para el proyecto, ya que se puede crear fuentes de trabajo, para ser ocupadas por personas desempleadas de la comunidad, además de los interesados que quieran participar del mismo.





**Ilustración 10. Empleo rural**

Fuente: INEC

### 1.7.3.2 Flujo Migratorio

La migración es un fenómeno, que está presente en todos los países desde siempre. En la actualidad, Ecuador, se encuentra como punto para quedarse y país de paso, frente a la situación migratoria que se ha generado desde Venezuela. Según una publicación de diario El Universo señala que “ocho de cada diez venezolanos que arribaron al país no se quedaron aquí. Ecuador es un país de paso para los migrantes venezolanos.” (Diario El Universo, 2018) Esto afecta al empleo en el país por los migrantes que se quedan, ya que ofrecen sus servicios con remuneraciones económicas más bajas a las que percibe un ecuatoriano, y han existido casos de que delinquen para sobrevivir. Esta situación se convierte en un riesgo, porque afecta al empleo y a la seguridad.



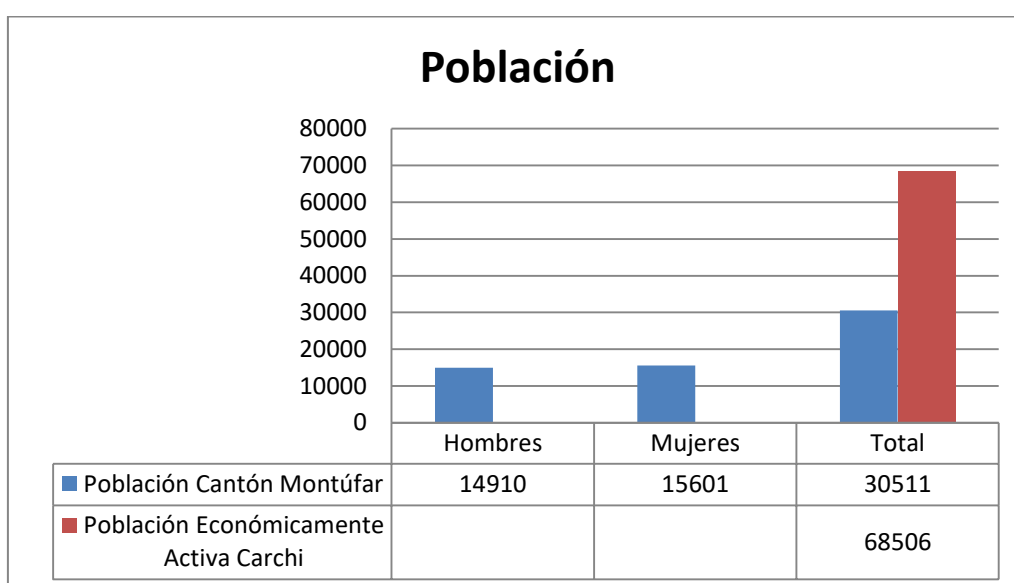
**Ilustración 11. Entrada de Migrantes por Rumichaca**

Fuente: Imágenes de Google



### 1.7.3.3 Características Demográficas

Según el censo poblacional 2010, indica que en el Cantón Montúfar, existe un total de 30.511 habitantes, de los cuales 14.910 son hombres, y 15.601 son mujeres. Según datos del mismo censo, en la provincia del Carchi, la mayoría de su población oscila entre 10 a 14 años, y la Población Económicamente Activa es de 68.506 habitantes de ambos sexos. La mayoría de la población carchense tiene un estado civil casado. Su población se auto identifica como mestizo (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). El proyecto se puede realizar, ocupando la población económicamente activa ya que su número es significativo, y tiene la capacidad de trabajar, convirtiéndose en un aliado.

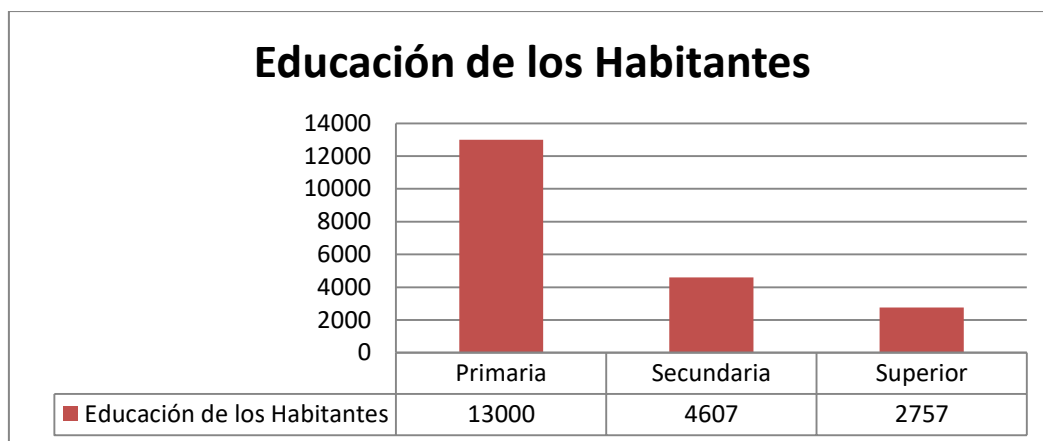


**Ilustración 12. Población del Cantón y PEA del Carchi**

*Fuente: INEC*

### 1.7.3.4 Educación

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montúfar, el nivel de instrucción que predomina es la instrucción primaria con 130.00 casos, que representa el 47,04% del total de la población. La instrucción secundaria es el 16,67% con 4.607 personas. En tanto, que el nivel superior, representa el 9,98% que equivale a 2.757 habitantes (GAD Montúfar, 2015). Por lo expuesto, el ámbito educativo es un oponente, porque las personas tienen desconocimiento acerca de cómo lograr el crecimiento económico y desarrollo de sus familias y del sector, ya que no se encuentran preparados académicamente.



***Ilustración 13. Educación de la Población***

*Fuente: GAD Montúfar 2015*

### **1.7.3.5 Cultura**

En la comunidad, se guardan costumbres y tradiciones que se han venido practicando desde sus antepasados, y en la actualidad se siguen conservando. Se puede mencionar a las fiestas religiosas, ya que la mayoría de sus habitantes tienen creencia católica, fe y devoción a su Patrono San Isidro Labrador, porque representa al trabajo agrícola; a la Virgen María y al Niño Jesús, en sus respectivas fechas conmemorativas. Para la realización de las celebraciones, con anterioridad se hacen recolectas de recursos económicos, a través de reuniones de los comuneros, conocidas como veladas, por medio de juegos como bingo, rifas y quinas. Por otra parte, acostumbran a desarrollar las mingas, que son trabajos comunitarios de todos los jefes de familia de la comunidad, para limpiar malezas, adecuar infraestructuras y vías con el fin de lograr bienestar. Las mujeres de la comunidad siembran pequeños huertos de alimentos para consumo del hogar, entre los que cultivan están las legumbres, hortalizas, verduras, frutas propias del lugar, además a la recolección de frutos silvestres como moras, uvillas, chimbalos, chigundas, taxos cuando es temporada. Se considera como costumbre a que los dueños de los cultivos cuando están en etapa de cosecha, inviten a sus vecinos a participar de ésta, y al mismo tiempo al final de la jornada se regala pequeñas porciones del producto cosechado a cada familia asistente. Este indicador representa una oportunidad por cuanto son formas de vida propias que pueden ser atractivas para los visitantes.



***Ilustración 14. Collage de Cultura del Lugar. 1. Capilla de la Comunidad, 2. Cultivo de huertos frutales, 3. Cosecha de productos de la zona, 4. Huertos cultivados por amas de casa.***

*Fuente: Propia*

## **1.7.4 Factores Tecnológicos y Promoción**

### ***1.7.4.1 Turismo virtual***

El turismo virtual es una forma de dar a conocer a interesados de diferentes partes del mundo, a cerca del patrimonio turístico que tiene un lugar. En el Ecuador, este tema está en proceso de desarrollo.

Según noticia del Ministerio de Turismo (2018), este indicador está enfocado en la inclusión de las personas con discapacidad, debido a que a través de este tipo de turismo se puede transmitir tour turísticos vía online, debido a las dificultades que tienen para trasladarse a los diferentes lugares, a pesar de las disposiciones de inclusividad vigentes en el país. Por lo cual, este medio es una oportunidad porque permite llegar a nuevos mercados locales, nacionales e internacionales, como también con fines de promoción. (Ministerio de Turismo, 2018)

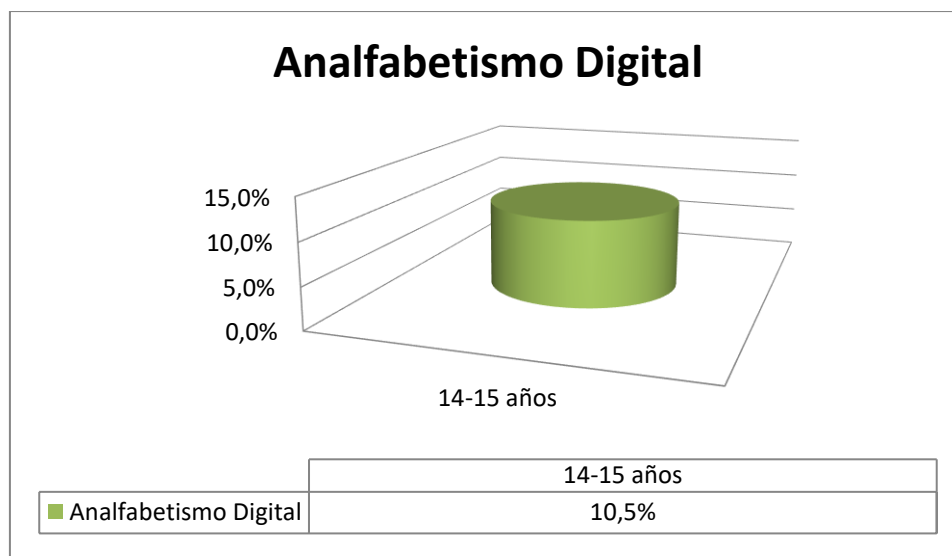


**Ilustración 15. Turismo Virtual en Ecuador**

*Fuente:* Imágenes de Google

#### 1.7.4.2 Educación Digital

En el Ecuador, según estadísticas del observatorio de TIC del Ministerio de Telecomunicaciones, existe un porcentaje de 10,5 de personas analfabetas digitales, comprendidas entre 15 y 45 años (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información). Este índice muestra un valor poco significativo, debido a que en la actualidad, la tecnología es una herramienta muy necesaria y utilizada en todos los ámbitos de la globalización. Con el análisis anterior, se concluye que la educación digital es un aliado, debido a que las personas poseen el conocimiento de uso de TIC's.



**Ilustración 16. Educación Digital de los Pobladores**

*Fuente:* Ministerio de Telecomunicaciones

### **1.7.4.3 Disponibilidad de Internet**

El Ministerio de Telecomunicaciones, señala que el porcentaje de hogares que poseen internet es 37,2, mientras que las personas que tienen telefonía celular representan el 59,56%, del cual el 91,98% utilizan internet en su teléfono (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información). Por lo tanto, este aspecto se convierte en un aliado para el presente proyecto, porque el Internet es un medio de comunicación mundial, que las personas tienen a su disposición, con mayor facilidad, gracias a la existencia de varios proveedores que llegan hasta los lugares más lejanos.

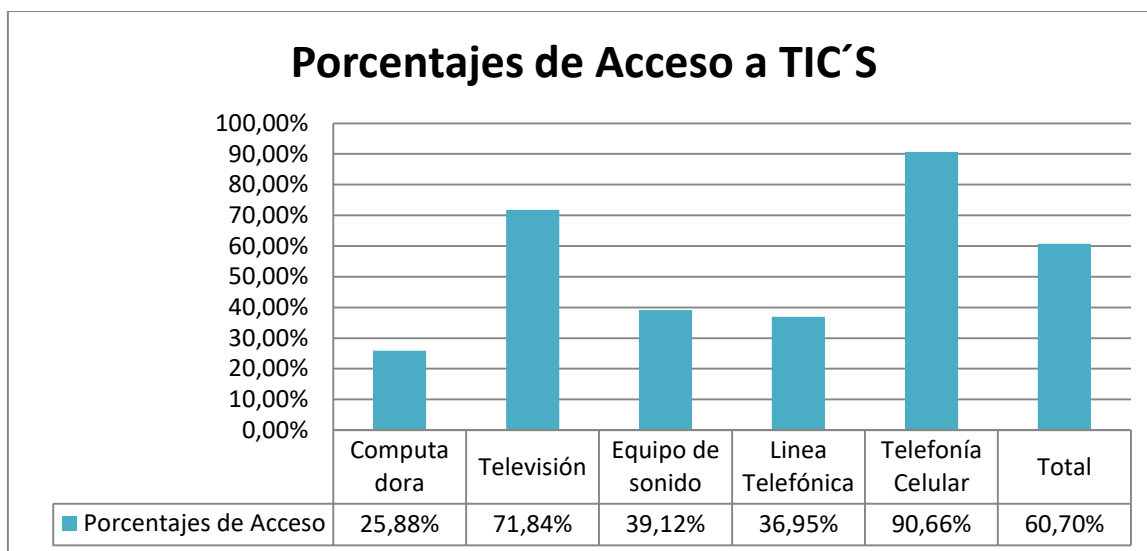


***Ilustración 17. Collage de antenas de Internet.***

*Fuente: Propia*

### **1.7.4.4 Medios de Difusión**

Los actuales medios para difundir la información en el país son: televisión, radio, periódico, revistas, redes sociales, páginas web, blogs, teléfono, celular. Según cifras del Ministerio de Telecomunicaciones, el 60,7% de personas, utilizan TIC's. De acuerdo a estas cifras, en el año 2017, los porcentajes de acceso de los hogares a los diferentes medios son: hogares con computadora es el 25,88, con televisión es 71,84, con equipo de sonido es 39,12, con línea telefónica es 36,95, con telefonía celular es 90,66 (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2009-2017). Este factor, constituye una oportunidad para informar sobre los atractivos turísticos de la comunidad Monteverde hacia los interesados.



***Ilustración 18. Acceso a TIC'S***

*Fuente:* Ministerio de Telecomunicaciones

#### ***1.7.4.5 Promoción***

Al ingresar a un navegador de internet, buscando lugares turísticos de la provincia del Carchi, se encuentran varias páginas que presentan información del principal atractivo de Monteverde, el Bosque de los Arrayanes, pero de manera específica, más no del potencial turístico de la comunidad. Uno de estos espacios es expuesto por la Prefectura de la Provincia, y otros por interesados particulares del turismo, mientras que gobierno municipal lo hace con menos interés, a través de las redes sociales, influenciado a los comuneros de la misma forma. Este factor se considera un oponente porque el lugar no es reconocido, lo que acarrea más gastos de publicidad para difundir el lugar entre los turistas interesados en practicar turismo rural.



***Ilustración 19. Promoción Turística***

*Fuente:* Redes Sociales

## **1.7.5 Patrimonio Turístico, Ambiente e Infraestructura**

### ***1.7.5.1 Atractivos y Vivencias Turísticas***

El patrimonio turístico que posee el Cantón Montufar, en la Comunidad de Monteverde, son: principalmente El Bosque de los Arrayanes, el cual está apto para los visitantes. También, existe un pequeño complejo turístico que se encuentra abandonado. El canal de agua que atraviesa las montañas del lugar, se encuentra en buenas condiciones y su historia de la creación del mismo que atrae mucho interés. La bocatoma del mismo canal es un lugar donde se recoge y se regula el agua, de igual manera funciona correctamente. El río Cuasmal atraviesa la comunidad por un costado, proviene de una comunidad aledaña, en el que se puede practicar la pesca y adentrarse en el mismo para disfrutar de su caudal. Cerca de la comunidad, se encuentra el atractivo natural Laguna El Salado, lugar que actualmente atrae a muchos turistas los fines de semana, y donde se llevan a cabo actividades culturales, organizadas por el GAD Municipal. Además existen otros sitios reconocidos turísticamente como son: La Cascada de Paluz, la Gruta de La Paz, el Pilar de Athal, la Iglesia Matriz, El Parque Principal, La casa de las siete Puertas. Los atractivos culturales y gastronómicos son: la Fiesta de la Virgen de las Nieves, como principal y en las diferentes comunidades existen diferentes imágenes religiosas, a quienes guardan devoción, sus pobladores; como gastronomía se brinda El Queso Amasado, el Cuy Asado, Caldo de Gallina de campo, Champus, Fritada, Hornado, el Morocho, Cuajada con Miel, Choclo con Queso, platos que deleitan el paladar de quienes los degustan. Y aun no se establece el Turismo Rural, para aprovechar las formas de vida de los pobladores del lugar. Se considera a este factor como una oportunidad, de la cual se puede beneficiar, valiéndose de potencial turístico anteriormente descrito.





**Ilustración 20. Collage de los Principales Sitios Turísticos de la Comunidad Monteverde. 1. Piscina de la Comunidad, 2. Bosque de los Arrayanes, 3. Canal semi-subterráneo de agua, 4. Piedra Histórica, 5. Fosas de Lavado, 6. Bohío del Bosque, 7,8. Río Cuasmal**

*Fuente: Propia*

#### **1.7.5.2 Características Geográficas**

El Cantón Montúfar se encuentra ubicado en la región interandina, a 2.860 msnm. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Montúfar, indica que, el 33,68% de sus suelos no son aptos para cultivar, sino más bien para ser usados con fines turísticos y de recreación. Su clima es templado frío. En la comunidad de Monteverde tiene un relieve montañoso, ya que se encuentra formada por varias lomas, con planicies en la parte superior en donde la población habita, en las laderas es donde se practica la agricultura y la





#### **1.7.5.4 Vías de acceso**

En Monteverde las vías que conectan a la comunidad con la ciudad de San Gabriel, son de tercer orden porque es empedrado y el tráfico no es congestionado. Este tipo de vía es común en las otras comunidades del Cantón. Según lo expuesto anteriormente, se determina a las vías de acceso como un riesgo, debido a que, es un impedimento para el tránsito de todo tipo de vehículo, porque al ser un material brusco puede ocasionar daños a los mismos y demora para llegar a los lugares.



***Ilustración 23. Vías de Acceso en la Comunidad y los lugares Turísticos***

*Fuente: Propia*

### **1.8 Matriz Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos (AOOR).**

Con el análisis expuesto de la matriz de relación diagnóstica, en la comunidad Monteverde y Cantón Montúfar, se estructura la matriz AOOR donde se identifican los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que intervienen en la implementación de una operadora turística comunitaria; por lo que, a continuación se presenta la matriz respectiva.

**Tabla 2. Matriz AOOD**

<b>Aliados</b>	<b>Oportunidades</b>
Constitución de la República del Ecuador	Código de Trabajo
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021	Flujos turísticos
Ley de Turismo	Inflación actual
Reglamento General de Actividades Turísticas	Actividades productivas
Características Demográficas	Empleo adecuado, desempleo y subempleo
Educación digital	Cultura
Disponibilidad de Internet	Turismo virtual
	Medios de difusión
	Atractivos y vivencias turísticos
	Características geográficas
	Flora y fauna
<b>Oponentes</b>	<b>Riesgos</b>
Educación	Reglamento a la Ley de Turismo
Promoción	Ley de Gestión Ambiental
	Ordenanzas referentes a turismo
	Paridad Cambiaria
	Flujo migratorio
	Vías de acceso

### 1.9 Oportunidad de Inversión

Ecuador es un país que posee un gran potencial turístico para ser aprovechado. Dividido en cuatro regiones, mismas que son Sierra, Amazonía, Costa y Galápagos; en cada una se puede experimentar mundos distintos, empezando por la Sierra que se encuentra atravesada por la Cordillera de los Andes y sus bellas ciudades históricas, en la Amazonía se encuentra gran diversidad de flora y fauna por su imponente selva, la Costa se encuentra

bañada por diversas playas, y finalmente, la islas Galápagos por la variedad de animales propios del lugar. Estas características hacen del país, un lugar único para atraer a turistas nacionales y extranjeros, quienes además pueden disfrutar de su cultura, tradiciones y gastronomía propias de cada región, de la misma manera, practicar diferentes tipos de turismo, como ecoturismo, turismo rural, turismo comunitario, de aventura, sol y playa.

Con la reforma al plan anual de feriados que tiene el Ecuador, se han ampliado, trasladando los días festivos propios a los fines de semana y aumentar el lapso de tiempo de éstos, para que los turistas puedan realizar viajes a distintos lugares. También, se encuentra vigente la Gran Feria Turística que busca promocionar diferentes paquetes que ofrecen los sitios turísticos de todo el país. Actualmente, es política del gobierno nacional, convertir al turismo en una de sus principales fuentes de ingresos no petroleros, esto con el objetivo de obtener mayores beneficios económicos para lograr el desarrollo del país.

Según el análisis de la Matriz AOOR, se determina que existen un mayor número de aliados y oportunidades, que oponentes y riesgos, lo cual conlleva a establecer que existe una oportunidad de inversión, ya que se puede aprovechar el patrimonio turístico que existen en el cantón Montúfar. Por lo tanto, se propone realizar el proyecto de factibilidad para la creación de una operadora turística comunitaria “Bosque de los Arrayanes” en la Comunidad Monteverde, Parroquia San José, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Introducción.**

En este capítulo se realizará una investigación de términos teóricos, relacionados con turismo, para abastecerse de bases teóricas, que permiten enriquecer el léxico de las autoras y futuros lectores, para mejor entendimiento del desarrollo del trabajo.

Dentro de este capítulo se tratará términos que están incluidos en el desarrollo del presente trabajo, describiendo conceptos encontrados durante la realización de todos los capítulos, para fácil comprensión y entendimiento.

Se realizó una exploración de bases bibliográficas, y se encontró que no existe información actualizada o producida dentro de un rango de hace cinco años, de algunos aspectos, por lo cual se utilizará fuentes secundarias de mayor antigüedad.

### **2.2 Objetivo**

- Estructurar las bases teóricas que permitan construir el marco teórico para la creación de una operadora turística comunitaria.

### **2.3 Conceptos**

#### **2.3.1 Estudio de factibilidad**

Según, (TONDOLO, 2017) “este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para la toma de decisiones.” (pág. 13).

Es un estudio previo, del mercado y producto en relación a los costos y gastos, en los que se pueda incurrir para la fabricación de un producto y/o prestación de un servicio, a fin de conocer si el mismo es viable para la obtención de beneficios.

### **2.3.2 Proyecto de inversión**

Según, (PACHECO & PEREZ, 2018) “el proyecto de inversión se puede describir como un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumo de varios tipos puede producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.” (pág. 1).

Un proyecto de inversion, nace de una idea la cual requiere tiempo y recursos para materializarla, a través de la utilización de éstos, a fin de obtener beneficios tangibles por lo cual fue concebida.

### **2.3.3 Comunidad**

(PEREZ, 2011), señala que “alude a un grupo social, a un grupo de personas, a una población que comparte cierta demanda o interés y se percibe como parte de dicho grupo (sentido de pertenencia).” (pág. 22).

La comunidad es un grupo de individuos que comparten intereses en común, llámese a estos; idioma, costumbres, raza, trabajo, actividades, otras.

### **2.3.4 Desarrollo comunitario**

(CARREÑO, 2010) expresa que “va ligado, a la formación al fomento del empleo y a la mejora de la calidad de vida y al bienestar en la población, implica una evolución o cambio positivo en las relaciones entre personas, grupos e instituciones en una sociedad. Todo ello se basa en el desarrollo humano asociado a las capacidades que permitan a instituciones y personas ser protagonistas de su bienestar.” (pág.31).

El desarrollo comunitario es un proceso que alienta e incentiva a la comunidad en general, a crear actividades que permitan el progreso de todos los habitantes que la conforman.

### **2.3.5 Bioeconomía**

Según (RODRIGUEZ, 2017) expresa que:

Es una economía basada en el consumo y la producción de bienes y servicios derivados del uso directo y la transformación sostenibles de recursos biológicos y de los desechos biomásicos que se generan en los procesos de transformación, producción y consumo, aprovechando el conocimiento de los sistemas, procesos y principios biológicos, y las tecnologías tradicionales y modernas aplicables al conocimiento, emulación y transformación de los recursos, sistemas, procesos y principios biológicos. (pág. 3).

La bioeconomía es una actividad que aprovecha los recursos naturales, de forma sostenible mediante el uso de la tecnología moderna que ayuda al cuidado del medio ambiente, para generar como resultado un beneficio económico.

### **2.3.6 Turismo**

Según el autor, (GARCIA & OLMOS, 2011), “son aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad no remunerada en el lugar visitado” (pág. 4).

Turismo es el traslado de personas de un lugar a otro, a fin de recrear; mente, cuerpo y espíritu, en sentido general, es una actividad económica en que a cambio de la satisfacción de un deseo, se produce un gasto.

### **2.3.7 Turismo sostenible**

La Organización Mundial de Turismo (2012), define este término como “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (Turismo, 2012)

El turismo sostenible se entiende como la acción de aprovechar los recursos turísticos disponibles de forma responsable, sin comprometer la integridad de los mismos para que perduren en el tiempo, brindando beneficio a las futuras generaciones.

### **2.3.8 Tipos de turismo**

#### **2.3.8.1 Ecoturismo**

De acuerdo a el autor, (PEREZ U. R., 2014) expresa que son “actividades turísticas relacionadas con la naturaleza que se realizan en parques nacionales y reservas naturales en

los que es posible la observación directa del paisaje (paisajismo), de los animales y las plantas. Es el turismo cuyo objeto principal es el contacto con el medio natural, su observación y conservación.” (pág.31).

El ecoturismo relaciona directamente al hombre con la naturaleza promoviendo su conservación y crecimiento, a través de la minimización de daños al ambiente.

#### **2.3.8.2 Turismo de aventura**

Según, (QUESADA C. R., 2010) “se define, como aquellas actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades, físico-deportivas con riesgo identificado y en contacto directo con las naturaleza.” (pág. 113).

El turismo de aventura es practicado por personas que desean salir de su entorno habitual y que buscan conocer lugares remotos y a su vez que demanden actividades deportivas (kayak, snorkel, paracaidismo, entre otras), que implican riesgo.

#### **2.3.8.3 Turismo rural**

(PEREZ U. R., 2014) “suele ser un turismo familiar, infantil o juvenil, de reducidos gastos por personas y días en viviendas tradicionales, rurales, habilitadas o campings. También conocido como turismo verde o agroturismo, tiene lugar en localidades rurales, disfrutando de una vida sana peculiar y con actividades rurales, suelen hospedarse en casa de labranza, campings, casas de campo, etc.”(pág.31).

El turismo rural es realizado por grupos de personas, a fin de conocer nuevos paisajes (ríos, lagunas, montañas, otros) cuyo desarrollo sea dado en un ambiente rural y a costos relativamente bajos.

#### **2.3.8.4 Turismo comunitario**

(KEKUTT, 2014) expresa “que se desarrolla en el medio rural a través de diferentes servicios turísticos, pero con la especificidad de ser gestionado bajo modelos de gestión comunitarios, lo que significa que son las asambleas locales o regionales que toman las decisiones entre ellas y como se reparten las utilidades entre ellas... De este modo el turismo comunitario debe ser capaz de promover un desarrollo integral para las comunidades, mitigando la pobreza material a través de la generación de empleo e ingresos económicos complementarios, evitando la migración de su población fomentando una distribución justa de los ingresos y contribuyendo a la conservación del medio ambiente.” (pág.55-56).



De acuerdo a los conceptos expuestos, se puede decir, que el turismo comunitario esta representada por un grupo de personas de una localidad, que buscan beneficios económicos en común a través del turismo, mediante actividades desarrolladas en la zona, teniendo en cuenta la preservacion del ambiente, cultura, otros, para el sano disfrute del visitante.

#### **2.3.8.5 Turismo social**

(OLMOS & GARCIA, 2016) expresa que es “ayuda que facilita el acceso al turismo de un segmento de la población con menos recursos económicos, permitiendo direccionar la demanda turística en tiempo y espacio (turismo senior, turismo juvenil y turismo familiar).” (pág. 109).

Este turismo es aquel que se ofrece a personas con menor disponibilidad económica, que a su vez, desean salir y disfrutar fuera de su entorno habitual.

#### **2.3.8.6 Turismo virtual**

(CORA, 2015), expresa que “internet es una de las herramientas principales que un centro de información turística utiliza para la promoción del destino. Igualmente puede consultar recomendaciones para viajar al exterior, tambien a través de internet se puede realizar visitas virtuales en disitintos alojamientos y recursos turísticos” (pág. 98).

El turismo virtual es la actividad de visitar otros lugares por medio de la web, indagando también todos los mecanismos necesarios para realizar viajes con éxito, permitiendo recibir opiniones de otros turistas, quejas, direcciones, entre otros.

#### **2.3.9 Operadora turística**

Según, (GUERRERO & RAMOS, 2014) lo define por ser “una empresa intermediaria que crea, integra y opera sus propios programas turísticos (productos o servicios), de toda la oferta de establecimientos turísticos para venderlos directamente a los consumidores o a través de otras agencias mayorista o minorista por un precio global en el que regularmente se incluye diversos servicios turísticos como transporte, alojamiento, alimentos y tours.” (pág. 133).

Operadora turística, es aquella empresa que compra productos y servicios a los diferentes establecimientos de alojamiento, así como también, traslados, excursiones, eventos, etc., integrando los mismos, para su posterior venta, a todas aquellas personas que deseen vacacionar.

### **2.3.10 Destino turístico**

De acuerdo a la autora, (ALVAREZ G. L., 2016) “es un espacio que cuenta con una serie de elementos y recursos que supone una atracción.” (pág. 4).

Por lo antes expuesto, se define como el lugar o sitio turístico, que cuenta con espacios de recreación y atractivos naturales (playas, ríos, montañas) o artificiales (parques, carruseles, otros) los cuales atraigan la estadía del turista.

### **2.3.11 Recursos Naturales**

Según, (MARTINEZ & CIGARRA, 2014) “es aquel elemento que nos ha proporcionado la naturaleza y en el cual no hay intervención por parte del hombre.” (pág. 192).

Los recursos naturales, son los mares, playas, ríos, montañas, entre otros, es todo aquello que se refiere al medio ambiente y lo que este proporciona, sin que exista la intervención de la mano del hombre.

### **2.3.12 Recursos económicos**

(MX, 2018), define que “son aquellos medios materiales o inmateriales que ofrecen la posibilidad de satisfacer algunas necesidades del proceso productivo o la actividad económica de una empresa.” (pag.1).

Los recursos económicos son los medios que permiten poner en marcha una actividad económica, ya que a través de estos se establecen los presupuestos y proyecciones para cualquier proyecto.

### **2.3.13 Recurso turístico**

(MARTINEZ, 2013) expresa que “son todos los bienes y servicios que por medio de la actividad del ser humano y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.” (pág. 4).

Las autoras definen a los recursos turísticos como los elementos naturales, culturales y humanos que se encuentran establecidos en el ambiente, y presentan características de atracción para las personas, las mismas que pueden ser aprovechadas.

#### **2.3.14 Atractivo turístico**

Diego Navarro define a los atractivos turísticos como “las representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística.” (pág. 354).

Según las autoras del presente proyecto, expresan que un atractivo turístico es el resultado de la conversión de un recurso turístico, que incluye trabajo y esfuerzo desarrollado por una persona o grupo de personas, para volverlo un elemento de interés turístico.

#### **2.3.15 Balanza Turística**

De acuerdo a, (RIVAS & MAGADAR, 2012) “es la expresión de los gastos y cobros realizados con el extranjero con motivo de turismo.” (pág. 20).

Es la medida de identificación de los ingresos, ganancias, gastos y pérdidas que se pueden generar en la actividad turística mediante su importación o exportación.

#### **2.3.16 Turista**

IDEM expresa que es aquella “persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés.” (pág.8).

Turista es toda persona que tiene por actividad habitual viajar a diferentes lugares con fines recreativos.

#### **2.3.17 Visitante**

(QUESADA C. R., 2010), lo define como, “cualquier persona que viaja a otro país distinto al de su residencia habitual, pero fuera de su ambiente normal, por un periodo que no exceda de 12 meses y cuyo principal motivo de visita no sea efectuar una actividad remunerada en el país visitado.

Visitante es toda persona que se traslada a un país distinto, de aquel en el que reside habitualmente.

### **2.3.18 Viajero**

Según, (GARCIA & OLMOS, 2011) “son todas aquellas personas que se desplazan entre dos o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual” (pag.5).

En tal sentido, el viajero, es una persona que se desplaza de un país a otro diferente al de su estancia, por cualquier motivo o circunstancia.

### **2.3.19 Amortización**

En base a este termino (Públicos, 2012), señala que “es la distribución sistemática de la depreciación de un activo a lo largo de su vida útil.” (pág. 32).

La amortización es la distribución de los activos diferidos en los años siguiente, a la puesta en marcha de un proyecto, a fin de no generar presentar pérdiad en el primer año.

### **2.3.20 Excursionista**

Para el autor, (GARCIA & OLMOS, 2011) “es aquel visitante que no pernota en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado por lo tanto, permanece menos de 24 horas en el país visitado.” (pag.6).

Excursionista es cualquier persona que viaja y permanece por un período no mayor al de 24 horas, en el país destino.

### **2.3.21 Equipo turístico**

Según, (UTRERA, 2014) se refiere al “conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico. El equipo turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como; estancia y gastos.” (pág. 250).

Es todo sistema que desarrolle actividades turísticas y permita su desarrollo, y está capacitado para la atención al público que lo necesite.

### **2.3.22 Complejo turístico**

De acuerdo al autor, (SUAREZ, 2014) “ es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y recreación, especialmente durante las vacaciones ... se distinguen por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería

(comidas, bebidas y alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras.” (pág. 381).

El complejo turístico es un lugar diseñado para satisfacer las necesidades de los individuos, por actividades de índole recreacional, de distracción y relajación, el cual debe contar con una amplia gama de servicios, lo cuales el turista pueda necesitar durante su estancia en este complejo.

### **2.3.23 Centro turístico**

Según, (GUERRERO & RAMOS, 2014) lo define, “localidades urbanas que cuentan dentro de su territorio con atractivos turísticos, que por su tipo o jerarquía atrae o motiva un viaje turístico.” (pág.83).

Los centros turísticos están compuestos, por espacios que dentro de su perímetro cuentan con áreas que permiten la recreación y disfrute de los turistas y a su vez, con servicios incluidos.

### **2.3.24 Segmento de mercado**

De acuerdo al autor, (UTRERA, 2014) “es el proceso de división de mercados en sub-grupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada que permita satisfacer de forma eficaz sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.” (pág. 134).

El segmento de mercado consiste en identificar al grupo de personas, al que está dirigido un producto y servicio, el mismo que satisface las necesidades que tienen en común, a fin de obtener ventajas competitivas en el mercado.

### **2.3.25 Servicio al Cliente**

Según, (TORRENEGRA, 2017) “es un conjunto de actividades que permite que la interacción entre empresa y las personas que requieren un producto o servicio interactúen, el servicio del cliente se fundamenta principalmente en el mercado, por lo que su capacitación debe alinearse con las estrategias de mercadeo de la organización.” (pág. 5)

Es el modo de atención con que se deben realizar las actividades relacionadas a la prestación de un servicio que el cliente solicita, por tanto debe estar orientado a satisfacer sus necesidades.

### **2.3.26 Oferta turística**

(ROMERO, 2014), la define como el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico, en un destino determinado para su disfrute y consumo.” (pág. 19).

Oferta turística es el producto o servicio turístico, disponible en el mercado para ser adquirido por el turista demandante.

### **2.3.27 Demanda turística**

De acuerdo al autor, (ALVAREZ G. L., 2016) “es el conjunto de productos o servicios turísticos que se han adquirido o se tienen pensado adquirir en un destino o varios destinos por diferentes motivos.” (pág.10).

La demanda turística es el conjunto de productos o servicios que son requeridos por un individuo o grupo de ellos, para desplazarse de un lugar a otro, a fin de recrearse fuera de su entorno habitual.

### **2.3.28 Precio**

De acuerdo al autor, (VILLARAN Ara, 2017) “hace referencia a los términos monetarios o de otro tipo, de la transacción voluntaria o de intercambio entre un consumidor que desea adquirir un determinado producto o servicio o un oferente que desee venderlo.” (pág. 14).

El precio es el valor monetario que tiene un producto o servicio, factor clave en la decisión de compra.

### **2.3.29 Promoción turística**

(PEREZ Porto & MERINO, 2014), “se refiere a la difusión de un lugar como destino para los turistas... con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita.” (pág. 1).

Son actividades que se realizan para fomentar los servicios y atractivos turísticos de algún lugar o destino turístico.

### **2.3.30 Proveedor**

Según, (SORIANO, 2010) “persona física o jurídica que proporciona lo materiales necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo sus actividades” (pág. 36).

Es la persona que provee y que presta el servicio y dispone de un producto que es necesitado por un cliente.

### **2.3.31 Capacidad instalada**

(HUERTAS & DOMINGUEZ, 2015) lo definen “como la cantidad de servicio que puede ser obtenida en una determinada unidad productiva durante un corto período de tiempo.” (pág.146).

Las autoras definen a este término como la capacidad de atender y prestar un buen servicio se define como capacidad instalada para producir un bien o prestar un servicio.

### **2.3.32 Capacidad ociosa**

De acuerdo, (CASTRO, 2017) “es el que equivale al tiempo improductivo de las máquinas, el cual se determina a partir de la capacidad utilizada, los presupuestos de producción siempre deberán tener capacidad ociosa ya que quedar sin ella significa nuevas inversiones para atender la demanda.” (pág.90).

La capacidad ociosa se refiere al tiempo en que no se produce nada, sean una empresa comercial, industrial o de servicios, debido que por distintas razones no se puede ocupar su capacidad total.

### **2.3.33 Rentabilidad Turística**

(NELLO, CAMPOS, & SOSA, 2015), señala “que en el contexto global parao obtener ingresos de las actividades turísticas es ahora favorable: el turismo se esta transformando en una de las mayores indsutrias del mundo y patrimonio cultural, contribuye en buena medida a esta situación. El turismo abre la posibilidad de generar rentabilidad económica a partir del uso responsable del patrimonio natural y cultural gracias al encuentro que suscita entre visitantes y residentes.” (pág. 133).

La rentabilidad turística es el desarrollo, sea social, económico, sostenible, que se obtiene al realizar actividades de esta índole.

### **2.3.34 Demanda potencial**

(CASADO & SELLERS, 2010) expresa que “es la formada, por todos los consumidores que tienen algún interés por un producto en particular y que es posible alcanzar con la utilización intensiva de los instrumentos de marketing por parte de todos los competidores.” (pag. 104).

Esta demanda es la proyección que se puede preveer en el mercado turístico, de acuerdo al segmento de mercado a donde este dirigido el producto o servicio, comprendida por los individuos a quienes les interesa.

### **2.3.35 Demanda insatisfecha**

Según, (IGLESIAS, 2013) “es el costo en el que se incurre cuando no se puede atender la demanda, debido a que cuando esta se presenta no hay existencia en el almacén.” (pág.58).

Este término se relaciona con la falta de capacidad de prestación del servicio u opciones turísticas para el cliente, debido a que sobrepasa su nivel de atención.

### **2.3.36 Proceso operativo**

(DE LA FUENTE, 2014), “se refiere a todo tipo de operaciones, de forma clásica representado por las funciones empresariales (son los flujos materiales tales como: compra, venta, producción).” (pág. 56).

El proceso operativo de la empresa, crea, produce bienes y/o servicios que tienen un inicio y un fin, pasando por el desarrollo necesario para la obtención del mismo y satisfacción del cliente.

### **2.3.37 Inversión**

Según, (ESCRIBANO, 2011) “toda inversión supone renunciar a unos recursos de los que se puede disfrutar ahora, por una esperanza de recompensa futura y toda actividad humana que se traduzca en estos parámetros de decisión se puede considerar una inversión.” (pág. 258).

La inversión es la adquisición de bienes o servicios, que brindarán beneficios en períodos o ejercicios futuros, debido a que los mismos están destinados al fin de, producir ganancias a la empresa.



### **2.3.38 Inversión fija**

(TENORIO Aguilar, 2018) se refiere “al consumo en bienes de capital como: mobiliario y equipo de oficina, maquinaria y equipo para la fábrica, computadora, equipo de reparto, construcción de edificios, es decir, lo que es considerado como inversión fija bruta que permite producir bienes y generar servicios.” (pág. 39).

Se trata de la adquisición de activos tangibles e intangibles, lo que genera confianza al momento de producir el bien o servicio requerido, produciendo el ingreso de dividendos a la empresa.

### **2.3.39 Inversión Variable**

(LOPEZ & POAL, 2018), define “es como se conoce en general a las acciones cuya rentabilidad para el tenedor de las mismas varían en función del pago de dividendos que decida la empresa cada ejercicio y de la evolución de su precio en función de la oferta y demanda.” (pág. 11)

La inversión variable es el instrumento que forma parte de un capital, el mismo puede cambiar en función del comportamiento del mercado.

### **2.3.40 Activos diferidos**

(SOLORIO, 2012) define que “son los servicios pagados por adelantados, como el caso de pólizas de seguros, de ciertos arrendamientos, etc., de cuyos beneficios se van a emplear en determinado tiempo futuro.” (Pág. 23).

Este término se refiere al aporte o inversión adelantada de rubros que se deben cubrir ahora para poner en marcha un proyecto, que serán devengados e varios períodos.

### **2.3.41 Capital de trabajo**

(DE MOLINA, 2016), se refiere a la “diferencia entre los activos circulantes (caja, bancos, inversiones a corto plazo, cuentas por cobrar e inventarios) y los pasivos circulantes (proveedores, créditos a corto plazo y obligaciones diversas) y que puede medirse en días de venta promedio de la compañía.” (pág. 1).

El capital de trabajo es la solvencia económica que permite que el proyecto establezca sus objetivos y puedan ser ejecutados correctamente, solventando cualquier hecho que ocurra durante su ejecución.

### **2.3.42 Costo de producción**

(SINISTERRA, 2011), expresa que "... son los costos incurridos en el área funcional de producción, es decir, el proceso de fabricación del producto." (pág.28).

Son los costos que fluyen dentro del proceso productivo de la empresa u organización, bien sea en la prestación del servicio o la ejecución del producto.

### **2.3.43 Gastos administrativos**

De acuerdo a, (MAGUELLAR, 2017) "son costos por exclusion de todas las partidas normales o cotidianas no localizadas en los gastos de venta." (pág. 21).

Este término esta relacionado con los gastos propios de la empresa en el área administrativa, los cuales no incluyen la producción de la misma.

### **2.3.44 Gastos de ventas**

Según (MAGUELLAR, 2017) expresa que "se origina cuando se termina la fabricación del producto y termina cuando es vendido." (pág. 21).

Los gastos de ventasson rubros incurridos en el àrea de ventas, ya que guardan relación con toda la comercialización del producto.

### **2.3.45 Presupuesto**

(RINCON, 2011) expresa "es una ançalisis sistemático que analiza el futuro y presente de un proceso productivo y financiero de una empresa, calculando los *input* y *output* de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinaria y de espacio." (pág. 3).

El presupuesto es un plan donde se presentan los recursos que se necesitan determinadas actividades para ser ejecutadas..

### **2.3.46 Depreciación**

Según el autor, (SORIANO, 2010) es el "deterioro del valor de los bienes que posee la empresa." (pág. 25).

La depreciacion es el monto que representa el deterioro de un activo para un tiempo determinado de uso.

### **2.3.47 Costo de oportunidad**

De acuerdo a los autores, ((FREIRE & VIEJO, 2014) “Consiste en establecer el valor de las cosas en términos de renuncia a otras, o lo que es lo mismo es el valor de las cosas de acuerdo a aquellas que sacrificamos para obtenerla.” (pág. 14).

Este término se refiere a los recursos que se sacrifica por elegir una alternativa, de entre muchas.

### **2.3.48 Período de recuperación de la inversión**

(MARIN, MONTIEL, & HON, 2014) define “el período o plazo de recuperación, es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto.” (pág. 29).

El período de recuperación de la inversión es el tiempo que se requiere para el retorno de la inversion inicial realizada.

### **2.3.49 Evaluación financiera**

(CORDOVA Padilla, 2011), “es la parte final de las secuencias de los análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta sera económicamente rentable.” (pág. 50).

Es el estudio que determina los niveles de rentabilidad de una empresa o inversión mediante el cálculo de indicadores, es decir, si es viable o no su ejecución.

### **2.3.50 VAN**

Para el autor, (GARCIA P. E., 2015) “se define como el valor actualizado de los flujos de caja que se espera obtener de la misma, siendo equivalente a la diferencia que existe entre el valor presente de los cobros que supone y de los pagos que implica, en otras palabras es las ganancia neta que produce una inversión.” (pág. 150).

El VAN es un indicador que representa la ganancia de un determinado número de flujos de caja futuros, restando su inversión.

### **2.3.51 TIR**

Para el autor, (ALVAREZ G. S., 2010) define, “la tasa interna de rendimiento, como la tasa que iguala el valor presente de los beneficios y costes o, lo que es lo mismo, que hace

que el VAN de un proyecto sea cero. La TIR es la tasa implícita de rendimiento del proyecto.” (Pag. 19).

La TIR es un indicador que representa el porcentaje de rentabilidad que retornará si se realiza una inversión en un proyecto o empresa.

### **2.3.52 Coste - Beneficio**

(GLOVER, 2010) lo define como el “proceso involucra el peso total de los costos previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. El proceso formal es referido a menudo ya sea como ACB ( análisis de costo beneficio) o ABC (análisis beneficio-costo). Los beneficios y costos son expresados habitualmente en términos monetarios y son ajustados por el valor temporal del dinero.” (pág. 89).

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

### **2.3.53 Misión**

De acuerdo a (GRIFFIN, 2011) “La misión delinea el propósito, las premisas, los valores y las instrucciones de la organización. De la misión fluyen las ramas paralelas de las metas y planes.” (pág. 204.)

La misión es la razón por la que se crea o creó una organización basada en sus objetivos y proyectada en la actividad que realiza la misma.

### **2.3.54 Visión**

(BOLAND, CARRÓS, STANCATTI, & GIMANO, 2005) “ la visión de una empresa, ente u organización esta orientada a una perspectiva de largo plazo y esta integrada por los valores, las prioridades y la filosofía de vida de quienes la conducen. (pag. 49).

La visión es una imagen de como quiere verse la empresa en el futuro, permite avisorar a donde se quiere llegar.

### **2.3.55 Valores**

Según (SCOTT, 2002)“.. Dicta como una compañía quiere conducir sus negocios y también como la compañía quiere que otros la perciban..” (Pag.37)

Los valores permiten establecer reglamentos y normas que fomenten en la organización una conducta orientada al cumplimiento de las metas y el logro de los objetivos.

### **2.3.56 Estructura organizacional**

Según, (GILLI, 2017) define que “representa relaciones de poder, diferencias de jerarquía, concentración o descentralización de la toma de decisiones; en suma constituye una foto dinámica del soporte del sistema de gestión y de la estrategia. (pág. 64)

Este tipo de estructura, representa los niveles de mando de la empresa y a su vez se puede apreciar las actividades delegadas a cada unidad.

### **2.3.57 Estructura funcional**

Según, (MARTINEZ Martira & CIGARRA Navarro, 2014), “se caracteriza por eliminar el principio de la unidad de mando ya que el trabajador dependiera en la realización de sus tareas, de cada uno de los especialistas de los procesos.” (pág. 18).

Esta estructura permite la relación de las actividades directas con el empleado evitando la burocracia interna o departamental en la organización, es decir, es una relación del trabajador con las actividades asignadas desde su contratación.

## **CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.1 Introducción**

Es fundamental realizar un estudio de mercado, para poder minimizar la incertidumbre sobre la demanda que un servicio nuevo puede tener, y como ha sido cubierta por la oferta existente, con el fin de identificar el nicho del mercado turístico insatisfecho al que se pueda cubrir, y la forma de llegar a éste.

En el presente proyecto se estudiará como eje principal al Cantón Montúfar, se describirá el servicio que se brindará con el aprovechamiento de los principales sitios atractivos del mismo, frente a la aceptación que tiene dentro del mercado, por parte de los turistas, las preferencias y gustos que tienen para establecer un perfil de las personas interesadas en el turismo, la oferta local que existe actualmente y las prestaciones que ofrecen cada uno, esto para determinar costos sobre los posibles servicios que oferte la operadora, y a su vez que permitan establecer precios accesibles para los demandantes y se puedan generar estrategias de competitividad.

### **3.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

#### **3.2.1 Objetivo general**

Conocer el comportamiento de las fuerzas que intervienen en el mercado de turismo con el fin de establecer las preferencias de los usuarios, para determinar el servicio a brindar, para la implementación del proyecto.

#### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Caracterizar los servicios turísticos a ofrecer por la operadora.
- Determinar la oferta turística existente en el Cantón Montúfar.
- Cuantificar la demanda actual de turismo que tienen los diferentes lugares.
- Analizar los precios actuales de los servicios que se ofrecen.

- Señalar las estrategias de comercialización utilizadas por los grupos que realizan turismo actualmente.

### 3.3 Variables

- Servicios
- Oferta
- Demanda
- Precios
- Estrategias de comercialización

### 3.4 Indicadores

#### Servicio

- Descripción general de los servicios turísticos a ofrecer

#### Oferta

- Lugares turísticos existentes
- Servicios ofertados
- Capacidad instalada
- Proyección

#### Demanda

- Segmento de mercado
- Estratos
- Preferencias y gustos turísticos
- Demanda actual
- Demanda potencial
- Demanda insatisfecha
- Proyección

#### Precios

- Precio de servicios existentes

#### Estrategias de comercialización

- Promoción
- Canales de distribución

### 3.5 Matriz de Relación de Estudio de Mercado

*Tabla 3. Matriz de Relación de Estudio de Mercado*

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Tipo de fuente</b>	<b>Técnica</b>
<b>Objetivo General</b>	Conocer el comportamiento de las fuerzas que intervienen en el mercado de turismo con el fin de conocer las preferencias de los usuarios, para determinar el servicio a brindar, para la implementación del proyecto.			
Caracterizar los servicios turísticos a ofrecer por la operadora.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción de servicios turísticos a ofrecer</li> </ul>	Primaria	Ficha de caracterización
Determinar la oferta turística existente en el Cantón Montúfar.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lugares turísticos existentes</li> <li>Capacidad instalada</li> </ul>	Primaria Secundaria	Entrevista Revisión documental
Cuantificar la demanda actual de turismo que tienen los diferentes lugares	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segmento de mercado</li> <li>Preferencias y gustos turísticos</li> <li>Demanda actual</li> <li>Demanda potencial</li> <li>Demanda insatisfecha</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Revisión documental
Analizar los precios actuales de los servicios que se ofrecen.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio de servicios existentes</li> </ul>	Primaria	Entrevista
Señalar las estrategias de comercialización utilizadas por los grupos que realizan turismo actualmente.	Estrategias de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción</li> <li>Canales de distribución</li> </ul>	Primaria Secundaria	Entrevista Revisión documental



### 3.6 Metodología

Para el desarrollo de este capítulo, se emplea tres tipos de investigación, la investigación exploratoria, que permite un primer acercamiento a la información, la investigación descriptiva, la cual ayuda a caracterizar la información antes obtenida y la investigación explicativa, es aquella que ayuda a establecer las causas de la información, resultado del comportamiento del mercado turístico.

Para realizar la caracterización de los servicios que ofrece la operadora turística comunitaria Bosque de los Arrayanes, se realiza una descripción de los servicios que se pretenden incluir dentro de los paquetes turísticos a ofrecer, para dar al consumidor una idea clara de éstos.

Dentro del estudio de la oferta, se investiga los diferentes atractivos turísticos públicos o privados, que existen en el cantón Montúfar, la forma de administración que poseen; de igual manera se indagan los servicios que ofrecen cada uno de estos lugares, para plantear la manera en que se convierten en aliados del presente proyecto.

Para conocer la posible demanda, se enfoca en un segmento del mercado turístico, haciendo un análisis del poder adquisitivo de dicha población, diferenciando los gustos y preferencias que los agrupan, para determinar la demanda potencial e insatisfecha para el proyecto, y realizar una proyección de la información recolectada.

El estudio del precio, se lo hace a través de la investigación de los precios que tienen establecidos los ofertantes de los servicios turísticos, para tener valores referenciales de los mismos.

Dentro de la variable estrategias de comercialización, se indaga sobre las técnicas de promoción y publicidad que se utiliza dentro del sector turístico para dar a conocer un lugar de estos, de igual forma se examinan los canales que se utilizan, para contactar a los usuarios de turismo.

Para recolectar la información competente se utiliza las técnicas de entrevista y encuesta; para describir los servicios que ofrece la operadora se estructura fichas de caracterización, también se utiliza la revisión documental para analizar la información secundaria que existe.

### **3.7 Desarrollo de la Matriz de Relación de Estudio de Mercado**

#### **3.7.1 Descripción de servicios turísticos a ofrecer**

El turismo es una actividad económica significativa que aporta ingresos al país, ésta se puede realizar con el aprovechamiento de lugares turísticos ya establecidos o por descubrir en los diferentes sitios del Ecuador, y que deben ser de beneficio para los pobladores establecidos en cada comunidad, mismos que deben ser los autores del desarrollo de turismo y promoción, incluido sus costumbres, tradiciones y actividades productivas. Por esta razón, el proyecto tiene como objetivo la creación de una operadora turística comunitaria, conformada por personas propias de la comunidad Monteverde, para realizar la promoción de los diferentes atractivos turísticos del cantón, con el fin de brindar a las personas que gustan de la naturaleza, una alternativa de recreación con diferentes rutas de visitas y actividades a realizarse en los distintos sitios.

La operadora turística comunitaria “Bosque de los Arrayanes”, realizará paquetes turísticos y será el vértice de articulación entre los usuarios, dueños y representantes de los lugares de afluencia de turistas, para organizar la logística y calidad de los servicios que se pretenden brindar dentro de cada uno.

El servicio que brindará la operadora, le permitirá al visitante, inicialmente disfrutar de 3 paquetes turísticos previamente determinados, que tendrán una duración máxima de 1 día, con el fin de realizar rutas accesibles.

##### **3.7.1.1 Paquete turístico 1**

El paquete 1 partirá desde el centro histórico de San Gabriel, específicamente en el parque, para avanzar hacia la Gruta de la Paz, donde se podrá realizar natación, además de visitar a la imagen de la Virgen de la Paz. Luego, se visitará El Pedregal, un lugar privado que tiene espacio para practicar pesca, como principal atractivo, se prepara comida y otras actividades como cabalgatas y deportes. Finalmente, se dirigirá hacia El Pilar de Athal, para terminar el recorrido en el mismo parque.

##### **3.7.1.2 Paquete turístico 2**

El segundo paquete consistirá en realizar el recorrido que empezará desde el parque central, hacia la parroquia Chitán de Navarretes, donde se visitará la cascada de Guadir, lugar privado, de allí se partirá hacia la Hacienda Morales, en Monteverde,

donde se puede realizar actividades propias de una hacienda, así como cabalgatas. Para finalizar, en la misma comunidad se recorrerá el bosque de los Arrayanes, para realizar excursión. El recorrido terminará en el mismo sitio de inicio.

### **3.7.1.3 Paquete turístico 3**

Este paquete comprende el trayecto que partirá desde el parque central de la ciudad San Gabriel la cascada de Paluz, lugar donde se puede realizar juegos. Se continuará visitando la Laguna El Salado, en la parroquia Cristóbal Colón, lugar donde se puede aprovechar realizando paseos en bote o lancha. Seguido, se trasladará a las piscinas que se encuentran en la misma comunidad, aquí se podrá disfrutar del lugar y del almuerzo. Luego, se trasladará al Canal de Monteverde, un lugar histórico de la comunidad. El recorrido terminará en el Parque Central.

## **3.7.2 Análisis de la Oferta**

### **3.7.2.1 Lugares turísticos existentes**

En lo que se refiere al sector turístico, al interior del Cantón Montúfar no existen empresas dedicadas a brindar los servicios turísticos de una operadora, por esta razón se han estudiado las asociaciones que desarrollan actividades similares de turismo, que se encuentran establecidas dentro del Cantón. Dentro de la información proporcionada por el departamento de Turismo del GAD Montúfar, se encuentran 4 asociaciones, de las cuales 2, son de interés para el presente proyecto, mismas que tienen a su cargo, cada una, el cuidado y funcionamiento de un lugar turístico del Cantón. Además, fuera de este listado, se encuentran dos personas, una natural y otra jurídica, pero que realizan actividades similares. Se ha encuestado a sus representantes legales y se ha obtenido la información que a continuación de detalla:

**Tabla 4. Establecimientos turísticos existentes en el Cantón**

Organización	Lugar	Constitución Legal	Antigüedad	Territorio Radio De Acción	
				Parroquia	Sector
Diócesis de Tulcán	Santuario Gruta de la Paz	Sí	5 años	La Paz	La Paz
Persona Natural	El Pedregal	No	2 años	La Paz	Pizán
Salvemos al Bosque Arrayanes	Bosque de los Arrayanes	Sí	13 años	San José	Monteverde
Guardianes Ambientales Montúfar	Laguna El Salado	Sí	5 años	Cristóbal Colón	El Salado

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

El Santuario Gruta de la Paz guarda especial interés religioso, porque en ese santuario, se encuentra la imagen de la Virgen de la Paz. Está a cargo de la Diócesis de Tulcán hace 5 años aproximadamente. Es el lugar más visitado en el Cantón Montúfar por turistas locales, nacionales e internacionales convirtiéndose en el principal atractivo turístico del mismo. Su encanto se debe a su conformación, está atravesado por el río Apaqui, y la cueva natural que se abre espacio para recibir diariamente a devotos de todas partes. Además, en el lugar existe el convento de las hermanas Clarizas, quienes son las encargadas del lugar.

El Pedregal es un sitio privado de interés natural, que esta implementado hace 2 años, de manera informal aún. Es un terreno cubierto por rocas dispersas, concentra una laguna artificial donde llegan varias personas a pescar truchas durante el transcurso de la semana. Este lugar tiene una construcción diseñada para brindar servicio de hospedaje, restaurant y salón de eventos, guardando un ambiente rústico que gusta a viajeros de otros países. Además, existe espacio suficiente para realizar cabalgatas y realizar partidos de fútbol y otros deportes. El propietario del lugar busca mayor crecimiento de su demanda, luego de aumentar su inversión para realizar otras construcciones atractivas y llamativas.

El Bosque de los Arrayanes es una superficie cubierta de árboles de arrayán, que guarda fines ambientales y de investigación. Tiene importancia ambiental, porque congrega a personas de la provincia, para que se beneficie del aire puro que lo rodea. Así mismo, dentro de él viven especies animales y vegetales, y que son objeto de

investigación por parte de la academia del país, como también ha sido visitado por investigadores internacionales, como comenta su principal protectora, miembro de la asociación encargada de su cuidado Salvemos al Bosque Arrayanes, conformada desde el año 2005. Sin embargo, no ha recibido los cuidados necesarios para su conservación.

La laguna El Salado es un atractivo natural, formado artificialmente. La asociación Guardianes Ambientales Montúfar, es la encargada del cuidado del este recurso turístico, constituida hace 5 años aproximadamente. Este lugar tiene a su alrededor un camino para el tránsito, lo que hace posible el rodeo de toda la laguna. Además, aquí se realizan algunos eventos como el Festival Carnavalero y el Hombre más fuerte, y otros como competencias motociclisticas. Actualmente, se realizan actividades de pesca, porque se introdujo un marisco, que ha atraído a más turistas hacia este sitio.

Actualmente, existen otros lugares para desarrollar turismo, pero que se encuentran en bruto, como son la cascada de Guadir, Hacienda Morales, Mirador Fotográfico Santa Rosa, Canal de agua de Monteverde, Piscinas de Monteverde, Cascada de Paluz, Pilar de Athal. Algunos son privados y otros de propiedad del Municipio, pero que cuentan con potencial turístico para aprovechar.

### ***3.7.2.2 Capacidad instalada actual***

Los principales servicios que brindan los lugares anteriormente mencionados están señalados en la tabla siguiente, y están organizados de acuerdo al beneficio económico que proporcionan, algunos son cobrados al usuario y otros son de libre ejercicio.

**Tabla 5. Servicios ofertados en los lugares**

<b>Lugar turístico</b>	<b>Servicios ofertados con beneficio económico</b>	<b>Servicios ofertados sin beneficio económico</b>
Santuario Gruta de la Paz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas religiosas</li> <li>• Canchas deportivas de fútbol y vóley</li> <li>• Juegos infantiles</li> </ul>
El Pedregal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Prácticas propias de un lugar</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Hospedaje</li> <li>• Salón de eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares para fútbol y vóley</li> </ul>
Bosque de los Arrayanes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excursión</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen</li> </ul>
Laguna El Salado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paseos en bote</li> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canchas deportivas</li> <li>• Juegos infantiles</li> <li>• Pesca</li> </ul>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

En la tabla anterior, se clasifican los servicios de acuerdo al rendimiento que producen. Debido a que los lugares de propiedad del Municipio, no cuentan con planificación y organización técnica, se desperdician espacios donde se realizan actividades que se dejan al libre uso de los visitantes, sin percibir beneficio económico por el uso de los espacios.

**Tabla 6. Ficha de caracterización servicios ofertados.**

LUGARES TURÍSTICOS	SERVICIOS PRESTADOS A LOS VISITANTES			
<b>Bosque de los Arrayanes</b>	Excursión	Gastronomía		
				
<b>Laguna El Salado</b>	Pesca	Cabalgatas	Paseos en bote	Gastronomía
				
<b>Gruta de la Paz</b>	Natación	Visitas Religiosas	Deportes	Gastronomía
				
<b>Cascada de Paluz</b>	Natación	Pesca Deportiva		
				
<b>Pilar de Athal</b>	No se brinda ningún servicio			
<b>El Pedregal</b>	Pesca	Cabalgatas	Gastronomía	Hospedaje
				
<b>Hacienda "Morales"</b>	No se brinda ningún servicio			
<b>Piscinas de Monteverde</b>	No se brinda ningún servicio			
<b>Cascada de Guadir</b>	No se brinda ningún servicio			

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

El Santuario Gruta de la Paz ofrece servicio de natación y gastronomía principalmente, está última brindada por las hermanas Clarizas y, externamente por una asociación de comuneros del lugar; pero la afluencia de turistas a este lugar se debe a que es un centro religioso. Además, tiene canchas para realizar deportes como fútbol, vóley y básquet, y espacios con juegos infantiles para los niños.

El Pedregal, es un lugar para realizar varias actividades, actualmente la pesca deportiva es una de las mayores atracciones del lugar; adicionalmente, en el lugar se preparan platos, que pueden incluir truchas o lo que el visitante prefiera. Dentro de las instalaciones de lugar, se cuenta con habitaciones de hospedaje y dos salones de evento, todo en un ambiente rústico. Ofrece al visitante cabalgatas y realizar prácticas propias de la zona y cuenta con áreas libres para practicar deportes.

El Bosque de los Arrayanes es un punto para realizar excursiones y disfrutar de su flora, tanto como de su fauna, se pueden realizar caminatas por los senderos establecidos y delimitados en su interior con el fin de establecer una relación de respeto entre el ambiente y el viajero. Como parte del trabajo de la asociación que cuida del lugar, para mejorar la estadía del cliente, y al salir del bosque se puede degustar de cafés y platos típicos de la provincia.

La Laguna El Salado, brinda diversos servicios para recreación de las familias, principalmente paseos en bote, sea éste de pedal, con remo y/o a motor. La asociación del lugar prepara platos típicos para consumo de los turistas; y, también disponen del servicio de cabalgatas para quienes desear realizar un paseo por el alrededor de la laguna. Actualmente, se puede pescar langostinos, llevando sus propios implementos. El sitio dispone de canchas para practicar deportes y juegos infantiles para provecho de los niños.

Los demás lugares presentados en la tabla, se conservan sin aprovechamiento turístico, por lo que no ofrecen ningún tipo de servicio, pero que presentan espacio y predisposición para recibir a visitantes, formar parte de la oferta turística y fomentar el turismo en el cantón.



**Tabla 7. Capacidad instalada actual por lugar**

Lugar turístico	Servicio complementario	Capacidad diaria por actividad	Capacidad diaria por lugar	Total (3 días)
Santuario Gruta de la Paz	Natación	250	620	1860
	Visitas religiosas	250		
	Gastronomía	120		
El Pedregal	Pesca deportiva	300	595	1785
	Cabalgatas	35		
	Prácticas propias de un lugar	10		
	Gastronomía	120		
	Hospedaje	10		
	Salón de eventos	120		
Bosque de los Arrayanes	Excursión	40	80	240
	Gastronomía	40		
Laguna El Salado	Paseos en bote	56	166	498
	Cabalgatas	10		
	Gastronomía	100		
TOTAL		1461	1461	4383

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

De acuerdo a la tabla anterior se presenta la capacidad que tiene cada lugar diariamente, obtenido de las encuestas, este valor se multiplica por tres, ya que se considera a viernes, sábado y domingo como los principales días de afluencia de turistas. Obteniendo que el santuario Gruta de la Paz tiene capacidad para recibir a 1.860 personas en las diferentes actividades que brinda, El Pedregal está acondicionado para aceptar a 1.785 personas, el bosque de los Arrayanes cuenta con capacidad para recibir a 240 personas y la laguna El Salado puede acoger a 498 turistas, a la semana respectivamente. Estos valores representan la capacidad que se puede recibir los fines de semana, y se representan de forma semanal, debido a que los días laborables de la semana no se toman en cuenta porque la afluencia de turistas es muy baja. Cabe aclarar que los servicios de hospedaje y alquiler de salón de eventos no se tomarán en cuenta en adelante, ya que la operadora tiene como finalidad brindar paquetes turísticos de 1 día de duración inicialmente.

Para determinar la oferta anual que existe en el Cantón Montúfar, se ha realizado una proyección de la tabla 7, se han tomado los valores totales de la última columna y se ha dividido para 3.71, que es el número de miembros por hogar establecido por el INEC,

obteniendo la capacidad de los lugares para atender a familias, y seguido se multiplica por 4 fines de semana para obtener el valor mensual, y luego por doce meses para obtener el valor anual. Se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 8. Capacidad instalada anual en familias**

<b>Lugar turístico</b>	<b>Capacidad instalada semanal individual</b>	<b>Capacidad instalada semanal en familia</b>	<b>Capacidad instalada mensual en familia</b>	<b>Capacidad instalada anual en familia</b>
Santuario Gruta de la Paz	1860	502	2008	24096
El Pedregal	1785	482	1928	23136
Bosque de los Arrayanes	240	65	260	3120
Laguna El Salado	498	135	540	6480
<b>Total</b>	<b>1461</b>	<b>1184</b>	<b>4736</b>	<b>56829</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

La capacidad instalada que tiene el Cantón Montúfar, en los lugares donde se podría realizar turismo es de 56.829 familias, siendo la Gruta de la Paz con mayor capacidad, seguido de El Pedregal, estos dos lugares guardan relación debido a que la mayor parte de turistas que visita el primero, ingresa al segundo. El bosque es un lugar que no tiene mucha capacidad porque la asociación encargada de su cuidado no realiza mucho trabajo para aprovechar su potencial. En la laguna, actualmente se están incrementando su capacidad por las mejoras y adquisiciones que se están realizando.

### **3.7.3 Análisis de la Demanda**

#### **3.7.3.1 Segmento de mercado**

El proyecto pretende fortalecer la actividad turística en el Cantón Montúfar, y está enfocado a dinamizar el turismo local mediante el aprovechamiento de la capacidad instalada y el diseño de productos y servicios que satisfagan las necesidades recreacionales de las familias Montufareñas, aquellas que gusten viajar y conocer con mayor profundidad la historia que encierra a cada lugar que se encuentra dentro del Cantón, así como descubrir el potencial turístico que conserva cada uno. Por tal motivo, a continuación se presenta la segmentación de mercado, de acuerdo a los siguientes criterios:

**Tabla 9. Criterios geográficos y demográficos de segmentación del mercado**

CRITERIO	SEGMENTO DE MERCADO
País	Ecuador
Provincia	Carchi
Cantón	Montúfar
Sector	Urbano y Rural
Población	Familias
Nivel socioeconómico	A, B, C+

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación directa

Dentro del segmento de mercado del presente proyecto que son las familias montufareñas, se ha tomado en cuenta el nivel socio económico al que pertenecen, tomando como referencia los resultados obtenidos en la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011 INEC que señala que los hogares ecuatorianos se encuentran establecidos en los siguientes niveles socioeconómicos:

**Tabla 10. Niveles socioeconómicos de los hogares ecuatorianos**

Nivel socioeconómico	Porcentaje Nacional	Variables referenciales para el proyecto	
		Educación jefe de hogar	Economía
A (alto)	1,90%	Cuenta con instrucción superior e incluso, en algunos casos, post grado. (INEC, 2011)	Trabajan como profesionales en su mayoría en la Administración Pública y de empresas. (INEC, 2011)
B (medio alto)	11,20%	Ha cursado instrucción superior.	Trabajan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
C+ (medio típico)	22,80%	Cuenta con nivel de instrucción secundaria.	Son trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
C- (medio bajo)	49,30%	Dispone de instrucción primaria.	Al igual que el nivel C+, además de que ya se incluye el estado de inactivos.
D (bajo)	14,90%	Cuentan con instrucción primaria.	Además de los estados del nivel C, se añade el estado de trabajadores no calificados.
Total	100%		

**Elaborado por:** Las Autoras

**Fuente:** Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico (INEC, 2011)

De la anterior tabla, se tomará en cuentas a los niveles socioeconómicos A, B y C+, debido a que en los niveles restantes, los jefes de hogar cuentan con una economía, en algunos casos en estado inactivo, lo que indica que su capacidad adquisitiva es baja. El porcentaje de hogares que se utilizará es 35,90% de acuerdo a las suma de los primeros niveles.

Para obtener la población objeto de estudio del proyecto que son los hogares, se ha tomado en cuenta la población proyectada para el año 2018, que se encuentra en el PDyOT 2015-2031, que es de 34.757 habitantes.

**Tabla 11. Segmentación**

<b>Parámetro</b>	<b>Dato</b>
Población	34757
Números de miembros por hogar	3,71
Número total de hogares	9368
Nivel socioeconómico	35,90%
Número de hogares del proyecto	3363

**Elaborado por:** Las Autoras

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2031

El cálculo de la población a la que se dirigirá el proyecto, se ha obtenido de acuerdo a la población proyectada para el año 2018 en el cantón Montúfar que es de 34.757 personas, este valor se divide para 3,71, número que representa el valor promedio de miembros por hogar que establece del INEC; realizando la división se obtiene un total de 9368 hogares en el cantón. Además, se ha sumado los niveles socioeconómicos A, B, y C que dan un resultado de 35.90%, que corresponde al segmento por nivel socioeconómico. Entonces, se multiplica el número de hogares obtenido en el cantón por el nivel socioeconómico que origina un total de 3.363 hogares que se encuentran dentro del segmento de interés del presente proyecto.

Para determinar la muestra a la que se deberá encuestar para conocer los gustos y preferencias del segmento de mercado a la que se dirigirá el servicio de la operadora turística, se ha calculado la misma de acuerdo a la fórmula para población finita.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza, valor aplicado según criterio del encuestador que puede ser del 95% o 99% de confianza, equivalente a 1,96 y 2,58 respectivamente.

e= Límite de aceptación de error de la muestra, valor que va desde de 1% hasta 9%, según criterio del encuestador.

$\sigma$  = Desviación estándar, que generalmente se utiliza un valor de 0,5.

Seguido se aplica la fórmula anteriormente desarrollada para determinar el tamaño de la muestra que se deberá encuestar.

$$n = \frac{3363 \cdot (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}{(3363 - 1) (0,05)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{3363 * 0,25 * 3,8416}{(3362 * 0,0025) + (0,25 * 3,8416)}$$

$$n = 344,86 \approx 345$$

El total de encuestas a realizarse es de 345, este número se distribuirá por parroquias para ser aplicadas a hogares urbanos y rurales del cantón. Con regla de 3, se ha calculado el porcentaje de participación de cada parroquia de acuerdo a la población de cada una y la población total del cantón establecida para el 2018.

**Tabla 12. Distribución de encuestas por parroquias urbanas y rurales**

<b>Parroquia</b>	<b>Población 2018</b>	<b>%</b>	<b>No. Encuestas</b>
Chitán de Navarretes	528	1,52%	5
Cristóbal Colón	2963	8,52%	29
Fernández Salvador	1096	3,15%	11
La Paz	3912	11,26%	39
Piartal	1125	3,24%	11
San Gabriel (incluye las dos parroquias urbanas)	25133	72,31%	250
Total	34757	100%	345

**Elaborado por:** Las Autoras

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2031

### **3.7.3.2 Preferencias y gustos**

Con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de las familias montufareñas, respecto a servicios turísticos, se ha aplicado la encuesta a los padres o madres de familia, quienes conocen a detalle las características de su núcleo familiar.

A continuación se presenta el procesamiento y análisis de datos e información obtenida en la aplicación de la encuesta.

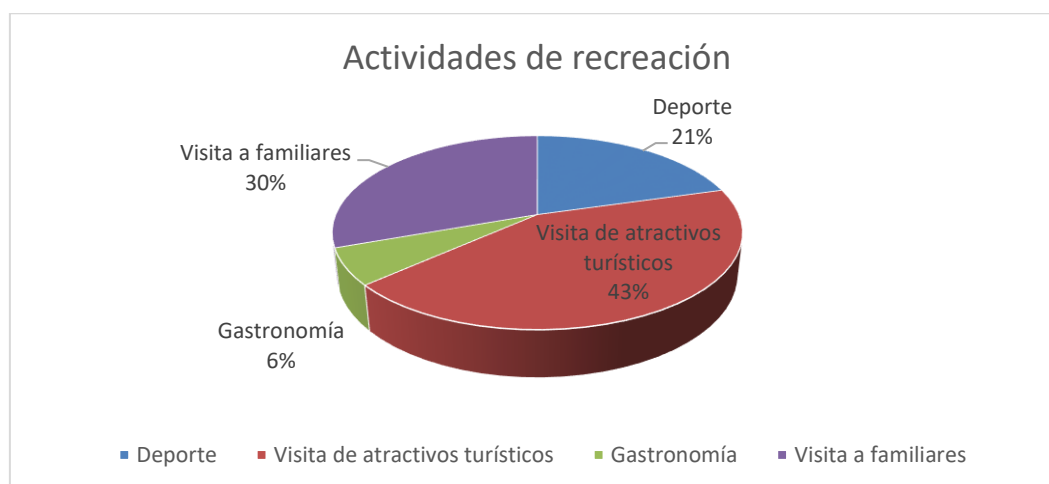
## 1. ¿Qué actividades de recreación prefieren en su familia?

**Tabla 13. Actividad recreacional que prefieren realizar**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Deporte	71	21%
Visita de atractivos turísticos	148	43%
Gastronomía	21	6%
Visita a familiares	105	30%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 24. Actividad recreacional que prefieren realizar**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar

### Análisis

Según el cuadro anterior, la mayoría de los habitantes encuestados del cantón, decidieron que prefieren visitar atractivos turísticos, ya que es cuando las familias salen a distraerse de las rutinas diarias que tiene cada uno, además un porcentaje menor de las familias Montufareñas opto por la gastronomía, ya que dentro del cantón no existen lugares especiales donde salir a disfrutar de esta actividad. Por esta razón el presente trabajo aprovechará esta preferencia de los habitantes.

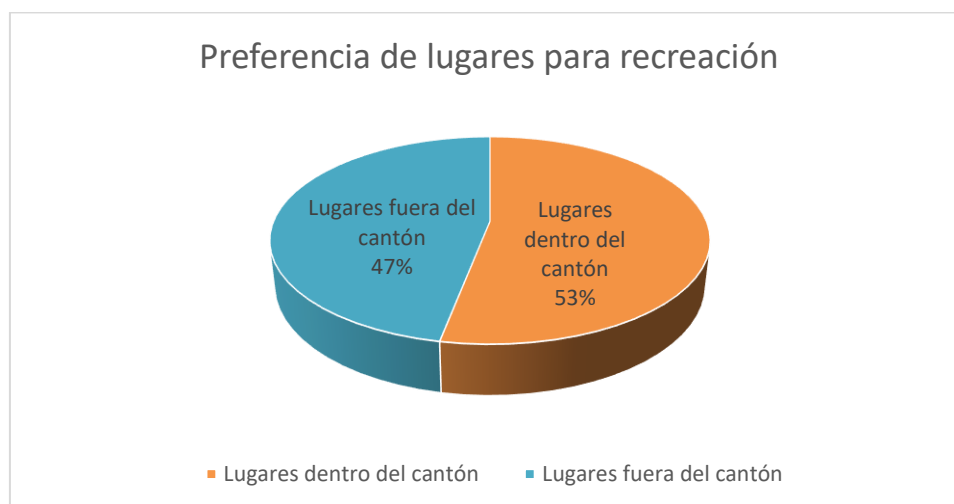
## 2. ¿Al momento de salir prefiere visitar?

**Tabla 14. Preferencia de lugares para recreación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lugares dentro del cantón	183	53%
Lugares fuera del cantón	162	47%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 25. Preferencia de lugares para su recreación**  
Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar

### Análisis

Las familias del cantón, según las encuestas realizadas y plasmadas en el cuadro anterior prefieren visitar lugares dentro del cantón, porque si existen atractivos turísticos que son muy especiales y en si traen mucha tranquilidad, además también por la cercanía y el alcance económico de los mismos, pero también otra parte de los encuestados decide salir del cantón para conocer nuevos lugares.



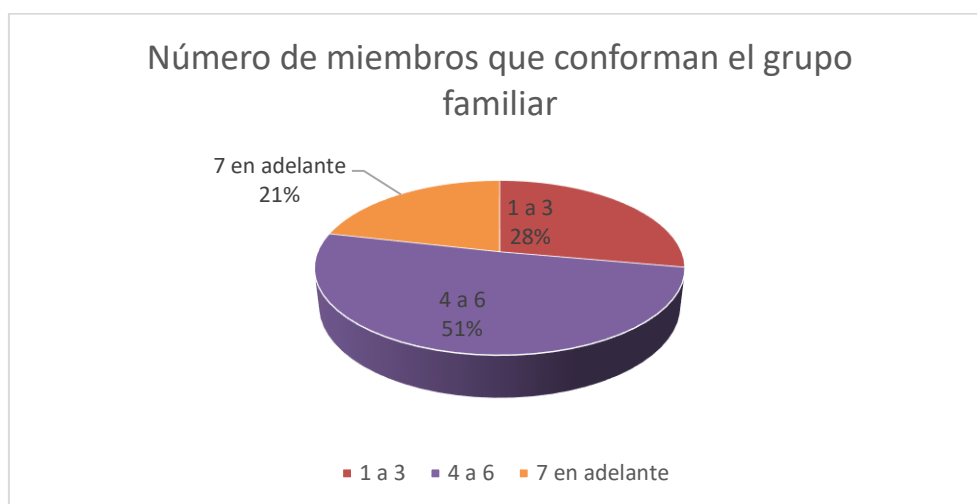
### 3. ¿Cuántas personas realizan actividades recreacionales en su familia?

**Tabla 15. Número de miembros que conforman el grupo familiar**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	96	28%
4 a 6	175	51%
7 en adelante	74	21%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 26. Número de miembros que conforman el grupo familiar**

*Fuente:* Encuesta realizada a las familias del cantón

#### **Análisis**

En esta pregunta, se obtuvo como resultado que la mayoría de familias cuando realizan actividades recreacionales turísticas, están conformadas de 4 a 6 integrantes familiares. Este número de miembros por hogar se origina debido a que las parejas optan por tener familia corta. Aunque en algunos casos existen familias conformadas por 7 o más personas. Esta información será de utilidad para determinar la demanda del proyecto.

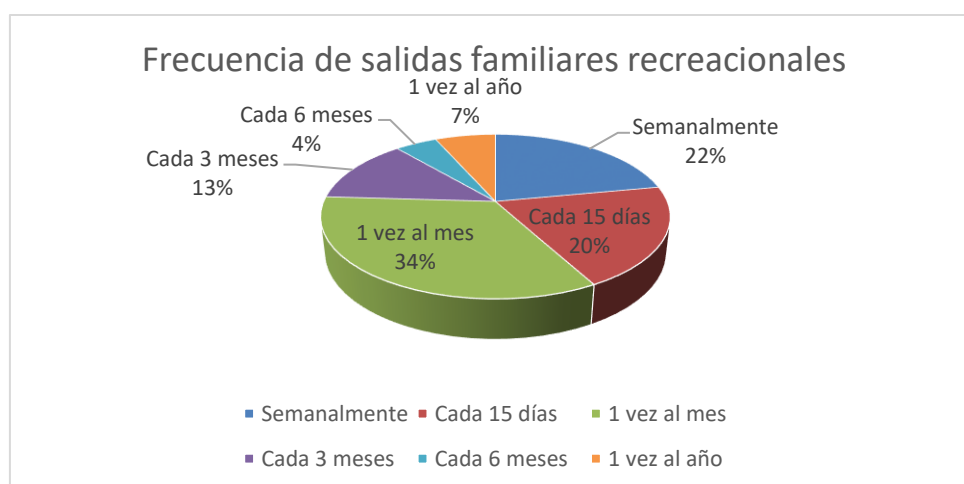
#### 4. ¿Con que frecuencia, realizan actividades recreativas en familia?

**Tabla 16. Frecuencia de salidas familiares recreacionales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	76	22%
Cada 15 días	69	20%
1 vez al mes	117	34%
Cada 3 meses	44	13%
Cada 6 meses	16	4%
1 vez al año	23	7%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 27. Frecuencia de salidas familiares recreacionales**

*Fuente:* Encuesta realizada a las familias del cantón

#### Análisis

Con la información obtenida se deduce que la frecuencia general de salida recreacional de una familia es 1 vez por mes, debido al contingente económico y disponibilidad de tiempo que tiene para este tipo de actividades. Esta información es útil para establecer la demanda del proyecto.

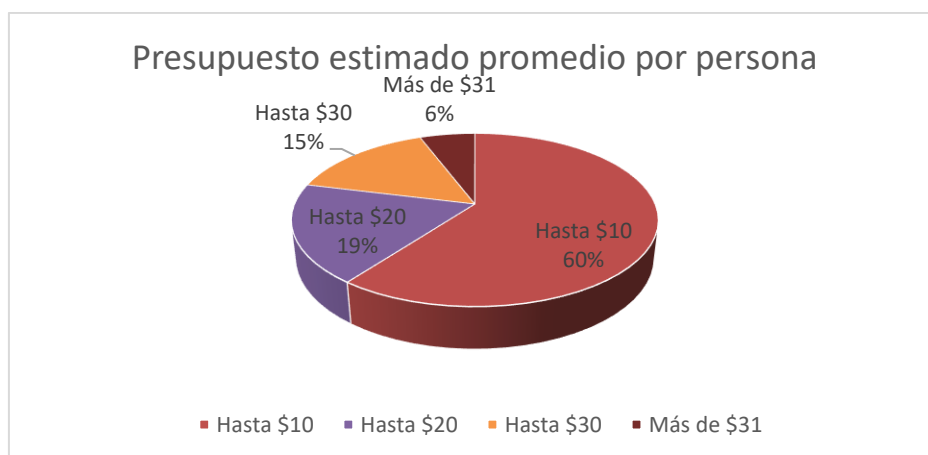
**5. ¿Cuánto de dinero por persona, aproximadamente destina en cada salida recreativa?**

**Tabla 17. Presupuesto estimado promedio por persona**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$10	208	60%
Hasta \$20	64	19%
Hasta \$30	53	15%
Más de \$31	20	6%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 28. Presupuesto estimado promedio por persona**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón

**Análisis**

De la información anteriormente expuesta, la mayor opción elegida es que en cada salida recreacional existe un gasto aproximado de hasta \$10 por persona. Este resultado permitirá determinar un valor accesible a cobrar por los servicios de la operadora según los servicios que se puedan prestar.

## 6. ¿En una salida recreacional, que tipo de comida prefiere?

**Tabla 18. Tipo de comida preferida**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comida tradicional	263	76%
Platos a la carta	82	24%
TOTAL	345	100%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 29. Presupuesto estimado promedio por persona**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón

### Análisis

La información obtenida a través de la encuestas arroja que la mayoría de la familias Montufareñas prefieren consumir comida tradicional, en los lugares que visitan, la mayoría dentro del cantón. Además muchas familias prefieren preparar sus alimentos en su casa y llevar al lugar donde se destine, que generalmente es platos tradicionales. Cierta parte de la población cuando sale fuera del cantón prefiere probar comida diferente y propia de cada lugar. Esta información es útil para determinar el tipo de comida que se puede establecer dentro de una ruta turística, que sea de preferencia de los visitantes.

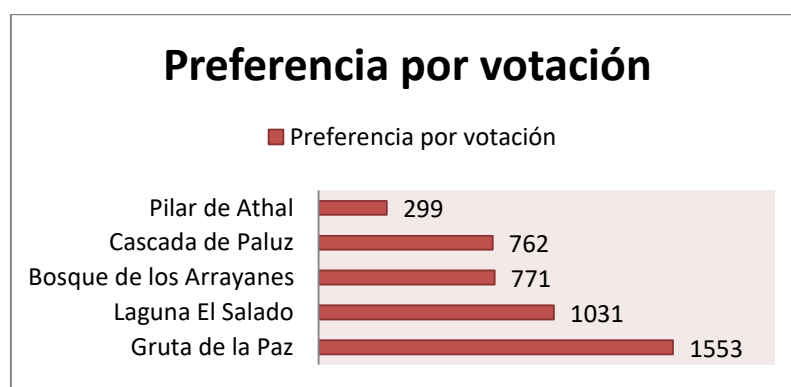
## 7. Priorice del 1 al 5, según su interés por los siguientes lugares

**Tabla 19. Orden de preferencia de los principales lugares atractivos del Cantón Montúfar**

Lugar	Orden de preferencia					Puntuación	Lugar de preferencia
	1	2	3	4	5		
	Ponderación						
	5 X	4 X	3 X	2 X	1 X		
Gruta de la Paz	266	40	15	7	4	1553	Primero
Laguna El Salado	42	134	67	40	4	1031	Segundo
Bosque de los Arrayanes	13	56	100	82	18	771	Tercero
Cascada de Paluz	21	59	72	93	19	762	Cuarto
Pilar de Athal	1	5	7	28	197	299	Quinto

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 30. Presupuesto estimado promedio por persona**

*Fuente:* Encuesta realizada a las familias del cantón

### Análisis

Para determinar el orden de preferencia que tienen las familias por los principales atractivos turísticos del cantón se hizo un conteo de cada lugar por votación, y aquel que tiene más puntos en cada orden, es selecto para cada posición. Quedando así la preferencia establecida en el orden presentado en la tabla anterior. Esta información será de utilidad para establecer las rutas que puede ofrecer la operadora de acuerdo al nivel de interés que tienen las familias por los lugares.

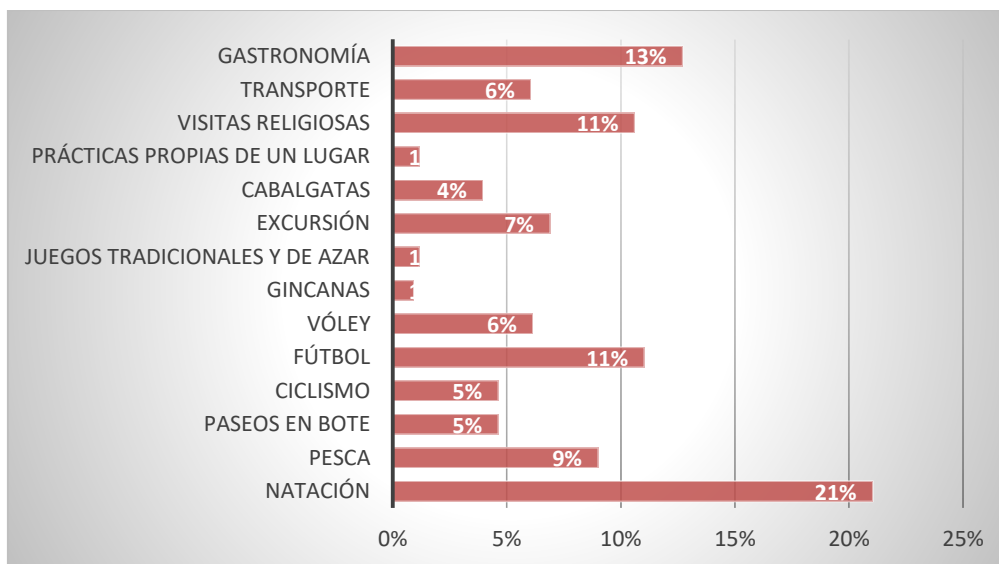
## 8. ¿Qué servicio complementario adicional prefiere en una salida recreacional?

**Tabla 20. Servicios adicionales complementarios de preferencia**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje por actividad
Natación	250	21%
Pesca	107	9%
Paseos en Bote	55	5%
Ciclismo	55	5%
Fútbol	131	11%
Vóley	73	6%
Gincanas	11	1%
Juegos tradicionales y de azar	14	1%
Excursión	82	7%
Cabalgatas	47	4%
Prácticas propias de un lugar	14	1%
Visitas religiosas	126	11%
Transporte	72	6%
Gastronomía	151	13%
<b>TOTAL</b>	<b>1188 &gt; 345</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar



**Ilustración 31. Servicios adicionales complementarios de preferencia**

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón

### Análisis

La encuesta realizada produce información acerca de las actividades que los grupos familiares del cantón prefieren realizar cuando salen a recrearse con su familia,

entre los servicios complementarios que practican están la natación, gastronomía, visitas religiosas, y deportes como el fútbol, pesca, con mayor ponderación. Cabe aclarar que las actividades con mayor puntuación son las que existen y se pueden realizar dentro del Cantón, ya que los atractivos cuentan con capacidad y potencial para poner en otras. En la encuesta realizada, se aceptó una sugerencia a incluir dentro de esta lista que son los miradores fotográficos, debido a que el cantón cuenta con geografía que se presta para realizarla.

### 3.7.3.3 *Demanda actual*

La demanda actual se ha obtenido de acuerdo al número de turistas que recibe cada lugar, según estimaciones de los representantes de cada lugar, en promedio por semana, con la capacidad instalada que tienen, en los diferentes servicios complementarios que ofrecen. Los valores semanales de turistas que a continuación se presentan se obtuvieron en las encuestas realizadas a los encargados de los lugares turísticos. Este valor se ha dividido para 3.71 miembros por familia, y luego se multiplica por 4 fines de semana, y para obtener el valor anual por 12. A continuación, se presenta.

**Tabla 21. Frecuencia semanal de turistas en los lugares turísticos**

Lugar turístico	Frecuencia semanal de turistas	Frecuencia semanal de familias	Frecuencia mensual	Frecuencia anual
Santuario Gruta de la Paz	250	68	272	3.264
El Pedregal	200	54	216	2.592
Bosque de los Arrayanes	30	9	36	432
Laguna El Salado	150	41	164	1.968
TOTAL	630	172	688	8.256

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

Se puede observar que la demanda actual estimada es mínima, si se compara con la capacidad instalada que presenta cada lugar, según análisis de la oferta. Esto indica que no hay demanda por parte de los hogares del cantón. Pero se debe aclarar que existen varias causas, entre ellas la baja promoción de los lugares, la baja inversión que se realizan en los lugares para volverlos más atractivos, por lo que las personas prefieren salidas cortas que consiste en pequeños paseos por la ciudad, ir a comer a restaurants, o no salen. La información de la tabla anterior se convierte en la capacidad

ocupada de cada lugar y sirve para deducir la capacidad ociosa de los lugares turísticos que existen actualmente, en cuanto a los servicios turísticos que ofrecen.

#### 3.7.3.4 *Demanda potencial*

La demanda potencial del proyecto se considera a todos los hogares del Cantón, siendo un total de 3.363 familias, a quienes está enfocado la creación de la operadora turística comunitaria.

**Tabla 22. Demanda potencial anual por familias**

	Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Total
<b>%</b>	22%	20%	34%	13%	4%	7%	100%
<b>Total familias</b>	740	673	1143	437	135	235	3363
<b>No. Unidades de tiempo en el año</b>	48	24	12	4	2	1	
<b>Total salidas anual</b>	35.520	16.152	13.716	1.748	270	235	67.641

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar

Con la información obtenida en la encuesta (ver pág. 69), se puede determinar la proyección de la demanda potencial del sector turístico, en lo que se refiere a frecuencias de salidas recreacionales en familia. Para establecer un patrón de consumo de servicios turísticos por parte de la familia, se ha tomado la información obtenida de la pregunta 4 de la encuesta realizada, donde indica que el 22%, 20%, 32%, 13%, 4% y 7% de las familias realizan salidas semanales, quincenales, mensuales, trimestrales, semestrales y anuales, respectivamente. Estos porcentajes se han multiplicado por el total de familias existentes en el cantón, para obtener el total de salidas por frecuencia. Así mismo, se multiplica la columna de total de familias por número de unidades de tiempo. De esta manera, se obtiene el valor total de 67641 salidas al año por las familias montufareñas.

#### 3.7.3.5 *Demanda insatisfecha*

La factibilidad del presente proyecto, en cuanto al estudio del mercado, se ha obtenido desde 2 perspectivas:



- Según la capacidad ociosa de los lugares turísticos existentes.

De acuerdo a la capacidad instalada y ocupada de cada lugar proyectada a 1 año, se puede determinar la capacidad ociosa de los lugares turísticos que existen actualmente y se resume en la siguiente tabla

**Tabla 23. Capacidad ociosa anual en familias**

Lugar turístico	Capacidad instalada anual en familia	Demanda anual en familia	Capacidad ociosa
Santuario Gruta de la Paz	24096	3264	20832
El Pedregal	23136	2592	20544
Bosque de los Arrayanes	3120	432	2688
Laguna El Salado	6480	1968	4512
Total	56832	8256	48576

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

La capacidad ociosa total estimada sería 48576 familias en un año, la capacidad ociosa de cada lugar se obtiene de la diferencia entre la capacidad instalada y la demanda anual en familia. Este valor indica que los lugares tienen el 85% de la capacidad instalada ociosa; este hecho se debe a que los lugares no se manejan bajo planificaciones de operación o ventas, no realizan campañas de promoción de los atractivos y servicios de los lugares, lo que origina que pasen desapercibidos por los habitantes locales, como nacionales e internacionales.

- Según la cantidad de familias demandantes de servicios turísticos.

La demanda insatisfecha según este enfoque, resulta de extraer la diferencia entre la demanda potencial y la demanda actual, que se encuentran proyectadas anualmente.

**Tabla 24. Demanda insatisfecha anual en familias**

Tipo de demanda	Valor
Potencial	67641
Actual	8256
Insatisfecha anual	59385

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a las familias del cantón Montúfar

La demanda insatisfecha anual es de 59385 hogares, mismos que necesitan salidas recreacionales, y que pueden cubrir la capacidad ociosa de 48576 familias. Este valor indica que solamente el 12% de familias montufareñas salen a recrearse actualmente y demandan servicios de recreación, mientras que el 88% restante, realizan salidas cortas dentro de la ciudad, por ello la demanda actual es menor a la demanda potencial que existen en el cantón.

### 3.7.4 Análisis de precios

Los precios que importan los distintos servicios complementarios que se ofrecen en los lugares turísticos existentes dentro del Cantón, están establecidos según lo que comprenda cada uno, según datos proporcionados en las entrevistas realizadas a los encargados de los diferentes atractivos.

**Tabla 25. Precios de los servicios complementarios en los lugares turísticos existentes.**

Lugar turístico	Servicio complementario	Precios por persona	Precio promedio
Gruta de la Paz	Natación	1,50 - 2,00	1,50
	Visitas religiosas	0,00	0,00
	Gastronomía	3,00 – 3,50	3,00
El Pedregal Propiedad privada	Pesca deportiva	1,00	1,00
	Cabalgatas	20,00	20,00
	Prácticas propias de un lugar	10,00	10,00
	Gastronomía	5,00 hasta 15,00	10,00
Bosque de los Arrayanes	Excursión	0,50	0,50
	Gastronomía	1,00 - 2,50	1,75
Laguna El Salado	Paseos en bote	1,00	1,00
	Cabalgatas	1,00	1,00
	Gastronomía	2,50	2,50

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

Con los precios anteriormente promediados, se estructura la siguiente tabla de precios referenciales por cada actividad, en todos los lugares

**Tabla 26. Precio promedio por actividad**

Actividad	Precio			
	Bosque de los Arrayanes	Laguna El Salado	El Pedregal	Gruta de la Paz
Natación	No existe	No existe	No existe	\$ 1,50
Pesca	No existe	Gratis	\$ 1,00	No existe
Paseos en Bote	No existe	\$ 1,00	No existe	No existe
Excursión	\$ 0,50	No existe	No existe	No existe
Cabalgatas	No existe	\$ 1,00	\$ 20,00	No existe
Prácticas propias de un lugar	No existe	No existe	\$ 10,00	No existe
Canchas deportivas	No existe	Gratis	No existe	Gratis
Juegos infantiles	No existe	Gratis	No existe	Gratis
Visitas religiosas	No existe	No existe	No existe	Gratis
Transporte	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,75	\$ 1,00
Gastronomía	\$ 1,75	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 3,00

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Encuesta realizada a los representantes de los lugares turísticos

La tabla anterior presenta una comparación de precios de los servicios que se brindan en los lugares, determinando que en el lugar privado, los precios son altos. Algunas actividades se pueden realizar de manera gratuita, cabe resaltar que la gratuidad existente es en los lugares públicos.

### 3.7.5 Estrategias de comercialización

En el mix de Marketing, intervienen las estrategias de comercialización, las cuales sirven para dar a conocer el producto o servicio, para tener un buen posicionamiento en el mercado, actualmente los lugares turísticos existentes se manejan de la siguiente manera.

### **3.7.5.1 Promoción**

Los lugares turísticos existentes en el Cantón, con sus respectivas asociaciones a cargo manejan la promoción de una manera tradicional, no implementan un nuevo sistema, ni tampoco existe una preocupación por los mismos de realizarlo, por lo tanto solo se dan a conocer por ayuda de las autoridades quienes establecen eventos en los sitios para dar a percibir de su existencia al público en general.

El GAD Montúfar, es el que en la actualidad ayuda en la gestión de promoción de los sitios, con los eventos que implementa para fomentar el turismo, es una gran deficiencia de parte de los encargados que no plantean una estrategia para dar a conocer el lugar y de los servicios a ofrecer a los visitantes.

### **3.7.5.2 Canales de distribución**

**Canal Directo:** Las asociaciones y encargados de los atractivos manejan solamente este canal, ya que trabajan directamente con los usuarios, al momento de que los mismos llegan a visitar los sitios, y ellos se encargan de vender sus servicios directamente al cliente.

## **3.8 Conclusiones**

- Se determinó que las actividades de recreación que se pueden realizar en el cantón Montúfar son natación, gastronomía y visitas religiosas, siendo estas las principales que se ofrecen, por lo que los hogares no acceden a más servicios turísticos.
- En el cantón, no existe una operadora dedicada a la organización de paquetes turísticos, y los lugares atractivos que se encuentran actualmente no trabajan bajo planificación y organización, por lo que desaprovechan los recursos y la capacidad instalada que tienen.
- Debido a que no existe oferta de servicios turísticos diversos, las familias no cuentan con opciones de recreación y ocio, por lo que no son satisfechos en esta necesidad.
- Los precios de las actuales actividades que se pueden disfrutar en familia en el cantón, son accesibles para la economía de los diferentes hogares, dado algunos

casos excepcionales que se presentan en el sector privado, en donde los precios se elevan en ciertas actividades.

- Las estrategias de comercialización que utilizan las asociaciones encargadas y propietarios de los diversos lugares turísticos, no hacen uso de medios de publicidad y promoción para darse a conocer y atraer a más turistas.

## **CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1 Introducción**

En el estudio técnico es donde se tratará todo aquello que está inmerso en el funcionamiento de la empresa, además se determina el tamaño de la empresa para la producción y el volumen, la capacidad instalada y los recursos necesarios que se va a utilizar para la prestación del servicio. También se debe calcular la inversión necesaria, y la distribución en sí de la plata donde va a funcionar la misma, sin embargo no se dejará a un lado la formulación de procesos para el correcto funcionamiento y desempeño de los trabajadores de la planta.

El estudio técnico determinará la localización del proyecto estableciendo el lugar más adecuado donde plantearse para su funcionamiento, el tamaño del mismo estableciendo la capacidad que tiene como operadora para la venta de paquetes turísticos, además planteará el modelo de procesos a seguir para el funcionamiento de la misma, se distribuirá correctamente las instalaciones de la empresa, y se calculará la inversión necesaria para poner en marcha la operadora.

### **4.2 Objetivos**

#### **4.2.1 Objetivo general**

Analizar los factores técnicos proyectados para fundamentar la implementación de la propuesta.

#### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar la localización del proyecto.
- Detallar la capacidad operativa del equipo promotor.
- Desarrollar la ingeniería del proyecto.
- Presupuestar el valor de la inversión estimada.

### 4.3 Localización del proyecto

La ubicación física de donde va a funcionar la operadora turística, es un agente muy importante para el desarrollo del mismo; por lo que se ha tomado en cuenta que tenga fácil accesibilidad, sea un lugar llamativo y tenga amplio espacio para dar comodidad a sus clientes como a sus trabajadores.

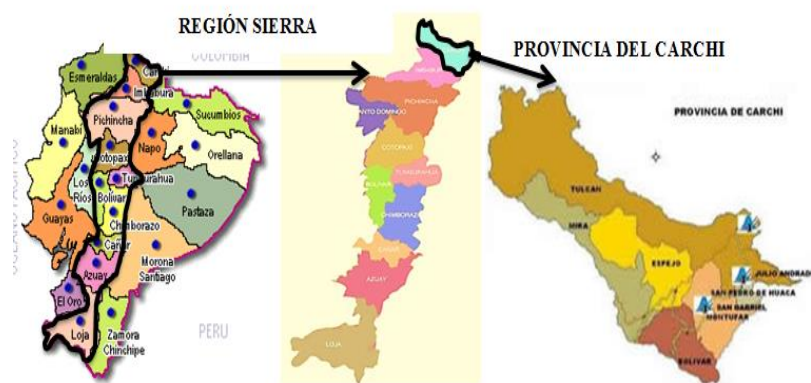
#### 4.3.1 Macro Localización.

A nivel de macro localización se comprende la ubicación geográfica en donde se va a ubicar la empresa tomando en cuenta; país, región, provincia, cantón, ciudad.

La Operadora Turística Comunitaria se establecerá en:

- PAIS: Ecuador
- REGIÓN: Sierra
- PROVINCIA: Carchi
- CANTÓN: Montúfar
- CIUDAD: San Gabriel

Con factores analizados en capítulos anteriores se puede indicar que el lugar definido antes, es idóneo para fijar la empresa.



*Ilustración 32. Mapa del Ecuador, especificación de la Provincia y Región.*

*Fuente: Imágenes de Google*



*Ilustración 33. Mapa, Provincia del Carchi, especificación del Cantón y Ciudad.*

*Fuente: Imágenes de Google*

#### 4.3.2 Micro Localización

La micro localización, contiene con exactitud la ubicación donde se encontrará la operadora, detallando condiciones peculiares que faciliten su posición, además debe de cumplir con ciertas características específicas como; accesibilidad, servicios básicos, disponibilidad de recursos.

La Operadora Turística Comunitaria se establecerá en el cantón Montúfar, en la parroquia urbana San José, en la comunidad Monteverde, a 11km de la ciudad de San Gabriel con vías de acceso en buen estado; como desde su inicio se planteó la propuesta del tema de este proyecto, se decidió a este lugar; por esta razón no se tomará en cuenta ningún otro, ni tampoco se hará una evaluación para definir el más conveniente.

La operadora se fijará en este sector porque es de carácter comunitario lo que establece que se va a trabajar con personas de la comunidad, quienes serán parte de este proyecto y darán surgimiento al mismo, además las instalaciones de la empresa van a ser en un local situado en uno de los principales y más llamativo atractivo turístico como lo es el “Bosque de los Arrayanes”.

Este sitio cumple con las características establecidas anteriormente, para la buena atención de los clientes.





*Ilustración 34. Mapa satelital de la comunidad Monteverde, ubicación exacta de la operadora.*

*Fuente: Google Maps*

El lugar elegido está distanciado de la ciudad, por lo tanto los contratos y negociaciones a realizarse se los practicará por vía telefónica hasta designar un día para firmar los documentos, esta desventaja no será un impedimento para poner en marcha el proyecto, sin embargo se cuenta con la infraestructura adecuada, y con las condiciones aptas necesarias.

#### **4.4 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto permite establecer el número de paquetes turísticos que se puede ofrecer a la demanda insatisfecha dentro del mercado turístico de Montúfar que son los núcleos familiares, y está determinado por la capacidad instalada que tiene la operadora turística comunitaria.

##### **4.4.1 Disponibilidad de servicios en lugares turísticos**

Para brindar los servicios turísticos, si existen dentro del cantón 5 lugares principales por ser conocidos y algunos otros que no están socializados. Tres de los lugares principales cuentan con una organización que está a su cargo, en este caso asociaciones, y 2 no cuentan con ningún grupo o familia responsable, y 4 lugares privados; con quienes se establecerán alianzas estratégicas para que se conviertan en los

proveedores de la operadora. Los servicios que se requieren y se ofrecen para formar los paquetes turísticos son: alimentación y servicios complementarios.

#### **4.4.2 Disponibilidad de talento humano**

Para establecer esta variable, hay que hacer notar que se trata de una operadora turística comunitaria, por lo que debe estar conformada de personas de la comunidad, quienes serán socios y trabajadores a la vez. En la comunidad Monteverde, se cuenta con 9 personas que tienen interés por el turismo, mismas que tienen conocimiento sobre la historia de su lugar natal, así como la información general de los otros sitios turísticos dentro del cantón, pero requieren mayor capacitación sobre los mismos, así como en temas que debe conocer un buen guía turístico. Dentro del sistema administrativo, se requiere personal en la parte administrativa de la operadora turística, un administrador y un contador.

#### **4.4.3 Capacidad instalada**

Para determinar la capacidad operativa de la operadora turística comunitaria, se ha considerado 2 perspectivas:

- Capacidad operativa de los guías

Inicialmente, se cuenta con 9 personas de la comunidad, quienes trabajarán como guías. La capacidad máxima adecuada es de 15 personas por guía. Para el presente proyecto, se ha considerado un número de 12 a 13 personas por guía.

- Capacidad instalada de los lugares aliados

También, los paquetes se formarán de acuerdo a la capacidad instalada que tienen los lugares, tomando en cuenta la capacidad mínima que tiene el Bosque de los Arrayanes, este lugar puede recibir hasta 40 personas.

Considerando lo descrito anteriormente, inicialmente se ofrecerá 3 paquetes diarios en los fines de semana comprendidos entre viernes, sábado y domingo, debido a que las familias del cantón disponen de tiempo libre los fines de semana; cada paquete estará conformado por 10 familias de 4 miembros, y estarán atendidos conjuntamente por 3 guías. La duración de cada paquete será de 9 horas aproximadamente, que empezarán desde las 08h00 hasta las 17h00. Por esto, los 9 guías atenderían 3 paquetes de 10 familias.

**Tabla 27. Capacidad instalada de la operadora**

<b>Paquete turístico</b>	<b>Capacidad familiar por paquete</b>	<b>Capacidad semanal</b>	<b>Capacidad mensual</b>	<b>Capacidad anual</b>
1	10	30	120	1440
2	10	30	120	1440
3	10	30	120	1440
Total	30	90	360	4320

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

## 4.5 Ingeniería del Proyecto

Se establecerá la ingeniería del proyecto a través del estudio de factores técnicos y económicos importantes que requiere el proyecto, para ser trazado y ejecutado.

### 4.5.1 Flujo gramas de procesos

Para detallar y presentar los procesos a realizarse en el proyecto, se ha tomado a los diagramas de flujo para efectuar dichos procesos, para una mejor comprensión a continuación se presenta la simbología aceptada internacionalmente, de los símbolos más comunes y utilizados.

#### 4.5.1.1 Simbología



**INICIO O FIN.-** este símbolo indica, en principio y el fin del proceso, suele contener dentro del mismo las palabras inicio o fin, según corresponda.



**TRANSPORTE.-** este símbolo indica, hacia donde continúa el proceso, según la ejecución de las operaciones, indicando la transacción siguiente.



**PROCESO.-** este símbolo indica, una operación, acción o función; es el símbolo más utilizado al momento de elaborar un proceso.



**DECISIÓN.-** este símbolo indica, una decisión que se debe analizar de la cual saldrán diferentes caminos al proceso, según la respuesta, por lo general es si o no, tomando en cuenta las consecuencias que se produzcan.



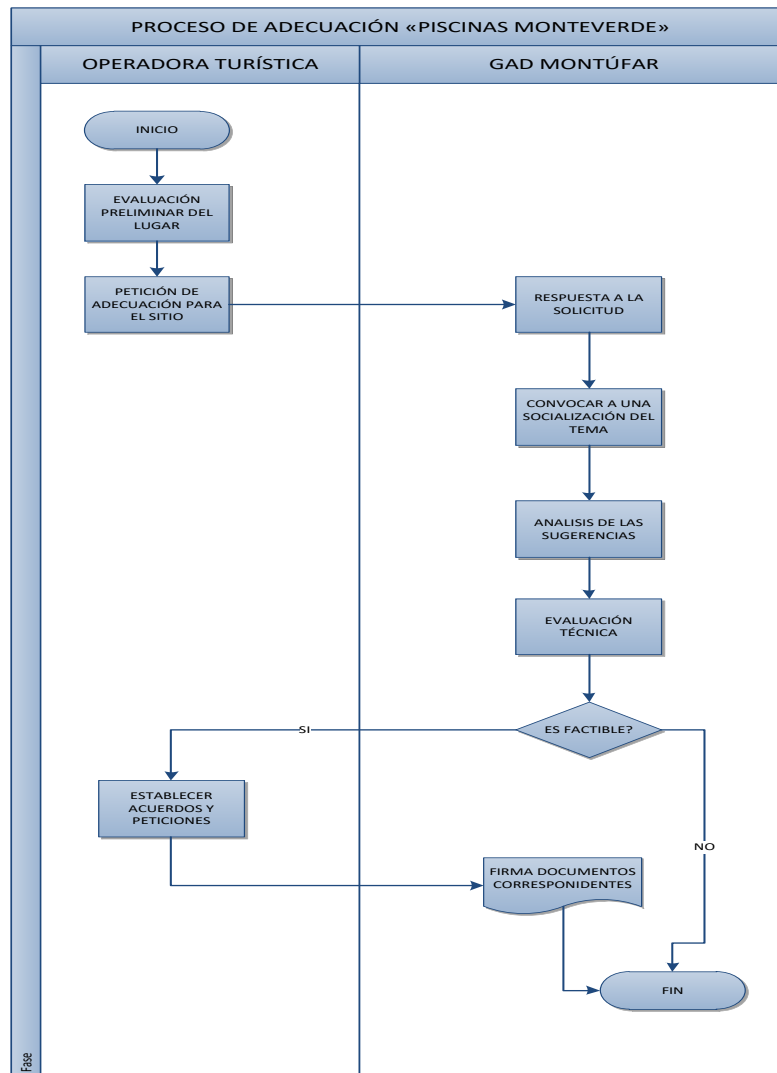
**DOCUMENTO.-** este símbolo indica, la entrada o salida de un documento, producto del proceso a realizar.



**RETARDO O DEMORA.-** este símbolo indica, una demora, retardo o detenimiento en una acción, por lo que no se puede continuar con la realización de las demás funciones.

#### ***4.5.1.2 Flujo grama del proceso de adecuación del sitio “Piscinas de Monteverde”***

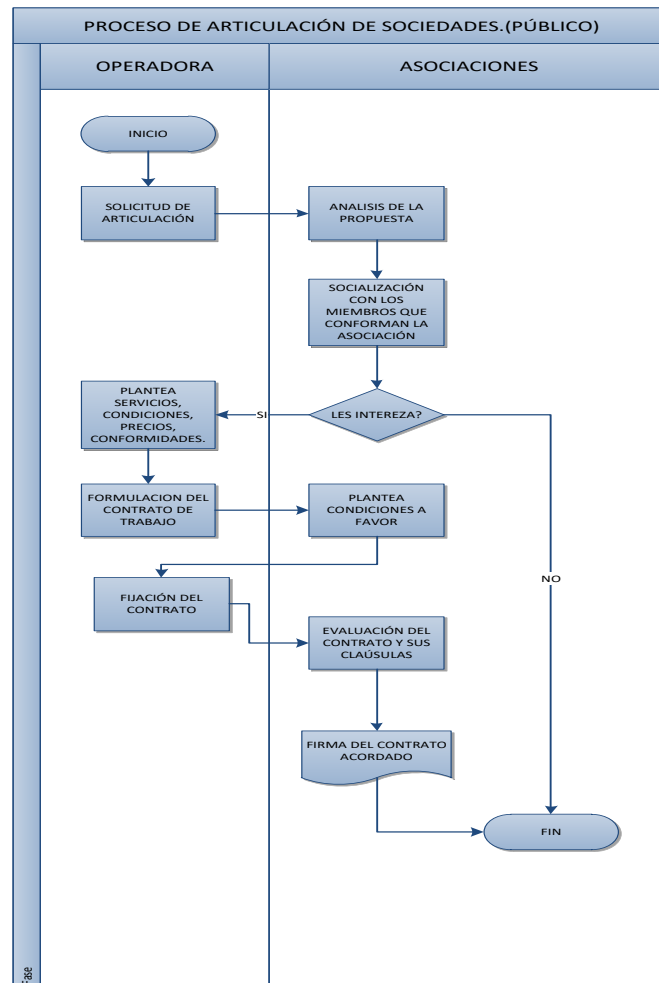
Este atractivo turístico, será incluido en los paquetes que estarán promocionados por la operadora, para esto se debe realizar una adecuación correcta, ya que por el momento el lugar está en condiciones no propias para su funcionamiento, para aquello se pedirá ayuda al GAD Montúfar para su reconstrucción ya que es un lugar público. Una vez arreglado, se hará uso de las instalaciones de este sitio; esto se realizará siguiendo el proceso a continuación.



**Ilustración 35. Diagrama de flujo, proceso adecuación, sitio “Piscinas Monteverde”.**  
Fuente: Propia

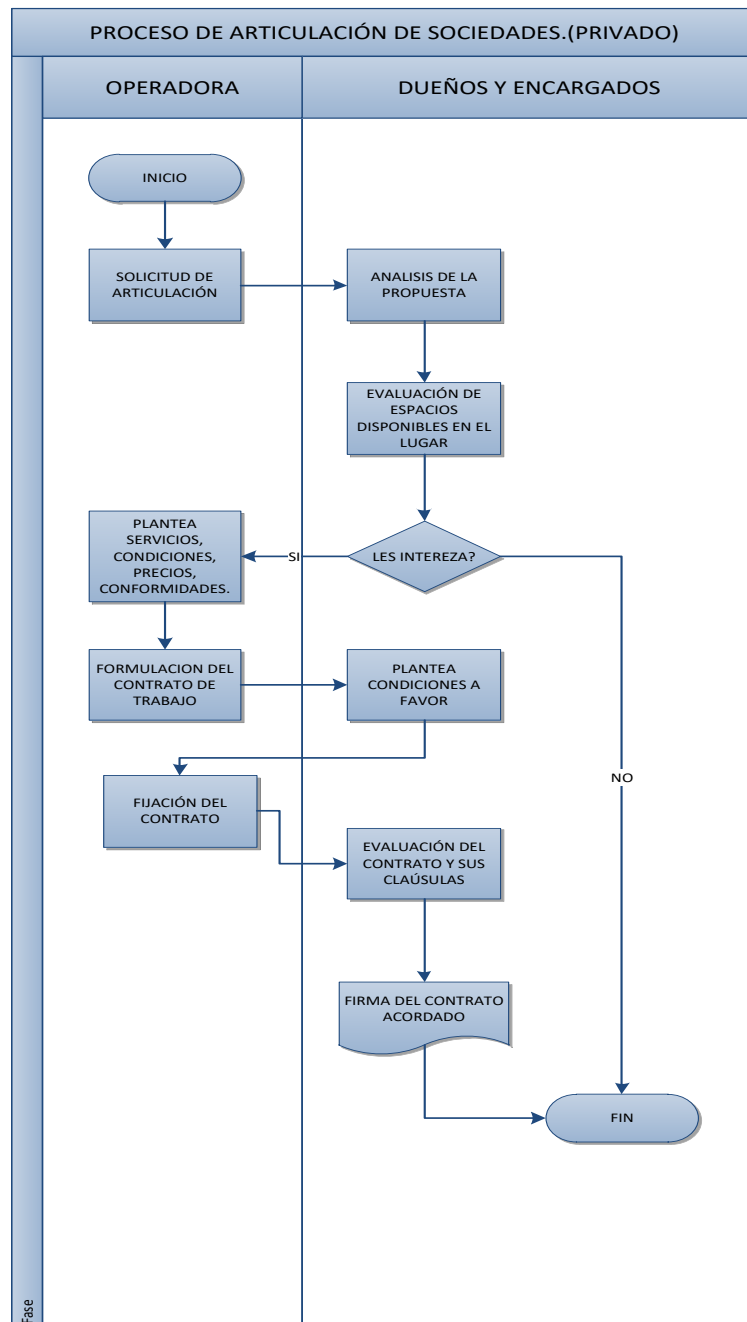
#### 4.5.1.3 Flujo grama del proceso de Articulación de Sociedades.

La operadora se va a articular con diferentes asociaciones, las mismas que son encargadas de los lugares turísticos del cantón, para poner en desarrollo a la empresa. Se establecerá un proceso único, a tratar con las diferentes organizaciones, para llegar a un acuerdo de la venta de los servicios correspondientes a cada lugar, para esto se tratará directamente con; Guardianes de la Naturaleza Asociación encargada de Laguna El Salado, Salvemos el Bosque de los Arrayanes Asociación a cargo del Bosque de los Arrayanes, Diócesis de Tulcán quien son los encargados de la Gruta de la Paz.



**Ilustración 36. Diagrama de flujo, proceso de articulación de sociedades.**  
Fuente: Propia

Para la implementación de este proyecto, también se contará con la unión de los sitios turísticos de carácter privado, para esto se fijará un convenio para establecer el modelo de trabajo, a través del siguiente proceso a realizarse con los encargados de los establecimientos, representado en el diagrama de flujo siguiente.



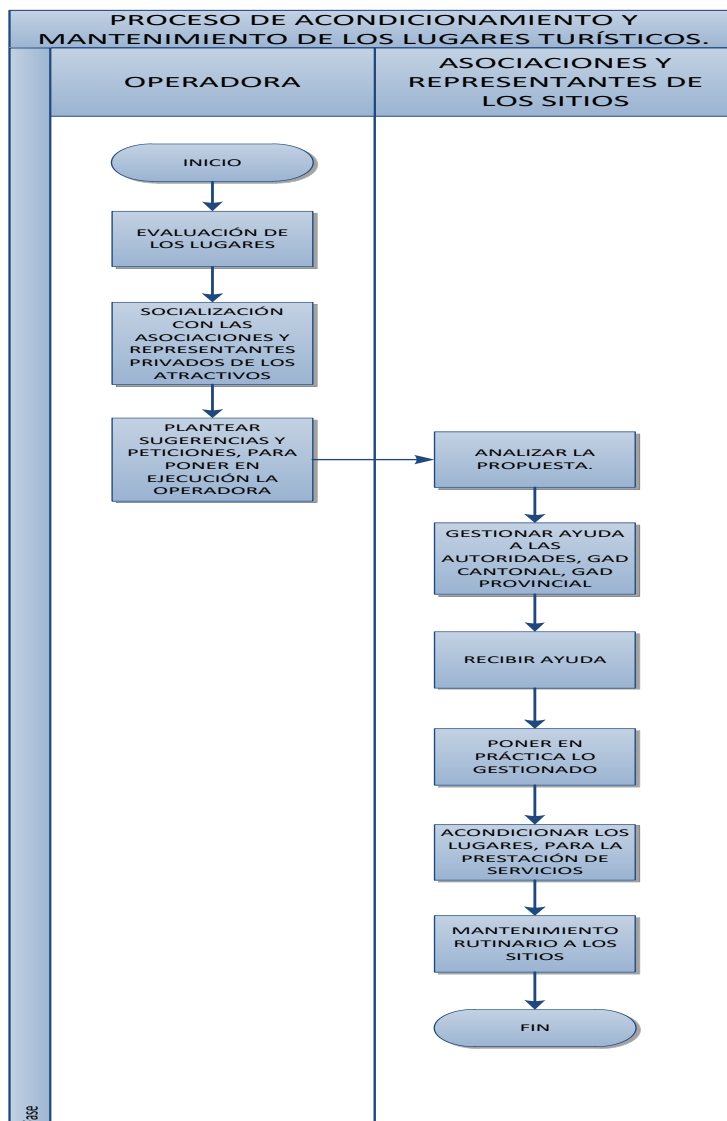
**Ilustración 37. Diagrama de flujo, proceso de articulación con representantes privados.**

*Fuente: Propia*

#### **4.5.1.4 Flujo grama del proceso de Acondicionamiento y Mantenimiento de los lugares.**

Para poner en marcha el proyecto se necesita de que los lugares turísticos con los cuales se va a trabajar estén en correcto estado y disponibles para el uso, por lo que se va a trabajar con las asociaciones encargadas para el acondicionamiento del mismo, ellos serán quienes arreglen el lugar, para que dé al usuario un buen servicio, de igual

manera serán los encargados del mantenimiento de los sitios, a través del siguiente flujo grama se explica cómo es el proceso a realizarlo.



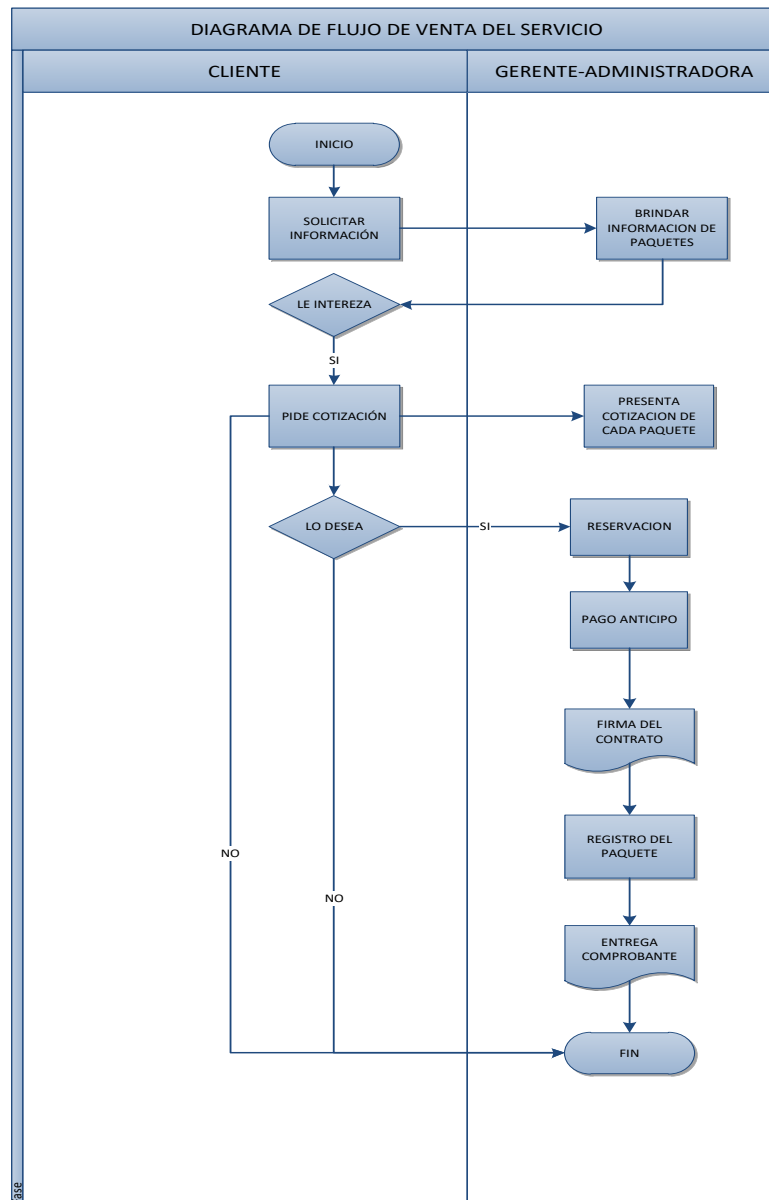
**Ilustración 38. Diagrama de flujo, proceso de acondicionamiento y mantenimiento de los lugares.**

*Fuente: Propia*

#### 4.5.1.5 Flujo grama del proceso de ventas.

Para el contacto y venta de los servicios ofertados existe un proceso, el cual se detalla a continuación, el mismo que indica la negociación entre el cliente y la operadora para satisfacer la necesidad del visitante, de esta manera se pretende vender los paquetes establecidos.

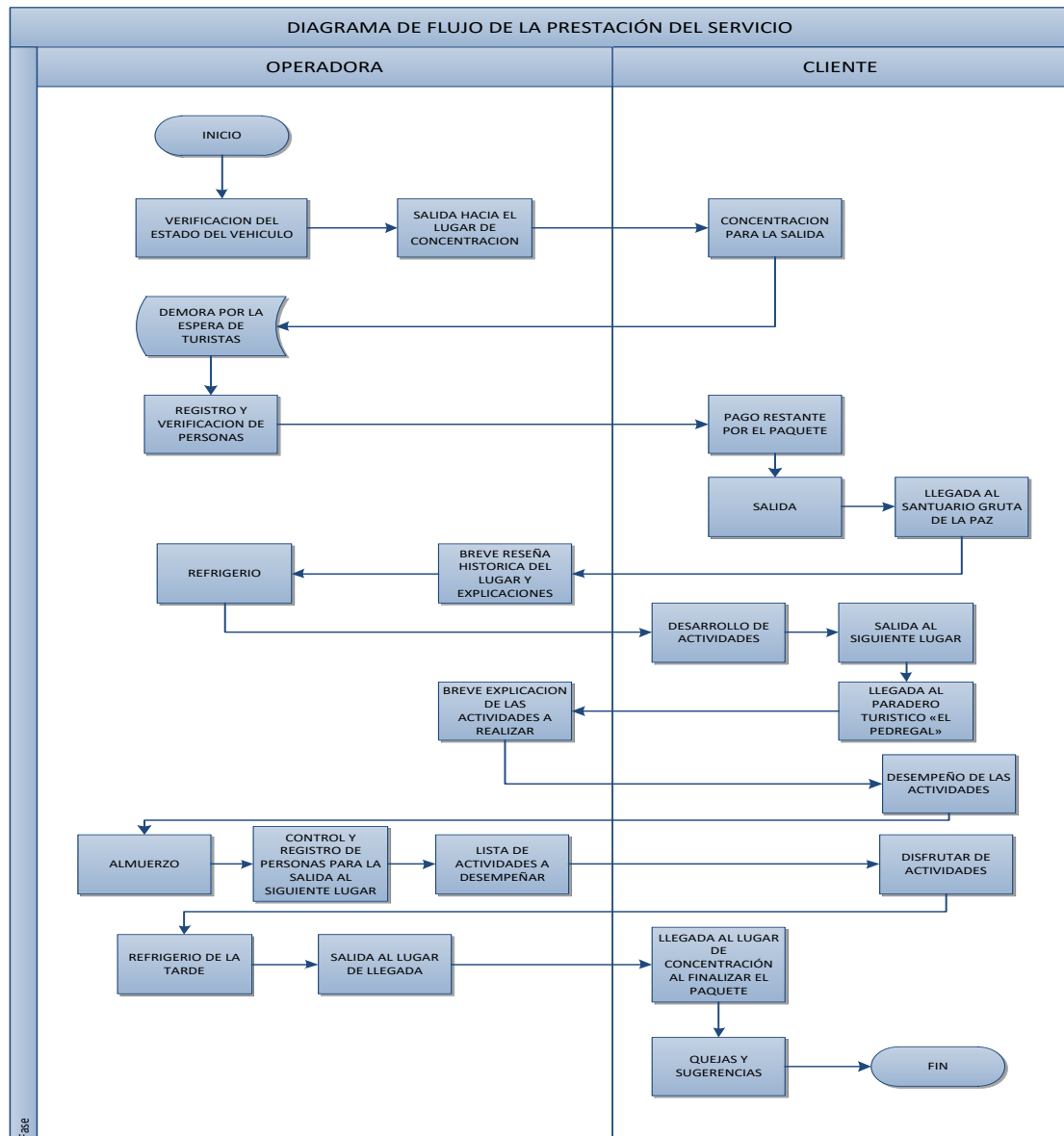




**Ilustración 39. Diagrama de flujo, proceso de ventas**  
Fuente: Propia

#### 4.5.1.6 Flujo grama del proceso de prestación de servicios.

Luego de realizar la venta del servicio, se procederá a la prestación de lo acordado y establecido en documentos antes garantizados, para todos los paquetes se procederá de la misma manera, siguiendo el proceso señalado a continuación, simplemente cambiará la ruta de cada paquete.

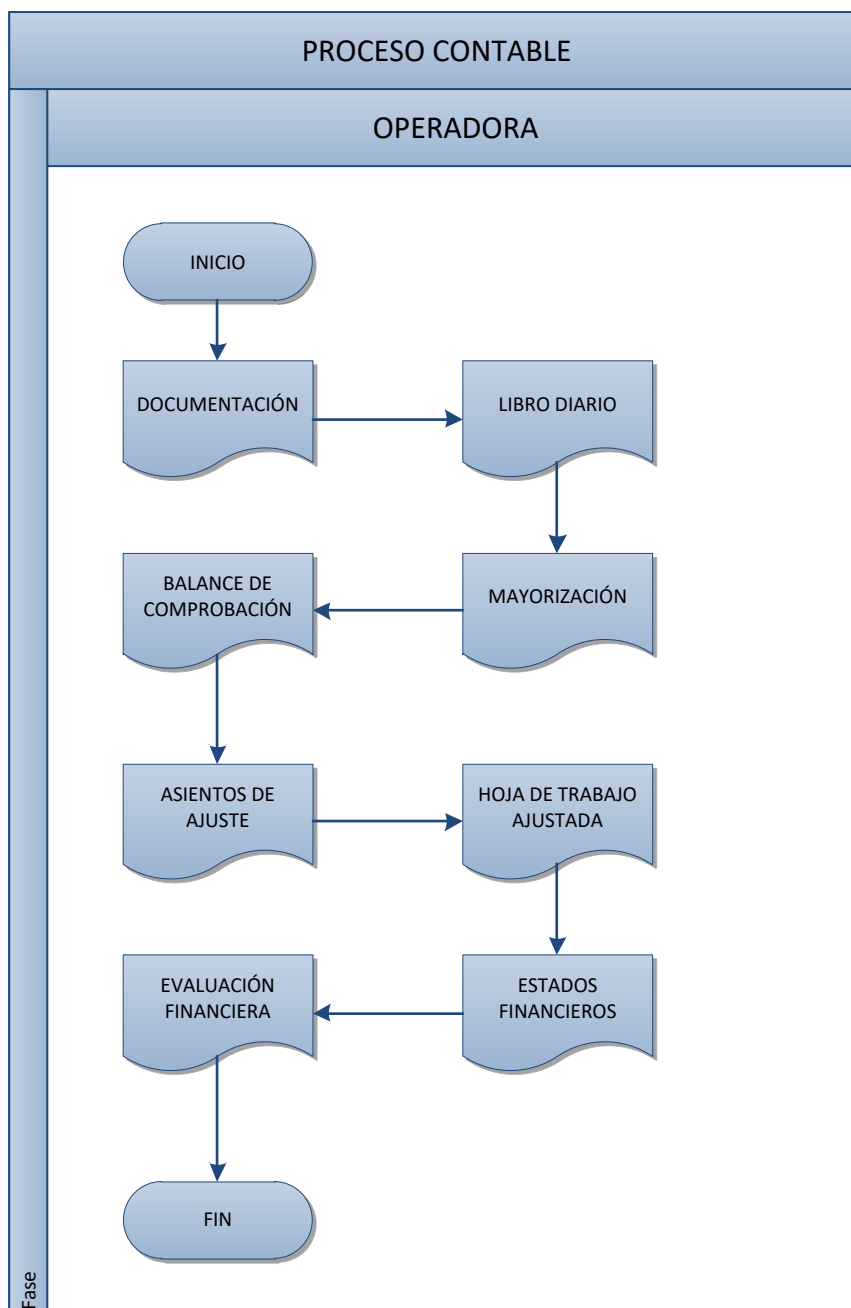


**Ilustración 40. Diagrama de flujo, proceso de prestación de servicios.**

Fuente: Propia

#### 4.5.1.7 Flujo grama del proceso contable de la Operadora Turística.

El presente proyecto llevará su contabilidad bajo NIFF, NIC, y PCGA para que dicha información sea confiable y coherente, para lo detallado anteriormente se utilizará el siguiente proceso contable.



**Ilustración 41. Diagrama de flujo, proceso contable.**

*Fuente: Propia*

#### 4.5.2 Distribución de las instalaciones

Las instalaciones de las oficinas para la ejecución del presente trabajo estarán repartidas de la mejor manera, aprovechando los espacios con los que cuenta el local, además se debe distribuir de acuerdo a la necesidad de la empresa, esto se realizará en un área de 77m<sup>2</sup> dividida de la siguiente forma; una sala de espera de 20m<sup>2</sup> en donde los clientes se sientan a gusto y cómodos al momento de esperar para ser atendidos, 2 oficinas, la una de 20m<sup>2</sup>, la cual se ocupará para la Gerente-Administradora y la otra de 15m<sup>2</sup> para la Secretaria-Contadora, quienes atenderán a los clientes, existirá también

una oficina de reuniones para socios, la cual tiene una superficie de 12m<sup>2</sup>, y un baño para toda la instalación que posee una superficie de 10m<sup>2</sup>.

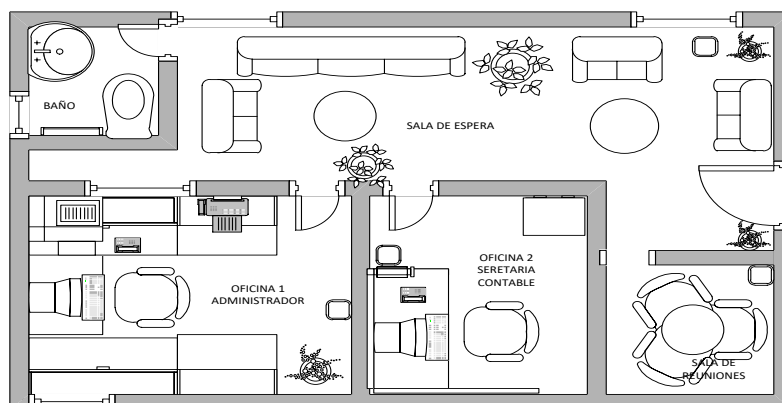
**Tabla 28. División de las instalaciones**

Área	Entorno	Cantidad
Recepción	Sala de espera	1
Administración- Contable	Oficina	2
Otras áreas	Baño, sala de reuniones.	2

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Propia

### Distribución Gráfica



**Ilustración 42. Diseño y distribución de las instalaciones.**

*Fuente:* Propia

## 4.6 Inversión del proyecto

La inversión del proyecto sirve para determinar el costo de la implementación de la operadora turística comunitaria.

### 4.6.1 Inversión fija

En la parte de activos fijos, se requerirá los muebles, enseres y equipos que debe tener una operadora turística para su normal funcionamiento. Los valores presentados ya incluyen IVA. Cabe señalar que en el Cantón existe informalidad en cuanto a la requisición de proformas se refiere, por lo que en algunos casos se ha hecho uso de valores dictados por los propietarios de negocios que se visitó.

#### 4.6.1.1 Muebles y enseres

En la oficina se contará con 2 oficinas, que se destinarán para gerencia, secretaria y contabilidad, 1 pequeña sala de reuniones y 1 sala de espera. Para ello se adquirirán los siguientes muebles y enseres.

**Tabla 29. Inversión Muebles y enseres**

<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Archivador	1	150,00	150,00
Mesa de trabajo modular en U	1	290,00	290,00
Mesa de trabajo modular recta	1	150,00	150,00
Juego sala de reuniones oficina	1	550,00	550,00
Mesa auxiliar pequeña redonda	2	65,00	130,00
Butaca 2 cuerpos para oficina	4	130,00	520,00
Silla giratoria apoyabrazos oficina	2	85,00	170,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.960,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Proformas

#### 4.6.1.2 Equipo de cómputo

Para funcionamiento de la operadora se requerirán los siguientes equipos de cómputo.

**Tabla 30. Inversión Equipo de Cómputo**

<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Laptop ASUS Core I7	2	1097,60	2195,20
Impresora Epson L655	1	772,80	772,80
<b>TOTAL</b>			<b>2.968,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Proformas

#### 4.6.1.3 Equipo de oficina

Para desempeño del área administrativa se requerirá los siguientes artículos.

**Tabla 31. Inversión Equipo de Oficina**

<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Teléfono Inalámbrico Panasonic KX-TGF370S	2	72,80	145,60
Celular Samsung Galaxy S8 4G	1	672,00	672,00
Televisor Lg Smart Tv Fhd 43 Pulgadas Web Os 3.5	1	560,00	560,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.377,60</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Proformas

#### **4.6.2 Inversión variable**

La inversión variable que se necesita para el presente proyecto comprende el personal administrativa y los servicios y materiales que se requieren para su operatividad, tanto en el departamento administrativo, como de ventas.

##### **4.6.2.1 Gastos Administrativos**

###### **4.6.2.1.1 Talento humano**

La mano de obra corresponde a la nómina del personal administrativo y de ventas que se necesita para el funcionamiento de la operadora. Para ellos se ha determinado que se contará con un administrador y una contadora- secretaria, quienes dedicarán la mitad del tiempo laboral, a este departamento.

*Tabla 32. Gasto personal administrativo*

Cargo	No.	Sueldo	Sueldo	Fondos de reserva	Aporte	Décimo	Décimo	Vacaciones	Total Anual
		mensual	Anual		Patronal Anual	Tercer Sueldo	Cuarto Sueldo		
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>									
Administrador	1	1.000,00	12.000,00	1.000,00	1.338,00	1.000,00	386,00	500,00	16.224,00
Contadora-secretaria	1	600,00	7.200,00	600,00	802,80	600,00	386,00	300,00	9.888,80
<b>Total</b>		<b>1.600,00</b>	<b>19.200,00</b>	<b>1.600,00</b>	<b>2.140,80</b>	<b>1.600,00</b>	<b>772,00</b>	<b>800,00</b>	<b>26.112,80</b>
<b>Total</b>									
<b>administrativo</b>		<b>800,00</b>	<b>9.600,00</b>	<b>800,00</b>	<b>1.070,40</b>	<b>800,00</b>	<b>386,00</b>	<b>400,00</b>	<b>13.056,40</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Código de Trabajo

#### 4.6.2.1.2 Servicios

Los servicios que requiere la operadora para el normal desarrollo de sus actividades, se analizan de acuerdo al lugar donde estará ubicada la operadora.

**Tabla 33. Gasto servicios**

<b>Servicio</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>Total anual</b>
Agua	5,00	60,00
Energía eléctrica	10,00	120,00
Teléfono	40,00	480,00
Internet	25,00	300,00
Arriendo	30,00	360,00
<b>Total</b>	<b>80,00</b>	<b>1.320,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Propia

#### 4.6.2.1.3 Kit de útiles de oficina

El kit de oficina comprende los insumos que se necesitan para el desempeño de las labores del área administrativa.

**Tabla 34. Gasto kit de útiles de oficina**

<b>Material</b>	<b>Número</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Resmas papel boon 75 gr	1	37,00	37,00
Kit artículos de papelería	1	8,30	8,30
Factureros	1	5,00	5,00
Tintas de impresora	4	8,00	32,00
Calculadora	1	5,00	5,00
Perforadora	1	5,00	5,00
Grapadora	1	5,00	5,00
<b>Total mensual</b>			<b>97,30</b>
<b>Total anual</b>			<b>1.167,60</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Propia



#### 4.6.2.2 Gastos de ventas

##### 4.6.2.2.1 Talento humano

El área de ventas estará a cargo del gerente y contadora secretaria, quienes establecerán la mitad de su tiempo a la realización de ventas de paquetes de la operadora y lo referente a este departamento.

**Tabla 35. Gasto personal de ventas**

Cargo	No.	Sueldo mensual	Sueldo Anual	Fondos de reserva	Aporte Patronal Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Total Anual
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>									
Administrador	1	1.000,00	12.000,00	1.000,00	1.338,00	1.000,00	386,00	500,00	16.224,00
Contadora-secretaria	1	600,00	7.200,00	600,00	802,80	600,00	386,00	300,00	9.888,80
<b>Total</b>		<b>1.600,00</b>	<b>19.200,00</b>	<b>1.600,00</b>	<b>2.140,80</b>	<b>1.600,00</b>	<b>772,00</b>	<b>800,00</b>	<b>26.112,80</b>
<b>Total ventas</b>		<b>800,00</b>	<b>9.600,00</b>	<b>800,00</b>	<b>1.070,40</b>	<b>800,00</b>	<b>386,00</b>	<b>400,00</b>	<b>13.056,40</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Código de Trabajo

##### 4.6.2.2.2 Servicios

Para el departamento de producción y ventas, se requerirá el servicio de publicidad por radio, televisión e impresa en hojas volantes, gigantografías y trípticos.

**Tabla 36. Gasto servicios**

Servicio	Precio mensual	Total anual
Publicidad radial	100,00	1200,00
Publicidad impresa (volantes)		80,00
Publicidad impresa (gigantografías)	-	100,00
Publicidad impresa (trípticos)	100,00	1200,00
<b>Total</b>		<b>2580,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación Propia

##### 4.6.2.2.3 Gastos de capacitación

Para brindar un servicio de guianza de calidad, se realizará capacitaciones semestrales en fin de que los guías se mantengan actualizados y preparados para recibir a los turistas.

**Tabla 37. Gastos capacitación**

<b>Rubro</b>	<b>Valor semestral</b>	<b>Valor anual</b>
Capacitación guías	660,00	1320,00

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### **4.6.3 Activos diferidos**

El grupo de los activos diferidos del presente proyecto está compuesto por los gastos de constitución de la operadora y de capacitación de los guías, quienes deben estar listos para empezar a operar.

##### **4.6.3.1 Gastos de constitución**

Dentro de este grupo, se encuentran las erogaciones que se realizarán para obtener los requerimientos, que se deben realizar para establecer la operadora de manera formal y legal, como actividad económica. Algunos rubros, inicialmente dependen de la inversión fija y otros son valores fijos. Cabe señalar que en el Municipio de Montúfar, a su unidad de Turismo aún no se transfiere la competencia sobre la Licencia Única Anual de Funcionamiento, por lo que no existe conocimiento sobre el procedimiento y tarifas. En cuanto al permiso de los bomberos, se estimó un precio promedio de \$15 dólares según información recopilada.

**Tabla 38. Gastos de constitución**

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Licencia de ejercicio profesional de los guías	36,00
Licencia Única Anual de Funcionamiento	-
Patente Municipal	66,21
Permiso de uso del suelo	5,79
Registro (1/1000 de los activos)	6,31
Permiso de la Entidad de Bomberos	15,00
<b>Total</b>	<b>129,30</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Propia

#### 4.6.3.2 Gastos de capacitación

Para iniciar con las actividades de la operadora turística comunitaria, es necesario que los guías que formarán parte de la prestación de los paquetes se encuentren capacitados, por lo que se considera como un activo diferido.

**Tabla 39. Gastos capacitación**

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Capacitación guías	660,00
<b>Total</b>	<b>660,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación Propia

#### 4.6.4 Capital de trabajo

El monto del capital de trabajo está compuesto por el dinero que se necesitan tener para que la operadora funciones en el corto plazo y poder cumplir con las erogaciones de efectivo en que se incurran.

**Tabla 40. Capital de trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gastos Administrativos	15.544,00
Gastos de ventas	16.956,40
<b>Total anual</b>	<b>32.500,40</b>
<b>Total 6 meses</b>	<b>16.250,20</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación Propia

#### 4.6.5 Inversión Total

El monto de la inversión total está compuesto por los totales de la inversión fija, variable, activos diferidos y capital de trabajo, monto que se necesita para poner a funcionar la operadora.

**Tabla 41. Inversión**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión fija	6.305,60
Activos diferidos	789,30
Capital de Trabajo	16.250,20
<b>Total</b>	<b>23.345,10</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación Propia

#### **4.6.6 Financiamiento**

El total de inversión se financiará con un crédito que se solicitará a la institución financiera del Estado BanEcuador, que ofrece el 11% como tasa de interés, a un plazo de 5 años. Entidad que financia actividades productivas y de emprendimiento, luego de seguimiento y análisis del proyecto.

## **CAPÍTULO V. ESTUDIO FINANCIERO**

### **5.1 Introducción**

El estudio financiero permite determinar la viabilidad económica y financiera de un proyecto, en base a proyecciones, que permiten construir estados financieros y realizar la respectiva evaluación, a fin de obtener indicadores que midan la rentabilidad del mismo en el tiempo.

El desarrollo del capítulo consiste en realizar presupuestos de ventas, que se esperan obtener con el funcionamiento de la operadora, seguido se establece la proyección de los egresos necesarios en cuanto a costos y gastos que se requieren para expender los paquetes turísticos. Con los presupuestos anteriores, se estructurarán el estado inicial, estado de resultados proyectados y el flujo de efectivo, que se requieren para calcular los índices financieros que dictaminan la viabilidad de la creación de la operadora turística.

### **5.2 Objetivos**

#### **5.2.1 Objetivo general**

Determinar la viabilidad económica y financiera para sustentar la implementación del proyecto.

#### **5.2.2 Objetivos específicos**

1. Preparar los presupuestos de:
  - Ventas
  - Gastos administrativos
  - Gastos de ventas
  - Gastos de depreciación y amortización
  - Gastos financieros

2. Estructurar el Estado de situación Inicial
3. Preparar el Estado de resultados proyectados.
4. Realizar el estado de flujo de efectivo
5. Evaluar el proyecto mediante indicadores financieros.

### 5.3 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se ha realizado en base a la multiplicación de los paquetes estimados, a vender en el año base por el precio de venta.

#### 5.3.1 Cantidad de ventas

La cantidad de ventas se ha calculado de acuerdo a la capacidad instalada estimada de la operadora, y se ha proyectado de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional del PDyOT 2015-2031 del Cantón Montúfar que es de 0,73%.

*Tabla 42. Proyección de precios*

<b>Paquete turístico</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Paquete 1</b>	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
<b>Paquete 2</b>	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
<b>Paquete 3</b>	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
<b>Total</b>	<b>4.320</b>	<b>4.352</b>	<b>4.383</b>	<b>4.415</b>	<b>4.448</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.3.2 Precio de venta

El precio de venta de los paquetes turísticos se ha obtenido tomando en cuenta los costos a los que asciende la realización de actividades y servicios complementarios, incluidos en cada paquete turístico, y se le agregó el respectivo margen de contribución esperado que es del 20% para el presente proyecto.

*Tabla 43. Precio de los paquetes*

<b>Descripción</b>	<b>Paquete 1</b>	<b>Paquete 2</b>	<b>Paquete 3</b>
Total Costo individual	13,00	12,50	13,00
Total Costo por familia	48,23	46,38	48,23
<b>Precio de venta por familia</b>	<b>60,29</b>	<b>57,97</b>	<b>60,29</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

Para la proyección del precio, se toma el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años, extraídos de la página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, siendo el 2,13%. Se utilizó la fórmula de crecimiento exponencial.

**Tabla 44. Proyección de precios**

<b>Paquete turístico</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1	60,29	61,57	62,89	64,23	65,60
2	57,97	59,21	60,47	61,76	63,08
3	60,29	61,57	62,89	64,23	65,60

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.3.3 Ingresos proyectados

Los ingresos están proyectados de acuerdo a cada paquete turístico. Estos datos son de utilidad para la elaboración del Estado de Resultados.

**Tabla 45. Proyección de ingresos**

<b>Paquete</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Paquete turístico 1</b>					
Cantidad	1440	1451	1461	1472	1483
Precio	60,29	61,57	62,89	64,23	65,60
Total	86.814,00	89.313,88	91.885,74	94.531,66	97.253,77
<b>Paquete turístico 2</b>					
Cantidad	1440	1451	1461	1472	1483
Precio	57,97	59,21	60,47	61,76	63,08
Total	83.475,00	85.878,73	88.351,67	90.895,83	93.513,25
<b>Paquete turístico 3</b>					
Cantidad	1440	1451	1461	1472	1483
Precio	60,29	61,57	62,89	64,23	65,60
Total	86.814,00	89.313,88	91.885,74	94.531,66	97.253,77
<b>Total ingresos</b>	<b>257.103,00</b>	<b>264.506,48</b>	<b>272.123,15</b>	<b>279.959,15</b>	<b>288.020,79</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

## 5.4 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos comprende las erogaciones que se deben realizar para poner en marcha la operadora, así como la proyección de los costos y gastos que se requieren realizar para el funcionamiento de la empresa.

### 5.4.1 Costos de paquetes turísticos

Los rubros de alimentación y servicios turísticos complementarios se consideran como la materia prima de los paquetes turísticos. Para establecer su costo, se calcula de acuerdo al valor que importan en cada uno de los lugares, porque se consumirán en los diferentes recorridos. Estos son extraídos de las entrevistas realizadas a los representantes de los diferentes sitios turísticos del Cantón.

**Tabla 46. Costo de venta de los paquetes turísticos**

Servicio	Paquete 1		Paquete 2		Paquete 3	
	Incluye	Valor	Incluye	Valor	Incluye	Valor
Alimentación						
Almuerzo	√	3,00	√	3,00	√	3,00
Refrigerio	√	2,00	√	2,00	√	2,00
<b>Servicios complementarios</b>						
Transporte	√	2,00	√	2,00	√	2,00
Natación	√	1,50	X	-	√	1,50
Visitas religiosas	√	0,00	√	0,00	x	-
Cabalgatas	√	1,00	√	1,00	√	1,00
Pesca	√	1,00	X	-	x	-
Excursión	√	0,50	√	0,50	√	0,50
Deportes	√	0,00	√	0,00	x	-
Paseo en bote	X	-	X	-	√	1,00
Prácticas propias del lugar	X	-	√	2,00	x	-
Gincanas	X	-	√	0,00	√	0,00
Guianza	√	2,00	√	2,00	√	2,00
<b>Total Costo individual</b>	<b>8</b>	<b>13,00</b>	<b>8</b>	<b>12,50</b>	<b>7</b>	<b>13,00</b>
<b>Total Costo por familia</b>		<b>48,23</b>		<b>46,38</b>		<b>48,23</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Entrevistas realizadas a los encargados de los sitios turísticos del cantón.

Los costos de producción de cada paquete turísticos se han proyectado de acuerdo a la tasa de inflación promedio, igualmente obtenida para el precio, así mismo de acuerdo al método de crecimiento exponencial.



**Tabla 47. Proyección de costos de servicios**

<b>Paquete turístico</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1	48,23	49,26	50,31	51,38	52,48
2	46,38	47,36	48,38	49,41	50,46
3	48,23	49,26	50,31	51,38	52,48
<b>Total</b>		<b>145,88</b>	<b>149,00</b>	<b>152,18</b>	<b>155,42</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

A continuación, se presenta el resumen de costos de producción unificados de los tres paquetes de acuerdo a la cantidad que se proyecta vender.

**Tabla 48. Proyección de costos de producción unificados**

<b>Paquete</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Paquete turístico 1</b>					
Cantidad	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
Costo	48,23	49,26	50,31	51,38	52,48
<b>Total</b>	<b>69.451,20</b>	<b>71.451,10</b>	<b>73.508,59</b>	<b>75.625,33</b>	<b>77.803,02</b>
<b>Paquete turístico 2</b>					
Cantidad	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
Costo	46,38	47,36	48,38	49,41	50,46
<b>Total</b>	<b>66.780,00</b>	<b>68.702,98</b>	<b>70.681,34</b>	<b>72.716,66</b>	<b>74.810,60</b>
<b>Paquete turístico 3</b>					
Cantidad	1.440	1.451	1.461	1.472	1.483
Costo	48,23	49,26	50,31	51,38	52,48
<b>Total</b>	<b>69.451,20</b>	<b>71.451,10</b>	<b>73.508,59</b>	<b>75.625,33</b>	<b>77.803,02</b>
<b>Total costo de producción</b>	<b>205.682,40</b>	<b>211.605,19</b>	<b>217.698,52</b>	<b>223.967,32</b>	<b>230.416,64</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

## 5.4.2 Gastos administrativos

### 5.4.2.1 Gasto de personal

Los gastos de personal están conformados por los sueldos y beneficios que se pagarían al gerente y contador-asistente, por la mitad de una jornada que se dedicarían a trabajar en el área administrativa de la operadora. La proyección de estos valores, se calcularon de acuerdo al incremento salarial de los últimos 5 años que es de 4%.

**Tabla 49. Proyección de gastos administrativos**

<b>Cargo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrador	8.112,00	8.419,51	8.738,67	9.069,93	9.413,75
Contadora-secretaria	4.944,40	5.131,83	5.326,37	5.528,28	5.737,84
<b>Total</b>	<b>13.056,40</b>	<b>13.551,34</b>	<b>14.065,04</b>	<b>14.598,21</b>	<b>15.151,59</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.2.2 Gasto Servicios y permisos de funcionamiento

Los servicios del área administrativa, se han proyectado de acuerdo a la tasa de inflación promedio. Mientras que los permisos de funcionamiento se encuentran constantes, porque no son cambiantes.

**Tabla 50. Proyección de servicios del área administrativa**

<b>Servicios</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua	60,00	61,28	62,59	63,92	65,29
Energía eléctrica	120,00	122,56	125,18	127,85	130,58
Teléfono	480,00	490,24	500,70	511,39	522,30
Internet	25,00	25,53	26,08	26,63	27,20
Arriendo	30,00	30,64	31,29	31,96	32,64
<b>Total</b>	<b>715,00</b>	<b>56,17</b>	<b>57,37</b>	<b>58,60</b>	<b>59,85</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 51. Proyección de permisos de funcionamiento**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Permiso de funcionamiento	123,00	123,00	123,00	123,00	123,00
<b>Total</b>	<b>123,00</b>	<b>123,00</b>	<b>123,00</b>	<b>123,00</b>	<b>123,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.2.3 Gasto kit útiles de oficina

Los gastos incurridos por materiales y suministros de oficina se han proyectado igualmente de acuerdo a la tasa de inflación.

**Tabla 52. Proyección kit de útiles de oficina**

<b>Kit útiles de oficina</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Kit	1.167,60	1.192,52	1.217,96	1.243,96	1.270,50
<b>Total</b>	<b>1.167,60</b>	<b>1.192,52</b>	<b>1.217,96</b>	<b>1.243,96</b>	<b>1.270,50</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.2.4 Resumen de gastos administrativos proyectados

En la siguiente tabla, se presenta el resumen de los gastos proyectados de la unidad administrativa, que serán utilizados para la construcción de balances.

**Tabla 53. Resumen gastos administrativos proyectados**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Personal	13.056,40	13.551,34	14.065,04	14.598,21	15.151,59
Servicios	715,00	56,17	57,37	58,60	59,85
Kit útiles de oficina	1.167,60	1.192,52	1.217,96	1.243,96	1.270,50
Permiso de funcionamiento	123,00	123,00	123,00	123,00	123,00
<b>Total</b>	<b>15.062,00</b>	<b>14.923,03</b>	<b>15.463,37</b>	<b>16.023,76</b>	<b>16.604,94</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.4.3 Gastos de ventas

#### 5.4.3.1 Gastos de personal

Los gastos de personal del área de ventas, se han proyectado de acuerdo a la tasa de incremento de salarial, calculada para la proyección de gastos administrativos, ya que representan la valoración de la mitad de jornada del gerente y contador asistente

**Tabla 54. Proyección de gastos de personal de ventas**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente	8.112,00	8.419,51	8.738,67	9.069,93	9.413,75
Contadora-secretaria	4.944,40	5.131,83	5.326,37	5.528,28	5.737,84
<b>Total</b>	<b>13.056,40</b>	<b>13.551,34</b>	<b>14.065,04</b>	<b>14.598,21</b>	<b>15.151,59</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.4.3.2 Gastos servicios

La proyección de gastos del área de ventas, que son por publicidad y capacitación; está calculada de acuerdo a la tasa de inflación anteriormente mencionada.

**Tabla 55. Proyección de servicios de ventas**

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	2.580,00	2.635,06	2.691,29	2.748,72	2.807,38
Capacitación	1.320,00	1.348,17	1.376,94	1.406,32	1.436,33
<b>Total</b>	<b>2.580,00</b>	<b>2.635,06</b>	<b>2.691,29</b>	<b>2.748,72</b>	<b>2.807,38</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.4.3.3 Resumen de gastos de ventas proyectados

A continuación, se muestra la proyección de los gastos de ventas, de forma resumida en la siguiente tabla.

**Tabla 56. Resumen gastos de venta proyectados**

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal	13.056,40	13.551,34	14.065,04	14.598,21	15.151,59
Servicios	2.580,00	2.635,06	2.691,29	2.748,72	2.807,38
<b>Total</b>	<b>15.636,40</b>	<b>16.186,39</b>	<b>16.756,33</b>	<b>17.346,93</b>	<b>17.958,97</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.4.4 Gastos depreciación

Para determinar el valor de la depreciación anual de los activos fijos, se ha realizado de acuerdo al método de línea recta, considerando los años de vida útil estimada y valor residual de 10% de su valor de adquisición.

**Tabla 57. Depreciación de activos fijos**

Activos	Valor	Valor residual	Vida útil (años)	Depreciación anual
Muebles y enseres	1.960,00	196,00	10	176,40
Equipo de Cómputo	2.968,00	296,80	10	267,12
Equipo de oficina	1.377,60	137,76	10	123,98
<b>Total</b>	<b>6.305,60</b>	<b>630,56</b>		<b>567,50</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

En la siguiente tabla, se presenta la proyección de la depreciación de cada grupo de activos fijos.

**Tabla 58. Proyección depreciación activos fijos**

<b>Activo fijo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Muebles y enseres	176,40	176,40	176,40	176,40	176,40
Equipo de Cómputo	267,12	267,12	267,12	267,12	267,12
Equipo de oficina	123,98	123,98	123,98	123,98	123,98
<b>Total</b>	<b>567,50</b>	<b>567,50</b>	<b>567,50</b>	<b>567,50</b>	<b>567,50</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.5 Gastos amortización

La siguiente tabla presenta la proyección de la amortización de los gastos de amortización, que se deben pagar para establecer de manera legal la operadora.

**Tabla 59. Proyección amortización activos diferidos**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos de constitución	25,86	25,86	25,86	25,86	25,86
Gastos de capacitación	132,00	132,00	132,00	132,00	132,00
<b>Total</b>	<b>157,86</b>	<b>157,86</b>	<b>157,86</b>	<b>157,86</b>	<b>157,86</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.6 Gastos financieros

Los gastos financieros están determinados por el siguiente resumen anual de la tabla de amortización que se simuló, sobre el crédito que se pretende solicitar para cubrir la inversión del proyecto.

**Tabla 60. Amortización crédito**

<b>Año</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización capital</b>	<b>Abonos</b>	<b>Saldo</b>
0				23.345,10
1	2.442,39	3.684,98	6.127,38	19.660,12
2	2.005,36	4.122,02	6.127,38	15.538,10
3	1.516,48	4.610,89	6.127,38	10.927,20
4	969,63	5.157,75	6.127,38	5.769,46
5	357,92	5.769,46	6.127,38	-

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

Seguido se presenta la tabla que reúne las cuotas que se pagarán por el crédito durante los 5 años de plazo de pago.

**Tabla 61. Gastos financieros**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos interés	2.442,39	2.005,36	1.516,48	969,63	357,92
<b>Total</b>	<b>2.442,39</b>	<b>2.005,36</b>	<b>1.516,48</b>	<b>969,63</b>	<b>357,92</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

#### 5.4.7 Egresos proyectados

A continuación, se presenta la tabla resumen de los egresos proyectados a 5 años. Datos necesarios para la elaboración del Estado de Resultados Proyectado.

**Tabla 62. Resumen egresos proyectados.**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos de producción	205.682,40	211.605,19	217.698,52	223.967,32	230.416,64
Gastos administrativos	15.062,00	14.923,03	15.463,37	16.023,76	16.604,94
Gastos de ventas	15.636,40	16.186,39	16.756,33	17.346,93	17.958,97
Gastos depreciación	567,50	567,50	567,50	567,50	567,50
Gastos amortización	157,86	157,86	157,86	157,86	157,86
Gastos Financieros	2.442,39	2.005,36	1.516,48	969,63	357,92
<b>Total</b>	<b>239.548,56</b>	<b>245.445,33</b>	<b>252.160,07</b>	<b>259.033,01</b>	<b>266.063,84</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

## 5.5 Balances

### 5.5.1 Estado de situación Inicial

El Estado de Situación Inicial representa el grupo de cuentas y sus respectivos valores, que de acuerdo a la inversión a realizar, se ubican dentro de los activos, pasivos y patrimonio, según sea su naturaleza.

**Tabla 63. Estado de situación Inicial**

<b>Estado de Situación Financiera</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivos no corrientes</b>	
Efectivo	16.250,20	Obligaciones a largo plazo	23.345,10
<b>Propiedad, Planta y Equipo</b>		<b>Total pasivos</b>	23.345,10
Muebles y enseres	1.960,00		
Equipo de cómputo	2.968,00		
Equipo de oficina	1.377,60		
<b>Activos diferidos</b>		<b>Patrimonio</b>	
Gastos de constitución	129,30	Capital	-
Gastos de capacitación	660,00	<b>Total Patrimonio</b>	-
<b>Total activos</b>	23.345,10	<b>Total Pasivos + Patrimonio</b>	23.345,10

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

### 5.5.2 Estado de resultados proyectado

El estado de Resultados proyectado, establece la utilidad que rinde la inversión de la operadora, una vez descontado costos de producción, gastos administrativos y ventas, 15% de participación de utilidades e impuesto a la renta, está último valor de acuerdo al 22% que se establece para una sociedad.

**Tabla 64. Estado de resultados proyectado**

<b>Estado de Resultados proyectados</b>					
<b>Cuenta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Netas	257.103,00	264.506,48	272.123,15	279.959,15	288.020,79
(-) Costos de Producción	205.682,40	211.605,19	217.698,52	223.967,32	230.416,64
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>51.420,60</b>	<b>52.901,30</b>	<b>54.424,63</b>	<b>55.991,83</b>	<b>57.604,16</b>
(-) Gastos administrativos	15.062,00	14.923,03	15.463,37	16.023,76	16.604,94
(-) Gastos de ventas	15.636,40	16.186,39	16.756,33	17.346,93	17.958,97
(-) Gastos depreciación	567,50	567,50	567,50	567,50	567,50
(-) Gastos diferidos	157,86	157,86	157,86	157,86	157,86
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>19.996,84</b>	<b>21.066,51</b>	<b>21.479,57</b>	<b>21.895,77</b>	<b>22.314,88</b>
(-) Gastos financieros	2.442,39	2.005,36	1.516,48	969,63	357,92
<b>(=) Utilidad antes 15% PT</b>	<b>17.554,44</b>	<b>19.061,16</b>	<b>19.963,08</b>	<b>20.926,14</b>	<b>21.956,96</b>
(-) 15% Part. Trabajadores	2.633,17	2.859,17	2.994,46	3.138,92	3.293,54
<b>(=) Utilidad antes de IR</b>	<b>14.921,28</b>	<b>16.201,98</b>	<b>16.968,62</b>	<b>17.787,22</b>	<b>18.663,42</b>
(-) 22% Impuesto a la renta	3.282,68	3.564,44	3.733,10	3.913,19	4.105,95
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>11.638,60</b>	<b>12.637,55</b>	<b>13.235,52</b>	<b>13.874,03</b>	<b>14.557,46</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia



### 5.5.3 Estado de flujo de efectivo proyectado

El estado de flujo de caja presenta los valores de efectivo que se movilizan, de manera resumida durante los 5 años, por ingresos o salidas del mismo.

*Tabla 65. Estado de flujo de efectivo proyectado*

<b>Estado de Flujo de Efectivo Proyectado</b>							
<b>Cuenta</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>
Utilidad Neta		11.638,60	12.637,55	13.235,52	13.874,03	14.557,46	
(+) Depreciaciones		567,50	567,50	567,50	567,50	567,50	
(+) Amortizaciones		157,86	157,86	157,86	157,86	157,86	
(-) Inversiones	-23.345,10						
(+) Amortización crédito		- 3.684,98	- 4.122,02	- 4.610,89	- 5.157,75	- 5.769,46	
(+) Valor de rescate							630,56
<b>Flujo de Caja</b>	<b>- 23.345,10</b>	<b>8.678,98</b>	<b>9.240,89</b>	<b>9.349,99</b>	<b>9.441,65</b>	<b>9.513,37</b>	<b>630,56</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

## 5.6 Evaluación financiera

### 5.6.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad o tasa de descuento será la misma tasa de interés que se pagará por el crédito, debido a que todo el capital es financiado. Este índice mide el costo que se pierde o gana por dejar de invertir en otro proyecto u oportunidad. La tasa de descuento es del 11,86%.

### 5.6.2 Período de recuperación de la inversión

Este indicador demuestra el lapso de tiempo que se debe esperar para recuperar la inversión que se debe realizar para implementar la operadora.

**Tabla 66. Período de recuperación de la inversión**

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Flujo acumulado</b>
1	7.758,78	7.758,78
2	7.385,23	15.144,02
3	6.680,16	21.824,18
4	6.030,44	27.854,61
5	5.432,01	33.286,62

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

La estimación de la recuperación de la inversión es de 3 años y 3 meses.

### 5.6.3 Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR

El Valor Actual Neto es el valor que representa la sumatoria de los flujos de efectivo de los próximos años, descontado la inversión inicial; realizado este cálculo si se genera un valor positivo, es decir el VAN es mayor que 0, el proyecto es factible, caso contrario, no se debería invertir.

La Tasa Interna de Retorno es un indicador en porcentaje que representa la rentabilidad que produce el proyecto, calculado en base a los flujos de efectivo, y hace el VAN sea 0 cuando se utilice este valor.

**Tabla 67. Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de retorno**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>
VAN	10.263,38
TIR	28%

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

Estos indicadores, se han calculado haciendo uso del Estado de flujo de efectivo, mediante la hoja de cálculo Excel. El VAN genera una rentabilidad de \$ 10.263,38, es positiva, por lo tanto es rentable; así mismo, la TIR es 28%. Valor superior a la tasa de descuento o costo de oportunidad.

#### 5.6.4 Costo Beneficio

El análisis costo beneficio permite determinar si existe beneficio de los ingresos sobre los costos, y cuánto será el mismo, por cada dólar de inversión.

**Tabla 68. Costo beneficio**

<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS</b>
1	257.103,00	239.548,56
2	264.506,48	245.445,33
3	272.123,15	252.160,07
4	279.959,15	259.033,01
5	288.020,79	266.063,84
	978.922,20	907.829,96
<b>Beneficio</b>		
<b>Costo</b>	1,078310089	

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

Realizado el cálculo se puede determinar que se obtendrá \$ 1,07 por cada dólar invertido, es decir un ingreso de 0,07 centavos.

#### 5.6.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio ayuda a fijar el valor en que los ingresos y egresos son iguales, es decir las ventas cubren a los costos y gastos. Este valor se puede determinar en dólares como en el número de unidades a vender.

**Tabla 69. Punto de equilibrio en dólares**

<b>Punto de equilibrio en dólares</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Costos y gastos fijos	33.866,16
Costos variables	205.682,40
Ventas	257.103,00
Punto de Equilibrio	169.330,79

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

En dólares, se necesita vender \$ 169.330,79 para cubrir los gastos, y no se genera ganancia ni pérdida para la operadora.

**Tabla 70. Punto de equilibrio en unidades**

<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Costos fijos	33.866,16
Inversión fija	6.305,60
Margen de Contribución	11,90
Punto de Equilibrio	3.375

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

En unidades, la operadora necesita vender 3375 paquetes turísticos, para cubrir los egresos en que se incurre.

### 5.6.6 Resumen de la Evaluación Financiera

La siguiente tabla resumen los diferentes indicadores que evalúan la rentabilidad del proyecto, y dictaminan la factibilidad del mismo.

**Tabla 71. Resumen de evaluación financiera**

<b>Herramienta</b>	<b>Valor</b>
Costo de oportunidad	11,86
Período de recuperación de la inversión	3 años, 3 meses
VAN	10263,38
TIR	28%
Costo beneficio	1,078310089
Punto de Equilibrio dólares	169.330,79
Punto de Equilibrio unidades	3375

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Investigación propia

La evaluación financiera realizada al presente proyecto, determinan que es viable financiera y económicamente, porque el período de recuperación de la inversión es 3 años y 3 meses, el VAN es de \$ 10.263,38, la TIR es de 28%, mayor que la tasa de descuento, el beneficio sobre el costo de 0,07 centavos, y la cantidad de unidades a vender es de 3375, o \$ 169.330,79 para no generar pérdidas.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN**

### **6.1 Introducción**

En el presente capítulo se tratará sobre las bases de administración de la empresa a crearse, para la gestión del proyecto, tanto como su base legal, su imagen corporativa, su base filosófica, la estructura organizacional, hasta la propuesta del servicio junto a sus estrategias de comercialización.

### **6.2 Objetivos**

#### **6.2.1 Objetivo General**

Diseñar la filosofía y organización de la Operadora Turística Comunitaria.

#### **6.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los procesos legales, con sus respectivos requisitos a realizar, para poner en funcionamiento la Operadora Turística Comunitaria.
- Trazar la imagen corporativa de la empresa.
- Formular la base filosófica empresarial de la Operadora.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la empresa.
- Establecer la propuesta del servicio a brindar con la articulación de las asociaciones aliadas.
- Plantear las estrategias de comercialización que utilizará la entidad.

### **6.3 Base legal de la empresa**

En la base legal se incluye todos los procedimientos necesarios a cumplir, que se debe obtener para poder poner en funcionamiento la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes”.

### **6.3.1 Registro de actividad turística.**

Según el Art. 8 del (Reglamento de Operación e Intermediación Turística , 2016), indica:

Requisitos para obtención del Registro de Turismo.- Las personas jurídicas, previo a iniciar el proceso de registro de las agencias de servicios turísticos, deberán cumplir con los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas;
- Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil; y,
- Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo. (págs. 4,5)

### **6.3.2 Licencia única anual de funcionamiento**

Según el Art 11 del (Reglamento de Operación e Intermediación Turística, 2016), expresa:

Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, a parte del Registro de Turismo serán los siguientes:

- Certificado del registro único de turismo
- Certificado de la cámara provincial de turismo de haber cumplido con las obligaciones gremiales
- Patente municipal
- Copia del RUC
- Listado de precios que se registrarán en el establecimiento
- Formulario actualizado de la plata turística
- Certificado del pago d la licencia anual del año anterior si lo hubiera
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico.

- Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia Única Anual de Funcionamiento, de ser el caso, y,
- Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo.

Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el cliente. (págs. 5,6)

El GAD del cantón Montúfar no cuenta con la transferencia de tecnología, por parte del Ministerio de Turismo, por lo tanto actualmente no otorgan la licencia única anual de funcionamiento.

### **6.3.3 Permiso uso del suelo**

- Nombre del Propietario.
- Ubicación exacta (Cantón, Parroquia, Ciudad, Barrio, Comunidad o Caserío).
- Uso principal (en que va a ser ocupado).
- Uso compatible (provee el municipio).
- Cancelar 5,79 anualmente.

### **6.3.4 Permiso de funcionamiento (Cuerpo de Bomberos del Municipio)**

El permiso de funcionamiento lo otorga el cuerpo de bomberos, es el encargado de revisar que todo lo necesario en las instalaciones de la empresa este correctamente y los requisitos para su obtención son los siguientes:

- Tener patente y cancelada al día.
- El permiso del año anterior si lo tuviera, o caso contrario RUC o RISE.
- Ficha de inspección otorgada por los bomberos, que este correctamente calificada.
- Realizar el pago según ficha.

### **6.3.5 Requisitos para el registro y obtención de credencial de guías locales**

Según el (Reglamento de Guianza Turística , 2016) expresa lo siguiente:



Las personas que deseen registrarse como guías locales, deberán presentar ante la autoridad competente la siguiente documentación:

- Solicitud requiriendo el registro correspondiente, que incluya una foto tamaño carnet;
- Título de bachiller emitido por una Institución de Educación legalmente reconocida;
- Certificado de aprobación del curso de capacitación;
- Pagar la tasa para la obtención de la credencial de guía local; y,
- Como requisito para la renovación de la credencial, los guías deberán acreditar al menos dos cursos de actualización o contar con una certificación en competencias laborales referente al servicio de guianza.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo y Autoridad Ambiental Nacional.

La vigencia de la credencial será de cuatro años calendario.

Los guías que tendrá la operadora no están preparados profesionalmente, de igual forma no poseen título de bachiller, por lo tanto estarán en un plan de preparación académica hasta obtener dicho título, siempre y cuando tengan los 5 años de experiencia en la actividad que lo permite el Ministerio de Turismo. (págs. 7,8)

#### **6.3.6 Patente municipal**

- Copia de RUC o RISE actualizado.
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación.
- Declaración patrimonial.
- Acta designación gerente.
- Copia de planilla de servicios básicos.
- Formulario para patente, obligado a llevar contabilidad.
- 1,5 por mil a los activos.

#### **6.3.7 Registro Único de Contribuyente**

Para la obtención del RUC en personas jurídicas es necesario:

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

## **6.4 Nombre o razón social de la empresa**

### **6.4.1 Nombre de la Empresa**

El nombre de la operadora es muy importante, por esta razón al momento de establecer el proyecto ya se eligió un nombre conveniente para la empresa como tal, el cual será el representante en el mercado, aquel nombre cumple con las características siguientes; original, atractivo y claro, que facilitará al usuario distinguir, el nombre de la empresa es; OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA “BOSQUE DE LOS ARRAYANES”.

Este nombre se lo tomo para la realización del presente trabajo, ya que la operadora se establecerá en la comunidad Monteverde en donde se encuentra uno de los atractivos principales del Cantón, y en su honor se debe aquel nombre.

### **6.4.2 Sector económico**

La empresa a poner en funcionamiento se va a dedicar al sector turístico, ya que se encarga de organizar paquetes turísticos en base a servicios, para que la población en general disfrute, está relacionada principalmente con el pasar tiempo en familia, disfrutando de los sitios atractivos del Cantón.

### **6.4.3 Logo de la empresa**

Se ha escogido este logotipo de la empresa porque representa los servicios principales a brindar para pasar en familia, lo cual es el enfoque principal del proyecto,

su eslogan de igual manera está direccionado a pasar tiempo en armonía familiar y no perder esta costumbre tan valiosa, además este logo servirá para posesionarse en la mente de los consumidores al momento de solicitar de los servicios, a continuación se muestra el logotipo de la operadora.



*Ilustración 43. Logotipo de la Operadora Turística Comunitaria.*

*Fuente: Propia*

## 6.5 Base filosófica empresarial

### 6.5.1 Misión

La Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes” es una empresa dedicada a ofrecer servicios turísticos personalizados de calidad y confiabilidad, a través de la buena atención por parte del personal debidamente capacitado, y la articulación con las asociaciones encargadas de los atractivos turísticos, brindando paquetes exclusivos, a precios accesibles, logrando satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### 6.5.2 Visión al año 2023

Para el año 2023, La Operadora Turística comunitaria “Bosque de los Arrayanes” llegará a ser una agencia turística reconocida y posesionada a nivel provincial, nacional e internacional, por la confianza y seguridad que le garantiza a los clientes, además articulada sólidamente con las asociaciones y encargados de los sitios

turísticos, entregando servicios de primera y ofertando una actividad turística estable, obteniendo la mayor satisfacción de nuestros usuarios.

### **6.5.3 Objetivos de Responsabilidad Social.**

La Operadora Turística tiene como objetivos sociales los siguientes:

- Entregar un servicio seguro y de calidad a nuestros usuarios y clientes.
- Cooperar con el desarrollo económico de la Comunidad Monteverde.
- Establecer una fuente de empleo, para el sustento de varias familias del sector que les permitirá tener un mejor estilo de vida.
- Intervenir en el asesoramiento del cuidado y preservación del medio ambiente por parte de la sociedad.

### **6.5.4 Políticas**

#### ***6.5.4.1 Políticas de ventas***

- La empresa ofrecerá descuentos atractivos para los usuarios interesados en el servicio.
- Las ventas de la Operadora serán todas de contado, no habrá ningún caso exclusivo para que sea a crédito, además al momento de la negociación se cobrará el anticipo para asegurar la venta.

#### ***6.5.4.2 Política de seguridad***

- La entidad se asegurará de la revisión de los buses a contratar antes del desarrollo del paquete turístico, la revisión debe incluir lo siguiente; que cuente con todos el kit de carretera, cinturón de seguridad en todos los asientos, llantas en buen estado, combustible suficiente, agua y aceite en un nivel correcto, extintor, licencia adecuada del conductor y que esté vigente, para que los usuarios estén seguros al momento de viajar.

#### ***6.5.4.3 Políticas de buen trato y seguimiento al cliente.***

- Brindar un servicio seguro y de calidad a los usuarios, para posesionarse en el mercado, y en la mente del consumidor al momento de elegir disfrutar de estos servicios, y ser reconocida a nivel institucional.
- Actualizar periódicamente los paquetes turísticos, a medida que vayan cambiando los gustos y preferencias del cliente para no perder su interés.

- Capacitar continuamente al personal para estar motivado siempre al momento de atender al cliente, de igual manera para superarse profesionalmente y empresarialmente.

#### **6.5.4.4 Políticas de conservación en el ambiente**

- La Operadora planteará, un programa de mantenimiento y cuidado al medio ambiente, con ayuda de la comunidad, se realizará charlas en instituciones educativas inculcando valores como el respeto por la naturaleza y el lugar donde viven.
- La empresa al momento de brindar sus paquetes, los guías turísticos son los encargados de controlar que los usuarios no arrojen basura o maltraten los lugares por donde se dirijan.

#### **6.5.4.5 Política de articulación con las asociaciones y encargados turísticos.**

- Por parte de la entidad existirá una articulación con las asociaciones y encargados de los lugares turísticos, para ello habrá un acuerdo firmado comprometiendo a las dos partes a dar cumplimiento de las actividades establecidas, beneficiando a los interesados y a los usuarios de los servicios.

#### **6.5.5 Valores Institucionales**

En la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes” los valores institucionales son de gran importancia ya que gracias a los mismos y al respeto por aquellos, se puede establecer un ambiente armónico y organizacional al momento de trabajar en equipo, de esta manera puede progresar y crecer la empresa.

Para el buen desempeño de los colaboradores, cada uno debe cumplir los siguientes valores.

- Respeto.

Cada colaborador de la empresa debe respetar la opinión de los demás, ya que es una empresa conformada por varios socios.

- Responsabilidad.

La responsabilidad para los miembros de la sociedad que actúan como tal y como trabajadores es de vital importancia ya que deben cumplir siempre con los

servicios ofrecidos para dar cumplimiento a lo acordado, y quedar bien ante el consumidor para que pueda dar buenas referencias sobre el trabajo realizado.

- Lealtad.

Los trabajadores deben ser fieles y leales a su organización, para colaborar cada uno para el beneficio de la entidad, no deben dar información interna a competidores o también información confidencial de los clientes.

- Puntualidad.

Es un valor que se debe cumplir a cabalidad, para que la empresa marche de la mejor manera cada uno debe cumplir con su horario de trabajo y sus funciones establecidas a la hora situada.

- Responsabilidad Social.

En la actualidad este valor toma mucha importancia ya que las empresas deben trabajar no solo por un lucro económico sino también por el bienestar social.

- Profesionalismo.

Cada uno de los trabajadores debe laborar técnicamente y debe estar bien preparado para la prestación de servicios por su parte, para dar seguridad y confianza al cliente.

- Compromiso.

Toda la organización debe tener el mismo compromiso en general, trabajar por el bienestar de la misma, siempre y cuando no ocasione daño alguno a ningún factor social.

- Trabajo en Equipo.

Como es una operadora conformada por miembros de una sociedad, se debe trabajar en equipo, sin nada de individualismo propio ni tampoco de superación personal. Se debe sacar la empresa adelante, en conjunto de todos los colaboradores.

- Servicios de calidad.

La Operadora Turística Comunitaria, ofrece a los usuarios un servicio turístico de calidad, en donde el cliente pueda disfrutar de momentos tranquilos, amenos, junto a su familia; lo que se espera es que el turista quede satisfecho con lo recibido y la atención brindada, además la empresa ofrecerá paquetes accesibles económicamente, para que la población pueda adquirirlos.

## 6.6 Estructura Organizacional

La Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes”; tendrá una estructura organizacional y funcional con un sistema circular, lo que muestra que cada departamento de la empresa tiene el mismo nivel de responsabilidad y de autoridad, nadie de los trabajadores tiene un jefe inmediato, pero si toda la empresa gira alrededor de la junta de socios, quien es la máxima autoridad, la entidad está conformada por todos sus colaboradores y para que marche de la mejor manera debe existir el trabajo en equipo como organización.

### 6.6.1 Organigrama Estructural



**Ilustración 44. Organigrama Estructural.**

Fuente: Propia

### 6.6.2 Organigrama Funcional




*Ilustración 45. Organigrama Funcional.*

*Fuente: Propia*

### 6.6.3 Perfiles y funciones de los empleados

El capital humano es el principal factor en el funcionamiento de la empresa ya que son quienes realizan el trabajo para que la entidad marche de la mejor manera, mejorando su desarrollo y administración; para lo cual se requiere del siguiente personal.

*Tabla 72. Perfil Junta de Socios*


		JUNTA DE SOCIOS
<b>Descripción</b>	La Junta de Socios, está conformada por los comuneros que integran la operadora turística, tiene como objetivo dirigir la empresa para que marche de la mejor manera, cuidando sus intereses económicos y personales, también la revisión y aprobación de documentos importantes.	
<b>Funciones</b>	Toma de decisiones. Conocer y aprobar los Estados Financieros. Determinar la forma de reparto de beneficios. Conocimiento y aprobación de nuevos integrantes.	
<b>Competencias</b>	Responsabilidad con sus tareas. Honradez con sus compañeros. Respeto con sus colaboradores.	

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia



**Tabla 73. Perfil del Gerente**

		<b>GERENTE</b>
<b>Descripción</b>	El Gerente, es el encargado de administrar el lugar, el representante legal de la Operadora Turística. Como misión tiene cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos, así como también debe cuidar los recursos humanos, materiales y económicos de la entidad.	
<b>Cualidades</b>	Puntualidad Responsabilidad Compromiso	Honradez Ética
<b>Formación</b>	Título de tercer nivel o superior, en carreras administrativas, económicas o turísticas,  Nivel B1 del idioma de Inglés.	
<b>Experiencia</b>	Mínimo dos años en administración y gerencia de operadoras turísticas.	
<b>Funciones</b>	Representar legalmente la empresa. Administrar los recursos de la entidad. Desarrollar estrategias que permitan el desarrollo de la empresa, además alcanzar ventajas competitivas. Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de la sociedad que forma la operadora. Proponer y realizar estrategias de venta. Seguimiento y comunicación con los clientes. Eje primordial para el cumplimiento de metas y objetivos. Articulación con las asociaciones y encargados turísticos. Estar actualizado e informado constantemente. Negociación con los clientes.	
<b>Competencias</b>	Motivación para dirigir Capacidad de análisis Capacidad de comunicación	Perseverancia y constancia Liderazgo Emprendedor

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

**Tabla 74. Perfil del Contador**



## CONTADOR

<b>Descripción</b>	El Contador, es el profesional encargado de proporcionar y controlar la información financiera bajo aplicación de NIFF, NIC y PCGA con el conocimiento técnico que posee, aquel es su misión primordial del responsable del cargo.
<b>Cualidades</b>	Responsabilidad Honradez Puntualidad Integridad Objetividad
<b>Formación</b>	Título de tercer nivel o superior, en Contabilidad y carreras en áreas administrativas.  Nivel B1 del idioma de Ingles.
<b>Experiencia</b>	Mínimo dos años en llevar contabilidad de empresas dedicadas al turismo.
<b>Funciones</b>	Generar Estados Financieros confiables. Declaración de impuestos tributarios. Elaborar la nómina de pago a los empleados. Elaborar y consolidar informes técnicos sobre movimientos contables. Revisar y firmar comprobantes de pago. Análisis de información, emite su opinión e informe correspondiente.
<b>Competencias</b>	Creativo para adaptarse a los cambios. Visionario para buscar soluciones. Razonamiento lógico. Habilidad numérica. Trabajo en equipo. Toma de decisiones.

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

**Tabla 75. Perfil de la Secretaria**



## SECRETARIA

<b>Descripción</b>	La Secretaria tiene como misión la operación diaria en la oficina, ser ayuda constante para su jefe inmediato, de igual forma atenderá a los clientes en recepción, cumpliendo y recordando los asuntos a desempeñar diariamente.	
<b>Cualidades</b>	Responsabilidad Puntualidad Compromiso	Respeto Integridad
<b>Formación</b>	Título de segundo nivel o superior, en secretariado o auxiliar administrativo o licenciatura en comunicación.  Nivel B1 del idioma de Ingles.	
<b>Experiencia</b>	Mínimo un año de secretaria o auxiliar administrativo en empresas de ventas.	
<b>Funciones</b>	Recibir a los clientes. Realizar el cobro. Emitir comprobantes de venta a los clientes. Brindar servicios vía telefónica a los clientes. Atención telefónica. Atención al cliente. Redacción de informes necesarios. Archivar la documentación adecuadamente. Manejo y organización de la agenda. Dominio del idioma español. Manejo correcto de documentos.	
<b>Competencias</b>	Empatía Capaz de resolver problemas. Autoestima positiva.	Habilidades comunicativas. Buena presentación.

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

**Tabla 76. Perfil del Guía Turístico**



## GUÍA TURÍSTICO

<b>Descripción</b>	El Guía Turístico es aquel que brinda un tour informativo y entretenido en un lugar determinado, ofreciendo un trato amable y respetuoso al usuario, su misión es hacer que la visita sea agradable.	
<b>Cualidades</b>	Responsabilidad Capacitación Respeto	Confianza Sinceridad Amable
<b>Formación</b>	Certificado de capacitación en actividades turísticas.	
<b>Experiencia</b>	Mínimo un año como guía en operadoras turísticas o proyectos de turismo.	
<b>Funciones</b>	<p>Proporcionar información precisa e interesante.</p> <p>Actualización constante de temas de interés.</p> <p>Atención a reclamos y dudas.</p> <p>Trazar medidas de seguridad y salud.</p> <p>Resolver problemas con rapidez.</p> <p>Acoger a los clientes en el momento del tour.</p> <p>Mantener la atención de los clientes en él.</p> <p>Establecer el itinerario del recorrido.</p> <p>Organizar los recursos materiales a utilizar en el recorrido.</p> <p>Disponibilidad de trabajar en cualquier momento.</p>	
<b>Competencias</b>	Condición física adecuada. Capaz de responder a las preguntas. Autoestima positiva. Facilidad de palabra. Conocimientos académicos	Conocimientos en primeros auxilios. Buena presentación. Buena memoria.

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

## 6.7 Detalle del Servicio

### 6.7.1 Rutas

En el presente proyecto se va a trabajar estableciendo rutas de los lugares turísticos existentes, a continuación se presenta su detalle de cada una de las mismas, para después formar los paquetes turísticos dependiendo de las rutas planteadas.

#### 6.7.1.1 Ruta 1

La ruta 1 consistirá en el recorrido, que partirá desde el parque central de la ciudad San Gabriel hacia el primer destino que sería la “Gruta de La Paz”. Seguido, se continuará visitando la zona turística privada “El Pedregal”. Luego, se trasladará al “Pilar de Athal”, estos atractivos están ubicados en la parroquia La Paz. El recorrido terminará en el mismo punto de inicio. A continuación un mapa que indica la ruta a seguir.



**Ilustración 46. Mapa de la Ruta 1.**

*Fuente: Google Earth Pro*

#### 6.7.1.2 Ruta 2

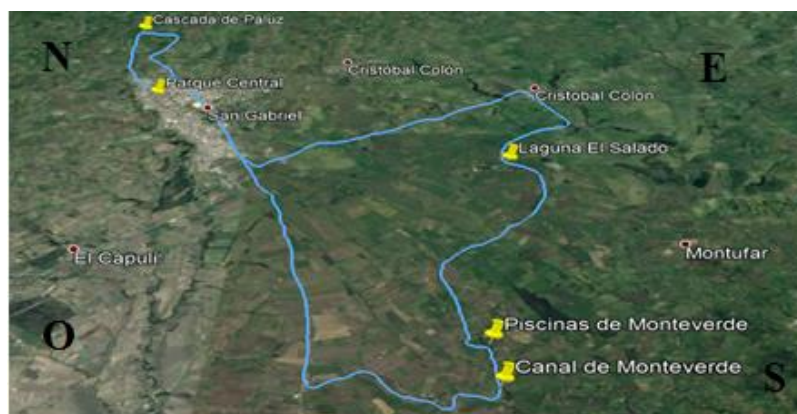
La marca inicial de la ruta 2 será el parque central, que partirá hacia la cascada de “Guadir” en la Parroquia Chitan de Navarretes, en donde se aprovechará para visitar a la Virgen del Carmen, después se dirigirá a la comunidad Monteverde a visitar la hacienda privada “Los Morales”, después no muy lejos se dirigirá al “Bosque de los Arrayanes” y terminará en el puesto inicial. Seguidamente se muestra el mapa con la ruta a desarrollar.



**Ilustración 47. Mapa de la Ruta 2.**  
Fuente: Google Earth Pro

### 6.7.1.3 Ruta 3

La ruta 3 partirá del parque central, dirigiéndose hasta la cascada de “Paluz”, para continuar la visita a la laguna “El Salado” en la parroquia Cristóbal Colón, después se trasladará hasta la comunidad Monteverde para visitar las piscinas del sector y el canal de agua, finalizando la ruta en el lugar inicial. Posteriormente se muestra el mapa de la ruta a ejecutar.



**Ilustración 48. Mapa de la Ruta 2.**  
Fuente: Google Earth Pro

## 6.7.2 Paquetes Turísticos

La Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes” establecerá sus oficinas en la comunidad de Monteverde, como se determinó en la micro localización del proyecto, para brindar sus servicios al mercado.

La empresa tiene como objetivo brindar los servicios de turismo a la población, a través de paquetes turísticos, que cumplen una ruta de seguimiento.

El servicio que se brindará se separa en 3 paquetes turísticos, armados con los principales atractivos del cantón preferidos por los pobladores según resultados arrojados de la pregunta número 7 de la encuesta realizada a la población de Montúfar, además se adicionará otros lugares que no están muy conocidos, entre ellos algunos son privados, todos los paquetes formados tendrán una duración menor a 1 día, debido a que el presente proyecto estará destinado al turismo local interno, por lo tanto tendrán una duración de 9 horas diarias consecutivas que empezarán desde las 08h00 hasta las 17h00.

Estos paquetes tendrán un agregado, aparte de disfrutar de los sitios como tal, será que en cada lugar a visitar se realizará diferentes actividades como gastronomía, practicas propias del lugar, juegos tradicionales y de azar, visitas religiosas, deportes y otros servicios complementarios.

La mayoría de los lugares cuentan con una asociación encargada de su cuidado y mantenimiento y de las zonas turísticas privadas su respectivo dueño, los cuales actuarán en este proyecto como aliados para formar dichos paquetes turísticos, se trabajará conjuntamente para brindar un servicio de calidad al cliente.

A continuación, se detallará cada paquete a ofrecer.



**Tabla 77. Descripción Paquete 1.****PAQUETE 1**

Nombre. **PAQUETE GRUPIGAL**

Su nombre, es la unión de los lugares que se va a visitar en este paquete los cuales son; “Gruta de la Paz”, paradero turístico “El Pedregal”, centro turístico “Pilar de Athal”.

En los lugares a disfrutar se realizará las actividades siguientes.

- ✓ Natación.
- ✓ Gastronomía.
- ✓ Visitas religiosas.
- ✓ Cabalgatas.
- ✓ Pesca.
- ✓ Excursión.
- ✓ Deportes.
- ✓ Guianza.

**GRUTA DE LA PAZ****EL PEDREGAL****PILAR DE ATHAL**

Los lugares a presentar tienen gran aceptación por parte de la población en general, en donde se puede disfrutar de las actividades a realizarse, por la infraestructura que poseen.

Además de estas actividades se incluye el transporte para trasladarse a los diferentes lugares.

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia



**Tabla 78. Descripción Paquete 1.****PAQUETE 2**Nombre. **PAQUETE MORRAGUA**

Los sitios turísticos a visitar y disfrutar en este paquete son; “Cascada de Guadir”, Hacienda privada “Morales”, “Bosque de los Arrayanes”, de los cuales se extrajo una pequeña parte de cada nombre para formar el nombre principal del paquete haciéndole llamativo y atractivo para el turista; adicional en este paquete se aprovechará el paso por la parroquia Chitan de Navarretes para visitar a la Virgen del Carmen en su altar, los lugares se caracterizan por ser amplios y despejados en donde se puede realizar las siguientes actividades:

- ✓ Excursión.
- ✓ Gastronomía.
- ✓ Visitas religiosas.
- ✓ Cabalgatas.
- ✓ Prácticas propias del lugar.
- ✓ Deportes.
- ✓ Gincanas.
- ✓ Guianza.
- ✓ Ciclismo.

En estas actividades también se incluye como otro servicio al transporte para movilizarse entre los lugares.

**CASCADA DE GUADIR****HACIENDA MORALES****BOSQUE ARRAYANES**

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

**Tabla 79. Descripción Paquete 1.**

**PAQUETE 3**

Nombre. **PAQUETE PASAMONTE**

En este paquete se va a visitar los lugares turísticos siguientes; cascada de “Paluz”, laguna “El Salado”, “Piscinas de Monteverde” y el canal de agua Monteverde.

El nombre de este paquete turístico está formado de la misma manera que los anteriores extrayendo un poco de cada uno de los nombres de los sitios, para hacerle mas novedoso y atractivo.

En este paquete se incluirá las actividades a realizar las cuales son:

- ✓ Excursión.
- ✓ Natación.
- ✓ Juegos tradicionales y de azar.
- ✓ Paseo en bote.
- ✓ Gastronomía.
- ✓ Cabalgatas.
- ✓ Gincanas
- ✓ Guianza.
- ✓ Practicas propias del lugar.

Además de estas actividades el paquete abarca el servicio complementario de transporte para la correspondiente movilización entre los lugares.

CASCADA DE PALUZ



LAGUNA EL SALADO



PISCINAS MONTEVERDE



CANAL DE MONTEVERDE



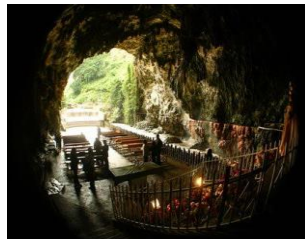


**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Propia

### 6.7.3 Itinerario de los paquetes turísticos

El desarrollo de los paquetes turísticos a ofrecer por parte de la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes”, se presentarán con el siguiente recorrido, que como antes expresado tendrán una duración de 9 horas.




**Tabla 80. Recorrido Paquete Turístico 1**

HORARIO	DESTINO	LUGAR TURÍSTICO	DURACIÓN	ACTIVIDADES QUE INCLUYE
08:00	Encuentro	Parque Central	15 minutos	
08:15	Salida	Parque Central	30 minutos	- Transporte
08:45	1	Santuario Gruta de la Paz	3 horas	- Refrigerio - Visita religiosa. - Natación. - Deportes. - Guianza.
				
11:45	Movilización		15 minutos	- Transporte
12:00	2	Paradero Turístico “El Pedregal”	3 horas	- Pesca. - Cabalgata. - Almuerzo: comidas típicas. - Guianza.
				
15:00	Movilización		15 minutos	- Transporte
15:15	3	Pilar de Athal	1 hora y 30 minutos	- Excursión. - Refrigerio. - Guianza.
				
16:45	Retorno		15 minutos	- Transporte
17:00	Llegada	Parque Central		
<b>TOTAL RECORRIDO</b>			<b>9 horas</b>	

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia





**Tabla 81. Recorrido Paquete Turístico 2**

<b>HORARIO</b>	<b>DESTINO</b>	<b>LUGAR TURÍSTICO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>ACTIVIDADES QUE INCLUYE</b>
08:00	Encuentro	Parque Central	15 minutos	
08:15	Salida	Parque Central	30 minutos	- Transporte
08:45	1	Cascada de Guadir y Virgen del Carmen 	2 horas	- Breve historia del lugar. - Excursión. - Visita religiosa. - Refrigerio.
10:45	Movilización		45 minutos	- Transporte
11:30	2	Hacienda “Los Morales” 	3 horas	- Practicas propias del lugar. - Cabalgatas. - Almuerzo: comidas típicas - Guianza.
14:30	Movilización		15 minutos	- Transporte
14:45	3	Bosque de los Arrayanes 	2 horas	- Gincanas. - Ciclismo. - Deportes. - Refrigerio
16:45	Retorno		15 minutos	- Transporte
17:00	Llegada	Parque Central		
<b>TOTAL RECORRIDO</b>			<b>9 horas</b>	

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

**Tabla 82. Recorrido Paquete Turístico 3**

<b>HORARIO</b>	<b>DESTINO</b>	<b>LUGAR TURÍSTICO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>ACTIVIDADES QUE INCLUYE</b>
08:00	Encuentro	Parque Central	15 minutos	
08:15	Salida	Parque Central	30 minutos	- Transporte
08:45	1	Cascada de Paluz 	1 hora, 30 minutos	- Breve historia del lugar - Refrigerio - Juegos tradicionales y de azar. - Guianza
10:15	Movilización		30 minutos	- Transporte
10:45	2	Laguna El Salado 	2 horas	- Pesca (langostinos) - Cabalgatas - Paseo en bote - Almuerzo: comidas típicas - Guianza.
12:45	Movilización		15 minutos	- Transporte
13:00	3	Piscinas de Monteverde 	2 horas	- Natación - Excursión - Guianza.
15:00	Retorno		15 minutos	- Transporte
15:15	4	Canal de Monteverde 	1 hora	- Gincanas - Refrigerio - Practicas propias del lugar. - Guianza.
16:15	Retorno		45 minutos	
17:00	Llegada	Parque Central		
<b>TOTAL RECORRIDO</b>			<b>9 horas</b>	

*Elaborado por:* Las autoras

*Fuente:* Propia

#### **6.7.4 Asociaciones y Representantes aliados de los Sitios Atractivos.**

La Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes”, trabajará conjuntamente con las Asociaciones encargadas de los atractivos turísticos, las mismas que actuarán como aliados de la empresa. La entidad como tal será la encargada de la organización, desarrollo y ejecución directa de los paquetes turísticos, los servicios serán brindados por terceros, en este caso las diferentes asociaciones y encargados de los sitios.

La información presentada seguidamente, fue recopilada a través de entrevistas realizadas a los miembros de las asociaciones y dueños de los lugares privados.

A continuación, una pequeña descripción para conocimiento de las organizaciones y de los atractivos públicos y privados.

##### **6.7.4.1 Guardianes Ambientales Montúfar.**

Esta Asociación está legalmente constituida, con un tiempo de conformación superior a los dos años, está a cargo del sitio turístico “Laguna el Salado” que se encuentra en la parroquia Cristóbal Colón, caserío El Ejido, cantón Montufar, provincia del Carchi. Como asociación brindan los servicios de; paseos en bote, cabalgatas, gastronomía.

Actualmente reciben 200 turistas por semana, los días más visitados son el fin de semana (Sábado y Domingo), los visitantes son de todas las edades, los principales atractivos del lugar son la belleza natural de la laguna y la gastronomía, se dan a conocer por medio de eventos organizados por las autoridades del cantón, entre los más importantes están; en Febrero el festival carnavalero, y en Octubre el hombre más fuerte, actos en los cuales asisten gran cantidad de personas, beneficiando a los ingresos económicos para la asociación.

Además de los servicios brindados por los miembros de la Asociación, se disfruta de la pesca de langostinos lo cual la actividad no tiene valor alguno.





***Ilustración 49. Entrevista a representante de “Guardianes Ambientales”.***

*Fuente: Propia*

#### ***6.7.4.2 Salvemos al Bosque Arrayanes.***

Es un Asociación que está constituida legalmente ya tiene 13 años de formación, y con 12 miembros actualmente brindando sus servicios en el mercado, está a cargo del sitio turístico “Bosque de los Arrayanes”, que se encuentra en la comunidad Monteverde, parroquia San José, cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

En la actualidad reciben aproximadamente 30 turistas a la semana, aunque en feriados, vacaciones incrementa este valor, los fines de semana es cuando existe mayor número de visitantes que llegan a pasearse. Esta organización brinda el servicio de excursión y gastronomía, aunque la capacidad es mayor en el lugar para establecer nuevas actividades, los atractivos más representados de este lugar son el Bosque ya que en su especie no existen, además es reconocido a nivel mundial, también llama la atención y llegan a visitar para realizar investigaciones de universidades nacionales e internacionales. Su promoción lo realizan con ayuda del GAD Montúfar en su mayoría, por parte de la autoridades se realiza un evento por año la Exposición de Esculturas, lo que ayuda a la reactivación económica del sector conjuntamente con la Asociación.



***Ilustración 50. Entrevista a representante de “Salvemos al Bosque Arrayanes”.***  
*Fuente: Propia*

#### ***6.7.4.3 Diócesis de Tulcán.***

Es una institución reconocida a nivel religioso, el Santuario Gruta de La Paz está bajo su mando es una institución legalmente constituida y tiene más de 50 años en funcionamiento, aunque hace pocos años que el santuario paso a ser parte de esta organización, el atractivo se encuentra en la Parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi; en el mismo lugar funciona el convento de las hermanas Clarisas, quienes están de encargos para la atención y mantenimiento del lugar.

Hoy en día es un atractivo muy conocido por lo cual la organización y sus encargadas reciben un promedio de 250 personas semanalmente, principalmente en fines de semana, la cantidad demandada varía según las temporadas. Los servicios que se ofrece son visitas religiosas, natación, gastronomía, la infraestructura también cuenta con más espacios en donde se pueden aprovechar para realizar otras actividades, el lugar es visitado por todo tipo de personas de cualquier edad. Los atractivos principales son la Virgen y las piscinas dan a conocer de sus servicios a través de publicidad propia por medio de radio y en algunos casos por internet (paginas sociales), los eventos más esenciales que se practica en este lugar son las fiestas de la Virgen, Semana Santa, en Navidad y Año Nuevo.

Cabe resaltar que la entrevista a los representantes de este lugar, se la realizó a la empleada del almacén del mismo, por lo que las hermanas Clarisas no dieron audiencia alguna y presentaron su poco interés hacia las autoras del presente proyecto, por lo tanto no existe fotografía alguna con aquellos representantes.





*Ilustración 51. Miembros de la Diócesis de Tulcán.*

*Fuente: Google*

#### **6.7.4.4 Paradero turístico privado “El Pedregal”.**

Este sitio es de tipo privado, su dueño es el señor Luis Imbaquingo quien hace dos años aproximadamente tuvo la iniciativa de crear un sitio en donde se pudiera disfrutar de la naturaleza, aunque en aquel caserío nadie le veía a esas tierras como productivas, por lo cual el señor las adquirió a un bajo precio, ya que tienen bastantes piedras que no permite ser cultivada, pero para ser un centro turístico las rocas son un acompañante esencial, actualmente es una institución informal, se encuentra en el sector de Pizan, parroquia La Paz, cantón Montufar, provincia del Carchi.

El complejo turístico actualmente ofrece los servicios de cabalgatas, pesca, gastronomía, hospedaje, salón de eventos, este lugar es visitado por 150 personas semanales aproximadamente, aunque en temporadas altas existe un incremento de un 50%, además entre semana vende paquetes a instituciones educativas o de cualquier índole, este lugar llama la atención de los turistas por la pesca, el ambiente rústico, naturaleza, crianza de truchas naturalmente, la estructura del lugar es el principal atractivo.

El dueño de este lugar se apoyó en el lugar “Paraiso del Pescador” de donde sacó la idea para su establecimiento, su promoción actualmente todavía es baja ya que lo realiza directamente con la sociedad aprovechando cualquier situación, hasta el momento ya se ha realizado varios eventos en el lugar como el concurso de pesca deportiva, programa por carnaval, toros, borregos bravos, que fueron de gran éxito y que ayudaron a conocer el lugar por parte de la población en general.



**Ilustración 52. Entrevista al Sr. Luis Imbaquingo.**  
Fuente: Propia

Los otros lugares Cascada de Paluz, Pilar de Athal, Hacienda “Los Morales”, Piscinas y Canal de Monteverde, Cascada de Guadir; por el momento no tienen una asociación o representante a cargo por lo que se espera para un futuro más personas se unan a este proyecto, para beneficio de cada parte, por lo tanto en estos sitios la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes” va a establecer servicios a brindar que se los pueda realizar en las instalaciones e infraestructura de cada atractivo, pero siempre y cuando no sean de mayor complejidad.

## **6.8 Estrategias de comercialización**

La combinación de las variables del Marketing utilizado en la promoción y publicidad de la operadora, que tiene como objetivo dar a conocer a los visitantes sus servicios a prestar, acerca de rutas turísticas en el Cantón Montúfar con sus respectivas actividades a desarrollar, para ser la empresa número uno en el mercado y para llegar al usuario de la mejor manera es el siguiente:

Se tomará en cuenta las estrategias de precio, canales de distribución y la promoción ya que el servicio está definido y detallado anteriormente.

### **6.8.1 Estrategias de precio.**

En el momento de la implementación y ejecución de la Operadora se adaptará la siguiente estrategia de precios, no se pretenderá ingresar al mercado con precios inferiores ya que no existe competidor alguno, que permita tomar de referencia.

Se planteará descuentos a las familias usuarias de los servicios; por cada cinco familias que adquieran el paquete turístico se brindará a una persona la gratuidad de los servicios, sorteándolo según esté en el registro de clientes.

### **6.8.2 Canales de Distribución**

Como principal canal de distribución será el directo, se trata de vender el servicio directamente al usuario, en este caso al representante familiar o en si a las familias. Para pactar la venta del paquete turístico se va a realizar la correspondiente firma de un contrato en donde se registre los servicios a ofrecer, directamente con el cliente, la mayoría de relaciones de trabajo serán por vía telefónica, porque la operadora se establecerá en la comunidad Monteverde, no abra intermediarios.

A largo plazo se espera tener ayuda y apoyo por parte del GAD Municipal del Cantón Montúfar y el GAD provincial del Carchi, quien participará como intermediario, para alcanzar a cubrir a distintos lugares con los servicios ofrecidos.

### **6.8.3 Promoción**

La promoción del proyecto será a través de internet por medio de páginas, redes sociales, por medio de volantes, radio y televisión esto se practicará a corto plazo, para después implementar nuevos medios y aliados para promocionar la empresa.

#### **6.8.3.1 Internet (páginas sociales y web)**

Hoy en día el internet es el principal medio de comunicación, y el uso de las redes sociales y páginas web tienen una gran acogida para la población, por esta razón se creará una página web de la operadora como tal donde contendrá toda la información dispuesta al usuario y también paginas sociales en Facebook, Insta Gram que son las más apreciadas, las mismas servirán a este estudio para poder dar a conocer los servicios de los paquetes y rutas turísticas, de igual forma sus precios, el itinerario que contiene y las promociones.

La operadora en sus páginas cargará información acerca de todos los lugares turísticos, fotos, reseñas históricas, autoridades, programas a realizarse, eventos a cumplirse, en cada uno de estos; igual contendrá teléfonos de contactos, e-mail, dirección para que los usuarios y clientes se comuniquen a contratar estos servicios, además poder hacer cotizaciones y preguntas frecuentes a través del chat, manteniendo

así una lista de clientes para posteriormente enviar promociones y descuentos manteniendo el seguimiento adecuado del mismo.

### **6.8.3.2 Volantes y Gigantografías**

Los volantes son de mucha importancia cuando se quiere dar a conocer un nuevo servicio, e introducir una nueva empresa en el mercado, ya que por medio de estos se da a conocer al público en general las características más relevantes de la operadora como son responsabilidad, seguridad, disfrutar en familia de momentos agradables; las hojas volantes contendrán la dirección de la empresa, números telefónicos, redes sociales y páginas web donde se puedan contactar para disponer de los servicios.

Estos volantes serán originales y llamativos, se repartirán en lugares de aglomeración de gente y específicos días de feria; también se pegarán en las calles principales de la ciudad y de las parroquias, y en centros comerciales para que la población pueda observar de qué se trata, de la misma manera las gigantografías son muy importantes para dar a conocer el lugar porque debe estar en un lugar visible para los pobladores internos como para los visitantes del Cantón, de esta forma se dará a conocer la operadora, a más personas.

### **6.8.3.3 Radio y Televisión.**

La radio es un medio de comunicación muy aceptado en el cantón y el mismo posee algunas frecuencias pero entre las más aceptadas esta la radio “SKY” 107.7, por lo que se la ha elegido para transmitir las cuñas de oferta de los servicios de la operadora; la televisión de igual manera es muy medio de comunicación muy acogido en el cantón pero no existen canales de transmisión por lo cual no se lo puede realizar por este medio, pero a futuro cuando el mercado se expanda y sea nacional e internacional se podrá ofertar los servicios a través de canales nacionales.

## **CAPÍTULO VII. IMPACTOS**

### **7.1 Análisis de Impactos**

El presente capítulo indica el análisis de factores positivos y negativos que proporcionará la implementación y puesta en marcha de la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes”, en diferentes sectores como lo son económico, ambiental, social y cultural.

### **7.2 Objetivos**

#### **7.2.1 Objetivo General**

Analizar los impactos ocasionados, por la puesta en marcha de la Operadora Turística Comunitaria.

#### **7.2.2 Objetivos Específicos**

- Interpretar el impacto Económico y sus indicadores que producirá la Operadora.
- Estudiar los indicadores del impacto Social que generará la empresa.
- Analizar los indicadores que produce el impacto Ambiental de la entidad.
- Estudiar el impacto Cultural con sus respectivos indicadores, que producirá la Operadora.
- Interpretar el Impacto General que tendrá la Operadora al momento de poner en marcha sus funciones.

### **7.3 Metodología del Análisis de Impactos**

Para evaluar dichos indicadores, se implementa la matriz de valoración de indicadores de impactos, tomando en cuenta la calificación cualitativa y cuantitativa de cada uno de los mismos, para saber en qué nivel se encuentran. La cual se presenta a continuación.

**Tabla 83. Matriz de Valoración de indicadores en los Impactos**

<b>IMPACTO</b>	<b>VALORACIÓN</b>
Alto positivo	3
Medio Positivo	2
Bajo Positivo	1
No hay impacto	0
Bajo Negativo	-1
Medio Negativo	-2
Alto Negativo	-3

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Para la valoración de los impactos, luego de determinar su cálculo, y para saber en que nivel se encuentran se utilizará la siguiente formula.

$$\text{Impacto} = \frac{\text{Total Valoración}}{\text{Número de Indicadores}}$$

## **7.4 Impactos**

### **7.4.1 Impacto Económico**

La Operadora Turística Comunitaria producirá un Impacto Económico, para lo cual se evaluara los siguientes indicadores; Fuentes de trabajo, Beneficio sectores económicos, Efecto multiplicador y Rentabilidad del proyecto.

**Tabla 84. Matriz Impacto Económico**

N°	Indicador	Valoración						Total		
		-3	-2	-1	0	1	2		3	
1	Fuentes de trabajo							X	3	
2	Beneficio sectores económicos							X	2	
3	Efecto multiplicador							X	2	
4	Rentabilidad del proyecto							X	2	
<b>Total</b>								<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Impacto Económico= 9/4

Impacto Económico=2,25

Impacto Económico= **2 Medio Positivo**

#### **Análisis:**

- En indicador fuentes de trabajo tiene una valoración de 3 puntos ya que al instalar y ejecutar la Operadora se implementará nuevas fuentes de empleo para ayudar a solventar las necesidades básicas, de algunas personas y de sus familias, sin embargo ayudará al desarrollo de la comunidad Monteverde, por lo que se va a trabajar con personas de este sector quienes actuarán como miembros de la sociedad encargada de la empresa, además se ayudará a las asociaciones encargadas de los lugares turísticos a que tengan una rentabilidad por sus servicios ofertados.
- El beneficio de los sectores económicos tiene una puntuación de 2, porque los sectores dedicados a todo tipo de generación de ingresos, serán beneficiados ya que la actividad turística es una de las principales acciones para atraer personas a un lugar y mejorar su movimiento económico, por ejemplo, los supermercados, hospedaje, restaurantes.

- El efecto multiplicador tendrá un impacto económico con valoración de 2, ya que la información y el servicio obtenido por persona pasa a muchas personas más, demostrando su satisfacción por el servicio obtenido, lo recomienda para que se lo practique, atrayendo de esta manera a nuevos usuarios de diferentes partes al Cantón.
- El proyecto será rentable, el indicador tiene una puntuación de 2 porque no existe una empresa que se dedique a realizar esta actividad, por esta razón se tendrá demanda insatisfecha, la cual se puede aprovechar generando utilidad, para mejorar la calidad de vida de los miembros de la organización y también para reinvertir en la empresa, formando en el futuro un proyecto mayor.

#### 7.4.2 Impacto Social

La implementación de este proyecto generará Impacto Social. Para realizar el análisis y valoración de este se tomará en cuenta los siguientes indicadores; Bienestar Comunitario, Seguridad Laboral, Participación y Ambiente Familiar.

**Tabla 85. Matriz Impacto Social**

N°	Indicador	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Bienestar Comunitario							X	3
2	Seguridad Laboral							X	3
3	Participación						X		2
4	Ambiente familiar						X		2
<b>Total</b>							<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Impacto Social= 10/4

Impacto Social=2,5



Impacto Social= **3 Alto Positivo**

**Análisis:**

- El indicador Bienestar Comunitario, tiene una puntuación de 3 lo que indica que es muy importante para la puesta en marcha de la empresa ya que la comunidad se debe educar, capacitar para la comprensión y entendimiento del proyecto que les ayude a darse cuenta y valorar lo que tienen porque la actividad turística es una fuente que genera mucho beneficio, para lo cual la Operadora planteará programas de capacitación a las comunidades del Cantón.
- La Seguridad Laboral, obtuvo una calificación de 3 puntos en la valoración de los indicadores, por lo cual es un impacto a generar beneficioso ya que los colaboradores con los cuales contará la empresa, estarán seguros y no buscarán más maneras de subsistir como en muchos casos se ha visto que las personas emigran a otras provincias en busca de mejor calidad de vida.
- La Participación de la comunidad se le ha dado una calificación de 2 puntos, esto indica que la comunidad debe estar inmersa en el proceso de este proyecto ya que es beneficio para todos los colaboradores, pero es muy difícil obligar a la comunidad a aliarse a este trabajo por lo que se trabajará constantemente en lograr que la comunidad en general se incluya y forme parte.
- El indicador Ambiente Familiar ha obtenido una calificación de 2 puntos en la valoración esto quiere decir que el servicio que brindará la Operadora está dirigido a las familias para que tengan donde y como pasar un tiempo juntos, ya que actualmente se ha venido perdiendo estos valores interfamiliares.

**7.4.3 Impacto Ambiental.**

El presente proyecto es turístico, por lo que va a generar un Impacto Ambiental, por lo tanto se evaluará los indicadores presentados a continuación, Suelo, Agua, Naturaleza, Aire y Atmosfera.

**Tabla 86. Matriz Impacto Ambiental**

N°	Indicador	Valoración						Total	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Suelo			X				-1	
2	Agua		X					-2	
3	Naturaleza		X					-2	
4	Aire y Atmosfera			X				-1	
<b>Total</b>			<b>-4</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-6</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Impacto Ambiental= -6/4

Impacto Ambiental= -1,5

Impacto Ambiental= **-2 Medio Negativo**

#### **Análisis:**

- El indicador suelo tiene una valoración negativa de -1 ya que es un proyecto turístico que influye mucho en el aspecto ambiente, y con el simple hecho de visitar los lugares turísticos se está contaminando el lugar y especialmente el suelo, porque aunque se quiere concientizar a los visitantes no todos cumplirán con las reglas.
- El indicador agua es un indicador negativo con la calificación -2 porque es un sector el cual va a afectar negativamente la implementación del proyecto debido a que en los sitios turísticos se va utilizar la fuente de agua y algunos de estos poseen su fuente propia la cual va a ser afectada.
- La Naturaleza es un indicador que tiene una calificación negativa de -2 ya que todo el paisaje que rodean a los sitios turísticos se pueden ver afectados por los niños o personas inconscientes al momento de visitar dichos lugares.

- El Aire y la Atmosfera tienen una puntuación de -1 es negativo este indicador porque al momento de visita los atractivos nuestro cuerpo tiene células dañinas que contaminan al medio ambiente a su aire fresco y limpio o de otra manera los visitantes pueden estar enfermo y van a los lugares dejando huellas de su enfermedad.

#### 7.4.4 Impacto Cultural

El estudio de factibilidad para la creación de la Operadora Turística, producirá un Impacto Cultural, a continuación, se realizará la evaluación a los siguientes indicadores; Preservación de Valores, Cultura Identificada y Prácticas Propias.

*Tabla 87. Matriz Impacto Cultural*

N°	Indicador	Valoración						Total	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Preservación de Valores							X	3
2	Cultura Identificada						X		2
3	Prácticas Propias							X	3
<b>Total</b>							<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Impacto Cultural =  $8/3$

Impacto Cultural =  $2,67$

Impacto Cultural = **3 Alto Positivo**

#### Análisis:

- La Preservación de Valores tiene una calificación de 2, porque es el principal objetivo a tomar en cuenta ya que al momento de pasar en familia se espera que

se vayan fundiendo otra vez, para no ser perdidos, además no solo entre familias sino también con la sociedad, el medio ambiente entre otros.

- En el indicador Cultura Identificada ha obtenido una puntuación de 2 puntos, ya que como Montufareños se debe tener una cultura identificada, a través del turismo se lo puede practicar porque se va brindar a los turistas en forma de reseñas históricas que permitan darse cuenta de donde nacimos y hacia dónde vamos como unidad, como pueblo mingüero.
- Las Practicas Propias tiene una valoración de 3 puntos, ya que el Cantón es un sector agrícola ganadero por lo que existen varias comunidades en las cuales se dedican a estas actividades, que en muchos casos la gente que vive en las ciudades no saben la experiencia de vivirlas, se las practicará a través de la organización para que los servicios sean brindados por las asociaciones y representantes de los sitios turísticos y se fomentará a que no desaparezcan porque gracias a las tierras y a estas actividades se provee el alimento diario.

## 7.5 Impacto General

Luego de hacer el análisis de los tipos de Impactos generados, se detalla la Matriz General de Impactos que la Operadora Turistica Comunitaria “Bosque de los Arrayanes” generará en la comunidad y el Cantón.

**Tabla 88. Impacto general**

N°	IMPACTO	VALORACIÓN							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto Económico						X		2
2	Impacto Social							X	3
3	Impacto Ambiental		X						-2
4	Impacto Cultural							X	3
<b>TOTAL</b>			<b>-2</b>				<b>2</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** Fuente propia

Impacto General = 6/4

Impacto General =1,5

Impacto General = **2 Medio Positivo**

**Análisis:**

La puesta en marcha de la Operadora Turística Comunitaria “Bosque de los Arrayanes generará un Impacto General, medio positivo, lo que expresa que surgirán impactos positivos y dentro de los mismos existe un impacto negativo, por parte de la empresa con su alrededor, además la empresa será de mucho beneficio para el sector, ya que anteriormente a este trabajo no existe ninguno de su índole, lo que ayuda al mejoramiento de algunos aspectos y se aprovechará los recursos con los que cuenta el Cantón para ayuda y desarrollo de la comunidad en conjunto con la Operadora, por otra parte se tratará con respeto lo que la naturaleza, para que la empresa pueda funcionar deberá cumplir con las disposiciones legales del Ministerio del Ambiente para ser aprovechado con responsabilidad por parte de la población en general, poniendo su valores en práctica, por lo cual se puede establecer que es proyecto es factible porque tendrá beneficios económicos, sociales, y culturales, en el aspecto ambiental se trabajará constantemente para mitigar este impacto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones.

- El estudio de diagnóstico sirvió para tener un conocimiento de la situación actual y real en la que se encuentra el entorno en el cual se va a desarrollar la Operadora Turística Comunitaria, permitiendo determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a tomar en cuenta al momento de la implementación del proyecto.
- El Marco Teórico se ha desarrollado recolectando información bibliográfica necesaria, obteniendo datos importantes y relevantes para a conocer sobre los procesos necesarios para la implementación de este proyecto, tomando en cuenta las leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador.
- La elaboración del estudio del mercado, permitió determinar el mercado meta al cual se va a llegar con el servicio a brindar, a través de la investigación de los gustos y preferencias de las personas del Cantón. Además, se conoció la oferta y demanda actual de los lugares turísticos existentes de acuerdo a los servicios que brindan cada uno.
- El desarrollo del estudio técnico permitió identificar la localización del proyecto, desarrollar los principales procesos de operación, administración y gestión; además de establecer el tamaño del proyecto y su ingeniería requerida, de igual manera permitió calcular la inversión necesaria para poner en marcha la Operadora.
- En el estudio financiero, se determinó las proyecciones de los egresos e ingresos que permitieron establecer la utilidad del proyecto mediante la estructuración del estado de resultados, el estado de situación inicial y flujo del efectivo, mismos que se utilizaron para evaluar económica y financieramente este trabajo, mediante el uso de indicadores financieros que definieron la factibilidad del proyecto.
- El desarrollo de la propuesta organizacional, permitió definir la base legal sobre la que operaría la empresa, también se diseñó la imagen corporativa con la que se dará a conocer la entidad, además se estableció su base filosófica y su estructura organizacional y funcional; y se describió detalladamente el servicio y estrategias de comercialización que se pretende brindar dentro del sector económico en el que se encuentra la operadora.
- En el estudio de los impactos se analizó los ámbitos en los que se influenciaría con la implementación de la operadora; ubicándose el impacto económico, social,

ambiental y cultural en el nivel medio positivo, en el entorno donde se desarrollará la empresa.

### **Recomendaciones**

- De acuerdo al análisis del entorno se recomienda implementar la operadora turística, porque este hecho se encuentra dentro del margen legal, económico, social, turístico y tecnológico que se requiere para poner en marcha una Operadora Turística Comunitaria.
- La información que se utiliza para la elaboración del marco teórico debe ser apoyada por fuentes bibliográficas seguras y demuestren su veracidad de la información.
- En el estudio de mercado se recomienda la implementación de la operadora turística, debido a que en el Cantón no existe ninguna, y tampoco existe planificación y organización para el aprovechamiento del potencial turístico en el mismo; tampoco se aprovecha la capacidad de estos lugares y la demanda de servicios turísticos por parte de los hogares.
- Se recomienda llevar a cabo el proyecto, porque en el estudio técnico se determinó que el monto de la inversión no asciende a mucho para poner en funcionamiento una operadora turística, y su estrategia clave es de articulación con la comunidad.
- De acuerdo al estudio financiero se sugiere ejecutar el proyecto porque la evaluación financiera y económica de sus operaciones determinaron que existe factibilidad en cuanto a la rentabilidad que produce las ventas de una operadora.
- Se aconseja en la propuesta organizacional, definir adecuadamente la imagen corporativa, ya que es la cata de presentación de la operadora a los clientes; así mismo cumplir con la normativa legal a seguir para la puesta en marcha evitando futuros problemas, y trabajar bajo proceso administrativo desde inicios de operación.
- Se recomienda la puesta en marcha del presente trabajo, porque genera impactos positivos en su mayoría al entorno, donde se desarrollaría esta actividad económica.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ, G. L. (2016). *Productos, Servicios y Destino Turístico UF0073*. España: Paraninfo.
- ALVAREZ, G. S. (2010). *Diccionario de economía pública, volumen 7*. España: Ecobook.
- ALVAREZ, H. (2018). *Mercadotecnia al alcance de Todos*. Mexico: Grupo Rodrigo Porrua, S.A.
- ARREDONDO, G. M. (2015). *Contabilidad y Análisis de Costo*. Mexico: Patria, S.A.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (03 de 2018). Reporte mensual de inflación. Recuperado el 04 de 2018, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201803.pdf>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (05 de 2018). Tabla Diaria de Cotización de Monedas Extranjeras. Recuperado el 05 de 2018, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/258-tabla-para-el-sector-privado>
- BERNAL, C., & SIERRA, H. (2013). *Proceso Administrativo*. Colombia: Pearson.
- BOLAND, L., CARRÓS, F., STANCATTI, M., & GIMANO, Y. (2005). *Funciones de la Administración*. Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- CARREÑO, A. (2010). *Educación, Investigación y Desarrollo Social*. España: NARCEA, S.A.
- CASADO, D. A., & SELLERS, R. R. (2010). *Introducción de Marketing*. España: ECU.
- CASTRO, F. E. (2017). *Proyecto de Inversión, 1,2,3: de la teoría a la práctica una guía para los expertos*. España: SAS.



- CENTENO, S. V. (2014). *Gestion de Sistemas de Distribucion Global*. UF0079. España: Elearning, S.A.
- CLIENTE, A. A. (2010). *Atención al Cliente S/N*. España: Vertice, S.L.
- CÓDIGO DE TRABAJO. (16 de 12 de 2005). Recuperado el 05 de 2018, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- COMISIÒN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE CEPAL. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS*. Recuperado el 18 de 04 de 2018, de <https://sustainabledevelopment.un.org/sdg17>
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. (20 de 10 de 2008). Recuperado el 04 de 2018 de 2018, de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- CORA, R. (2015). *Organizacion del Servicio de Información Turistica*. UF0080. España: Elearning. S.L.
- CORDOVA Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de Proyecto*. Colombia: ECOE.
- CUERVO, T. J., OSORIO, A. J., & ROLDAN, D. M. (2013). *Costeo Basado en Actividades ABC: Gestión basada en actividades ABM*. Colombia: ECOE.
- DE LA FUENTE, F. G. (2014). *La Organización de Empresa hacia un Modelo de Futuro*. España: Esic.
- DE MOLINA, A. (21 de 09 de 2016). *Conexionesam*. Recuperado el 2018 de 09 de 01, de Conexionesam: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/la-importancia-de-una-buena-gestion-del-capital-de-trabajo/>
- DE PABLOS, C., LOPEZ Hermoso, J. J., & ROMO Romero, S. M. (2011). *Organización y Transformacion de los Sistemas de Informacion de la Empresa*. España: Esic.
- DIARIO EL UNIVERSO. (19 de 02 de 2018). Ecuador es un país de paso para mayoría de venezolanos. Recuperado el 04 de 2018, de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/19/nota/6630208/ecuador-es-pais-paso-mayoria-venezolanos>

- EDITORIAL ZONA 20 S.A. (09 de 02 de 2018). Revista Zona Libre. Recuperado el 04 de 2018, de <https://revistazonalibre.com/columnas/zona-turismo/5450-nuevas-tendencias-en-el-turismo-interno-de-ecuador>
- ESCRIBANO, G. (2011). *Gestión Financiera*. España: Paraninfo, S.A.
- FIERRO , A. M., & FIERRO Celis, F. A. (2015). *Contabilidad de Activos con Enfoque NIF para las Pymes*. Colombia: Ecoe.
- FILGUERA Ramos, C. (2017). *Manual Contable NIIF: aplicacion practica*. Chile: Universidad Alberto Hurtado.
- FISCALES, E. (2018). *Fisco Agenda 2018. Compendio de Leyes, Reglamentos y otras Disposiciones Conexas sobre la Materia*. Mexico: ISEF.
- FREIRE, R. T., & VIEJO, R. R. (2014). *Practicas y Conceptos Basicos de Microeconomia*. España: ESIC.
- GAD MONTÚFAR. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2031. Recuperado el 05 de 2018
- GARCIA, c. R., & OLMOS, J. L. (2011). *Estructura de Mercado Turistico*. España: Paraninfo.
- GARCIA, N. J., & PAREDES, H. L. (2010). *Estrategia Financiera Empresarial*. Mexico: Grupo Patia, S.A.
- GARCIA, P. E. (2015). *Proyecto y Viabilidad de negocio o microempresa. UF1819*. España: Paraninfo S,A,.
- GARCIA, R. M. (2011). *Fundamentos de la Economia de la Empresa*. España: UB.
- GILLI, J. J. (2017). *Clases de la estructura Organizativa*. Argentina: Granica.
- GLOVER, D. (2010). *Valorizar el Medio Ambiente: economia para un futuro sostenible*. Canada: IDRC, C.A.

- GONZALEZ, M. A., & GALINDO, A. E. (2013). *Empresa en el Aula*. España: EDITEC.
- GONZALEZ, M. P. (2016). *Diseño de productos y Servicios Turisticos Locales UF0083*. España: Tutor Formación.
- GRIFFIN, R. (2011). *Administración*. Mexico: Cengage Learning.
- GUERRERO, G. P., & RAMOS, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México: EBOOK.
- HUERTAS, G. R., & DOMINGUEZ, G. R. (2015). *Decisiones Estrategicas para la Direccion de Operaciones en Empresas de Servicios Turistico*. España: UB.
- IGLESIAS, L. A. (2013). *Distribucion y Logistica*. España: ESIC.
- INEC. (12 de 2011). Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico. Recuperado el 07 de 2018, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (03 de 2018). Reporte de Economía Laboral. Recuperado el 04 de 2018, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe\\_Economia\\_laboral-mar18.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe_Economia_laboral-mar18.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2010). Fascículo Provincial Carchi. Recuperado el 04 de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/carchi.pdf>
- KEKUTT, E. B. (2014). *Turismo: Herramienta Social*. Argentina: DUNKEN.
- LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL. (10 de 09 de 2004). Recuperado el 05 de 2018, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- LEY DE TURISMO. (27 de 12 de 2002). Recuperado el 04 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- LOPEZ , F., & POAL, J. (2018). *30 Ideas para Invertir en 2018*. España: Birtuts Angulo.
- LOS SANTOS, S. I. (2010). *Logística y Operaciones en la Empresa*. España: ESIC.
- MAGUELLAR, S. J. (2017). *Estados Financieros. Una visión Algebraica*. Mexico: Digital Tecnológico de Monterrey.
- MARIN, J., MONTIEL, E. L., & HON, N. (2014). *Evaluación de Inversión Estratégica*. Colombia: Inca Ebusines School.
- MARTINEZ Pedrós, D., & MILLAN Gutierrez , A. (2005). *La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del Cuadro de Mando Integral*. España: Altair.
- MARTINEZ, M. A., & CIGARRA, N. J. (2014). *Gestión por Proceso de Negocio: Organización Horizontal*. España: Ecobook.
- MENDOZA, R. C., & ORTIZ, L. O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Colombia: ECOE.
- MEZA, O. J. (2016). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Mexico: ECOE.
- MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. (2009-2017). Observatorio TIC. Recuperado el 05 de 2018, de Indicadores de acceso y uso TIC: <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. (s.f.). Observatorio TIC. Recuperado el 05 de 2018, de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/>
- MINISTERIO DE TURISMO. (03 de 08 de 2018). Presentan la primera “Guía virtual de atención al turista con discapacidad”. Recuperado el 05 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/presentan-la-primera-guia-virtual-de-atencion-al-turista-con-discapacidad/>
- MINISTERIO DE TURISMO. (03 de 2018). Boletín de Turismo Marzo 2018. Recuperado el 04 de 2018

- MONTES, C., MONTILLA, O., & MEJIA, E. (2014). *Control y Evaluación de la Gestión Organizacional*. Colombia: Alfa Omega.
- MURILLO, A., PEREZ, S., & CONCUERA, T. A. (2010). *Derecho Financiero y Tributario. Parte General*. España: LEX NOVA.
- MX, E. D. (24 de 06 de 2018). *Definición MX*. Recuperado el 30 de 08 de 2018, de Definición MX: <https://definicion.mx/recursos-economicos/>
- NEL-LO, A. M., CAMPOS, B. L., & SOSA, F. A. (2015). *Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación de Desarrollo*. España: COODTUR.
- NICOLAU, R. A., & FERRER, G. V. (2010). *Contabilidad de Costos y Ejercicios Resueltos*. España: Profit.
- NYESEN, J. (2017). *Universidad y Desarrollo Social*. España: Aria de Inversión y Desarrollo, S.L.
- OCAÑA, H. R. (2012). *Dirección Estratégica de los Negocios*. Argentina: Dunken.
- OLMOS, J. L., & GARCIA, C. R. (2016). *Estructura del Mercado Turística. 2º Edición*. España: Paraninfo, S.A.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2017). Panorama OMT del Turismo Internacional. Recuperado el 04 de 2018, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- OVIEDO, A. (2018). *Como Iniciar una Empresa Comercializadora. Inicia tu Propio Negocio*. Mexico: E.Duca.
- PACHECO, C. C., & PEREZ, B. G. (2018). *El proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- PACHECO, C. C., & PEREZ, B. G. (2018). *El Proyecto inversión como Estrategia Gerencial*. Mexico: IMCP.
- PEREZ Porto, J., & MERINO, M. (2014). *Definicion.de*. Recuperado el 31 de 08 de 2018, de Definicion.de: <https://definicion.de/promocion-turistica/>

- PEREZ, J., & CARBALLO, V. (2015). *Gestion Financiera de la Empresa*. España: SIC.
- PEREZ, N. D., & BERTRAN, J. A. (2015). *Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades de Turismo y Cooperacion al Desarrollo*. California USA: Martha Nel-lo Andreu, Campos Bonnie Lucia, Sosa Ferreira Ana Priscila.
- PEREZ, S. G. (2011). *Intervencion Socio Comunitaria*. España: UNED.
- PEREZ, U. R. (2014). *Diseños de Productos y Servicios Locales UF0083*. España: Elearnig, S.L.
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017-2021. (22 de 09 de 2017). Recuperado el 04 de 2018, de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>
- POMBO Rey, J. (2014). *Tecnica Contable*. España: Paraninfo, S.A.
- Publicos, M. d. (2012). *Diccionario Terminologico de la IGAE*. España: IGAE.
- QUESADA, C. R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoria Clasificación y Actividad*. Costa Rica: EUNED.
- QUESADA, R., COTO, F., SANCHEZ, S., & FONSECA, C. (2011). *Gestion de Empresas Turisiticas Sostenibles*. Costa Rica: EUNED.
- REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. (05 de 01 de 2004). Recuperado el 05 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- REGLAMENTO GENERAL A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS. (17 de 12 de 2002). Recuperado el 05 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- RINCON, S. C. (2011). *Presupuestos Empresariales*. Colombia: ECOE.
- RIVAS, G. J., & MAGADAR, D. M. (2012). *Estuructura, Economia y Politica*. España: Septem.

- RIVAS, M. M. (2012). *Planificación Turística y Desarrollo Sostenible*. España: SPTEM.
- RODRIGUEZ, A. G. (12 de 2017). *La bioeconomía: oportunidades y desafíos para el desarrollo rural, agrícola y agroindustrial en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 08 de 06 de 2018, de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42724>
- ROMERO, T. M. (2014). *Productos, Servicios y Destino Turístico HOTG0208*. España: IC.
- SANCHEZ, M. J., & RUANO, C. (2014). *Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales HOTI0108*. España: IC.
- SANZ, M. S. (2012). *Comunidades de Práctica: El Valor de Aprender de los Pares*. España: UOC.
- SCOTT, M. (2002). *La Marca. Máximo Valor de su empresa*. Mexico: Pearson.
- SINISTERRA, V. G. (2011). *Contabilidad de Costo*. Colombia: ESOC.
- SOLORIO, S. E. (2012). *Contabilidad Financiera*. Estados Unidos: Palibrio.
- SOLORIO, S. R. (2012). *Contabilidad Financiera*. Estados Unidos: COPYRIGHT.
- SORIANO, M. (2011). *Introducción a la Contabilidad y las Finanzas*. España: Profit.
- SORIANO, C. M. (2010). *Introducción a la Contabilidad y las Finanzas*. España: Profit.
- SUAREZ, E. A. (2014). *Productos, Servicios y Destinos Turístico UF0073*. España: Elearnig, S.L.
- SUNIGA, A., DURAN, O., & GUZMAN, M. (2014). *Estudio del Arte de la Bioeconomía y el Cambio Climático*. Nicaragua: UNAN.
- TARODO, P. C., & SANCHEZ, O. (2012). *Gestión Contable*. España: Paraninfo, S.A.

- TENORIO Aguilar, R. (2018). *Macroeconomía Aplicada*. Mexico: Digital.
- TONDOLO, K. (2017). *Análisis de Factibilidad para adquisición de un Inmueble como Proyecto de Inversión*. Florida, Estados Unidos: GRIN.
- TORREJON, A. (2014). *Una Biografía Autorizada de la Comunicación Turística en Argentina. El turismo como una forma de comunicación*. Argentina: Alejandro Emilio Lara.
- TORRENEGRA, S. E. (2017). *¿Cuánta razón tiene un Cliente ? Manual Práctico de Servicio al Cliente*. Colombia: EJ Black.
- TURISMO, M. d. (24 de Junio de 2016). Reglamento de Operación e Intermediación Turística. Recuperado el 24 de Agosto de 2018, de [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis\\_REGLAMENTO\\_DE\\_OPERACION\\_E\\_INTERMEDIACION\\_TURISTICA.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf)
- TURISMO, M. d. (24 de Junio de 2016). Reglamento de Operación e Intermediación Turística. Recuperado el 24 de Agosto de 2018, de [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis\\_REGLAMENTO\\_DE\\_OPERACION\\_E\\_INTERMEDIACION\\_TURISTICA.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf)
- TURISMO, M. d. (24 de Mayo de 2016). Reglamento de Guianza Turística . Recuperado el 24 de Agosto de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- UTRERA, P. R. (2014). *Gestión de la Información y documentación Turística Local UF0081*. España: Elearning, S.L.
- VILLARAN Ara, F. (2017). *Comercialización de Productos y servicios Turísticos Locales*. España: Paraninfo, S.A.



# ANEXOS

## ANEXO 1. Encuesta dirigida a las familias del Cantón Montufar.



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN MONTÚFAR PARA EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA “BOSQUE DE LOS ARRAYANES” EN LA COMUNIDAD MONTEVERDE, PARROQUIA SAN JOSÉ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.

La presente encuesta tiene fines académicos.

1. ¿Qué actividades de recreación prefieren en su familia?
  - Deporte ( )
  - Visita de atractivos turísticos( )
  - Gastronomía ( )
  - Visitas a familiares( )
  
2. ¿Al momento de salir prefiere visitar?
 

Lugares dentro del Cantón ( )	Lugares fuera del Cantón ( )
-------------------------------	------------------------------
  
3. ¿Cuántas personas realizan actividades recreacionales en su familia?
 

1 a 3 ( )	4 a 6 ( )	6 en adelante ( )
-----------	-----------	-------------------
  
4. ¿Con que frecuencia, realizan actividades recreativas en familia?
  - Semanalmente ( )
  - Cada 15 días ( )
  - 1 vez al mes ( )
  - Cada tres meses ( )
  - Cada seis meses ( )
  - Una vez al año( )
  
5. ¿Cuánto de dinero por persona, aproximadamente destina en cada salida recreativa?
  - Hasta \$10 ( )
  - Hasta \$20 ( )
  - Hasta \$30 ( )
  - Mas de \$30 ( )
  
6. ¿En una salida recreacional, que tipo de comida prefiere?
  - Comida tradicional ( )
  - Platos a la Carta ( )

7. ¿Priorice del 1 al 5, según su interés por los siguientes lugares?
- Gruta de la Paz ( )
  - Laguna del Salado ( )
  - Bosque de los Arrayanes ( )
  - Cascada de Paluz ( )
  - Pilar de Athal ( )
8. ¿Qué servicio complementario adicional prefiere en una salida recreacional?
- Natación ( )
  - Pesca ( )
  - Paseos en bote ( )
  - Ciclismo ( )
  - Fútbol ( )
  - Vóley ( )
  - Gincanas ( )
  - Juegos tradicionales y de azar ( )
  - Excursión ( )
  - Cabalgatas ( )
  - Prácticas propias del lugar(
  - Visitas religiosas ( )
  - Transporte ( )
  - Gastronomía ( )

¡Gracias por su ayuda!



**ANEXO 2. Encuesta dirigida a los líderes de las asociaciones y encargados de los lugares turísticos del Cantón Montúfar**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS ASOCIACIONES, DE LOS LUGARES TURÍSTICO DEL CANTÓN MONTÚFAR PARA EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA “BOSQUE DE LOS ARRAYANES” EN LA COMUNIDAD MONTEVERDE, PARROQUIA SAN JOSÉ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.**

**Encuesta para oferentes**

**Nombre de la asociación**

.....  
..

**¿Qué tipo de asociación es?**

Legalmente constituida ( )

Asociación en proceso ( )

Informal ( )

**¿Cuántos años tiene la asociación?**

Hasta 1 año ( )

Entre 1 a 2 años ( )

Mas de 2 años ( )

**¿Cuál es el territorio de su radio de acción?**

Parroquia ( )

Cantón ( )

Provincia ( )

Otros ( )

**Los servicios que ofrece el atractivo turístico son:**

SERVICIOS	EXISTENCIA		PRECIO	POTENCIAL
	SI	NO		
Natación				
Paseos en bote				
Futbol				
Gincana				
Cabalgatas				
Transporte				
Pesca				
Ciclismo				
Vóley				
Excursión				
Practicas propias del lugar				
Juegos tradicionales y de azar:				
Visitas religiosas				
Gastronomía				

**¿Cuántos turistas reciben en promedio?**

Por semana ( )

### ¿Qué mes es por temporada?

Alta: De.....Hasta..... con un incremento de.....

Media: De.....Hasta..... con un incremento de.....

Baja: De.....Hasta..... con un decremento de.....

### ¿Qué días recibe mayor frecuencia de turistas?

Lunes ( )

Martes ( )

Miércoles ( )

Jueves ( )

Viernes ( )

Sábado ( )

Domingo ( )

### ¿Cuántos turistas pueden recibir con la capacidad instalada actual?

NUMERO DE PERSONAS PARA ATENDER A LOS VISITANTES	
SERVICIOS	TURISTAS ATENDIDOS
Natación	
Paseos en bote	
Futbol	
Gincana	
Cabalgatas	
Transporte	
Pesca	
Ciclismo	
Vóley	
Excursión	
Practicas propias del lugar	
Juegos tradicionales y de azar	
Visitas religiosas	
Gastronomía	

**¿Cuál considera el rango promedio de edad de los turistas?**

5-10 años ( )

10-15 años ( )

15-20 años ( )

25 años en adelante ( )

**¿Cuál es el tiempo promedio de estadía?**

1 día ( )

2 días ( )

3 días ( )

4 días en adelante ( ) **¿Cuál o cuáles son los motivos que atraen turistas al lugar?**

.....  
.....  
.....  
.....

**¿Cuáles piensa que son los lugares turísticos similares que tiene el lugar?**

Gruta de la Paz ( )

Laguna del Salado ( )

Bosque de los Arrayanes ( )

Cascada de Paluz ( )

Pilar de Athal ( )

Otro ( )

Ninguno ( )

**¿Cuáles son las fuentes por las que se dan a conocer?**

Televisión ( )

Radio ( )

Internet ( )

Publicidad impresa ( ) **¿Qué eventos importantes se realizan en el lugar?**

.....  
.....

**ANEXO 3.** Proformas extendidas por proveedores de materiales necesarios.



**PROFORMA**

10 de Agosto del 2018

**Cristina Ramirez**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VOLUMEN	VOLUMEN
1	COMPUTADOR CPU 4 Núcleos Intel Core i5 Memoria RAM 8 GB Disco Duro 1TB Windows 10 Pro Teclado y Mouse	100%	100%
			
		<b>TOTAL</b>	<b>1,000.00</b>

**CONDICIONES:**  
 DEBE SE ENTREGAR LA COMPRA  
 DEBE ENTREGAR ENTREGA

Eduardo Pizarro  
 Director de Operaciones



**PROFORMA**

10 de Agosto del 2018

**Cristina Ramirez**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VOLUMEN	VOLUMEN
1	IMPRESORA LASER Impresora láser de color con capacidad de impresión de hasta 30 páginas por minuto y capacidad de impresión de hasta 100 páginas por minuto. Incluye un año de garantía y servicio técnico. Precio de venta al público de \$771.00. Incluye un año de garantía y servicio técnico. Precio de venta al público de \$771.00. Incluye un año de garantía y servicio técnico. Precio de venta al público de \$771.00.	100%	100%
			
		<b>TOTAL</b>	<b>771.00</b>

**CONDICIONES:**  
 DEBE SE ENTREGAR LA COMPRA  
 DEBE ENTREGAR ENTREGA

Eduardo Pizarro  
 Director de Operaciones




**Y Systems**  
 COMERCIO Y SERVICIOS DE  
 EQUIPOS INFORMÁTICOS  
 Y ACCESORIOS

SAN CARLOS / CANTÓN / GUAYAS  
 PERIFONEO  
 6001008  
 ysystemscomercio@gmail.com

### PROFORMA

10 de Agosto del 2018

Credito Número

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SAMSUNG GALAXY S8 PLUS	671.00	671.00
			
		IMPORTE	671.00
		DESCUENTO	0.00
		<b>TOTAL</b>	<b>671.00</b>

**CONDICIONES:**  
 80% AL REALIZAR LA COMPRA  
 20% CONTRA ENTREGA

Servicio Post-venta  
 Servicio Pre-venta


**Y Systems**  
 COMERCIO Y SERVICIOS DE  
 EQUIPOS INFORMÁTICOS  
 Y ACCESORIOS

SAN CARLOS / CANTÓN / GUAYAS  
 PERIFONEO  
 6001008  
 ysystemscomercio@gmail.com

### PROFORMA

10 de Agosto del 2018

Credito Número

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	TELEFONO INTELIGENTE PORTATIL HP 7370B	73.80	73.80
			
		IMPORTE	73.80
		DESCUENTO	0.00
		<b>TOTAL</b>	<b>73.80</b>

**CONDICIONES:**  
 80% AL REALIZAR LA COMPRA  
 20% CONTRA ENTREGA

Servicio Post-venta  
 Servicio Pre-venta