



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO “PAILA TOLA”
UBICADO EN LA COMUNIDAD MARISCAL SUCRE, PARROQUIA GONZÁLEZ
SUÁREZ, OTAVALO, ECUADOR

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

AUTORES:

DIANA LIZETH CHICAIZA TANDAYAMO

EDISON RENÉ CUATUCUAGO RIVERA

DIRECTOR(A):

MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

Ibarra, 2021

RESUMEN EJECUTIVO

Los tipos de turismo que ofrece el Ecuador, el turismo comunitario se ha vuelto una alternativa para convivir con la naturaleza. El presente proyecto se realizó con el objetivo de Diseñar un Plan de negocios para el emprendimiento turístico “Paila Tola” ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, Parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.

En el diagnóstico situacional se desplegó el análisis actual del emprendimiento mediante el desarrollo de variables que determinó que en la comunidad “Mariscal Sucre” se encuentra en un punto favorable con respecto a los atractivos turísticos, mano de obra, servicios básicos y materia prima. Luego, en el estudio de mercado se segmentó el mercado, se determinó la oferta y la demanda, también las estrategias de comercialización y proyección de la demanda. En cuanto al estudio técnico se estableció la localización, tamaño e ingeniería del proyecto donde se analizó los servicios que ofrece el emprendimiento para determinar la capacidad instalada y los procesos de producción. Seguidamente, en el estudio financiero se demuestra la factibilidad económica mediante indicadores financieros, como el costo capital es de 15,30%, la tasa de rendimiento medio es 16,34%, el valor neto actual es de \$66.232,42, la tasa interna de retorno es de 232,93%, el costo beneficio es de 1,70%, el periodo de recuperación es de 1 año y 15 días, el punto de equilibrio en dólares que es \$14.224,03 en paquetes que se ofrecerá es de 777.

Finalmente, en el estudio organizacional se rediseñó el logotipo y el eslogan, también se describió la misión, visión, valores corporativos, políticas, objetivos estratégicos, organigrama estructural, el manual de funciones y se determinó la constitución jurídica para que garanticen el funcionamiento legal y correcto del emprendimiento.

ABSTRACT



ABSTRACT

Among the types of tourism that Ecuador offers, community tourism has become an alternative to coexist with nature. This project was carried out to design a Business Plan for the tourism venture "Païla Tola" located in the Mariscal Sucre community, González Suárez Parish, Otavalo, Ecuador.

In the situational diagnosis, the current analysis of the enterprise determined that the "Mariscal Sucre" community was in a favorable position concerning tourist attractions, labor, basic services, and raw materials. Then, in the market study, the market was segmented, supply and demand were determined, as well as marketing strategies and demand projection. Regarding the technical study, the location, size, and engineering of the project were established, where the services offered by the undertaking were analyzed to determine the installed capacity and production processes. Next, the financial study demonstrates the economic feasibility through financial indicators, such as the capital cost is 15.30%, the average rate of return is 16.34%, the current net value is \$ 66,232.42, the rate internal return is 232.93%, the cost-benefit is 1.70%, the payback period is 1 year and 15 days, the breakeven point in dollars which is \$ 14,224.03 in packages to be offered is of 777.

Finally, in the organizational study, the logo and slogan were redesigned, the mission, vision, corporate values, policies, strategic objectives, structural organization chart, the manual of functions, and the legal constitution that guarantees the legal operation of the entrepreneurship were described.

Reviewed by Victor Raúl Rodríguez Viteri

INFORME DEL DIRECTO DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los estudiantes: Diana Lizeth Chicaiza Tandayamo y Edison René Cuatucuago Rivera de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, previo a la obtención del título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO “PAILA TOLA” UBICADO EN LA COMUNIDAD MARISCAL SUCRE, PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ, OTAVALO, ECUADOR ” considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluar por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'García', with a stylized flourish at the end.

MSc. María Gabriela Arciniegas Romero

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	150097546-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Diana Lizeth Chicaiza Tandayamo		
DIRECCIÓN:	Quijos-San Francisco de Borja-Barrio "La Primavera"		
EMAIL:	dlchicaizat@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062856161	TELÉFONO MÓVIL:	0997571052

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100377833-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Edison René Cuatucuago Rivera		
DIRECCIÓN:	Otavalo-González Suárez- Comunidad "Mariscal Sucre"		
EMAIL:	ercuatucuagor@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0967330014

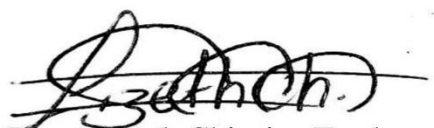
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO “PAILA TOLA” UBICADO EN LA COMUNIDAD MARISCAL SUCRE, PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ, OTAVALO, ECUADOR”
APELLIDOS Y NOMBRES:	DIANA LIZETH CHICAIZA TANDAYAMO EDISON RENÉ CUATUCUAGO RIVERA
FECHA:	04 de noviembre del 2020
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE SE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente investigación 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.

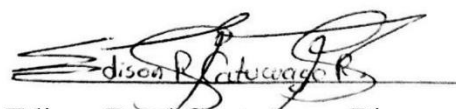
Ibarra, a los 12 días del mes de julio de 2021.

AUTORES:



Diana Lizeth Chicaiza Tandayamo

C.I. 150097546-9



Edison René Cuatucuago Rivera

C.I. 1003778337

DEDICATORIAS

A mis padres, quienes han sido mi mayor motivo para luchar por mis sueños, siempre me han brindado su apoyo incondicional tanto económicamente como emocional.

Diana Chicaiza

Este trabajo dedico a mis padres y hermano que tuvieron paciencia en mi tiempo de formación profesional, sin ellos no lo hubiese logrado.

Edison Cuatucuago

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme el regalo más preciado que es la vida y una hermosa familia con la que he compartido los momentos más espectaculares de mi existencia.

A mis padres que a pesar de las dificultades jamás han dejado de apoyarme, aconsejarme y creer en mí.

Agradezco a mis hermanas/os quiénes me han brindado su apoyo incondicional, sus palabras de aliento han sido tan importantes para mí, sentir que alguien cree en mí y en mis sueños.

Diana Chicaiza

Agradezco a mi familia por su apoyo económico y moral, sus palabras me dieron fuerzas para seguir con mis estudios cuando me daba por vencido.

Agradezco a mi esposa por darme ánimos, motivos y ayuda en los momentos más difíciles.

Edison Cuatucuago

PRESENTACIÓN

En los Objetivos se plasma lo que se quiere conseguir al final del desarrollo del trabajo, para lo cual se debe establecer en función de que sean alcanzables y que contribuyan al emprendimiento **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO “PAILA TOLA” UBICADO EN LA COMUNIDAD MARISCAL SUCRE, PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ, OTAVALO, ECUADOR”** de manera positivas generando desarrollo y crecimiento.

CAPÍTULO I: Fundamentación teórica, se va a enfocar los temas que se van a utilizar las comprender y sustentar el trabajo a desarrollar, su importancia se fundamenta en dar a conocer a profundidad lo que se va a realizar, pero con bases y fundamentos que da más validez al trabajo de investigación. Los conceptos permiten al lector comprender y entender de mejor manera el trabajo a desenvolver, los temas son en función al tema.

CAPÍTULO II: Procedimientos metodológicos, se detalla los métodos utilizados para obtener información que permitirán ejecutar el trabajo de manera que proporcione datos en que sustentan su propuesta, por lo cual también da credibilidad, es importante el tipo de investigación que sea más apropiado y se ajuste a la indagación de igual forma las técnicas e instrumentos que facilitaran obtener datos oportunos y veraces y seguros y confiables, que permitan desarrollan las variables más idóneas para llegar a resultados reales y esperados.

CAPÍTULO III: Diagnóstico, se da a conocer los aspectos ideológicos que tiene el emprendimiento, la parte analítica que hace uso, los recursos humanos, económicos y materiales que hacen uso en la actualidad y fundamentar las variables a desarrollar.

CAPÍTULO IV: Propuesta, en base a los diferentes estudios como es de mercado, técnico, financiero y organizacional, que son esenciales para demostrar la situación del

emprendimiento en dichos aspectos permitirán establecer las alternativas de solución posibles que pueden ser aplicables en el emprendimiento para generar beneficios presentes y futuros, y por lo consiguiente validar el trabajo desarrollado.

CAPÍTULO V: Validación, detalla cómo se da credibilidad al trabajo desarrollar mediante evaluaciones que permiten calificar a la presentación del documento, las preguntas efectuadas, los estudios realizaos, las variables para que la investigación sea la deseada y cumpla los objetivos propuestos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
ABSTRACT	III
INFORME DEL DIRECTO DE TRABAJO DE GRADO	IV
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	V
DEDICATORIAS.....	VII
AGRADECIMIENTOS	VIII
PRESENTACIÓN	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	XXI
SIGLAS Y ABREVIATURAS	XXIV
INTRODUCCIÓN.....	XXVI
JUSTIFICACIÓN.....	XXIX
Objetivo General:.....	XXXI
Objetivos específicos:	XXXI
CAPÍTULO I.....	32
1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	32
1.2 OBJETIVO.....	32
1.3 Estudios Académicos y Científicos del Problema de Investigación.	32
1.3.1 Turismo comunitario	32
1.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE PROCEDIMIENTOS	36
Tipo de investigación	36
Métodos.....	36
Tipo de muestreo.....	37
Técnicas e instrumentos	37
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL DIAGNÓSTICO.	38
Diagnóstico situacional	38
1.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA.....	40
Plan de negocios.....	40
Estructura del plan de negocios.....	40
1.7. Estudio de Mercado.....	41

1.8. Estudio Técnico.....	45
1.9. Estudio Financiero.....	49
1.10. Estudio Organizacional	57
CAPITULO II.....	61
2.1. Procedimientos metodológicos	61
2.2. Objetivo.....	61
2.3 Tipos de investigación.	61
2.3.1 Descriptivo	61
2.4. Métodos.....	62
2.4.1 Método deductivo.....	62
2.4.2. Método inductivo	63
2.4.3. Método histórico	63
2.5 Tipo de muestreo.....	64
2.6. Técnicas e Instrumentos.....	65
2.6.1 Encuesta:	66
2.6.2 Entrevista:.....	66
2.6.3 Investigación documental.....	66
CAPÍTULO III	70
3.1. Diagnóstico	70
3.2. Objetivo.....	70
3.3. Desarrollo de Variables.....	71
3.3.1. Variable geográfica	71
3.3.2. Variable Demográfica	76
3.3.3. Variable Político – legal.....	78
3.3.4. Variable Económica	86
3.3.5. Variable Socio – Cultural.....	97
3.3.6. Sector Turístico	102
3.3.7. Análisis interno	106
3.4. Análisis de la información	120
3.5. Conclusión Diagnóstica	121
CAPÍTULO IV	125
4.1. Propuesta.....	125

4.2. Objetivo.....	125
4.3. ESTUDIO DE MERCADO	126
4.3.1. Objetivo del estudio de mercado	126
4.3.2. Segmentación del Mercado	127
4.3.3. Mercado Potencial.....	129
4.3.4. Cálculo de la Muestra.....	129
4.3.4. Aplicación del Instrumento, Tabulación, análisis e interpretación de resultados de la encuesta	130
4.3.5. Aplicación y análisis de resultados de entrevista	149
4.3.6. Demanda.....	154
4.3.7. Oferta.....	156
4.3.8. Balance Demanda - Oferta	157
4.3.9. Análisis de Precios	158
4.3.10. Estrategias de Comercialización	164
4.3.11. Identificación y proyección de la demanda objetivo.....	168
4.3.12. Conclusiones del Estudio De Mercado	169
4.4. ESTUDIO TÉCNICO	170
4.4.1. Objetivo del estudio técnico.....	170
4.4.2. Localización del Proyecto	170
4.4.3. Tamaño del Proyecto.....	174
4.4.4. Ingeniería del Proyecto.....	180
4.4.5. Inversión del proyecto.....	186
Costos y gastos en personal.....	198
Gastos de ventas	200
4.4.6. Conclusiones del estudio técnico	211
4.5. ESTUDIO FINANCIERO	213
4.5.1. Objetivo del estudio financiero	213
4.5.2. Situación Económica Actual	213
4.5.3. Información económica con la propuesta.....	225
4.5.4. Evaluación Financiera	240
4.5.4.8. Resumen de la evaluación financiera	247
4.5.5. Análisis comparativo de escenarios económicos	248
4.5.6. Análisis de Sensibilidad	249

4.5.6. Conclusiones de la evaluación financiera	250
4.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	252
4.6.1. Objetivo del estudio organizacional.....	252
4.6.2. La empresa	253
4.6.3. Constitución Jurídica.....	273
CAPÍTULO 5	277
5. Validación.....	277
5.1. Objetivo de la validación	277
5.2. Equipo de trabajo	277
5.3. Metodología de verificación	278
5.3.1. Factores para validar	278
5.3.2. Método de calificación	279
5.3.3. Rango de interpretación	280
5.4. Resultados	281
CONCLUSIONES	286
RECOMENDACIONES	288
BIBLIOGRAFÍA	289
Anexo 1. Formato de la encuesta.....	299
Anexos 2: Trabajo de campo	305
Anexo 4: Crédito con la banca pública.....	307
Anexo 5: Informe de Urkund.....	308
Anexo 6: Informe Urkund	309

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	64
Tabla 2	68
Tabla 3	72
Tabla 4	75
Tabla 5	77
Tabla 6	100
Tabla 7	109
Tabla 8	110
Tabla 9	120
Tabla 10	121
Tabla 11	128
Tabla 12	131
Tabla 13	150
Tabla 14	155
Tabla 15	156
Tabla 16	157
Tabla 17	157
Tabla 18	158
Tabla 19	159
Tabla 20	160
Tabla 21	161
Tabla 22	162
Tabla 23	163

Tabla 24	163
Tabla 25	168
Tabla 26	175
Tabla 27	175
Tabla 28	176
Tabla 29	177
Tabla 30	177
Tabla 31	179
Tabla 32	179
Tabla 33	180
Tabla 34	187
Tabla 35	187
Tabla 36	188
Tabla 37	188
Tabla 38	189
Tabla 39	189
Tabla 40	190
Tabla 41	190
Tabla 42	191
Tabla 43	191
Tabla 44	192
<i>Tabla 45</i>	193
<i>Tabla 46</i>	193
Tabla 47	193

Tabla 48.....	194
Tabla 49.....	194
<i>Tabla 50</i>	195
Tabla 51.....	195
Tabla 52.....	196
Tabla 53.....	196
Tabla 54.....	197
Tabla 55.....	197
Tabla 56.....	197
Tabla 57.....	198
Tabla 58.....	199
Tabla 59.....	199
Tabla 60.....	200
Tabla 61.....	201
Tabla 62.....	201
Tabla 63.....	203
Tabla 64.....	203
Tabla 65.....	204
Tabla 66.....	204
Tabla 67.....	205
Tabla 68.....	205
<i>Tabla 69</i>	206
Tabla 70.....	206
Tabla 71.....	207

Tabla 72	208
Tabla 73	209
Tabla 74	210
Tabla 75	210
Tabla 76	211
Tabla 77	214
Tabla 78	215
Tabla 79	217
Tabla 80	217
Tabla 81	218
Tabla 82	219
Tabla 83	220
Tabla 84	220
Tabla 85	221
Tabla 86	221
Tabla 87	222
Tabla 88	223
Tabla 89	224
Tabla 90	225
Tabla 91	227
Tabla 92	228
Tabla 93	229
Tabla 94	229
Tabla 95	230

Tabla 96.....	231
Tabla 97.....	231
Tabla 98.....	232
Tabla 99.....	232
Tabla 100.....	233
Tabla 101.....	234
Tabla 102.....	234
Tabla 103.....	235
Tabla 104.....	236
Tabla 105.....	237
Tabla 106.....	238
Tabla 107.....	239
Tabla 108.....	240
Tabla 109.....	242
Tabla 110.....	243
Tabla 111.....	244
Tabla 112.....	245
Tabla 113.....	247
Tabla 114.....	247
Tabla 115.....	249
Tabla 116.....	249
Tabla 117.....	261
Tabla 118.....	264
Tabla 119.....	266

Tabla 120	271
Tabla 121	278
Tabla 122	278
Tabla 123	280
Tabla 124	280
Tabla 125	282
Tabla 126	283
Tabla 127	284
Tabla 128	285

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Determinación de la demanda insatisfecha	43
Figura 2. Producto Interno Bruto Trimestral	87
Figura 3. Inflación mensual del Ecuador.....	88
Figura 4. Evolución del salario básico unificado	89
Figura 5. Evolución de la tasa de pobreza.....	90
Figura 6. Sectores comerciales	92
Figura 7. Actividades en internet.....	93
Figura 8. Principales fuentes de los compradores	94
Figura 9. Medios de pagos de las compras.....	95
Figura 10. Medios de información por la realización de compras.	96
Figura 11. Orden de los medios para recibir información de las compras.	96
Figura 12. Turismo comunitario Paila Tola.....	107
Figura 13. Organigrama.....	111
Figura 14. Plano de la planta alta de la infraestructura del emprendimiento	112
Figura 15. Plano de la parte baja de la estructura del emprendimiento.....	115
Figura 16. Página de Facebook.....	116
Figura 17. Información estadística de la página.....	117
Figura 18. Información de la página.....	117
Figura 19. Publicación de la página.....	118
Figura 20. Hábito de salir de turismo	132
Figura 21. Hábito de compañía en los viajes.....	133
Figura 22. Hábito de frecuencia	133
Figura 23. Tipo de turismo	134

Figura 24. Sitios más visitados.....	135
Figura 25. Tiempo de viaje.....	136
Figura 26. Turismo comunitario.....	137
Figura 27. Turismo comunitario en Otavalo	137
Figura 28. Turismo comunitario más visitado.....	138
Figura 29. Servicios requeridos.....	139
Figura 30. Calificación del servicio.....	140
Figura 31. Motivos de la atención satisfactoria.....	140
Figura 32. Motivos de la atención insatisfactoria.....	141
Figura 33. Motivo de no visitar los emprendimientos de turismo comunitario	142
Figura 34. Aceptación de la propuesta	143
Figura 35. Aceptación de precios	144
Figura 36. Servicios más requeridos.....	145
Figura 37. Servicio adicional.....	146
Figura 38. Aspectos más importantes.....	147
Figura 39. Aceptación de acceder al servicio mediante reserva.....	148
figura 40. Medio de publicación.....	148
Figura 41. Macrolocalización.....	171
Figura 42. Microlocalización.....	173
Figura 43. Mapa de procesos.....	183
Figura 44. Diagrama de flujo del servicio turístico	185
Figura 45. Isologo de Paila Tola.....	254
Figura 46. Organigrama de Paila Tola.....	256
Figura 47. Flujograma de la Planificación estratégica	263

Figura 48. Flujograma de los procesos de restaurante.....	265
Figura 49. Flujograma de procesos de hospedaje.....	267
Figura 50. Flujograma de proceso de recorrido.....	269
Figura 51. Flujograma de gestión de adquisición de la materia prima.....	272
Figura 52. Infraestructura del Emprendimiento Paila Tola	305
Figura 53 Instalaciones del emprendimiento.....	306
Figura 54. Instalaciones del emprendimiento.....	306
Figura 55. Tabla de amortización	307
Figura 56. Informe de Urkund.....	308
Figura 57. Urkund.....	309

SIGLAS Y ABREVIATURAS

SIGLAS	SIGNIFICADO
AOOR	Amenazas, Oponentes, Oportunidades y Riesgos
ART	Artículo
BCE	Banco Central del Ecuador
BM	Banco Mundial
C/B	Costo-Beneficio
CECE	Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico
CGA	Costos y Gastos Anuales
CF	Costo Fijo
CIF	Costos Indirectos de Fabricación
COVID	Corona, Virus, Disease (Enfermedad)
CVU	Costo Variable Unitario
CTC	Centro de Turismo Comunitario
FODA	Fortalezas, oportunidades, Debilidades y Amenazas
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
ICT	Inversión de Capital de Trabajo
IPC	Índice de Precios al Consumidor
IEPS	Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
MEED	Mercados Emergentes y las Economías en Desarrollo
MINTUR	Ministerio de Turismo
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medias Empresas
MOD	Mano de Obra Directa
MOI	Mano de Obra Indirecta
MPD	Materia Prima Directa

MPI	Materia Prima Indirecta
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
NIC	Norma Internacional de Contabilidad
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Operación Mundial de Turismo.
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
PRI	Período de Recuperación de la Inversión
PD y OT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
PE	Punto de Equilibrio
PEA	Población Económicamente Activa
PEST	Político, Económico, Social y Tecnológico
PIB	Producto Interno Bruto
PU	Precio Unitario
RISE	Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano
RNE	Registro Nacional de Emprendimiento
RUC	Registro Único de Contribuyente
SAS	Sociedad por Acciones Simplificadas
SBU	Salario Básico Unificado
SRI	Servicio de Rentas Internas
SECTUR	Secretaria de Turismo
SEPS	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
TIR	Tasa Interna de Retorno
TMAR	Tasa de Rendimiento Medio
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura
UPC	Unidad Policial Comunitaria
VAB	Valor Agregado Bruto
VAN	Valor Actual Neto

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

En el Ecuador las pequeñas comunidades rurales comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales. Algunas comunidades indígenas se han dado cuenta que con el turismo pueden generar mayores recursos y han decidido abrir sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única.

En la parroquia González Suárez, del cantón Otavalo se encuentra la comunidad “Mariscal Sucre”, es un lugar en el cual la población tiene como actividades económicas la agricultura (cultivo de las fresas, maíz, papas, trigo y cebada) y la ganadería como ingresos independientes con estas acciones generando empleo a pobladores del mismo sector y de las comunidades aledañas, y cierta parte de la población trabajan en empresas florícolas ubicadas en el cantón Cayambe y Tabacundo.

La comunidad cuenta con varios lugares turísticos atractivos con historias tradicionales y culturales que han sido enfocados para generar actividades turísticas. Además, se encuentra ubicado en un lugar en donde se puede visualizar sectores atractivos como: la Laguna de San Pablo y el nevado de Cayambe.

En la actualidad existe un emprendimiento familiar de turismo comunitario “Paila Tola”, que se ha creado con el fin de aprovechar los lugares turísticos de la zona con múltiples servicios, como el hospedaje, rutas turísticas, leyendas y vestimentas tradicionales. Este emprendimiento se crea como una alternativa de generar ingresos entre familias, amigos y vecinos, aprovechando los recursos favorables de la Comunidad “Mariscal Sucre”.

Descripción del problema

En el emprendimiento turístico “Paila Tola” mediante el análisis interno se evidencia que existe un inadecuado manejo del negocio por escaso conocimiento técnicos de los socios para la administración de la actividad turística, este se debe a algunos factores importantes que no son tomados en cuenta, como: Orientación organizacional, análisis de mercado, estrategias de comercialización de servicios, estudio técnico y el estudio financiero. Cabanilla (2018) refiere que el turismo comunitario seguirá enfrentando problemas como: conectividad, escasez de servicios básicos, diversificación de oferta, falta de capacitación en operación turística y en mercadeo, poco manejo de idiomas extranjeros, insuficiente profesionalización del personal entre otros.

En el emprendimiento turístico “Paila Tola”, no cuentan con misión, visión, organigrama, políticas y valores en la entidad lo que ha provocado una desorientación en el enfoque de las actividades. No tener una filosofía corporativa no tiene la noción del ser de la empresa. Según (Viñarás et al., 2015) la filosofía empresarial intenta mostrar cómo está formada la empresas, que perspectivas tiene y que principios y valores aplican para lograr las metas.

Por otro lado, no existe un enfoque claro del análisis del mercado, esto se debe a que el emprendimiento no ha segmentado el mercado y por este motivo no se ha desarrollado estrategias de comercialización. Esto genera poca clientela y bajas ventas de servicios de turístico. Según (Rizo Mustelier et al., 2017) la comercialización permite a la empresa generar recurso siempre y cuando sea manejada de una manera adecuada considerando cuándo, dónde, a quién y cómo vender el producto o servicio y que satisfaga las necesidades del consumidor.

Otra de las causas que se ha podido determinar es que no manejan un estudio financiero lo que no les permiten conocer los movimientos económicos que se realizan y por ende la información que refleja ocasiona que la toma de decisiones no sea la correcta, según (Rizo Mustelier et al., 2017) La contabilidad es llevar los procesos de registros de los movimientos de forma adecuada que proporcione información que pueda ser interpretada por los usuarios tanto internos como externos para que las decisiones que tomen sean en beneficio de la entidad y se genere crecimiento , aumento de la rentabilidad y estabilidad económica.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el turismo se ha determinado como una nueva alternativa económica rentable, que genera fuentes de empleo, para la situación actual del país es un aspecto positivo este tipo de negocios. El turismo comunitario es realizado en sectores nativos con una variedad de atractivos turísticos, pero el desarrollo de los mismo requiere bases económicas que les permitan llevar a cabo sus ideales de negocio a la cima. Según (Rodas et al., 2015) el turismo y la comunidad deben formar un frente común y así enfrentar el desafío de una oferta turística competitiva, donde la percepción del visitante será el factor determinante para la rentabilidad, estabilidad, desarrollo y crecimiento económico de una comunidad.

Por tal motivo, el presente trabajo de investigación se basa en ayudar a mejorar la situación actual para el emprendimiento de turismo comunitario “Paila Tola”, mismo que diseñará un plan de negocios en una empresa en marcha con el fin de ayudar a resolver las deficiencias. Según (Agila Maldonado et al., 2018) el plan de negocios es una guía para que el negocio plasme objetivos y actividades alcanzables y se determine los recursos que se van a requerir para llegar a la meta para que el negocio tenga aceptación y crecimiento, también se establecen las estrategias a realizar para que las actividades se desarrollen de manera correcta evitando desviaciones y si esto se produce tomar acciones correctivas para que se retome el camino correcto.

En el emprendimiento “Paila Tola” los iniciadores de esta iniciativa manejan el negocio de una manera empírica. No aplican una estructura de plan de negocio que es fundamental para que el negocio tenga mejor manejo. Según (Olivo Olivo & Avendaño Fajardo, 2019) El plan de negocios puede terminar la continuidad o fracaso del negocio puesto que considera

varios aspectos para determinar si el negocio será rentable como por ejemplo los recursos tanto materiales, maquinaria, humanos y económicos, realiza análisis del mercados.

El plan de negocio permitirá al emprendimiento mejorar su situación actual generando un fortalecimiento, crecimiento y desarrollo tanto económico como organizacional mismo que se reflejará en el uso de los recursos, nivel de ventas y por consiguiente la rentabilidad.

Objetivo General:

Diseñar un Plan de negocios para el emprendimiento turístico “Paila Tola” ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, Parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.

Objetivos específicos:

- ✓ Fundamentar la investigación con bases teóricas y científicas que permitan sustentar la propuesta del plan de negocio del emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola.
- ✓ Determinar los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos a ser utilizados para la obtención de información para el diseño de un plan de negocios para el emprendimiento turístico “Paila Tola” ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, Parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.
- ✓ Elaborar un diagnóstico situacional considerando las variables que tienen relación con el desarrollo de un plan de negocios para el emprendimiento de turismo comunitario con fin de reconocer la factibilidad de la propuesta.
- ✓ Determinar la viabilidad de mercado, técnica, financiera y organizacional de la propuesta del plan de negocios en el emprendimiento turístico comunitario “Paila Tola”, ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.
- ✓ Validar el plan de negocios para el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola en la parroquia Mariscal Sucre, cantón Otavalo, provincia de Imbabura mediante la aplicación de una metodología para determinar el grado de factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En este capítulo los temas que se desarrollan son aquellos que tienen relación directa con la investigación y que contribuirá con bases teóricas y conceptuales durante todo el proceso investigativo permitiendo a los lectores tener una idea clara del procedimiento del trabajo.

La importancia del presente capítulo es que se investigará varios temas y conceptos que dan direccionamiento al manejo técnico de un emprendimiento en desarrollo, mediante un plan de negocios para dar directriz a sus funciones y poder comparar la situación del emprendimiento con la realidad de los demás negocios similares en marcha.

Para la investigación se abordarán estudios académicos, científicos y actividades del turismo comunitario que sustentan de la presente propuesta.

1.2 OBJETIVO

- Fundamentar la investigación con bases teóricas y científicas que permitan sustentar la propuesta del plan de negocio del emprendimiento de turismo comunitario “Paila Tola”.

1.3 Estudios Académicos y Científicos del Problema de Investigación.

1.3.1 Turismo comunitario

La presente propuesta se enmarca en el ámbito turístico, es pertinente en un primer momento abordar la situación del turismo comunitario en países en desarrollo, que dejará reconocer su situación e identificar la problemática que afecta a este tipo de emprendimiento.

El turismo comunitario aparece en los países en vías de desarrollo, por los sitios rurales que poseen, para integrarse con el nombre de turismo comunitario como una nueva actividad económica en las comunidades. Según los autores Palomino, Gasca y López (2016) dicen que “Es relativamente reciente y se remonta a la década de los ochenta del siglo XX y surge en países de menor desarrollo de América Latina, África y Asia” (p. 11).

Hacer turismo comunitario, se creó con el enfoque de mejorar las condiciones de vida de las personas que habitan en las comunidades, mediante la conservación de aspectos culturales y preservación del medio ambiente en su mayor estado natural. “Hablar de una nueva modalidad de la actividad turística, el llamado turismo alternativo que se caracterizaba por tener a la naturaleza como destino y porque implicaba una actitud más activa del turista y una creciente preocupación por el bienestar de las poblaciones locales”(Palomino, Gasca y López, 2016, p.11-12).

Este modelo del turismo comunitario enmarcado en un sector turístico se reconoce en Ecuador, mismo que ofrece una gran variedad de lugares tradicionales y atractivos para los turistas nacionales e internacionales. Estas propuestas según Mullo, Vera y Guillén (2019) afirman que: “Las experiencias locales agrupan iniciativas que ha convertido al turismo comunitario en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito las demandas del mundo actual” (p. 179).

En Ecuador el turismo comunitario constituye una importante área estratégica del sector rural que dinamiza la economía local, genera empleos, protege los recursos naturales y la

defensa de los territorios. Según Domínguez (2020) “El turismo generaba más de 600.000 empleos, pero ante la crisis sanitaria, apenas se ocupa el 3% del servicio turístico” (párrafo 1), generando desempleo masivo y la paralización económica de la actividad de este sector.

La baja introducción de la cadena turística se ve como un problema en las comunidades por el desconocimiento en el manejo del emprendimiento turístico. Según Mullo (2018) “La oferta y la demanda de sus productos son limitados, obteniendo mayor beneficio el sector privado y no los propios agentes del turismo comunitario” (p.20).

Uno de los obstáculos que tiene la iniciativa del emprendimiento turístico es el problema económico ya que los emprendedores carecen de recursos financieros propios. Así, esta insuficiencia financiera no les permite realizar inversiones para gestionar de manera adecuada sus iniciativas, el trabajo para llegar al turismo comunitario está enmarcado en el esfuerzo en conjunto (Vera, 2016).

Según lo que menciona Pérez (2016) respecto al turismo comunitario a nivel general se destaca como un: “lugar privilegiado para entrever las vinculaciones de las realidades locales con el marco global”. Adicionalmente, una realidad que menciona en este estudio, pero con la realidad actual que menciona la Organización Mundial de Turismo señala OMT (2020) que:

El brote mundial de COVID-19 ha llevado al mundo a su paralización, y el turismo ha sido el más afectado de todos los grandes sectores económicos. En un marco de incertidumbre exacerbada, contar con información actualizada y fiable es más importante que nunca, tanto para los turistas como para el sector.

En el país generar fuentes de ingresos se ha convertido en una de las actividades primordiales debido a que encontrar vacantes de empleo es una situación complicada, el desempleo ha tenido una tendencia alcista. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2019) “la tasa de desempleo en marzo es 4.6%, de junio 4.4%, septiembre 4.9% y diciembre es 3.8%”. Estos datos tienden a subir en el año 2020 por la Pandemia del Covid-19 que sufre el Ecuador. Según, Diario El Comercio (Prado, 2020, párrafo 2) “Se hace unos cálculos entre 300 y 400 millones de dólares mensuales que perderá el país mientras dure la suspensión de actividades turísticas por el coronavirus”. Lo que ha provocado cierres de algunos negocios de ambientes turísticos y por consiguiente se ha producido el desempleo.

Existe la falta de preparación y capacitación técnica, financiera, administrativa y de mercado en la mayoría de los emprendimientos turísticos comunitarios para el manejo del negocio. Cabanilla (2018) refiere que:

El turismo comunitario seguirá enfrentando problemas como: conectividad, escasez de servicios básicos, diversificación de oferta, falta de capacitación en operación turística y en mercadeo, poco manejo de idiomas extranjeros, insuficiente profesionalización del personal entre otros.

1.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE PROCEDIMIENTOS

Tipo de investigación

El tipo de investigación permite especificar los procedimientos a utilizar para obtener información necesaria para el desarrollo de investigación para lo cual se va a considerar como base el libro de Metodología de Investigación de Hernández, Fernández, Baptista (2014), el cual manifiesta que una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis (o no se establecieron debido a la naturaleza del estudio), el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de contestar las preguntas de investigación, además de cumplir con los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio. (p.128)

Métodos

Los métodos por investigar son aquellos que permitan recabar información y como base se considera el libro que muestra la importancia de los métodos dentro de la indagación y la variedad de métodos que serán empleados para la investigación. Según Caballero (2011) afirma que el método general de investigación científica como mega orientación, como gran vía, engloba una serie de orientaciones o estrategias menores, y enfoques o perspectivas que pueden ser necesarios, útiles o convenientes en las diferentes investigaciones concretas. (p.83)

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo determina la muestra a la cual se debe aplicar el instrumento de investigación, para esta sección se va a considerar el aporte de Naresh (2008) que manifiesta que la realización del proceso de muestreo requiere una especificación detallada de cómo se llevará a cabo las decisiones de muestreo relacionadas con la población, el marco de muestreo, la unidad de muestreo, las técnicas de muestreo y el tamaño de la muestra. (p.340). El cual presenta información el proceso de muestreo que se acople a la investigación a realizar.

Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de las técnicas de investigación se toma como base los siguientes autores Caballero (2011) y Baena (2017), los cuales presentan técnicas e instrumentos de recolección de información. Según Baena (2017) menciona que “las técnicas se vuelven respuestas al “cómo hacer” y permiten la aplicación del método en el ámbito donde se aplica y los instrumentos son los apoyos que se tienen para que las técnicas cumplan su propósito” (p.69).

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL DIAGNÓSTICO.

Diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional permite establecer el contexto pasado, actual y futuro del entorno en el cual se desarrollará el Plan de negocios. “La explicitación y presentación del diagnóstico en un documento no es sólo descriptiva, sino que también es explicativa y pronosticaría”(Vallejos, 2008, p.13).

Análisis PEST

Herramienta que ayuda a obtener información sobre el entorno que permitan determinar los aspectos positivos y negativos que afectan al desarrollo del emprendimiento. Jaramillo (2009) sostiene que: “El modelo PEST es una herramienta muy útil para estudiar los factores de los que dependen el crecimiento o el declive de los mercados, y ofrece valiosas informaciones para el posicionamiento, el potencial y el rumbo a adoptar por los negocios” (p.3).

Factores Políticos y Legales

El factor político legal son acciones legales y legislativas de regulación por parte del gobierno mediante sus diferentes entidades de control, que pueden ser limitantes u oportunidades para el desarrollo del proyecto. “Integra los factores administrativos, legales y reguladores dentro de los cuales la empresa debe operar ya sean estos restrictivos para la empresa o favorables a la misma” (Zorita, 2015, p.36-37).

Factores Económicos

Los indicadores económicos dependen del sector en la que se desarrolla una actividad económica, mismos que tendrán repercusiones de forma notable, ya sea en el poder adquisitivo de los clientes y la capacidad económica del negocio.

Existen multitud de factores económicos influyentes en el entorno de una sociedad, pero no todos tienen un impacto relevante sobre la actividad del sector, por lo tanto, la sociedad deberá escoger aquellos cuya evolución puede resultar útil, ejemplos de factores: Evolución del PIB y del ciclo económico, demanda del producto, el empleo, la inflación. (Martínez y Milla, 2018, p.5)

Factor Social y demográfico

El factor social se enfoca en mostrar los comportamientos, costumbres, preferencias, necesidades de la sociedad e influencias en el momento de adquirir un bien o servicio del mercado. Según Dongo (2014) dice que: “Tienen que ver con las tradiciones culturales educativas que varían de una sociedad para otra. También se refieren a las interacciones sociales entre dos o más individuos, cuando se oponen, colaboran, discuten, entran en acuerdo, etc” (p.230).

Factor Tecnológico

La tecnología es un gran apoyo en la producción de un bien o servicio debido a las contantes innovaciones y avances, permite que puedan ofrecer productos innovadores y de esta forma ser más competitivos. “Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se producen y se entregan al usuario final. Las

innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes”
(Martinez y Milla, 2018,)

1.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

Plan de negocios

Elaborar un plan de negocios con ideas ordenadas y sistemáticas que permitan alcanzar objetivos, es de gran importancia debido a que sin una estructura no se puede tener un direccionamiento adecuado, y por tal motivo es importante elaborar un plan de negocios que plasme todas las tareas a efectuar para alcanzar las metas propuestas. Para la formulación del plan de negocios para el emprendimiento de turismo comunitario “Paila Tola” se toma en consideración el libro de Plan de negocios de Weinberger (2009) que dice: “El plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos” (p.33).

Estructura del plan de negocios

Como estructura para desarrollar la propuesta de diseño del Plan de negocios se considera como base el libro (Rodríguez, 2018) de su obra de Formulación y evaluación de proyectos de inversión que dice:

El plan toma forma cuando se realiza un estudio de mercado que investiga la viabilidad de la demanda por parte de la sociedad a la que se pretende dirigir el bien o servicio; así

como de un estudio técnico que determina la posibilidad de producir dicho bien o servicio y la elaboración de estados financieros proforma. (p.15)

1.7. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como función principal recopilar información para lanzar un bien o servicio al mercado, con el fin de atender los gustos y expectativas de los clientes. Es importante conocer si existe mercado que adquiera el bien o servicios a ofrecer puesto realizar empíricamente puede ocasionar que el mercado no está dispuesto a comprar el producto como referencia se considera lo que menciona Rodríguez (2018) en su libro Formulación y evaluación de proyectos de inversión, que el estudio de mercado es:

Un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta.

El punto de partida lógico para la formulación y el análisis de todos los proyectos de inversión es el estudio de mercado. (P.27)

Para desarrollar el estudio de mercado se considera con siguientes ítems.

Segmentos de mercado

Segmentar el mercado consiste en especificar cuáles serán los clientes potenciales a los que se va a enfocar el producto turístico, siempre es indispensable segmentar y manejar el grupo específico al cual se va a ofertar el producto. Según Greg Balanko-Dickson (2008) menciona que: “Usted puede crear un segmento de mercado si identifica variables específicas y después establecer un nicho de mercado con base en esos criterios” (p.45).

Población/universo

Luna (2016) afirma que en la investigación de mercado es básico identificar de manera integral la demanda, que se ubica en una población o universo y que representa la oportunidad para poder competir. La población puede ser en cuanto a su ámbito o cobertura, o nivel:

- ✓ Local, delegacional, colonia o barrio.
- ✓ Municipal
- ✓ Estatal
- ✓ Nacional
- ✓ Internacional (p.84).

Demanda potencial

“Aquella que representa las necesidades de un mercado pero que no se tiene la certeza de poder traducirse en compra por varias razones, como que no se tiene dinero para ello, los gustos son diferentes o no es prioritario en el momento” (Carbonel, 2016).

Demanda efectiva

“Aquella parte de la demanda potencial que se concreta en ventas porque existe la voluntad de comprar y el poder de compra suficiente. Representa la cantidad de bienes y/o servicios adquirida a un precio y periodo determinados” (Carbonel, 2016, p.80).

Análisis de la demanda

El consumidor o cliente es el principal actor en el desarrollo de un emprendimiento puesto que debe responder a las necesidades del consumidor. Según Moreno (2016) dice que: “La búsqueda de información se debe centrar en dos aspectos: la función demanda y la cantidad

demandada. La función demanda refleja el comportamiento que tienen los consumidores frente al precio de un producto o servicio” (p.109).

Análisis de la oferta

El análisis de la oferta busca dar a conocer los diferentes oferentes que existen y que productos promocionan en el mercado. “El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición. del mercado un bien o un servicio”(Baca, 2006, p.56).

Demanda actual insatisfecha (DI)

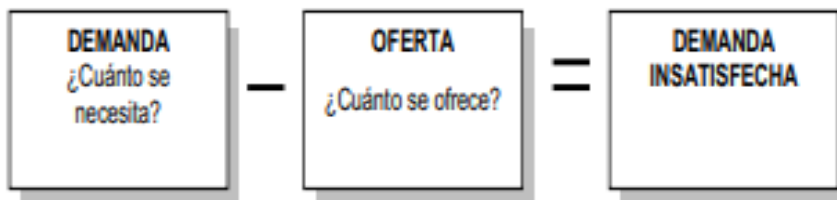


Figura 1. Determinación de la demanda insatisfecha

Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada (Andía 2014, p.49).

Análisis de precios

Los precios tienen gran incidencia al momento de adquirir un producto, por lo cual es necesario establecer un valor de acuerdo con la capacidad de adquisición de nuestra demanda efectiva. Weinberger (2009) manifiesta que: “La lista de precios se fijará en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la percepción de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario” (p.71).

Análisis de Comercialización

En el proceso de comercialización se establece el producto a ofertar en el mercado, el lugar o plaza donde se vender el producto, estableciendo precios que sean acorde a la capacidad adquisitiva de la demanda y las promociones que permitan que el producto sea más comercializado en el mercado a diferencia de la competencia. Weinberger (2009) dice que: “La mezcla de marketing se utiliza para posicionar los productos o servicios en el mercado objetivo. La mezcla de marketing se define como las 4 P11: producto y servicio, precio, promoción y plaza” (p.70).

Producto

“La cuestión clave aquí es que el producto realmente satisfaga las necesidades de los consumidores y que los consumidores lo perciban como suficientemente valioso como para que merezca la pena comprarlo” (Rodríguez, Inma-Ardura; Ammetller, 2018, p.132).

Precio

“El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer”(Córdoba Padilla, 2011, p.99).

Plaza

La plaza es el lugar donde va a interactuar la empresa con el mercado según Weinberger (2009) manifiesta que:

La estrategia de distribución o plaza, también conocida como la estrategia de lugar, hace referencia a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final. En este punto, es necesario analizar cuáles son los canales de distribución que la industria tiene. (p.72)

Promoción

Weinberger (2009) dice que: “El objetivo fundamental de la estrategia de promoción es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto o servicio que se ofrece” (p.74).

Las estrategias de promoción están relacionadas con:

- ✓ Actividades de publicidad.
- ✓ Marketing directo.
- ✓ venta personal.
- ✓ Promociones de ventas.
- ✓ Cupones.
- ✓ Sorteos.
- ✓ Promociones conjuntas.
- ✓ Programas de fidelidad.
- ✓ Relaciones públicas.

1.8. Estudio Técnico

Con la información obtenida en el estudio de mercado se procede a realizar el estudio

técnico que se enfoca en determinar la localización, tamaño e ingeniería del proyecto. Baca (2006) afirma que:

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (p.92)

Localización del proyecto

La ubicación del proyecto se debe ser en un sitio estratégico, cerca de los proveedores o próximos a ellos de igual manera a la demanda efectiva para evitar incurrir en gastos elevados. “La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad” (Sapag Chain, 2011, p.136).

Macro localización

Este proyecto se llevará a cabo en Paila Tola (Mariscal Sucre), está en Ecuador, cantón Otavalo, cerca de González Suárez. “Se tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente”(Córdoba Padilla, 2011, p.119).

Micro localización

El sitio preciso de la ubicación del proyecto es en la Parroquia Gonzáles Suárez, comunidad “Mariscal Sucre” en el sector Paila Tola. “La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará”. (Córdoba Padilla, 2011, p.121).

Tamaño del proyecto

Carbonel (2016) dice que:

“El tamaño de un plan de negocio puede dimensionarse por el monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que la empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzado”. (p.49)

Factores condicionantes del tamaño

Carbonel (2016) afirma que:

Los factores a tener en cuenta para fijar el tamaño del proyecto son los siguientes:
Demanda del mercado (demanda insatisfecha), disponibilidad de materia prima e insumos, flexibilidad de la planta (capacidad para aumentar o variar la producción

y los productos), Tecnología de producción, Capacidad de financiamiento o endeudamiento, dimensiones de áreas o locales (aforo) y Otros aspectos. (p.118)

Ingeniería del proyecto

“Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios”(Córdoba Padilla, 2011, p 122).

Descripción técnica del producto

“El aspecto técnico de un producto es el conjunto de especificaciones de producción y presentación que este posee” (Weinberger, 2009, p.79).

Proceso de producción

Baca (2006) dice que:

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura. Existen varios métodos desde el más sencillo como el diagrama de bloques y hasta otros más complejos el diagrama analítico. (p.111y112)

Selección de maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que se va a adquirir debe aportar al desarrollo del plan y cumplir con las especificaciones establecidas y que estén al alcance del presupuesto del negocio. Para esto, Córdoba (2011) dice que:

Sobre la base de la capacidad de la planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, se establecen los requerimientos de maquinaria y equipos productivos y auxiliares, sus características técnicas, vida útil, precio unitario y costos de instalación; además, se debe analizar la disponibilidad de servicios de mantenimiento y la facilidad de adquisición de repuestos. (p.30)

Descripción de los insumos

Flórez (2016) dice que para la descripción de los insumos se debe:

Nacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios a utilizar en el proceso productivo. Igualmente, es preciso detallar el personal que se empleará, su nivel de entrenamiento, calificación y el requerimiento de técnicos y profesionales nacionales y/extranjeros. (p.82)

Distribución de instalaciones

“La distribución debe corresponder a criterios técnicos, económicos y de bienestar que contribuya a la eficiencia en la producción y al beneficio del personal utilizado en el plan de negocios”(Flórez Uribe, 2016, p.83).

1.9. Estudio Financiero

En el estudio financiero se va a establecer las fuentes de ingresos y las erogaciones para el funcionamiento de la propuesta del plan de negocios para el emprendimiento como referencia se va a considerar el libro de Córdoba (2011), en su obra Formulación y evaluación de proyectos menciona que: “en el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos (p.186).

Proyección de ingresos

“Se efectúan las estimaciones de ingresos para el período de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto” (Córdoba Padilla, 2011, p.196).

Análisis de costos

Flórez (2016) dice que:

En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos. (p.83)

Los materiales directos

“Son aquellos bienes o insumos que pasan a formar parte de la fabricación del producto o servicio, así como los fletes de compra, el almacenamiento y el manejo o cualquier materia prima transformada antes de ingresar al proceso de producción” (Weinberger, 2009, p.97).

La mano de obra directa

“Comprende la determinación de los requerimientos de personal por el tiempo necesario para la producción de los bienes o servicios requeridos, a partir del proceso de producción con sus movimientos y tiempos, definidos en la ingeniería del proyecto”(Córdoba Padilla, 2011, p.200).

Los costos indirectos de fabricación

“Son aquellos costos que contribuyen con la fabricación del bien o servicio, pero de manera indirecta”(Weinberger, 2009, p.97).

Gastos administrativos

Según Flórez (2016) dice que los gastos administrativos son:

Todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo, etc. (p.103)

Gasto de ventas

Según Carbonel (2016) dice que: “Los gastos de ventas están constituidos por distintas partidas, de los cuales fijos (salarios, depreciación) y variables (publicidad, ventas)” (p.216).

Depreciación

Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa (2015) con respecto a la depreciación de activos fijos menciona que:

Se realizará de acuerdo con la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual. (art. 28, inciso 6^a)

Capital de trabajo

Weinberger (2009) manifiesta que: “El capital de trabajo es el recurso económico adicional, diferente de la inversión inicial, que se requiere para poner en marcha la empresa. El capital de trabajo sirve para financiar la primera producción de la empresa antes de recibir sus primeros ingresos por ventas” (p.104).

Estados Financieros

IFRS Foundation, (2010) conforme a la presentación de los estados financieros expresa: Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, el rendimiento

financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. (p.2)

Balance General proyectado

El Balance General muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado. Es una “fotografía” de la empresa que muestra los activos, los pasivos y el patrimonio, es decir lo que la empresa vale (Weinberger, 2009, p.11).

Estado de resultados

Muestra el resultado de las operaciones de la empresa durante un período determinado. El estado de resultados permite conocer los pagos de impuestos a las utilidades, así como los costos y gastos que se incurren. (Carbonel, 2016, p.217)

Estado de flujo de efectivo

NIC 7 (2016) manifiesta que:

La información acerca de los flujos de efectivo de una entidad es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros una base para evaluar la capacidad de la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo y las necesidades de la entidad para utilizar esos flujos de efectivo. (p.4)

Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio

Este proceso consiste en analizar diferentes escenarios, ya sean muy conservadores o muy optimistas, modificando algunas variables del flujo de caja, como, por ejemplo: el precio de los productos, las tasas de interés, la variación de los ingresos (Weinberger, 2009, p.113).

Evaluación Financiera

La evaluación financiera del plan de negocio busca conocer en forma anticipada su comportamiento futuro y sobre esta base, tomar decisiones de mejorarlo para llevarlo a la práctica o de archivarlo por inconveniente (Flórez , 2016, p.127).

Tasa de Rendimiento Mínima Atractiva (TREMA)

Es la tasa que incorpora en su cálculo la dispersión de la distribución de las probabilidades de obtener los flujos de efectivo planeados, incorpora el riesgo de la variación en la inflación y la variación del costo de capital (Rodríguez, 2018, p.65).

$$TMAR = Tasa\ de\ inflación + Riesgo\ de\ la\ inversión$$

Valor Actual Neto (VAN)

El valor presente neto es La diferencia de los Lujos netos de los ingresos y egresos, valorados a precios de hoy, descontados a la tasa de interés de oportunidad (Ramírez, 2019, p. 141).

$$VAN = -I_0 + \frac{\sum F_1}{(1+i)^1} + \frac{\sum 2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\sum F_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

I₀: Inversiones iniciales

F₁: Flujo neto del período 1

i = Tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad (TIO)

F_n = Flujo neto del último período de análisis

Costo de capital

El costo de capital corresponde a aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares (Sapag, 2008, p.344).

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Flórez, (2016) dice que la TIR:

Permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión. Si esta tasa llena las expectativas del inversionista, hará que el plan de negocio sea una realidad, pero si, por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no invertirá en el plan de negocios. (p.150)

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

Donde:

VAN Ti = VAN con tasa inferior

Ti = Tasa inferior

VAN Ts =VAN con tasa superior

T_s = Tasa superior

Relación beneficio – costo

Permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio y compararla con los costos en los que se busca incurrir durante su ejecución. Esto permite determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa (Flórez, 2016. p.150).

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

Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

Es usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado (Sapag Chain, 2011, p.307).

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión Inicial

c = Flujos de efectivo acumulado del año inmediato anterior en que se recupera la inversión

d = Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversión

Punto de equilibrio

Se denomina así al volumen o número de artículos que es necesario producir y vender para no incurrir ni en pérdidas ni en ganancias, es decir, no hay utilidades (Carbonel, 2016 p.222).

INGRESOS = EGRESOS

$$PE = \frac{CF}{(pu - cvu)}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costo fijo

PU: Precio unitario

CVU: Costo variable unitario

1.10. Estudio Organizacional

El estudio organizacional es aquel permite estructurar a la entidad en el aspecto filosófico, administrativo en el cual se organizan las actividades mediante un organigrama que facilitan el desarrollo de las tareas establecidas para cada personal y los aspectos legales para un adecuado funcionamiento del negocio. Como referencia se cita al autor Hernández, Gallarzo y Espinoza (2011) que afirman que: “El recurso humano es decisivo para el éxito o fracaso de cualquier organización, su manejo es clave para el éxito empresarial, a partir de una adecuada estructura organizacional (organigrama), de una eficiente conducción de los grupos de trabajo (equipos y liderazgo)” (p.11).

La empresa

Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada (Código de comercio, 2019, Art.14).

Nombre de la empresa

En este paso se deberá elegir el nombre del negocio, el cual deberá ofrecer al público su idea y naturaleza; asimismo se deberá proyectar la imagen y concepto que se quiera ofrecer. Es importante tratar de encontrar un nombre que ofrezca una imagen corporativa y que no lo limite en el futuro. También se deberá diseñar un logotipo que corresponda al concepto de su negocio. (Rodríguez, 2018 p.65)

Misión

Define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿para que existimos?, ¿cuál es nuestra razón de ser?(Zorita, 2015, p.69)

Visión

Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización. La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años? (Zorita, 2015,p.70)

Objetivos estratégicos

No hay consenso en cuanto a cuáles son las áreas en las que las empresas competitivas deberían fijar sus objetivos estratégicos. Sin embargo, se sabe que todo objetivo estratégico debe cumplir con tres condiciones: establecerse para toda la organización, establecerse de manera permanente, establecer en términos cuantitativos, en la medida de lo posible. (Weinberger, 2009, p.66)

Valores

Es la descripción de las cualidades con las que cuenta la organización en términos de su gente, desarrollo, investigaciones, procesos (Rodríguez, 2018, p.20).

Logo

Forma abreviada de “logotipo”. Es un conjunto de letras, imágenes o dibujos que sirve de símbolo o representación a una empresa. Esta representación se utiliza como una imagen de marca. El logo sirve como elemento de reconocimiento y recordación para los clientes (Weinberger, 2009, p 141).

Estructura Organizacional

Es importante realizar una identificación plena de todas las actividades a realizar en la ejecución del plan de negocios, las cuales se agrupan por áreas, ya sea de producción, administrativa, financiera y de comercialización (Flórez, 2016, p.87).

Manual de funciones

Un manual de funciones debe contener: la descripción del puesto, los objetivos o la misión del puesto, a qué área pertenece o de quién depende, las funciones que desempeña, las responsabilidades, es decir, las acciones que se espera que cumpla el trabajador (Weinberger, 2009, p.88).

Requisitos legales

Los requisitos legales en la ejecución de la propuesta de plan de negocios son importantes para que cuenten con todos los permisos de funcionamiento del negocio. Según Zorita (2015) afirma que: “Para tomar una decisión al respecto es necesario, en primer lugar, conocer los distintos tipos que la ley recoge, sus requisitos, ventajas e inconvenientes” (p.104).

CAPITULO II

2.1. Procedimientos metodológicos

En el presente capítulo se detallan los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos que se utilizan para la obtención de información para el desarrollo del plan de negocios. La metodología que se empleará es: descriptiva para conocer las expectativas de los turistas al visitar los sitios turísticos.

Los métodos que se utilizarán es el deductivo, inductivo e histórico que permiten analizar la información sobre el turismo comunitario de una manera más comprensible y que aporte a la ejecución del plan de negocios.

Las técnicas e instrumentos que se utilizará son encuesta, entrevista, investigación documental todos estos permitiendo recabar información sobre el turismo comunitario, la demanda que existe y la oferta de este servicio en el sector.

2.2. Objetivo

Determinar los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos a ser utilizados para la obtención de información para el diseño de un plan de negocios para el emprendimiento turístico “Paila Tola” ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, Parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.

2.3 Tipos de investigación.

2.3.1 Descriptivo

Según Naresh (2008) menciona que la investigación descriptiva es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objeto la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado.

Realiza las siguientes funciones: Describir las características de grupo, calcular el porcentaje de unidades de una población específica, determina percepción del producto y hace predicciones. (p.82)

La investigación se utilizará para caracterizar los servicios que maneja el emprendimiento de turismo comunitario. Para obtener información de la aceptación de los servicios turísticos al mercado meta y para recopilar información que aporte al desarrollo del plan de negocios.

2.4. Métodos

En esta investigación se utilizaron los siguientes métodos:

2.4.1 Método deductivo

“Aquella orientación que va de lo general a lo específico; es decir, que parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos”(Caballero Romero, 2014, p.83).

Se aplicará el método deductivo porque de la información general recopilada en la investigación sobre los emprendimientos y el sector turístico para posterior sintetizar hasta obtener como resultado información específicas y detallada para determinar la factibilidad del diseño del plan de negocios para emprendimiento turístico comunitario “Paila Tola”

2.4.2. Método inductivo

Según Caballero (2011) afirma que el método inductivo es “aquella orientación que va de los casos particulares a lo general; es decir, que parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares” (p.83).

El método se utilizará para analizar toda la información recopilada en la investigación sobre los aspectos o situaciones específicas que tienen relación con el emprendimiento de turismo comunitario y los emprendimientos para obtener conclusiones que determine la factibilidad del negocio.

2.4.3. Método histórico

Aquella orientación que va del pasado al presente para proyectarse al futuro. “Por lo general, la etapa de tiempo proyectada al futuro es equivalente en extensión a la etapa considerada del pasado” (Caballero, 2014, p.83).

El método ayudará a obtener información de investigaciones anteriores sobre turismo comunitario sobre situaciones pasadas y compara con el presente, si la situación continua con los mismos problemas o han mejorado y qué acciones se puede tomar para el futuro del emprendimiento turístico comunitario.

2.5 Tipo de muestreo

Según Naresh (2008) afirma que las técnicas de muestreo probabilístico varían en términos de la eficiencia del muestreo, un concepto que refleja compensaciones entre los costos y la precisión del muestreo.

El muestreo aleatorio simple, cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocido, cada posible muestra de un determinado tamaño tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente. (p.346)

Para el cálculo de la muestra en la investigación se considera el muestreo aleatorio simple debido a que permite segmentar a la población por las variables como: geográficas y demográficas de los cuales se va a seleccionar de forma aleatoria a los encuestados para aplicar las encuestas.

Tabla 1

Determinación de la población efectiva

Segmentación de la población	Número de habitantes	% de participación
Población del país según INEC (2010-2020)	17'510.643	100%
Población región Sierra	7'847.136	44,81%
Población Imbabura	476.257	6,07%
Población urbana de Imbabura	263.907	55,41%
Población por edades 25 – 54	106.786	40,46%
PEA - Tasa de participación urbana según (INEC, 2020b)	48.267	45,2%
Tasa de participación de empleo bruto según (INEC, 2020b)	28.574	59,2%

Cálculo de la Muestra

$$n_o = \frac{Z^2_{\infty} \sigma^2}{E^2}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Donde:

N= Población

n_o= Tamaño de la muestra aproximado

n= Tamaño de la muestra

Z_∞= Valores correspondiente al nivel de significancia 1,96

σ²= Varianza 0,05

E= Error de tolerancia 5%

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{28.574}}$$

$$n = 379$$

2.6. Técnicas e Instrumentos

En lo referente a las técnicas utilizaremos las siguientes:

2.6.1 Encuesta:

“Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, la encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de pregunta que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”(Bernal, 2008, p.5).

Se utilizará este instrumento de recolección de determinada información mediante preguntas abiertas y cerradas que permitirá analizar las sugerencias y opciones de los turistas.

2.6.2 Entrevista:

Según Naresh (2008) manifiesta que la entrevista es utilizando como instrumento para recopilación de datos de campo una guía de entrevistas y recurriendo como informantes a los responsables (ejecutivos de la subregión y de la irrigación) y a los representantes de la comunidad, que aplicaremos para obtener los datos de los dominios de las variables: responsables, actividades y recursos. (p.255)

Mediante la entrevista se podrá analizar a profundidad las necesidades del emprendimiento, las razones de su formación, las causas que impiden el desarrollo del negocio con los socios del emprendimiento “Paila Tola” y obtener información sobre la competencia.

2.6.3 Investigación documental

La investigación documental y de campo son las técnicas básicas de la investigación que nos sirven para recopilar los datos de nuestra investigación. “El primer paso del investigador debe ser el acopio de noticias sobre libros, expedientes, informes de laboratorio o trabajos de

campo publicados en relación con el tema por estudiar desde dos puntos de vista: el general y el particular, muy concreto” (Eugenia, 2017, p.69).

Mediante esta técnica se podrá definir los indicadores y términos que se necesitará para el entendimiento financiero, económico y administrativo con respecto al negocio. También obtener información de páginas oficiales con respecto al turismo comunitario y su influencia en la economía del Ecuador.

Tabla 2

Matriz de Variables Diagnósticas

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Presentar la situación geográfica de la parroquia.	Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación ✓ Límites geográficos ✓ Organización territorial ✓ Clima ✓ Vías de acceso ✓ Atractivos turísticos 	✓ Investigación documental	✓ PD y OT Cantón Otavalo.
Investigar los aspectos demográficos de la parroquia.	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Población ✓ PEA por sector económico 	✓ Investigación documental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). ✓ PD y OT Parroquia González Suárez.
Analizar las condiciones políticas del país con respecto al negocio.	Política - Legal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ley de Turismo ✓ Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación ✓ Ley Humanitaria 	✓ Investigación documental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ministerio de Turismo. ✓ Asamblea Nacional.
Investigar la situación económica del país y de la parroquia.	Económica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Producto Interno Bruto (PIB) ✓ Salario básico unificado ✓ Inflación ✓ Tasa de empleo, desempleo y pobreza ✓ Sectores comerciales ✓ Comercio electrónico 	✓ Investigación documental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Banco Central del Ecuador. ✓ PD y OT Parroquia González Suárez. ✓ Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico.

Indagar los aspectos sociales de la parroquia.	Social - cultural	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios Básicos ✓ Nivel de Educación ✓ Grupos étnicos ✓ Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). ✓ Banco Central del Ecuador.
Determinar aspectos del sector turístico en el país.	Sector Turístico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Problemas ✓ Realidad del sector ✓ Ventajas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instituciones gubernamentales. ✓ Estudio del sector.
Conocer la situación actual del negocio.	Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Antecedentes ✓ Filosofía organizacional ✓ Estructura Organizacional ✓ Servicios ✓ Publicidad ✓ Situación económica 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietario del emprendimiento de turismo comunitario "Paila Tola".

CAPÍTULO III

3.1. Diagnóstico

En el presente capítulo se analizará cada variable diagnosticada establecida en la matriz, la investigación de cada aspecto permitirá establecer ventajas y desventajas para el desarrollo de la propuesta.

La técnica que se utilizará para recopilar la información es la de investigación documental sobre el turismo, y los emprendimientos y la entrevista al propietario para realizar el análisis interno.

Las variables que se van a considerar para la investigación son aquellas que tenga relación al desarrollo de la propuesta como son: la geográfica, demográfica, político-legal, económica, sociocultural, sector turístico y análisis interno.

También se considera la variable del sector turístico que analiza las ventajas y problemas de la sección. Para finalizar el diagnóstico se realizará un análisis interno del emprendimiento del turismo comunitario.

3.2. Objetivo

Elaborar un diagnóstico situacional considerando las variables que tienen relación con el desarrollo de un plan de negocios para el emprendimiento de turismo comunitario con fin de reconocer la factibilidad de la propuesta.

3.3. Desarrollo de Variables

Las variables por considerar son la geográfica que analiza aspectos, como: la ubicación, límite geográfico, ordenamiento territorial, clima y vías de acceso. La variable demográfica se considera aspectos como es la población y PEA por sectores económicos. La variable político – legal se considera los aspectos a investigar como la Ley de turismo, Ley emprendimiento y la Ley Humanitaria. La variable económica analiza los aspectos, como: Producto Interno Bruto (PIB), la inflación, salario básico unificado, tasa empleo, tasa de desempleo, pobreza y comercio electrónico. La variable socio – cultural analiza los aspectos, como: servicios básicos, grupos étnicos, seguridad, patrimonio intangible.

3.3.1. Variable geográfica

Los aspectos por considerar en esta variable son la ubicación, límite geográfico, clima, ordenamiento territorial, vías de acceso y atractivos turísticos de la parroquia González Suárez que permitan establecer las oportunidades para la ejecución de la propuesta.

Ubicación

La parroquia de González Suárez se encuentra ubicada geográficamente en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura a 14 km al sur de la ciudad de Otavalo y a 85 Km al norte de Quito capital del Ecuador (PD Y OT, 2014).

Límite geográfico

La parroquia Gonzales Suárez tiene su límite geográfico:

Norte: Parroquia Rural San Pablo del Lago (desde la desembocadura de la Quebrada Santo Domingo en el Río Itambi aguas arriba hasta los orígenes del mismo, la línea imaginaria al Sur - Este hasta alcanzar la cumbre del cerro Cusin). Sur: Provincia de Pichincha (al noroeste forma parte de la Laguna Grande de Mojanda y la Laguna negra). Este: Parroquia Rural San Pablo del Lago (cerro Cusín), parroquia rural de Angochagua del cantón Ibarra provincia de Imbabura y con Olmedo del cantón Cayambe provincia de Pichincha. Oeste: Parroquia Rural San Rafael, Laguna Grande de Mojanda hasta alcanzar los orígenes de la Quebrada Santo Domingo. (PD Y OT, 2014)

Ordenamiento territorial

González Suárez tiene en su jurisdicción parroquial 8 comunidades y 4 barrios en el centro.

Parroquial.

Tabla 3

Comunidades y barrios de la parroquia González Suárez.

Comunidades / Barrios	Pueblo
Pijal	Kichwa Kayambi
Caluquí	KichwaKayambi/Otavalos
Mariscal Sucre	KichwaKayambi/ Otavalos
San Agustín de Cajas	KichwaKayambi/ Otavalos
Eugenio Espejo de Cajas	KichwaKayambi

Gualacata	KichwaKayambi
Inti Huaycopungo	Kichwa Otavalo
San Francisco de Cajas	KichwaKayambi
Centro Parroquial/ Barrios:	Mestizos /
Central,	KichwaKayambi
Bellavista, La Costa y Barrio	
Parque Central	

Fuente: (PD Y OT, 2014)

Clima

La parroquia González Suárez cuenta con dos climas. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia González Suárez (PD Y OT 2014) “Debido a la ubicación, en la parroquia oscilan precipitaciones de 900mm a 1300 mm anualmente; mientras que la temperatura varía entre los 6°C y los 13°C, originando 2 zonas de vida representativas para las formaciones ecológicas”.

Bosque seco Montano Bajo (bsMB).

Este tipo de bosque corresponde a las llanuras y barrancos secos del Callejón entre las cotas 2.000 y 3.000 m.s.n.m., con 3 meses ecológicamente secos que corresponden al mes de junio, y agosto. El rango de temperatura media anual está entre los 12°C y 18°C y recibe una precipitación media anual entre los 500 y 1.000

El clima es subhúmedo hasta ligeramente húmedo, sobre todo en aquellas partes que participan plenamente de las lluvias generadas en los altos Andes. Esta formación se encuentra desprovista de su cubierta vegetal natural, debido a la intensa ocupación para la

agricultura y los asentamientos humanos que se extienden de norte a sur entre las dos cordilleras. (PD Y OT, 2014)

Bosque húmedo Montano (bhM).

El rango de temperatura media anual oscila entre los 6°C y los 12°C, y recibe una precipitación media anual que varía entre los 500 y los 1.000 mm. Las lluvias se presentan durante todo el año y no existen meses ecológicamente secos, las precipitaciones se concentran en los meses de noviembre y diciembre para bajar paulatinamente hasta junio; los riesgos de heladas son altos, y con frecuencia en horas de la noche, sobre todo en los límites superiores de este piso altitudinal; las pendientes son irregulares y los suelos son negros derivados de ceniza volcánica. La vegetación dominante es de tipo pajonal. En los páramos bajos (faldas de las elevaciones) se encuentran un mosaico de pequeños campos cultivados y entre ellos asentadas las comunidades indígenas; existen también pequeños remanentes de vegetación secundaria intervenida, debido a su intensa explotación para leña. (PDOT, 2014)

Los 2 tipos de clima que posee la parroquia, permite que en el sector se desarrolle diversidad en flora y fauna y por lo tanto existan atractivos turísticos para realizar actividades turísticas comunitarias.

Atractivos turísticos

Dentro de la parroquia existen potencialidades turísticas como son: Tola de la Comunidad Mariscal Sucre, Vertiente de agua mineral, Páramos ubicados en San Agustín de Cajas y en Comunidad de Caluquí, Cerro Yana Urco, Molino Antiguo, y festividades como la elección de las Ñustas comunitarias, exposiciones de pintura, toros populares, maratón vuelta el Lago

Imbakucha o Lago San Pablo, ciclismo, ínter parroquial de fútbol, entre otros. (PD Y OT, 2015)

La Parroquia cuenta con varios atractivos turísticos reconocidos, entre ellos se encuentra el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola, al cual mediante el plan de negocios se pretende mejorar.

Vías de acceso

La carretera que conecta al emprendimiento desde la vía principal panamericana es la parte inicial asfaltada y el resto es empedrada. “La red vial parroquial cuenta con 93,93 Km de vías tanto urbanas como rurales. Su eje principal conecta apenas a 1 km de la E35 que lleva desde y hacia los nodos urbanos cantonales, provinciales y nacionales” (PD Y OT, 2014).

El 9,5% de la Red vial está en buen estado es decir su capa de rodadura es de asfalto y adoquinado, mientras que el 90,5% es de estructura empedrado, lastrado y suelo natural, misma que se encuentra en regular y mal estado (PD Y OT, 2014).

Tabla 4

Red vial de la parroquia de González Suárez

Tipo	KM
Asfalto	8,93
Lastrado y empedrado	10
Camino de verano	75

Fuente: (PD Y OT, 2014)

Con la información se puede determinar el acceso desde la vía principal de primer orden hasta la carretera que conecta la parroquia con la comunidad donde se encuentra ubicado el emprendimiento.

La parroquia González cuenta con dos climas, hace que posea variedad de flora dando origen a varios sitios turísticos reconocidos por las entidades locales, la parroquia está organizada por comunidades y barrios, las vías de acceso de la parroquia tan solo el 9.5% es vías de primer orden, las comunidades están conformadas por personas indígenas en la mayor parte pertenecen a la cultura kayambi.

3.3.2. Variable Demográfica

En esta variable se desarrolla los aspectos sobre la población y la población económicamente activa (PEA) por sector económico, esta información permite determinar qué la disponibilidad del personal activo para trabajar.

Población

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (2010-2020) para el año 2020 Ecuador contará con una población de 17'510.643 habitantes entre hombres y mujeres, en cuanto a la provincia Imbabura cuenta con una población de 476.257, de los cuales el sector urbano le corresponde 263.907 habitantes a los cuales se pretende llegar con los servicios que ofrece el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola.

PEA por sectores económicos

La parroquia González Suárez, según (PD Y OT, 2014) manifiesta que la Población Económicamente Activa está conformada por 2152 habitantes:

Al clasificar a la población económicamente activa por rama de actividad principal, se determina que la de mayor importancia es la agricultura y ganadería con una participación del 43,88%. El 8,12% de la población se dedica a la industria manufacturera generalmente practicada como actividad complementaria en el hogar. Entre otras actividades podemos señalar a la construcción con un 7,7%, seguida del comercio con el 6,73%, la actividad comercial se desarrolla tanto con la agricultura, ganadería como la manufactura, que en su mayoría son comercializadas en las ferias locales, también está la actividad de enseñanza con el 6,49%, después se encuentra la actividad turística con el 4% y posterior están las actividades de administración pública y defensa con el 3,2%.

Tabla 5

Actividades económicas de la parroquia González Suárez.

Actividad	Población	Porcentaje
Agricultura y ganadería	944	43,88%
Industria manufacturera	175	8,12%
Construcción	166	7,7%
Comercio	145	6,73%
Enseñanza	139	6,49%
Turismo	86	4%
Administración pública	69	3,2%
No declarada	428	19,88%
Población total	2152	100%

Fuente: (PD Y OT, 2014)

La parroquia tiene una participación del 4% en actividades turísticas que no es tan significativa, pero manejan a este sector como una alternativa para realizar turismo comunitario y generar una nueva fuente de ingresos.

En la parroquia González Suárez existe la disponibilidad de población económicamente activa para realizar actividades turísticas.

3.3.3. Variable Político – legal

La variable presenta información sobre la parte legal que intervienen en el desarrollo de los emprendimientos y el sector turístico. Los aspectos legales que se van a analizar son la ley de emprendimiento que establecen artículos que benefician a negocios nuevos y que están creciendo, la ley de turismo tiene artículos que benefician al sector turístico y por último la ley humanitaria creada para reactivar los sectores económicos.

Ley de Turismo

Según (Ministerio de Turismo - Ecuador, 2014) en sus artículos menciona:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

En el presente artículo se menciona la actividad turística comunitario de esta manera se considera la participación de emprendimiento a hacer uso de los beneficios de la ley.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

En el presente artículo se menciona la participación política en actividades del turismo comunitario de esta forma involucra a las autoridades locales a brindar apoyo para el desarrollo de las actividades que ofrece el emprendimiento.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

En el artículo se considera la importancia de encontrarse registrado y con los permisos legales pertinentes para recibir los beneficiarios de la aplicación de esta ley, al momento el emprendimiento está en proceso de registro como turismo comunitario.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

El artículo detalla cómo se debe llevar a cabo el registro del emprendimiento para su correcto funcionamiento.

Art. 12.- 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 esta Ley y a los reglamentos respectivos

En el presente artículo, se describe la participación del turismo comunitario en la ley y su cumplimiento, también hace mención del trato que deben recibir por parte de los funcionarios, puesto que las personas que se dedican a esta actividad son pertenecientes a pueblos indígenas y muchas veces han sido discriminados.

Ley emprendimiento

Según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020) En sus artículos manifiesta:

Art. 1.- Objeto y ámbito. La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento. - El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento RNE, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Mediante el presente artículo se determinará la oportunidad de participación del emprendimiento puesto que cumple con las condiciones establecidas, sus ingresos no superan la base establecida.

Art. 20.- Educación Comunitaria Emprendedora. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados promoverán la creación de programas de desarrollo de competencias emprendedoras e innovadoras, en todos los niveles de desarrollo productivo y comunitario.

En el artículo se hace mención del soporte que se brindará las instituciones locales a los proyectos que impulsen el desarrollo comunitario actividad que realiza actualmente el emprendimiento.

Art. 24.- Fuentes de financiamiento e inversión. Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos de inversión públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley.

En el artículo se establece la oportunidad del emprendimiento de participar de los beneficios de financiamiento de la banca pública después de registrarse en el RNE.

Art. 29.- Programa de crédito del Sector Financiero Público. Las entidades del sector financiero público establecerán el programa de crédito del Sector Financiero Público de manera anual, orientado principalmente en la innovación, emprendimiento y el desarrollo tecnológico que fortalezca el ecosistema emprendedor. Por su parte, la Banca Pública deberá establecer los productos y servicios con condiciones favorables en plazo, tasa y periodos de gracia para impulsar el emprendimiento en el país, considerando también condiciones especiales para grupos de atención prioritaria.

En el presente artículo ya se establece la responsabilidad de la banca pública de crear los programas de crédito para apoyar a los emprendimientos.

Art. 44.- Régimen especial de contratación de personal para emprendimientos. Con el objetivo de incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los procesos de emprendimiento, el ente rector en materia de trabajo desarrollará la modalidad o modalidades contractuales a implementarse en el trabajo emprendedor, en donde se incluirá la jornada parcial, así como el tiempo de duración de los contratos, pago de beneficios de ley,

remuneración y su forma de cálculo, y demás requisitos y condiciones que deberá cumplir el trabajador/a, de acuerdo a las leyes pertinentes.

En el artículo hace mención de las nuevas modalidades de contratar personal, permitiendo al emprendimiento generará fuentes de empleo de acuerdo a la capacidad de pago y necesidad de personal del negocio.

Ley Humanitaria

Según, la ley orgánica de apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del COVID-19 (Asamblea Nacional, 2020) dice en sus artículos:

Artículo 1.- Objeto.- La presente ley tiene por objeto establecer medidas de apoyo humanitario, necesarias para enfrentar las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, a través de medidas tendientes a mitigar sus efectos adversos dentro del territorio ecuatoriano; que permitan fomentar la reactivación económica y productiva del Ecuador, con especial énfasis en el ser humano, la contención y reactivación de las economías familiares, empresariales, la popular y solidaria, y en el mantenimiento de las condiciones de empleo.

Artículo 5.- No incremento de costos en servicios básicos. - Desde la vigencia del estado de excepción y hasta un año después se prohíbe el incremento en valores, tarifas o tasas de servicios básicos, incluyendo los servicios de telecomunicaciones e internet, sean estos prestados de manera directa por instituciones públicas, por delegación o por privados.

En presente artículo beneficia al emprendimiento al no pagar altos costos de los servicios básicos, ya que con la llegada de la pandemia al país y la declaración de estado de excepción

el emprendimiento ha sido afectado, no ha recibido visitas de esta manera sus ingresos se han reducido.

Artículo 6.- Rebaja en costo del servicio eléctrico.- Para los usuarios del servicio público de energía eléctrica ubicados en los primeros dos quintiles de nivel de ingresos, la Agencia Nacional de Control y Regulación de Electricidad dispondrá una rebaja del 10% en el valor total del servicio de electricidad en los consumos de los meses de marzo, abril, mayo y junio de 2020; y también dispondrá la rebaja de los cargos por energía en horas de demanda mínima, para incentivar la reactivación de los sectores productivos. De igual forma la Agencia Nacional de Control y Regulación de Electricidad dispondrá los procedimientos necesarios para que los cargos de potencia de industrias y comercios que no han laborado durante el estado de excepción y registran disminución en su consumo promedio de energía sean revisados de forma proporcional a la disminución de dicho consumo.

En presente artículo el emprendimiento se hace beneficiario a las reducciones del pago del servicio eléctrico, ya que el negocio que no ha laborado y no ha recibido visitas durante la emergencia sanitaria.

Artículo 10.- Créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado. - A partir de la promulgación de la presente ley, y con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía y proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecerán líneas de crédito de rápido desembolso que incluirán condiciones especiales, tales como: periodos de gracia, amplios plazos de pago; y tasas de interés preferenciales.

Si las entidades del sistema financiero nacional que a partir de abril de 2020 y hasta el 31 de diciembre de 2020, otorgaren créditos a MIPYMES, del tipo comercial ordinario, productivo o microcrédito, superiores a 25.000 dólares, a un plazo mínimo de cuarenta y ocho meses, podrán deducirse del impuesto a la renta el 50% del valor de los intereses recibidos por pago de estos préstamos. En el caso que los créditos de corto plazo, es decir de menos de un año de plazo, concedidos a empresas por montos superiores a los 10.000 dólares se modificaren a uno de largo plazo no menor a dos años con el objeto de precautelar la liquidez y el empleo en la economía. Las entidades del sistema financiero nacional podrán deducirse del impuesto a la renta el 50% del valor de los intereses recibidos en los créditos desde esta modificación de plazo. Las instituciones del Sistema financiero nacional, especialmente la banca pública creará líneas de crédito específicas destinadas a cobertura de pagos de nómina y capital de trabajo por montos equivalentes a 3 meses de operación; y, priorizará en sus operaciones de crédito el destinado al sector productivo y educativo.

El presente artículo beneficia al emprendimiento al poder acceder a préstamos que puedan cubrir los gastos que se requieren para continuar con su funcionamiento.

El Estado ha planteado leyes que permitan a los emprendimientos sea este una nueva la idea de negocio o ya puesto en marcha a recibir apoyo para un mejor desarrollo y crecimiento, el sector turístico ha establecido la ley en función de brindar soporte al sector, mientras que la ley humanitaria creada por la emergencia sanitaria con la finalidad reactivar la economía. De las leyes antes mencionadas se toma los artículos que más se vinculan y favorecen al desarrollo del proyecto puesto que existe apoyo para el emprendimiento de turismo

comunitario y al igual que varios negocios también ha sido afectado por la emergencia sanitaria y mediante la Ley humanitaria podría recibir soporte.

3.3.4. Variable Económica

Para el desarrollo de la variable económica se van a considerar aspectos como el producto interno bruto (PIB), la inflación, salario básico unificado, la tasa de empleo, desempleo, pobreza y el comercio electrónico.

Producto Interno Bruto (PIB)

Según, Diario El Comercio (Actualidades, 2020, párrafo 9) El turismo antes de la pandemia aportaba el 2,2% del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador, de unos USD 11 .000 millones. En 2019, este sector registró ingresos por USD 2 200 millones.

El efecto de la suspensión de las actividades productivas en el país, como resultado de la pandemia del covid-19 y la incertidumbre internacional de los socios comerciales del Ecuador sobre la dinámica de su recuperación económica, son dos de los factores determinantes en los resultados de la previsión macroeconómica para este año, presentados este día por el Banco Central del Ecuador. Como resultado de estos supuestos, se prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) para el año 2020 presente un decrecimiento interanual que se encuentra en un rango comprendido entre -7,3% (USD 66.678 millones en valores constantes y -9,6% (USD 65.015 millones). (BCE,

2020) En el primer trimestre de 2020 la economía ecuatoriana experimentó un decrecimiento de 2,4% con respecto a igual período de 2019, según los datos de las Cuentas Nacionales publicadas por el Banco Central del Ecuador.

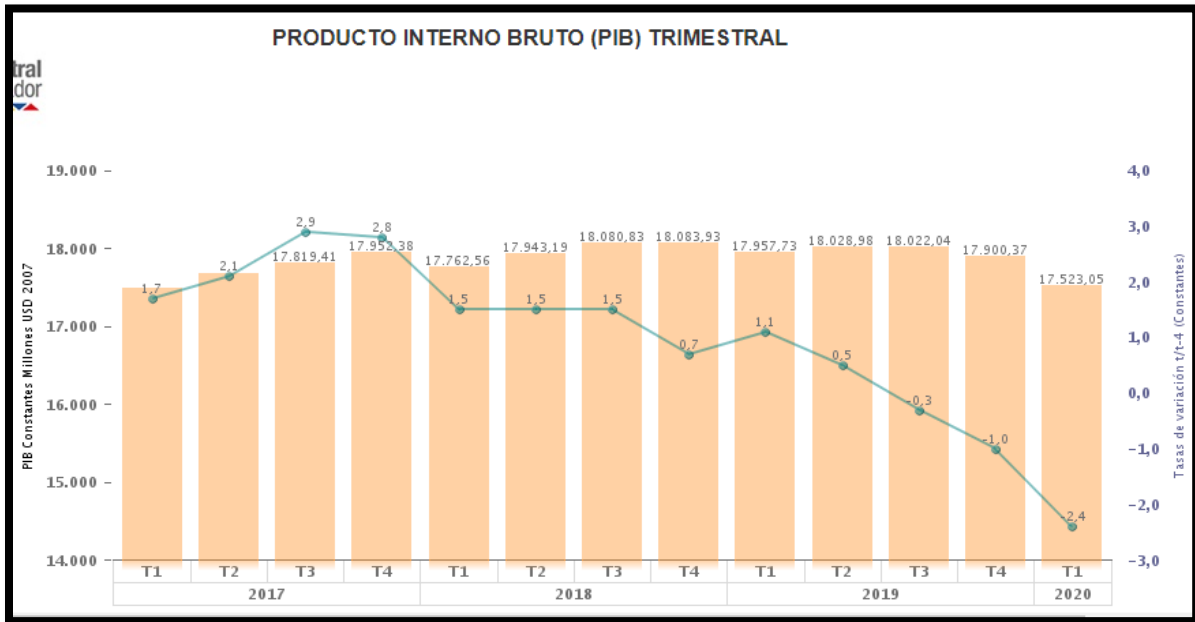


Figura 2. Producto Interno Bruto Trimestral

Inflación

Según, Diario El Comercio (Actualidades, 2020) Las categorías de productos como restaurantes y hoteles, alimentos y bebidas no alcohólicas, transporte, prendas de vestir y calzado tuvieron reducciones de precios y, por el contrario, salud tuvo un ligero aumento en la inflación mensual de junio de 2020 (Párrafo. 3).

Inflación mensual de bienes y servicios

Según la información de Banco Central del Ecuador (BCE, 2020) menciona que “La canasta del IPC está conformada en un 77,72% por bienes y en un 22,28% por servicios. En junio de 2020, los bienes presentaron una inflación mensual de -0,63 y los servicios -0,60%”.

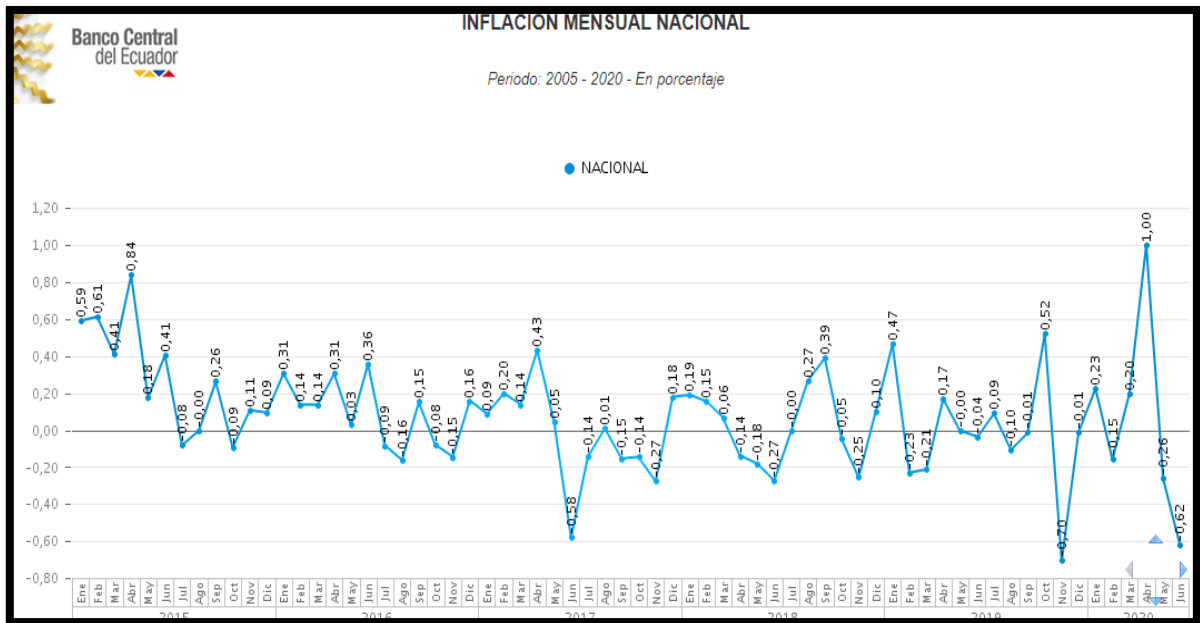


Figura 3. Inflación mensual del Ecuador.

Salario Básico Unificado

El titular de Trabajo, Diario El comercio (Andrés Madero, 2020) explicó que: “El aumento de USD 6 se tomó con base en el índice de inflación proyectada y en el cálculo de crecimiento de la economía” (párrafo 3).

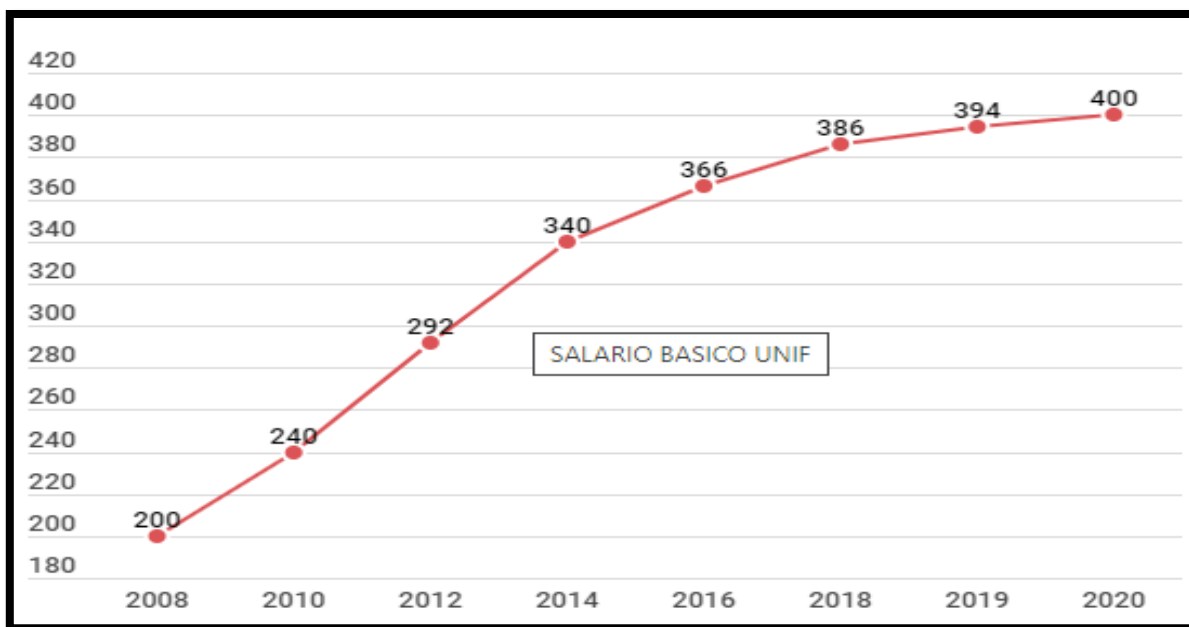


Figura 4. Evolución del salario básico unificado

Tasa empleo

Según la Encuesta Nacional de empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre 2019 (INEC, 2020) “En diciembre de 2019, la tasa de empleo adecuado a nivel nacional fue de 38,8%”. Para el mes de mayo de 2020 según BCE (2020) el empleo “representa una reducción de 4.1 puntos porcentuales por efecto COVID-19 entre marzo, abril y mayo 2020”.

Tasa de desempleo

Según CCQ (2020) informa según datos presentados por el BCE destaca que la tasa de desempleo nacional a diciembre 2019 fue de 3,8% y el efecto COVID-19 durante estos tres meses de análisis (marzo-mayo de 2020) incrementaría la tasa de desempleo en 4,1 puntos porcentuales. Lo que nos da un indicio de que la tasa de desempleo, a mayo de 2020, puede estar rodeando el 7,9%. Con esto, se estima, que en el Ecuador unas 646 000 personas se encuentran en el desempleo.

Pobreza

Según, Según la Encuesta Nacional de empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre 2019 (INEC, 2020) Informa que a nivel nacional la tasa de pobreza por NBI en diciembre de 2019 se ubicó en 34,2%, en el área urbana en 21,4% y en el área rural en 61,6%. En relación con el mismo mes en 2018 no se observan diferencias estadísticamente significativas.

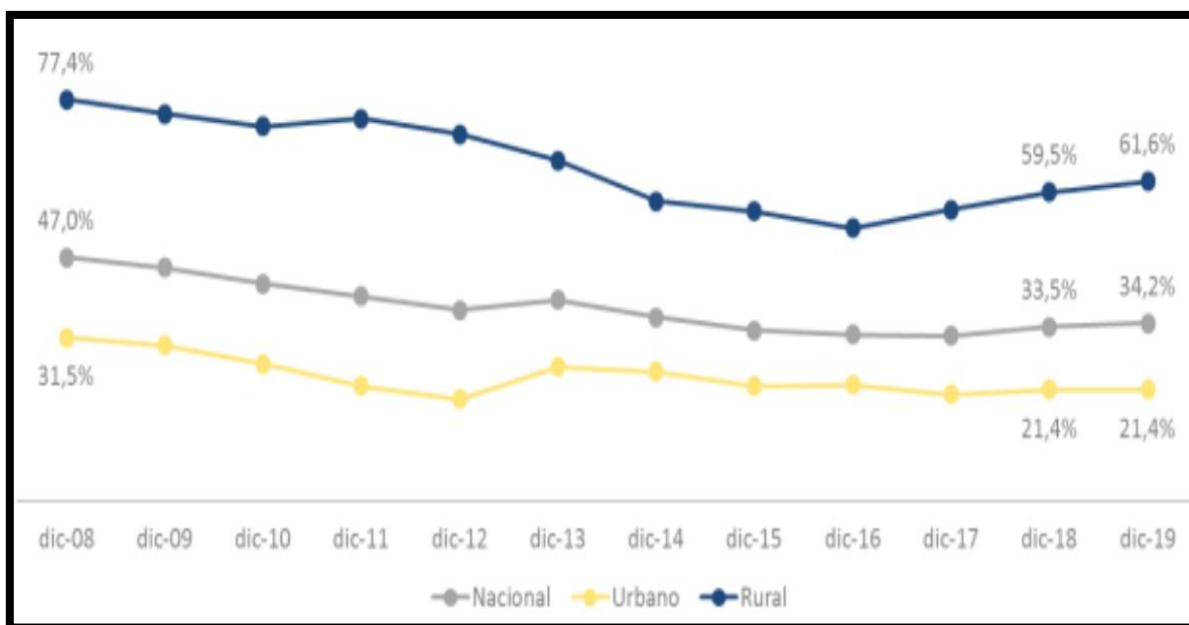


Figura 5. Evolución de la tasa de pobreza.

Según, Diario Plan V hacemos periodismo (Sociedad, 2020) El impacto de la pandemia hará que los esfuerzos de los últimos 20 años contra la pobreza se pierdan. No solo es el incremento del desempleo y el empeoramiento de las condiciones de vida de los ecuatorianos, sino que a una estructura económica y social que ya estaba en crisis, se suma la pérdida de cientos de miles de empleos que no se recuperarán. El ministro de Inclusión Social, Iván Granda, prevé un aumento del 6% en la pobreza en el Ecuador y que 500 mil personas más necesitaran asistencia social permanente. (párrafo 1)

Sectores Económicos

Según datos de (PD Y OT, 2015) El Valor Agregado Bruto (VAB) dentro del cantón Otavalo se puede evidenciar que las principales áreas son el comercio, la construcción, la enseñanza y la agricultura, sin embargo, el Transporte, Información y Comunicaciones con los últimos años ha tenido una tendencia alta como fuente del valor agregado bruto dentro del Cantón.

INDICADORES VAB	Miles de dólares
VAB - Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca	19.222
VAB - Comercio	35.345
VAB - Manufactura	10.690
VAB - Construcción	41.925
VAB - Enseñanza	22.791
VAB - Explotación De Minas Y Canteras	728
VAB - Actividades De Alojamiento Y De Comidas	6.319
VAB - Actividades Financieras	5.061
VAB - Actividades Profesionales E Inmobiliarias	12.012
VAB - Administración Publica	13.432
VAB - Otros Servicios	1.021
VAB - Salud	5.593
VAB - Suministro De Electricidad Y De Agua	159
VAB - Transporte, Información Y Comunicaciones	23.232
Valor Agregado Bruto Cantonal	197.532
Valor Agregado Bruto Cantonal - No Petrolero	197.532

Figura 6. Sectores comerciales

Comercio electrónico

Frecuencia de uso de internet

El Internet se ha vuelto imprescindible y lo más cotidiano en las actividades diarias, por eso su consulta es constante. Estar “online” en aplicaciones para comunicarse y redes sociales, les da a los usuarios el don de la ubicuidad virtual con un solo clic e incluso pedir servicios mediante este uso. Según el estudio de Susana (2020) afirma que a nivel mundial el uso del internet se ha incrementado a un 59% para el año 2020 con respecto al año 2019 que era 52%. Esto quiere decir que se vuelve algo fundamental en la vida diaria de las personas.

Actividades en internet

La Web es un aliado para información y comunicación, pues son las actividades que se realizan mayor frecuencia. Aún con el crecimiento de usuarios en internet, comprar online, todavía está en evolución (Cámara Ecuatoriano de Comercio, 2017).

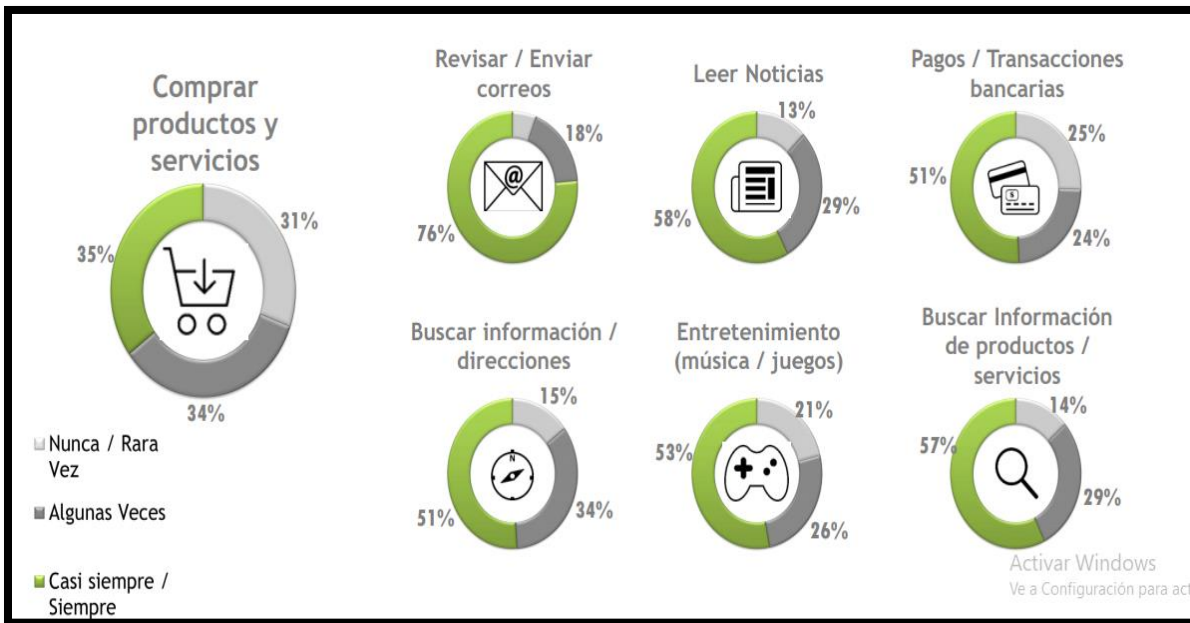


Figura 7. Actividades en internet.

Fuentes de información

La principal fuente para los compradores está caracterizada por su círculo más cercano y familiar, garantizando así más confianza en la transacción futura (Cámara Ecuatoriano de Comercio, 2017).

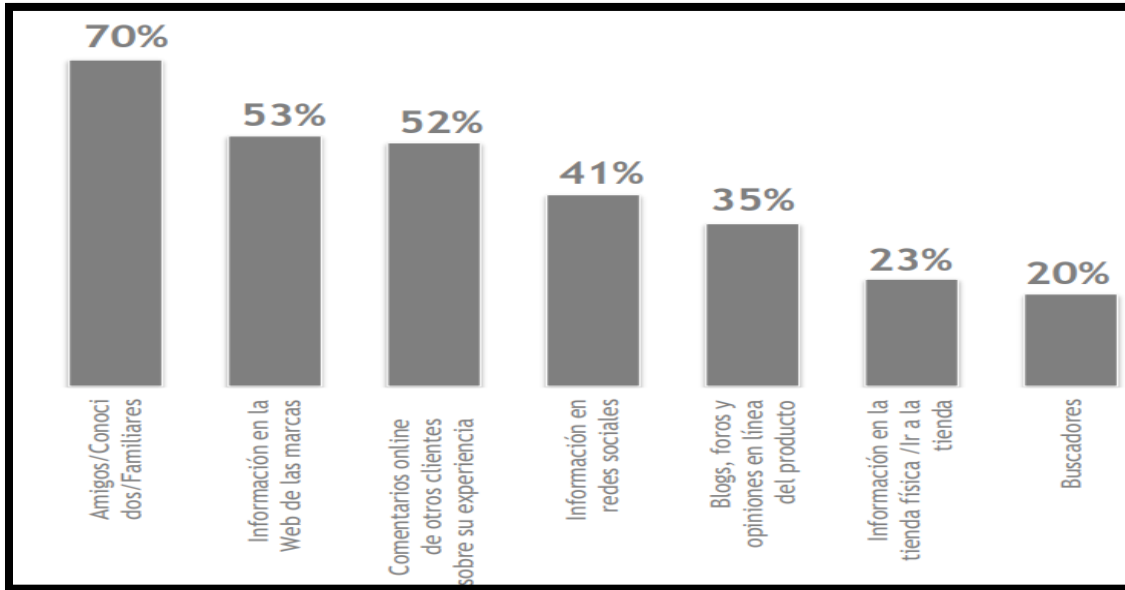


Figura 8. Principales fuentes de los compradores

Medios de pago

Las tarjetas de crédito son el medio de pago por excelencia para compras por internet y son además las más comunes en términos de aceptación por los establecimientos virtuales (Cámara Ecuatoriano de Comercio, 2017).

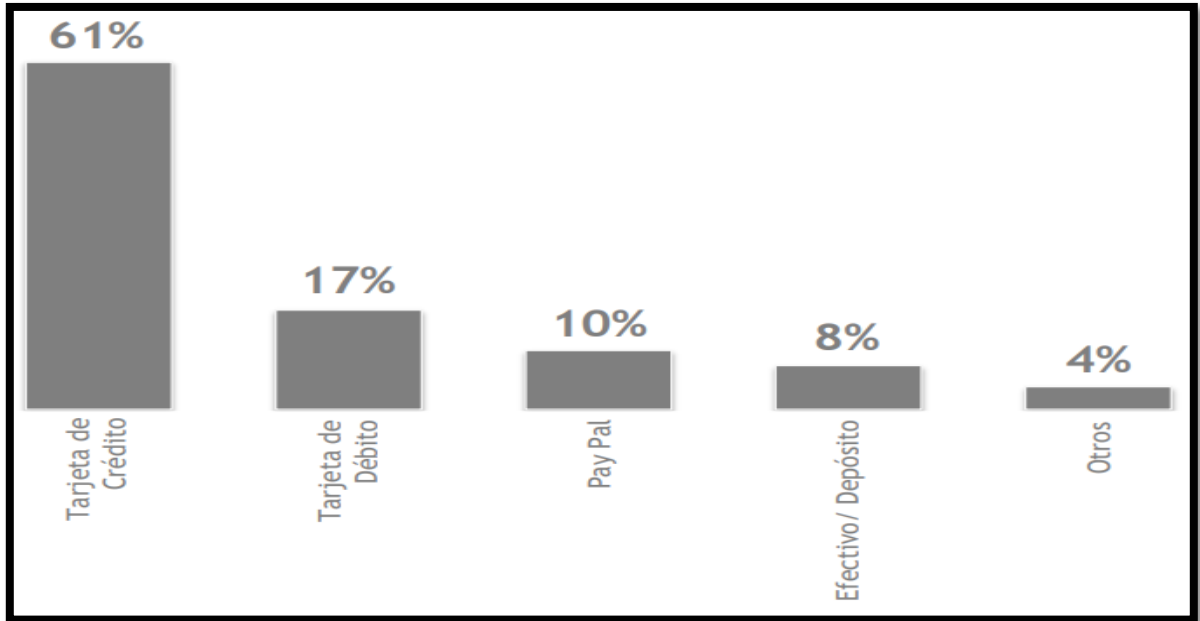


Figura 9. Medios de pagos de las compras

Preferencia de información para comprar

Información personalizada al correo es la opción de mayor preferencia para recibir información de ofertas para comprar online entre lunes y miércoles (Cámara Ecuatoriano de Comercio, 2017).

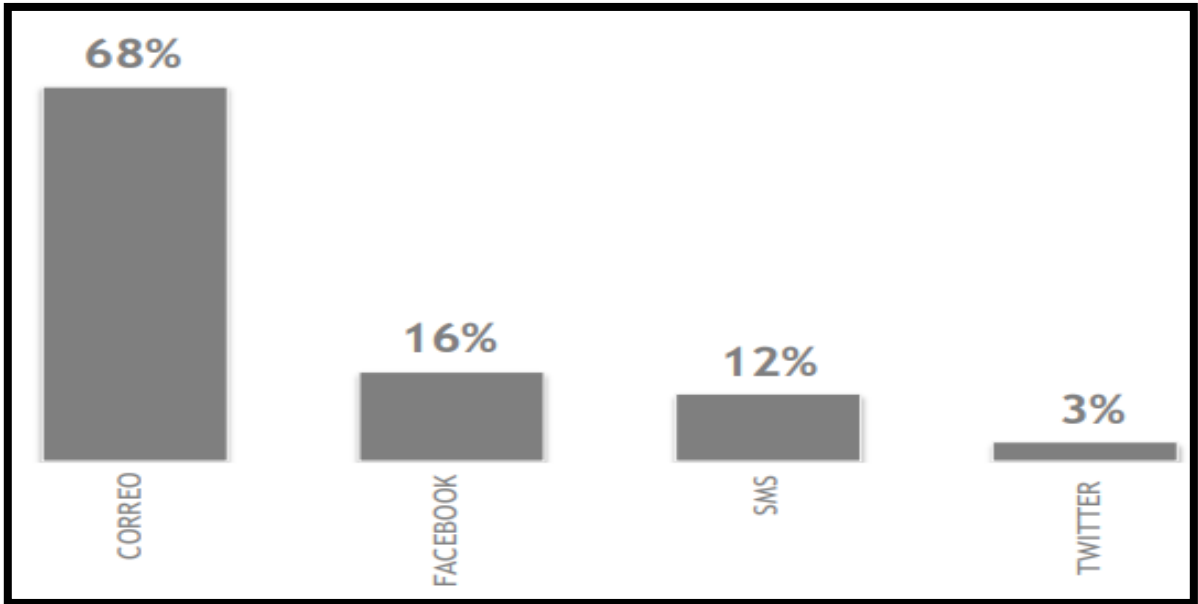


Figura 10. Medios de información por la realización de compras.

Si bien, el correo es el medio de mayor preferencia para recibir promociones, las redes sociales (Facebook y twitter), incrementan en un 85% los fines de semana para informarse de ofertas (Cámara Ecuatoriano de Comercio, 2017).

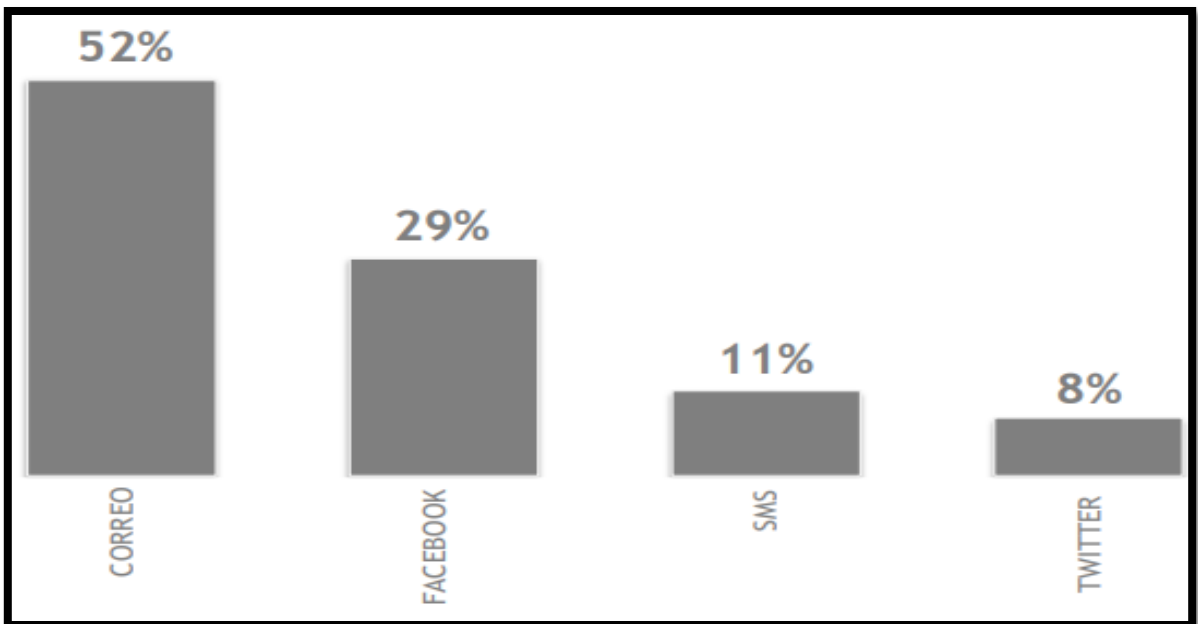


Figura 11. Orden de los medios para recibir información de las compras.

La situación económica del país se ve afectada por la pandemia de Covid – 19, como consecuencia el PIB ha decrecido considerablemente al igual que la inflación, el empleo se ha reducido y por consiguiente el desempleo y la pobreza han aumentado esta información convirtiéndose en un riesgo y oponente en el desarrollo de la propuesta del plan de negocios. Como cada año el salario básico unificado se ha incrementado con la finalidad de que las personas puedan adquirir los bienes de la canasta básica, la información de los sueldos aporta al desarrollo de propuesta, para conocer si la población tiene aumento en sus ingresos y adquirir los servicios turísticos del emprendimiento.

El comercio electrónico es una alternativa de comercialización, entre los beneficios está el uso de internet como fuente de información para los consumidores y los medios de pago.

3.3.5. Variable Socio – Cultural

La variable social y cultural considera aspectos como los servicios básicos, patrimonio intangible y seguridad de la parroquia González Suárez.

Servicios básicos

En el sector rural, el agua como recurso multifuncional supone un análisis sectorial, es decir desde el punto de vista de sostenibilidad económica y como el recurso de consumo humano.

Mediante los datos obtenidos en el diagnóstico participativo en asamblea parroquial realizada en el proceso de actualización del PD Y OT, (2014-2019), la parroquia tiene una cobertura total en la provisión de servicio de agua para consumo humano de la red pública y

el problema de este servicio es la calidad del agua, en virtud que es entubada sin tratamiento adecuado y potabilizado.

Alcantarillado

Los datos proporcionados en el registro administrativo del GAD Parroquial y la información obtenidas en el diagnóstico participativo de actualización del PD Y OT (2014-2019), el 62% de hogares tiene el servicio de alcantarillado que concentra su mayor parte en el centro parroquial y el 38% no tiene servicio de alcantarillado, pero cuentan con pozos sépticos y/o pozos ciegos.

Electricidad

En la actualidad el déficit de servicio de energía ha reducido según información de registros administrativos de la parroquia, y la información obtenida en el diagnóstico participativo en la asamblea parroquial en donde establece que el déficit de luz eléctrica en los hogares es de menos de 1%. Referente al alumbrado público, la mayor parte que dispone este servicio es el centro parroquial, por estar ubicado en la zona amanzanada y existe baja cobertura de este servicio en las comunidades rurales, y según la información de los registros administrativos en la parroquia existe una cobertura de 50% con el servicio de alumbrado público y tiene un déficit del 50%. (PD Y OT, 2014)

Seguridad

En la parroquia según registros en la Unidad de Policía Comunitaria y la Tenencia Política, no habido casos de abigeatos y casos de mayor gravedad, en estos últimos años; ha existido problemas con el alcoholismo, la drogadicción exclusivamente en los jóvenes en donde ha causado problemas sociales que afectan a la seguridad de la parroquia. En el establecimiento laboran 14 personal de policía, tienen 2 patrulleros, 3 motocicletas para realizar los controles operativos en las comunidades de la parroquia y brindar la seguridad ciudadana las 24 horas del día durante los 365 días del año. (PD Y OT, 2014)

Patrimonio Intangible

El patrimonio intangible como expresiones vivas de un pueblo, basadas en los criterios establecidos por la UNESCO tenemos: tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, técnicas artesanales tradicionales. Sin embargo, no existe un inventario óptimo del patrimonio intangible.

Grupos étnicos

La auto identificación étnica según su cultura y costumbres permite conocer los grupos étnicos que se encuentran presentes en la parroquia González Suárez es una parroquia como mayoría de población en las parroquias rurales del cantón Otavalo posee una diversidad étnica y cultural que lo caracterizan, por ello es importante resaltar la composición de la población desde su autodefinición étnica. (PD Y OT, 2014)

Tabla 6

Población étnica de la Parroquia González Suárez.

Auto identificación según cultura y costumbre	Población	Porcentaje
Indígena	4.062	72,15%
Afroecuatoriano/a Afrodescendientes	34	0,60%
Mestizo/a	1.492	26,50%
Blanco/a	42	0,75%

Vestimenta

La vestimenta se convierte como un patrimonio intangible principalmente para las mujeres kayambis de la parroquia; consiste en una falda plisada, camisa o blusa bordada con diseños y colores muy vistosos y coloridos, sombrero de paño importado, falda pequeña con plumas de pavo real, chales o chalinas y collares dorados. Los hombres Kayambis han perdido su vestimenta tradicional, sin embargo, está en procesos de recuperación al menos la utilización del sombrero para eventos formales. (PD Y OT, 2014)

En el proyecto, se enmarcará y se mostrará la tradición cultural Kayambis, mediante el ofrecimiento de experiencias de bordado manual de las camisas y visitas aledañas a los pobladores de la cultura tradicional Kayambi,

Gastronomía tradicional

Para el día de los difuntos la mayoría de los hogares y familias preparan su comida típica de temporada como es el pan, colada morada, champús, chuchuca mote, otros alimentos, mismos que son preparados con unos días de anticipación, y también son consideradas como parte de la gastronomía local. (PD Y OT, 2014)

Esta tradición de la gastronomía local del día de los difuntos se buscará implementar en el menú de los servicios de restaurante del emprendimiento, de esta manera enseñar a los visitantes lo nativo de la tradición indígena.

La fiesta de San Pedro

Se celebra a partir del 29 de junio, esta fiesta se fusiona con el Inti Raymi desde el 24 de junio. Es una fiesta muy alegre en la que la gente de las comunidades baila de casa en casa al son de las guitarras y cantando coplas y el 29 de junio participan en la toma de la plaza de Cayambe. (PD Y OT, 2014)

Rama de gallos

Es una de las fiestas más importantes para el pueblo Kayambi, que empieza a partir del 24 junio, puede durar hasta finales del mes de agosto. Es una fiesta de unidad familiar y comunitaria; donde los priostes hacen la entrega de doce gallos por año en el lugar donde cogieron eso es generalmente en las casas comunales y otros espacios públicos; los dirigentes de las comunidades o de las juntas de agua se convierten en contrapartes de esta tradicional fiesta. (PD Y OT, 2014)

El wasipichay

El wasipichay es un ritual que se realiza en las tradiciones de los pueblos indígenas principalmente Kayambis. El ritual empieza una vez concluida la construcción de una casa

nueva es necesario limpiar la casa y ahuyentar con agua vendita, flores de diversos colores a las malas energías que pueden existir. En la casa nueva se pone una teja adornada de diversos colores como 29 señal de orgullo por el objetivo alcanzado por la familia y llenan de alegría a la vivienda que va a ser habitada. (PD Y OT, 2014)

La parroquia González Suárez tiene acceso a agua para consumo humano sin un tratamiento adecuado, aún existen hogares sin acceso al servicio de alcantarillado, sin embargo, la mayoría de los hogares disponen de servicios eléctrico. Es un sector seguro, cuenta con un establecimiento de Unidad Policial Comunitaria (UPC) y posee patrimonio intangible que hace al sector un lugar propicio para desarrollar turismo comunitario. Los aspectos antes mencionados aportan al desarrollo de la propuesta como oponentes se considera el acceso al agua, al alcantarillado y como aliados el acceso a energía eléctrica y la seguridad del sector.

En el sector existe patrimonio cultural intangible la importancia de este aspecto está en que el turismo comunitario busca brindar al turista una experiencia de vivencia con la cultura y con la naturaleza, el sector practica actividades culturales, preparan gastronomía tradicional y practican costumbres ancestrales lo que hacen que el lugar se vuelva más atractivos para los turistas.

3.3.6. Sector Turístico

En la presente variable se van a analizar las ventajas y problemas que presenta el sector.

Ventajas

El estado con el objetivo de promover el turismo a nivel nacional e internacional ha lanzado programas que sirvan de apoyo al sector turístico.

“El Ministerio de Turismo presenta la nueva campaña de promoción turística nacional Me quedo en Ecuador, que tiene como propósito motivar a los viajeros nacionales a recorrer nuevamente el país de los Cuatro Mundos”. (Ministerio de Turismo - Ecuador, 2020)

La iniciativa busca estimular a los ecuatorianos a quedarse en el país y que lo elijan su destino preferente de vacaciones; se priorizarán los viajes rurales y se promocionarán los destinos, productos y temporadas turísticas que cumplan con todas las condiciones que garanticen el bienestar de los viajeros. (Ministerio de Turismo - Ecuador, 2020a)

El Programa de Desarrollo de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador 4 Mundos, es el resultado de una alianza con SECTUR de México que bajo los lineamientos del programa inicial mexicano, tiene como objetivo promover el desarrollo turístico de poblaciones que cuentan con atributos culturales y naturales singulares que cumplan con las condiciones básicas necesarias para el desarrollo de la actividad turística, mediante un programa de fortalecimiento que facilite la implementación de un modelo de desarrollo turístico local. (Ministerio de Turismo - Ecuador, 2020)

Según el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS, 2020) Financiar a mi pymes (micro, pequeñas y medianas empresas) es uno de los objetivos del plan "Reactívale Turismo", que presentó el Ministerio del ramo. La iniciativa incluye además reactivar los destinos con protocolos de bioseguridad. Se prevé dar créditos por 483,5

millones de dólares. Para eso, las mipymes deben ingresar al sitio web de la iniciativa, para registrarse y seguir el trámite correspondiente. (Ministerio de Turismo - Ecuador, 2020)

Ecuador es un país y a la vez un destino privilegiado al contar con muchas ventajas para el turismo; geográficamente se encuentra en la costa noroccidental de América del Sur, atravesado por la Línea Ecuatorial, la Cordillera de los Andes, corrientes marinas, áreas selváticas amazónica y del Chocó Andino, elementos naturales que le hacen un país con ecosistemas cercanos único. También se dice que Ecuador se encuentra dentro de los 14 países más biodiversos del mundo con 17 pueblos y nacionalidades indígenas distribuidas en las cuatro regiones naturales. En el presente estudio, estos atributos únicos de la expresión cultural hacen de los CTC una de las características de mayor fortaleza en la región Sierra con el 70% donde más se ha desarrollado; la Amazonía con el 20% y 10% en la región costa. (Loor, Alemán y Pérez, 2018, p.88)

Problemas

En el Ecuador, las políticas turísticas actuales amparadas en el marco constitucional propugnan entre sus prioridades la implementación de un turismo consciente, dentro del modelo económico de desarrollo, se continúa afianzando el modelo turístico dominante con el apoyo de las instancias gubernamentales, una de estas inversiones es el Hotel Royal Decameron Mompiche que pone en evidencia que, antes que la sustentabilidad social y

ambiental, la primacía se encuentra en lo económico, lo que devela una franca contradicción entre principios instituidos y la práctica descontextualizada de los mismos.

El desfase legal y de planificación de política pública, genera un espacio poco articulado e invisibilizado de actores que deriva al mismo tiempo en una actividad turística poco ordenada, sin cumplimiento de las regulaciones establecidas; por lo que las comunidades locales quedan expuestas a la depredación de sus territorios como objeto de reproducción capitalista, imposibilitando las oportunidades del desarrollo sostenible esgrimido por instituciones nacionales e internacionales develando en su máxima expresión el discurso oficialista ante la evidencia empírica de la realidad. (Vargas Cumbajín et al., 2018. p106)

Según, Naciones Unidas (2020) La crisis actual del COVID-19 ha causado una importante caída en la actividad turística en todo el mundo, incluida la región de América Latina y el Caribe. Entre 2016 y principios de 2020, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo de alrededor del 10% anual en México y las tres subregiones. Sin embargo, a medida que la pandemia llegó a la región y un número cada vez mayor de países cerró sus fronteras en marzo, estas llegadas disminuyeron más del 50% en marzo y cerca del 100% en abril en las tres subregiones y en México.

El turismo comunitario en los próximos años deberá seguir enfrentando muchos de los problemas que heredó desde finales del siglo XX: diversificación de oferta, falta de capacitación en operación turística y en mercadeo, poco manejo de idiomas extranjeros, insuficiente profesionalización del personal entre otros. (Cabanilla, 2018)

El sector turístico comunitario en Ecuador se lo ha manejado de forma empírica lo que ha ocasionado que no tenga crecimiento como las demás actividades turística, pese a que el estado ha creado instituciones y programas para que este sector se desarrolle.

En Ecuador existen gran diversidad en flora y fauna por los diferentes pisos climáticos que posee y que hace que se originen atractivos turísticos únicos en el mundo, lo que ha permitido el desarrollo de este sector, puesto que cuenta con oportunidades de crecimiento, ya que existen programas establecidos por el gobierno para brindar apoyo a esta actividad económica, sin embargo, a pesar de que existen leyes su aplicación se ha enfocado más en lo económico sin que se dé un adecuado cumplimiento de la preservación y cuidado de los recursos naturales que son esenciales para la continuidad de esta actividad, es así que el turismo comunitario por lo antes mencionado ya que su actividad se enmarca en preservar los recursos y aprovechar pero sin causar daño alguno y si los recursos son afectados por las grandes empresas privadas, no tendrán recursos naturales para ofertar a los turistas. Otra de las causas por las que el turismo comunitario no se haya desarrollado adecuadamente es por el deficiente manejo administrativo, estudio de mercado, financiero y técnico, la falta de capacitación y otros factores que han estancado su crecimiento.

3.3.7. Análisis interno

La información que se detalla a continuación es obtenida mediante una entrevista realizada a uno de los socios del emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola.



Figura 12. Turismo comunitario Paila Tola

ANTECEDENTES

“Paila Tola” es un emprendimiento turístico que está conformado por los 6 hermanos Méndez como socios, mismos que se desempeñan como trabajadores, ofreciendo múltiples servicios de forma individual, sin organizarlos en paquetes turísticos, sin costearlos y no han definido el mercado específico al cual se va a enfocar, ya que están a la espera de las personas que visiten el lugar sean provenientes del extranjero o del país.

Los servicios que ofrece son: el hospedaje, catering, visitas guiadas, relatos de leyendas, huertos familiares y vestimentas tradicionales.

Este emprendimiento inicia sus actividades en octubre del 2019, se crea como una alternativa de generar ingresos entre familias, amigos y vecinos, aprovechando los recursos favorables de la Comunidad “Mariscal Sucre”.

La situación legal del emprendimiento con respecto al SRI funciona con el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) por el momento, registrado a nombre del Sr. Matías Méndez Chef del negocio con el número 1004059000001, como actividad servicios varios, activo desde el 05 de noviembre de 2014, actualizada el 14 de mayo de 2018, el RISE lo usan hasta obtener los permisos como turismo comunitario, puesto que el fin del RISE era para usos profesionales del Sr. Matías Méndez como chef. Al momento el emprendimiento está realizando los trámites para obtener los permisos de funcionamiento y registrar su actividad como turismo comunitario.

FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

Los socios del emprendimiento hasta el momento aún no han diseñado la misión que de forma general y explique el enfoque de la idea del negocio y una visión que oriente a dónde quieren llegar en unos años, sino que simplemente se han lanzado al mercado a ofrecer los servicios del turismo comunitario con el fin de aprovechar los recursos con los que cuenta el sector.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Los socios han determinado organizar y estructurar al emprendimiento de acuerdo a las competencias y habilidades de cada uno de los socios para realizar las actividades que se desarrollan en el emprendimiento turístico para un mejor manejo y desempeño, sin embargo, lo antes mencionado no se encuentra documentado.

Tabla 7

Distribución del personal

Carlos Méndez	Administrador
Edison Méndez	Mantenimiento
Héctor Méndez	Chef
Martha Méndez	Ayudante de cocina
Fernando Méndez	Atención al cliente
Homero Méndez	Atención al cliente.

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Funciones

A continuación, se detalla las actividades que realiza cada cargo de cada socio del emprendimiento:

Tabla 8

Actividades

Cargo:	Actividades
Administrador:	Se encarga de manejar las reservaciones, hacer publicidad y llevar el registro de las ventas
Producción:	Se encarga de la preparación de la comida y la compra de los insumos.
Mantenimiento:	Encargado de reparaciones y mantenimientos técnicos de la estructura del inmueble
Atención al cliente	Brinda servicio de mesero, guía turística,

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Organigrama

El organigrama funcional no se encuentra formalmente documentado, sin embargo, mediante la información obtenida de la entrevista se pudo determinar cómo está estructurado el organigrama.

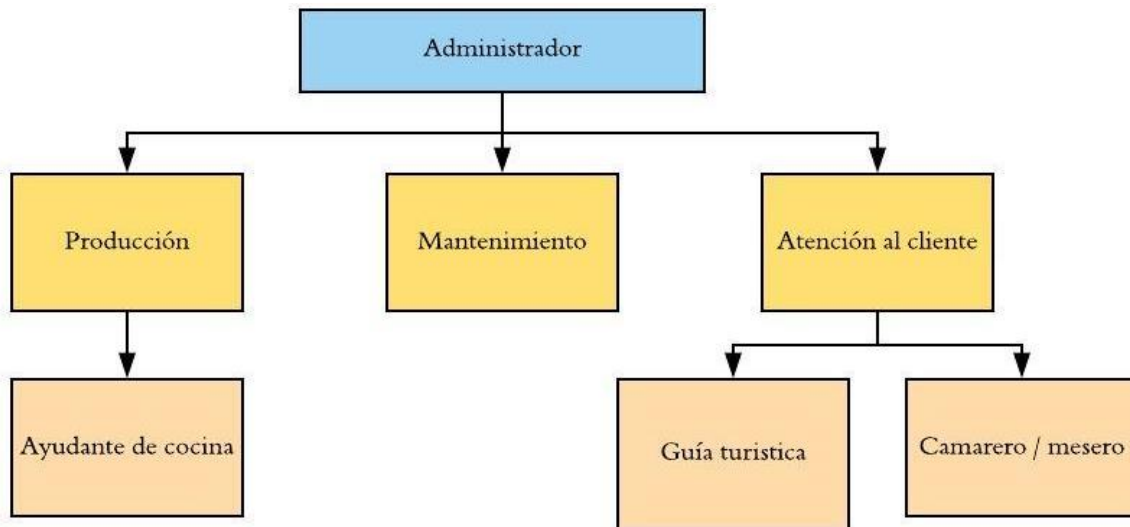


Figura 13. Organigrama

En base a la información obtenida se considera realizar cambios como: organizar las actividades y el organigrama de acuerdo a cada área y que las funciones sean más específicas y desagregadas para que no exista posibles desviaciones o manejos inadecuados de los recursos.

SERVICIOS DEL EMPRENDIMIENTO PAILA TOLA

El emprendimiento ofrece al turista la oportunidad de recorrer los sitios turísticos del sector, degustar la gastronomía tradicional y participar de actividades culturales las cuales se detallan a continuación.

Servicio de hospedaje

El emprendimiento para brindar este servicio cuenta con 6 habitaciones y un baño de uso compartido.

Las habitaciones están distribuidas de la siguiente manera:

- 4 son habitaciones para dos personas, las cuales cuentan con dos camas de una plaza, un mueble pequeño para que el visitante guarde sus pertenencias y un televisor.
- 2 habitaciones matrimoniales que a diferencia de las características antes mencionadas cuentan con dos camas de dos plazas.

La capacidad de la infraestructura destinada para el servicio de hospedaje con la que cuenta el emprendimiento ha sido ocupada en un 70% llegando a este porcentaje en días feriados, mientras que en días de descanso habitual de fin de semana han tenido una ocupación de 40% de su capacidad, considerando que el turista ha preferido permanecer en el lugar por dos noches en días de feriado y una noche los fines de semana.

Distribución del espacio de la infraestructura para hospedaje.

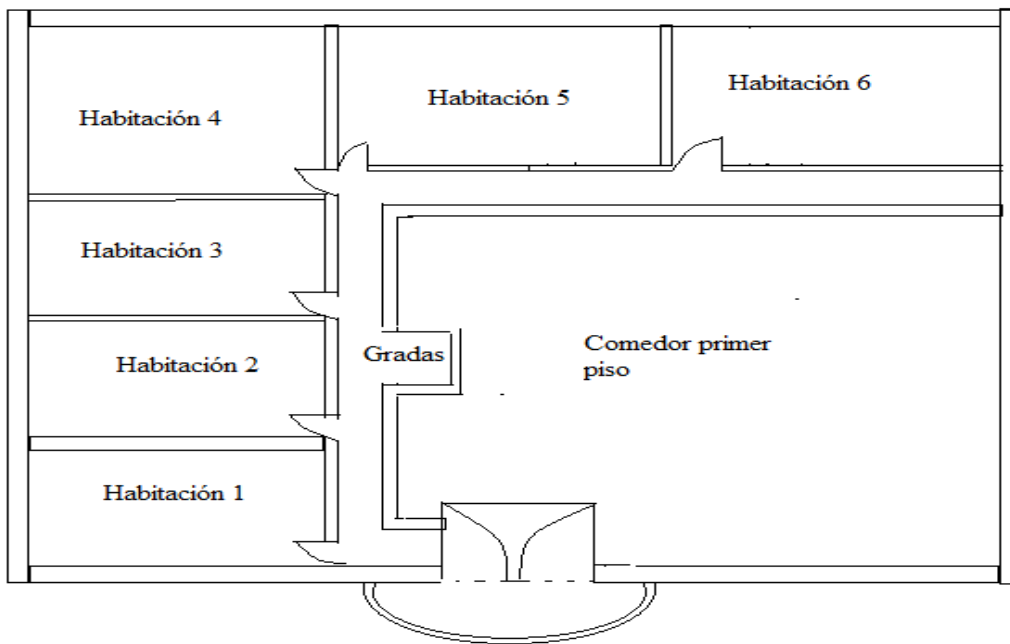


Figura 14. Plano de la planta alta de la infraestructura del emprendimiento

Servicio de visitas guiadas

Los servicios turísticos que ofrece son:

- Caminata a los dos miradores de Paila Tola de la comunidad “Mariscal Sucre” con vistas a la Laguna San Pablo, tiene una duración de 2 a 3 horas que incluye narración histórica de la formación de las tolas.
- Recorrido por el Lago San Pablo que tiene una duración aproximada de 2 a 3 horas que incluye reseña histórica del lugar.
- Recorrido por las vertientes naturales conocidas como “Pugyo”, donde practican rituales de boda y marcan el inicio del Inti Raymi de la comunidad Mariscal Sucre, tiene una duración aproximada de 2:30 horas incluye explicación de las actividades que se realizan en el lugar.
- Visita a la Rinconada en donde existe una vertiente de agua mineral natural y una mini cascada, el tiempo estimado de caminata es de 3 a 4 horas a pie y en carro el recorrido tiene la duración de 1 hora incluye reseña histórica del lugar.
- Otra de las actividades es compartir el proceso de la elaboración del bordado de la cultura Kayambi y para finalizar en todo el trayecto de las actividades mencionadas se narra leyendas del sector.
- Recorrido por los huertos familiares donde se explica cómo se producen los vegetales como son: las zanahorias, coles, lechugas, acelgas, brócolis y zucchinis.

La hora de salida depende de la disponibilidad de los turistas, que puede ser en la mañana o en la tarde, pero dependiendo de los lugares que deseen visitar y una vez terminado el recorrido y las explicaciones de los sitios, se retorna al lugar de partida.

Los turistas que más visitan al emprendimiento de turismo comunitario “Paila Tola” son provenientes de la capital de Ecuador y los turistas extranjeros que visitan el lugar provienen de Francia, en un rango de edad entre los 16 - 45 años y han visitado este lugar en familia, individual y en pareja.

El emprendimiento tiene más afluencia de turistas nacionales en los meses de octubre y noviembre por razones del feriado y el horario de atención es de 8am a 9pm con reservaciones.

Los encargados de realizar las visitas guiadas son Sr. Carlos Méndez y el Sr. Fernando Méndez, quienes no tiene conocimiento en idiomas extranjeros y solamente se encargan de atender a las visitas de turistas nacionales, en caso de recibir turistas extranjeros contratan los servicios de un traductor.

El emprendimiento turístico para brindar el servicio de las visitas guiadas a los sitios turísticos del sector, realizan grupos de 5 o 10 personas dependiendo de la cantidad de turistas que visiten en el día para realizar los recorridos.

Servicio de alimentación

La infraestructura del restaurante con la que cuenta el emprendimiento tiene una capacidad de 60 personas, el responsable es el Sr Matías Méndez, el ayudante de cocina es la Sra. Martha Méndez y los meseros los Sres. Homero Méndez y Fernando Méndez, los cuales inician sus actividades a partir de las 5:30 am para servir los alimentos a sus clientes. Los desayunos están disponibles a partir de las 7:00am, los almuerzos están listos a partir de las 12:00pm y la merienda está disponible a partir de 7:00pm.

La alimentación está basada en la gastronomía tradicional.

Los platos que ofrecen son:

- ✓ Pan casero con café/colada morada/morocho
- ✓ Borrego asado
- ✓ Yahuarlocro
- ✓ Seco de chivo
- ✓ Fritada
- ✓ Caldo de gallina

Distribución del espacio físico del restaurante.

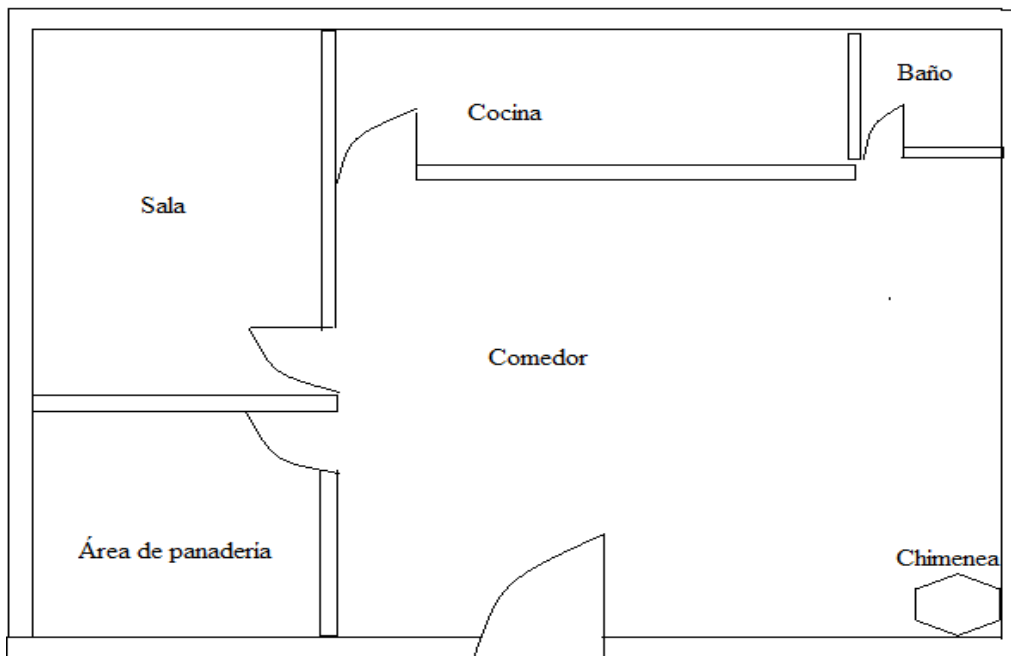


Figura 15. Plano de la parte baja de la estructura del emprendimiento

PUBLICIDAD

El emprendimiento para su publicidad haciendo uso de plataforma digital de Facebook, la cuenta de Paila Tola es manejada por el administrador del negocio, la cuenta en la que ofertan sus servicios no se encuentra actualizada pues aún se mantienen los servicios que ofrecía a sus inicios y no se incluye las actividades de turismo comunitario, aunque en la parte de información aparece como Turismo Comunitario no se especifica los servicios en este rango, ya que este servicio lo empezó a ofertar a partir del mes de octubre del 2019 a esta fecha en su cuenta aparece como una publicación los nuevos servicios a ofrecer. El emprendimiento mantiene alianzas estratégicas con la Junta Parroquial de González Suárez para promocionar sus servicios, utilizando el medio de comunicación local Apangora TV y en los talleres eventuales que se realizan en la localidad organizados por las autoridades locales.

Cuenta de Facebook

Portada de la cuenta y presentación de los servicios que ofrece.



Figura 16. Página de Facebook

La página tiene hasta el momento cuenta con 184 seguidores.



Figura 17. Información estadística de la página

La recomendación de uno de sus clientes que ha visitado el emprendimiento habla bien del servicio recibido.

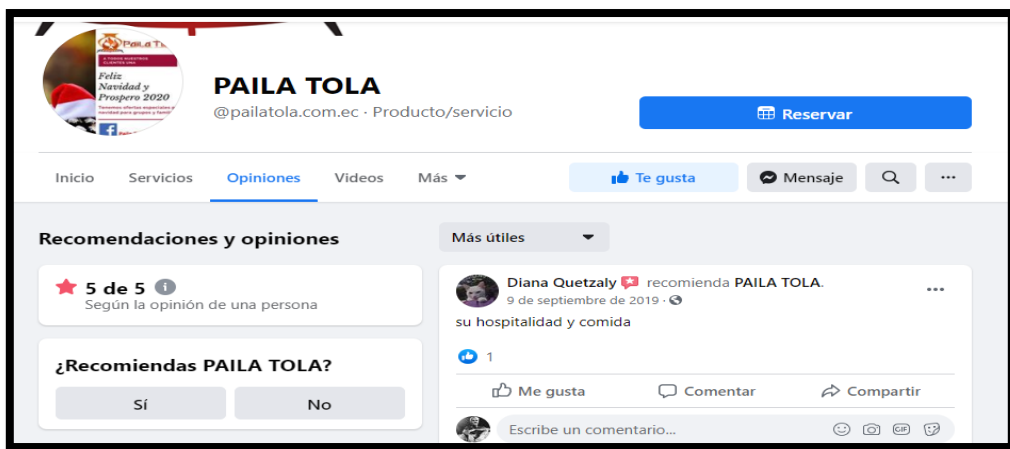


Figura 18. Información de la página

El emprendimiento no realiza seguimientos constantes de la página de Facebook, lo que se evidencia una desactualización de la información, puesto que en la fecha que inicio sus actividades turísticas realizó una publicación de los nuevos servicios que ofrecen, sin embargo, la información no se encuentra registrada en los servicios de la página.



Figura 19. Publicación de la página

SITUACIÓN ECONÓMICA

El manejo económico según su registro en el SRI, para los contribuyentes que hacen uso del RISE que según lo establecido por el SRI para pertenecer a este impuesto el monto de sus ingresos no debe superar los \$ 60.000 al año y deben llevar un registro básico de los ingresos y egresos mismo que deben cumplir. El emprendimiento al momento lleva un registro manual de los ingresos que tiene y gastos que realiza.

El emprendimiento para establecer el precio al público, no lo realiza determinando los costos y gastos fijos y variables que incurren para el funcionamiento del negocio y muchos menos considera un porcentaje margen de utilidad o ganancia, sino que lo costea tomando como referencia los valores a los cuales la competencia ofrece sus servicios al mercado.

Los servicios de alimentación tienen un costo de:

- Pan casero con café/colada morada/morocho – \$ 1,50
- Carne de borrego asado - \$ 5,00
- Yahuarlocro - \$ 2,50 a \$ 3,50
- Seco de chivo - \$ 2,50
- Fritada - \$ 2,00 a \$3,00
- Caldo de gallina - \$ 2,00 a \$ 300

Los servicios de hospedaje tienen un costo de:

Hospedaje durante las 24 horas por persona de \$ 10,00

Los servicios de visitas guiadas tienen un costo según el tiempo de recorrido y tiene un valor aproximado de la hora es de \$1,50 y en muchos casos no cobran cuando son recorridos cortos, solo reciben propina.

De los ingresos que tienen por la venta de los servicios el 20% lo reinvierten en el emprendimiento, ya sea para mejorar la infraestructura y para la agricultura de los huertos. Según la información obtenida el emprendimiento con la llegada de la pandemia de covid-19 al país se visto afectado, no ha recibido visitas turistas hasta el momento.

Del análisis interno, se concluye que el potencial turístico y particularmente el comunitario no ha sido explotado de mejor manera, puesto que se cuenta con recursos que pueden generar grandes beneficios económicos, por consiguiente, el manejo empírico de la gestión administrativa, financiera, organizacional. Sin embargo, se destaca como una debilidad fundamental la ausencia de estudios que permitan un reconocimiento claro del segmento de mercado, así como no existe una propuesta de servicios con base en paquetes turísticos que respondan a una determinación de costos adecuada y precisa.

3.4. Análisis de la información

Tabla 9

Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

Aliados	Oponentes
Disponibilidad de personal activo para trabajar.	Solamente el 9,5% de la Red vial es de primer orden E35.
La parroquia posee potenciales atractivos turísticos.	Cobertura del agua para consumo sin tratamiento adecuado.
La parroquia posee patrimonio intangible: vestimenta, gastronomía y actividades tradicionales.	El 38% de los hogares no tiene servicio de alcantarillado.
Disponibilidad de luz eléctrica en los hogares.	PIB con tendencia a bajar en signo negativo.
Realizan controles operativos en las comunidades.	
La parroquia esta organizada por comunidades, que pertenecen a pueblos Kichwa Kayambi/Otavalos.	
Oportunidades	Riesgos
Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación.	Reducción de ingresos de turistas por la pandemia de Covid - 19
Ley Humanitaria.	
Ley de Turismo.	
Programas para la reactivación económica y promover el desarrollo de actividades turísticas.	Recesión económica
Los servicios turísticos tienen mayor participación en los ingresos del Cantón Otavalo.	Incremento del desempleo por contexto actual de la pandemia.
El 91% de la población usan internet varias veces al día.	
El 57% de la población usan el internet para buscar información de productos o servicios.	

Tabla 10

FODA del emprendimiento turístico “Paila Tola”

Fortalezas	Oportunidades
Cuentan con infraestructura propia	El emprendimiento tiene acceso a los sitios turísticos del sector.
Cuentan con terreno para cultivar los vegetales orgánicos.	El emprendimiento utiliza la plataforma digital Facebook para promocionarse
Los socios conocen las leyenda e historias del sector.	
Los socios preparan platos típicos del sector	
Practican actividades culturales como el bordado.	
Precios de los servicios son accesibles	
Debilidades	Amenazas
El emprendimiento se encuentra tramitando los permisos legales de funcionamiento.	Reducción de turistas por la situación del covid-19
Los socios no estiman los costos y gastos en los que incurre el emprendimiento	Las entidades competentes prohíban el funcionamiento del emprendimiento como turismo comunitario por falta de permisos.
La estructura organizacional del emprendimiento no está debidamente documentada ni organizada.	Cierre del emprendimiento por falta de ingresos por el contexto actual de la emergencia sanitaria.
El emprendimiento no tiene filosofía organizacional definida en un documento.	
El emprendimiento no ha segmentado al mercado al que se va a enfocar sus servicios.	
Los servicios turísticos que oferta el emprendimiento, no está organizada ni costeadada.	

3.5. Conclusión Diagnóstica

Mediante la información recopilada y analizada se determina que la parroquia González Suárez está situada en un sector estratégico, sus climas han permitido la formación de atractivos turísticos y la población está organizada por comunidades que pertenece a pueblos indígenas Kayambis y Otavalos, estos son aspectos positivos para desarrollo del turismo comunitario ya que tienen un enfoque cultural.

El estado ha establecido leyes que benefician al emprendimiento de turismo comunitario, la primera es la ley de emprendimiento, en ciertos artículos se presenta los beneficios a los que puede acceder el emprendimiento, segundo la ley de turismo, en la presente ley el emprendimiento una vez registrado legalmente su actividad puede recibir apoyo y soporte para desarrollar su idea de negocio de turismo comunitario. Tercera la ley humanitaria implementada por la emergencia sanitaria que busca ayudar a los negocios que han sido afectados por la pandemia siendo así uno de los afectados el emprendimiento que desde que inicio la situación de la pandemia de covid – 19 en el país, no ha recibido visitas de turistas.

En el país el salario básico unificado como cada año se ha incrementado con fin de que los consumidores puedan adquirir los productos de la canasta básica y cuenten con recursos para realizar cualquier otra actividad, en la que se puede considerar que la población puede optar por visitar el emprendimiento de turismo comunitario.

La situación actual ha generado en los negocios la adopción del comercio electrónico como nueva estrategia de comercialización; este nuevo medio de intercambio está directamente relacionado con el uso de internet del 91% y la penetración en toda la población, así como también se constituye como una importante fuente de información de los consumidores de los cuales puede hacer uso el emprendimiento para ofertar sus productos, llegar a sus clientes con información de los servicios que ofrece y puedan visitarlo.

La población de la parroquia González Suárez en la mayoría de los hogares disponen de servicios eléctrico. En cuanto a la seguridad, el sector cuenta con un establecimiento de

Unidad Policial Comunitaria (UPC). Y como aporte cultural la parroquia posee patrimonio intangible como es la vestimenta, gastronomía y actividades tradicionales, todos los aspectos antes mencionados hacen al sector un lugar propicio para que el emprendimiento desarrolle su actividad de turismo comunitario.

Ecuador cuenta con una gran variedad de flora y fauna únicos en el mundo lo que permite que se desarrolle el sector turístico y ha recibido apoyo del estado que con el fin de impulsar los negocios turísticos con los programas que brinden ayuda a este sector para que mejoren su desempeño, sean fuentes generadoras de empleo y contribuyan a la economía del país, permitiendo así que el emprendimiento pueda mejorar el desarrollo de su actividad turística comunitaria.

El emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola, cuenta con aspectos que le benefician y le permite continuar ofertando sus servicios a los turistas, entre los aspectos que se consideran esta que disponen de terreno e infraestructura propia para desarrolla su actividad, se encuentra ubicado cerca de sitios turísticos, los socios tienen conocimiento de las actividades culturales, leyendas y costumbres del sector y preparan gastronomía tradicional del sector.

Como conclusión general se puede determinar que la actividad turística comunitaria es una alternativa que genera desarrollo económico dentro de las comunidades, particularmente en la parroquia González Suárez, misma que cuenta con lugares turísticos naturales,

actividades culturales, gastronómicas y la vestimenta tradicional; convirtiéndolo en un sitio estratégico para actividades turísticas. El emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola cuenta con infraestructura y terreno propio para prestar sus servicios. Otra ventaja son las leyes y programas que el estado ha establecido para fomentar y brindar soporte a este sector económico y a los emprendimientos. También el comercio electrónico en la actualidad se ha convertido en una oportunidad para comercializar, entre sus beneficios son: ayuda a promocionar el negocio, también como fuente de información y como una forma de pago para los consumidores. Finalmente, es necesario que el negocio defina alternativas de adaptación de su infraestructura y propuesta de servicios a la realidad actual y nuevas necesidades de los turistas. Con lo anteriormente expuesto, se motiva el desarrollo de un plan de negocios para el emprendimiento de Turismo Comunitario Paila Tola.

CAPÍTULO IV

4.1. Propuesta

En el presente capítulo se va a desarrollar la propuesta del plan de negocio para el emprendimiento de turismo comunitario, el cual se enfocará en mejorar la situación del negocio en base a la información obtenida en el análisis interno, mediante la ejecución del estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.

En la propuesta se desarrollará el estudio de mercado donde se va a segmentar el mercado, determinar la oferta y la demanda, las estrategias de comercialización y proyección de la demanda. En el estudio técnico se establecerá la localización, tamaño e ingeniería del proyecto. En el estudio financiero se fijará el presupuesto de la inversión, estados financieros, análisis de sensibilidad y evaluación financiera. Para terminar en el estudio organizacional se estructurará al emprendimiento.

4.2. Objetivo

Determinar la viabilidad de mercado, técnica, financiera y organizacional de la propuesta del plan de negocios el emprendimiento turístico comunitario “Paila Tola”, ubicado en la comunidad Mariscal Sucre, parroquia González Suárez, Otavalo, Ecuador.

4.3. ESTUDIO DE MERCADO

En esta sección se desarrollará la investigación y recopilación de información primaria y secundaria mediante la aplicación de las técnicas de investigación que permitan identificar el mercado al cual se va a enfocar la propuesta del plan de negocio y sobre la competencia existente.

Para obtener información de fuente primaria se aplicó una encuesta a la Población Económicamente Activa correspondiente al sector urbano de la provincia de Imbabura, también se realizó entrevistas telefónicas a la competencia. Por otra parte, se utilizó información secundaria especialmente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para la segmentación de mercado

En este estudio se reconoce la demanda y la oferta existentes en el mercado con miras a cuantificar y determinar el balance oferta - demanda, análisis de precios y establecer la demanda insatisfecha.

4.3.1. Objetivo del estudio de mercado

Analizar la situación del mercado a través de la recolección de información primaria y secundaria por medio de encuestas, entrevistas e investigación documental con fin de determinar la demanda potencial, la oferta, el precio y las estrategias de comercialización.

4.3.2. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado se consideró la macro y microsegmentación, para la macrosegmentación se enfocó en las necesidades que se va a satisfacer en nuestro caso al ser servicios turísticos comunitarios ofertado en el sector rural la población a la que se ha va a enfocar con el proyecto es al sector urbano de la provincia de Imbabura, en cuanto a la microsegmentación se desagregó en variables hasta llegar al mercado meta del cual se va a obtener la muestra para aplicar el instrumento.

4.3.2.1. Variables de Segmentación

Las variables que se considera para la segmentación del mercado son: geográfica y demográficas que permiten fragmentar al mercado en varios grupos y subgrupos con características homogéneas hasta llegar al mercado al cual se va enfocar el emprendimiento.

Variable Geográfica

Para la segmentación del mercado mediante la variable geográfica se tomaron datos publicados en el INEC (2010-2020). Primero se identificó la población del país la cual para el 2020 se proyecta con 17'510.643 habitantes, siguiente subgrupo la región sierra con una participación de 7'847.136 de habitantes, para desarrollar la propuesta se considera datos de la provincia de Imbabura con 476.257 habitantes y el sector urbano de la provincia de Imbabura con 263.907 habitantes.

Demográfica

Para la segmentación de mercado según la variable demográfica se consideró la población de Imbabura del sector urbano según la edad, los datos se tomaron del INEC (2010-2020) el cual informa que la población entre 25 – 54 años es de 106.786, adicionalmente se consideró información de la tasa de participación de la PEA del sector urbano a nivel nacional, misma que representa el 45,2% información obtenida de INEC (2020) y por último se segmentó de acuerdo a la tasa de participación de población con empleo del sector urbano que representa el 59,2%.

Tabla 11

Segmentación de la población

Segmentación de la población	Número de habitantes	% de participación
GEOGRÁFICA		
Población del país según INEC (2010-2020)	17'510.643	100%
Población región Sierra	7'847.136	44,81%
Población Imbabura	476.257	6,07%
Población urbana de Imbabura	263.907	55,41%
DEMOGRÁFICA		
Población por edades 25 – 54	106.786	40,46%

PEA - Tasa de participación	48.267	45,2%
urbana según (INEC, 2020b)		
Tasa de participación de	28.574	59,2%
empleo bruto según (INEC, 2020b)		

4.3.3. Mercado Potencial

Para determinar el mercado potencial se consideró la variable geográfica al tomar datos de los habitantes del país, región, provincia y sector urbano por otro lado con la variable demográfica agrupó a la población por edad de 25 a 54 años, posterior se consideró la Población Económicamente Activa y por último la población con empleo del sector urbano obteniendo como resultado 28.574 habitantes.

4.3.4. Cálculo de la Muestra

Para aplicar la encuesta al mercado potencial se calculó la muestra con la siguiente fórmula finita con los siguientes datos: tamaño de la población 28.574, varianza 0,5, nivel de confianza 95% equivalente a 1,96 y margen de error de 5%.

$$n_o = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Dónde:

N= Población = 28.574 habitantes

n_o= Tamaño de la muestra aproximado = 384,16

n= Tamaño de la muestra

Z_α= Valores correspondiente al nivel de significancia 1,96

σ²= Varianza 0,05

E= Error de tolerancia 5%

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{28.574}}$$

$$n = 379$$

4.3.4. Aplicación del Instrumento, Tabulación, análisis e interpretación de resultados de la encuesta

4.3.4.1. Aplicación del instrumento

La encuesta se aplicó a la Población Económicamente Activa con empleo del sector urbano de la provincia de Imbabura, la cual se llevó a cabo en el mes de agosto de 2020, el medio que se utilizó para aplicar el instrumento fue electrónico utilizando el formulario de Google, esto debido a la situación de la pandemia y la renovación del estado de excepción

declarado el 14 de agosto de 2020 mediante Decreto Ejecutivo N° 1126, el cual restringe la movilización de la población en todo territorio Ecuatoriano.

4.3.4.2. Tabulación, análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Los resultados que se obtuvieron de la encuesta aplicada mediante el uso del internet para determinar el nivel de aceptación de los servicios turísticos que forman la propuesta que ofrece el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola, ubicado en la comunidad de Mariscal Sucre, parroquia González Suárez del Cantón Otavalo son los siguientes:

Tabla 12

Datos informativos

Genero		
Femenino	168	44%
Masculino	200	53%
LGBTI	11	3%
Edad		
25 - 29	240	63%
31 - 34	58	15%
35 - 39	33	9%
40 - 44	20	5%
45 - 49	10	3%
50 - 54	18	5%
Educación		
Primaria	16	4%

Secundaria	143	38%
Superior	166	44%
Posgrado	54	14%

Fuente: Encuesta

Hábitos

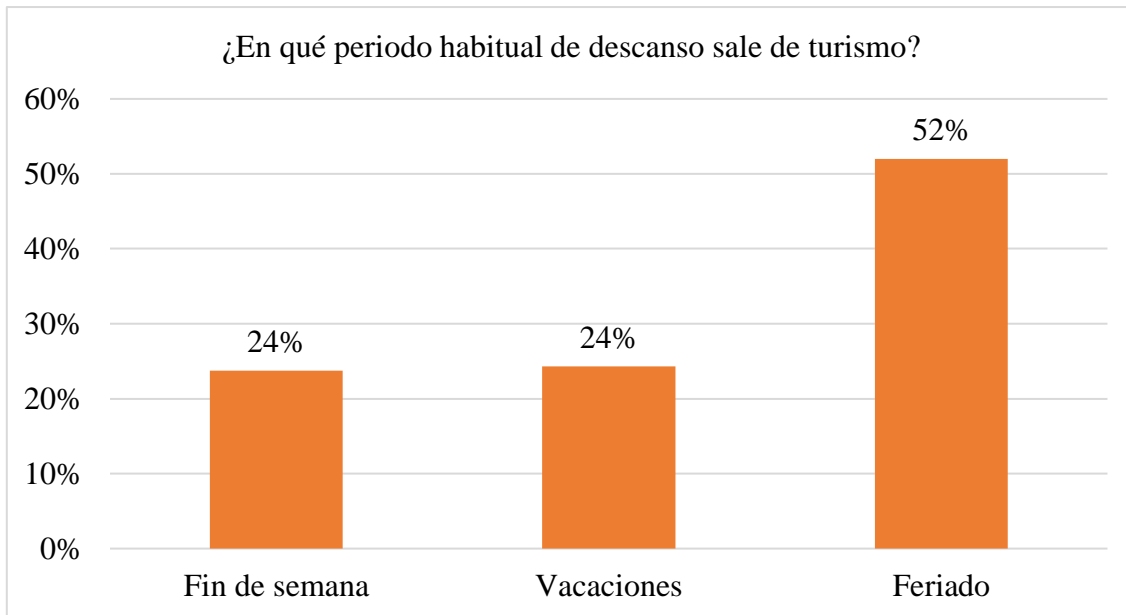


Figura 20. Hábito de salir de turismo

De acuerdo a la encuesta, se determina que el 52% salen de turismo en los días feriados, debido a que en el país se conmemora varias fechas nacionales, también se considera que en 24% salen de turismo en fin de semana o en vacaciones (Escolares y laborales)

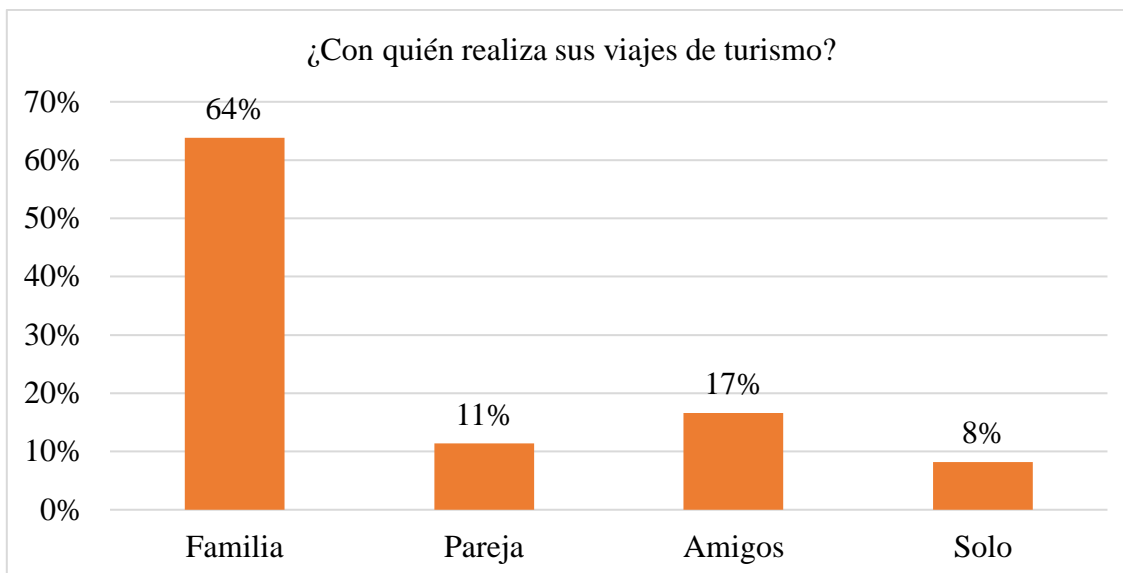


Figura 21. Hábito de compañía en los viajes

La encuesta realizada afirma que las personas que realizan turismo en un 64% lo hacen con el acompañamiento de la familia ya que mayor parte de los integrantes tienen descanso, seguido de un 17% que realizan el turismo entre amigos.

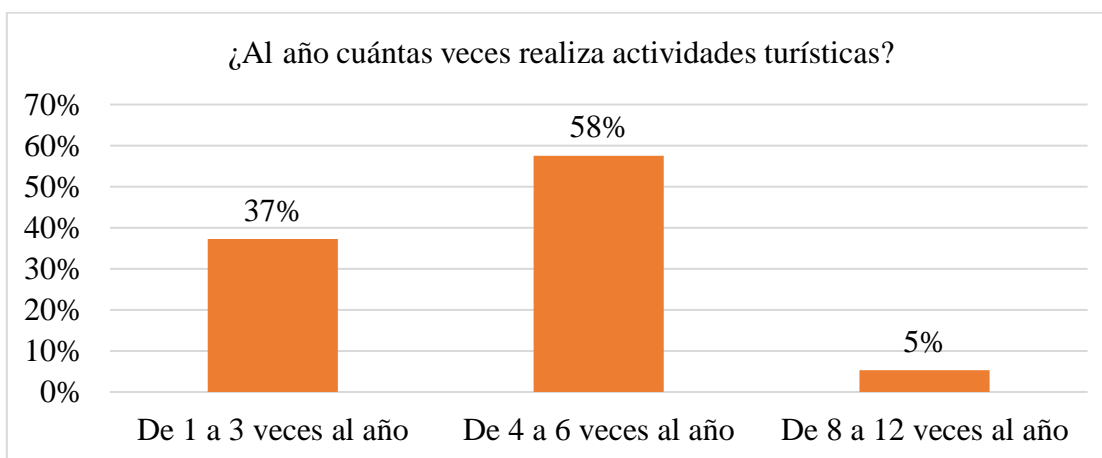


Figura 22. Hábito de frecuencia

Mediante la encuesta realizada, se determina que la población prefiere salir de turismo en los días de descanso por feriados con el 52%; la información tiene relación con la frecuencia

que salen de viaje por turismo con el 58% de 4 a 6 veces al año, debido a que en el país al año se declara varios eventos y fechas conmemorables como días de feriado y los habitantes prefieren viajar en dichas fechas.

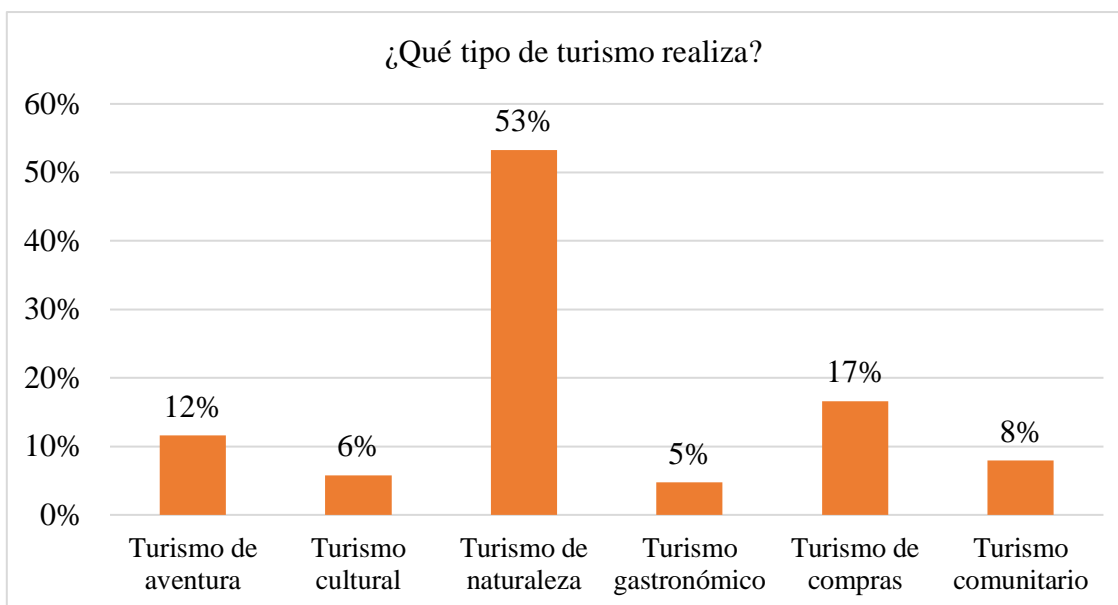


Figura 23. Tipo de turismo

De la población encuestada el 53% prefieren realizar turismo de naturaleza, como se puede observar las personas salen de la rutina de la ciudad y encuentran entretenimiento y relajación al estar en contacto con el medio ambiente, información que se confirma según Barrera (2019) afirma que “el número total de visitas registrado en 29 áreas naturales de Ecuador, durante el año 2015 presentó un incremento del 2,4% respecto al año 2014”.

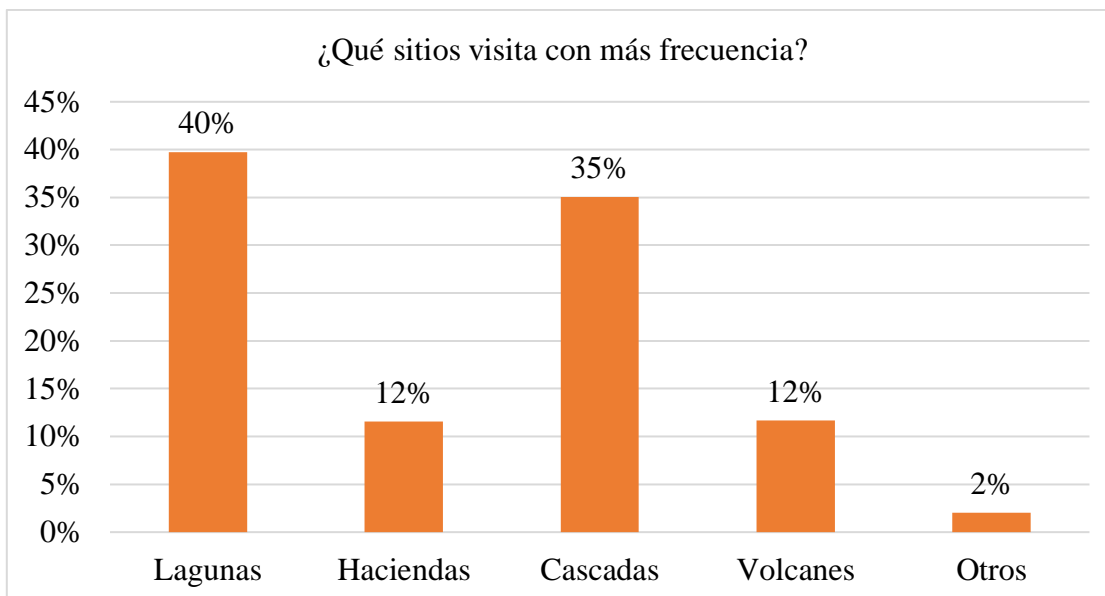


Figura 24. Sitios más visitados

De la población encuestada, el 40% afirman que sus mayores atracciones para realizar el turismo son en las lagunas, esto debido a que este tipo de complejo ofrece múltiples actividades recreacionales, también un 35% realizan turismo a las cascadas por la atracción natural.

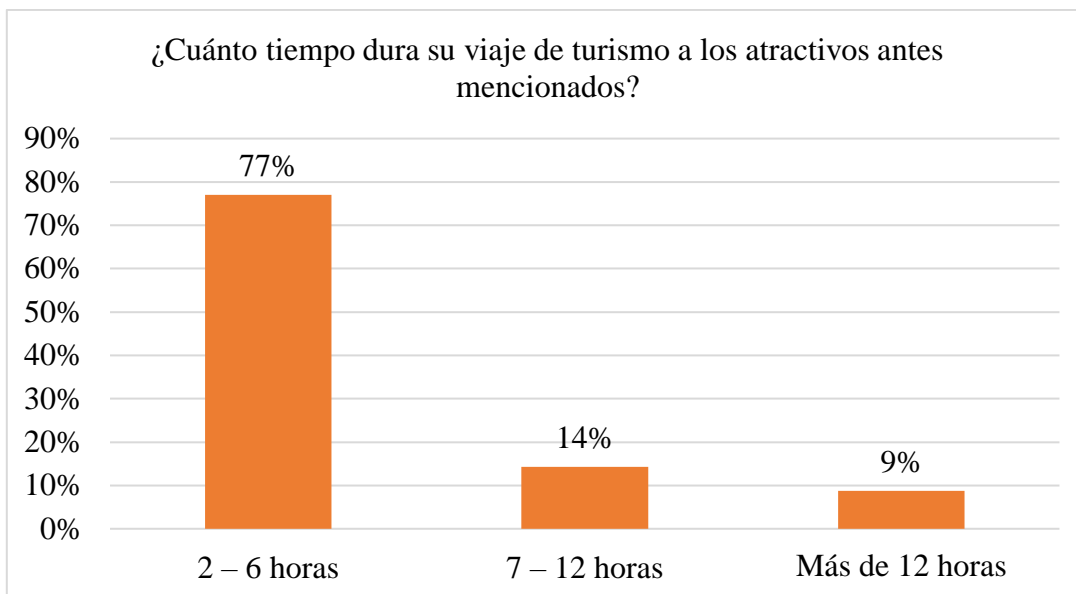


Figura 25. Tiempo de viaje

De la población encuestada el 40% visitan frecuentemente las lagunas y el 35% las cascadas, de los sitios antes mencionados las más reconocidas son la laguna Yahuarcocha, San Pablo, Cuicocha y la cascada más conocida de Peguche. La información anterior tiene relación con las 2 a 6 horas que se destinan para los recorridos a los sitios turísticos que es de 2 a 6 horas con una aceptación del 70%, puesto que varios lugares naturales o atractivos turísticos están en áreas rurales a una distancia prudente de los sectores urbanos.

Competencia

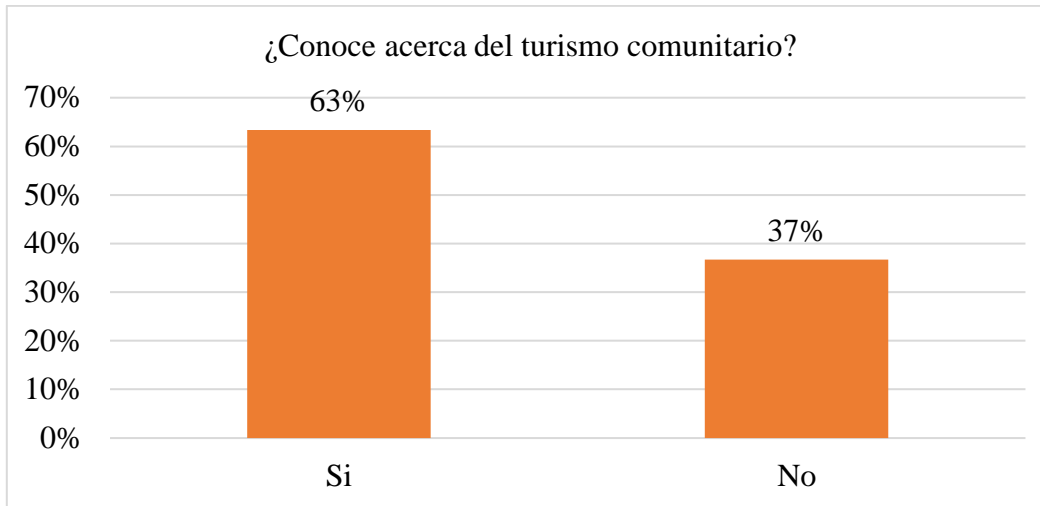


Figura 26. Turismo comunitario

De la población encuestada, un 63% conoce del turismo comunitario, debido a las experiencias vividas y realizadas.

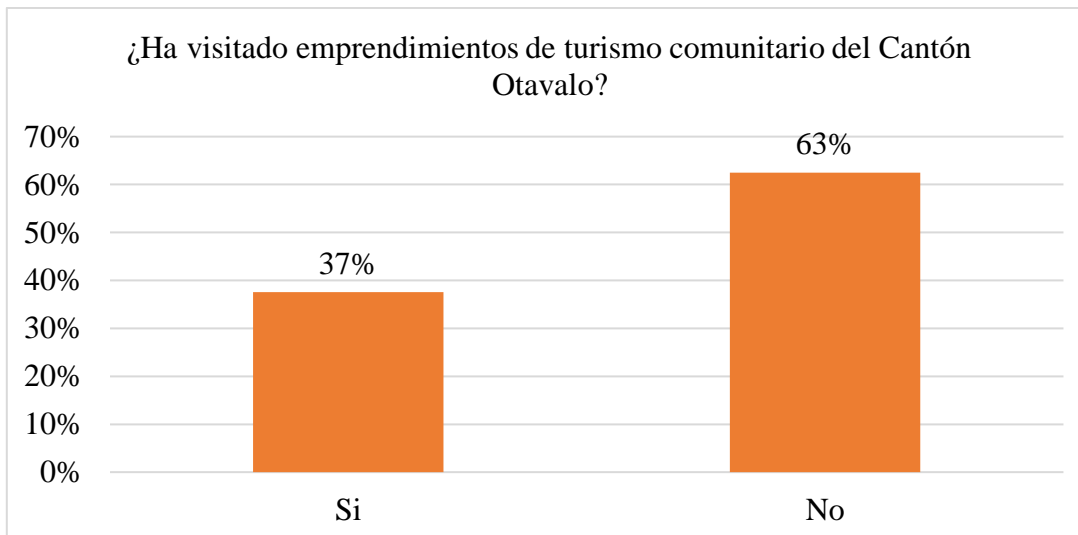


Figura 27. Turismo comunitario en Otavalo

De la población encuestada, un 63% no han visitado el turismo comunitario de Cantón Otavalo por desconocimiento o falta de publicidad de dicho servicio.

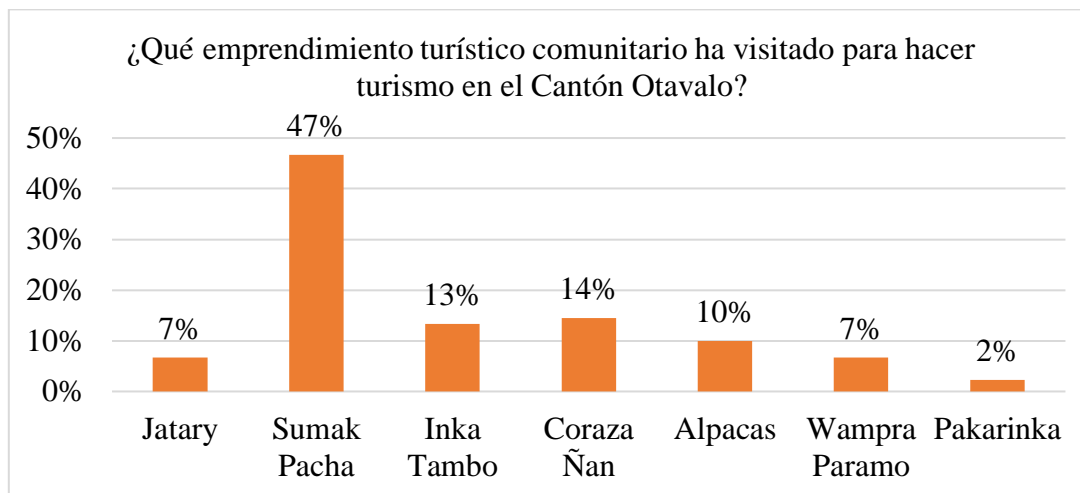


Figura 28. Turismo comunitario más visitado

De acuerdo a la encuesta de los 37% que si han realizado el turismo comunitario en el cantón Otavalo y al lugar que más han visitado en al emprendimiento Sumak Pacha con un 47%, que ofrece la convivencia con las familias, realizando actividades del quehacer diario de los comuneros en su vida cotidiana: agricultura orgánica, música, danza, comida típica, caminatas y cabalgatas, también se obtiene como resultado que un 14% han realizado visitas a Coraza ñan, por su distinguido servicio que brinda a sus cliente, como: deportes acuáticos, pesca deportiva, senderismo, ciclismo ecológico de montaña, Down hill, parapentismo, cabalgatas, agroturismo, turismo de estancias, turismo vivencial y de experiencias, rutas alimentarias, turismo deportivo, ecoturismo comunitario y etnoturismo y lógicamente alojamiento rural.

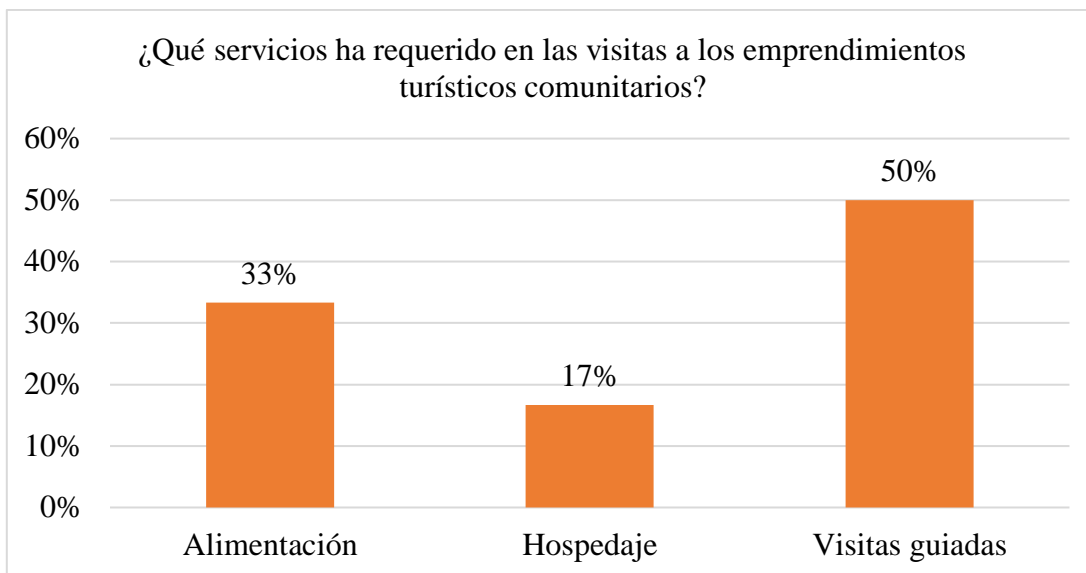


Figura 29. Servicios requeridos

De acuerdo a la encuesta a la población, un 50% dicen que quieren visitas guiadas, esto se debe a que cuando realizan el turismo, ellos visitan lugares nuevos por tanto son desconocidos. También un 33% dicen que quiere el servicio de alimentación con fin de conocer la gastronomía local de cada sector turístico.

De los resultados obtenidos el 63% conocen acerca del turismo comunitario lo que permite determinar que la actividad aún se encuentra en desarrollo, información que se complementa con el estudio de Rodas, Ullauri, Santamarín (2015) que revela que “aunque en el país existen comunidades con recursos turísticos naturales y culturales, su aporte al turismo nacional es mínimo” (p. 67). De la información antes mencionada el 37% conocen los centros turísticos comunitarios que existen el Cantón Otavalo, el emprendimiento más seleccionado es el Sumak Pacha ubicado en la comunidad de Pijal con el 47%, el motivo de las visitas es por el servicio de visitas guiadas con una afirmación del 50%, la actividad consiste en dar a conocer

al turista los recursos naturales que poseen y protegen, brindarles una experiencia diferente mostrando su cultura y costumbre.

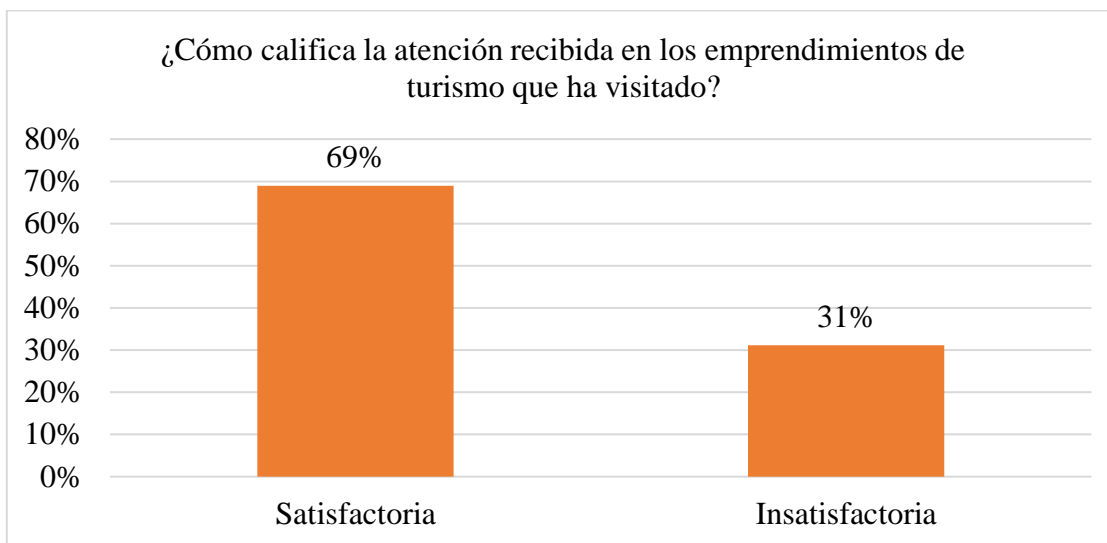


Figura 30. Calificación del servicio

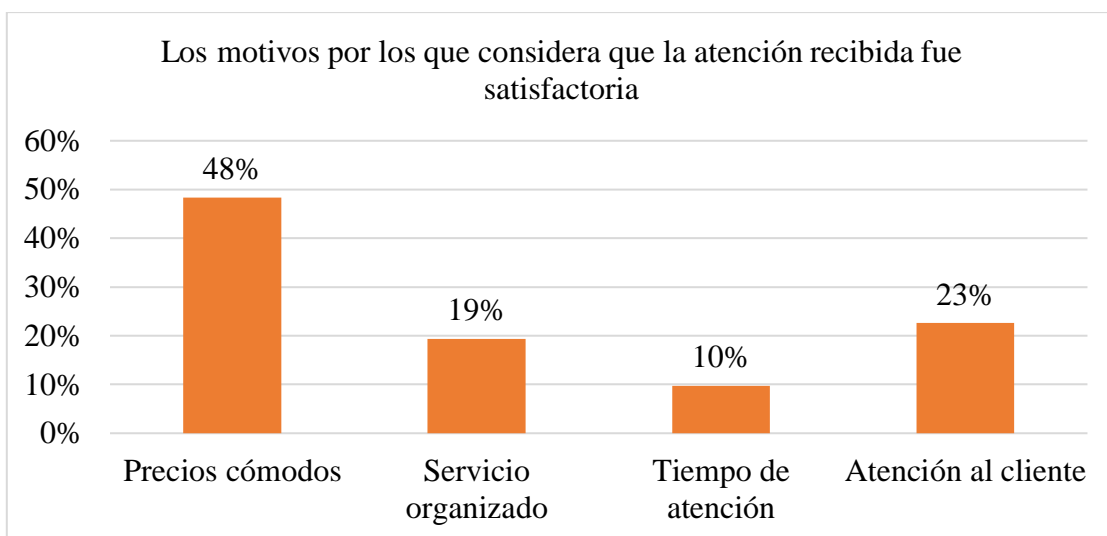


Figura 31. Motivos de la atención satisfactoria

De los encuestados que han visitado los centros de turismo comunitario el 69% han recibido un servicio satisfactorio de los cuales se afirma con el 48% por el motivo de los precios cómodo.

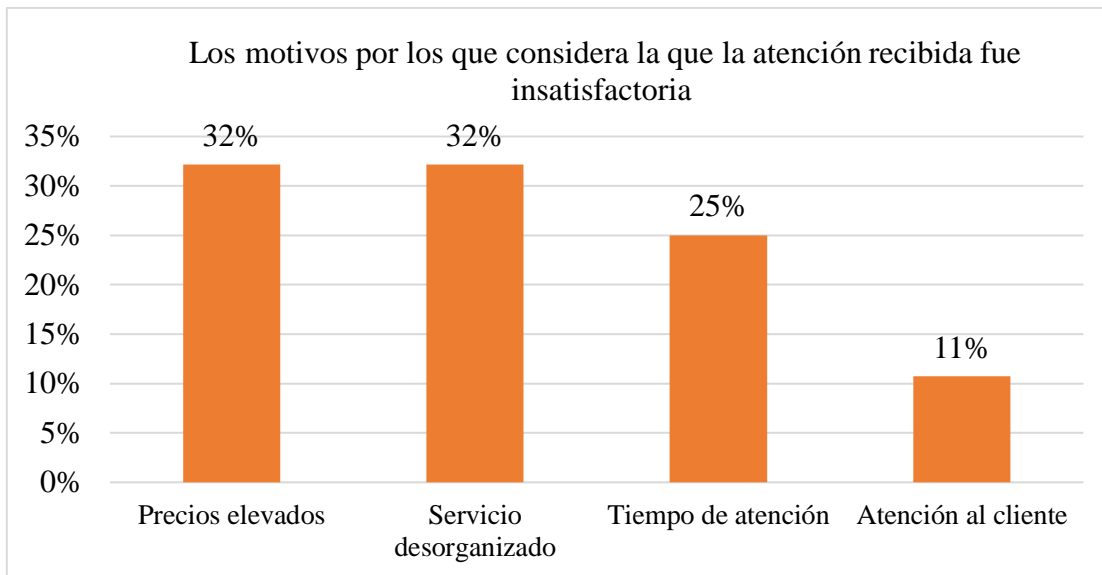


Figura 32. Motivos de la atención insatisfactoria

De los encuestados que han visitado los centros de turismo comunitario el 31% han recibido un servicio insatisfactorio de los cuales el 32% es por el motivo de los precios elevado y también se considera un 32% por servicio desorganizado. Con la información

recopilada se puede determinar que el precio es un factor importante al momento de realizar una compra e influye directamente en la preferencia de un servicio.

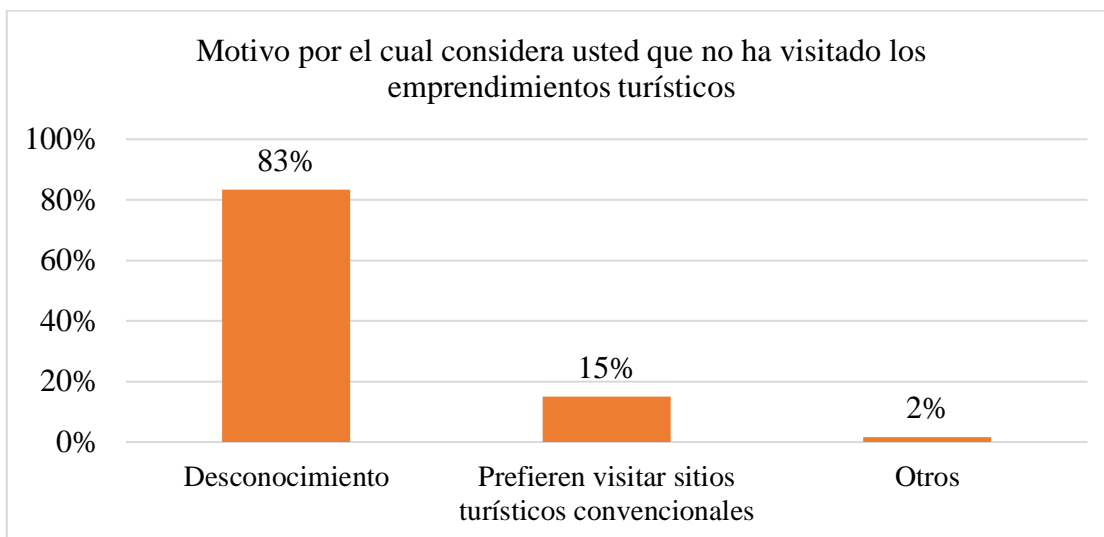


Figura 33. Motivo de no visitar los emprendimientos de turismo comunitario

De la población encuestada el 83% afirman que no conocen los emprendimientos por desconocimiento información que se complementa con la investigación de Zamorano (como se cito en Torres , 2017) señala que: La planificación tradicional de actividades centrada en la promoción y difusión de los atractivos en la actualidad es obsoleta, por lo que se necesita un nuevo enfoque basado en los actores, es decir, en los consumidores, en sus necesidades y expectativas.

Aceptación de la propuesta

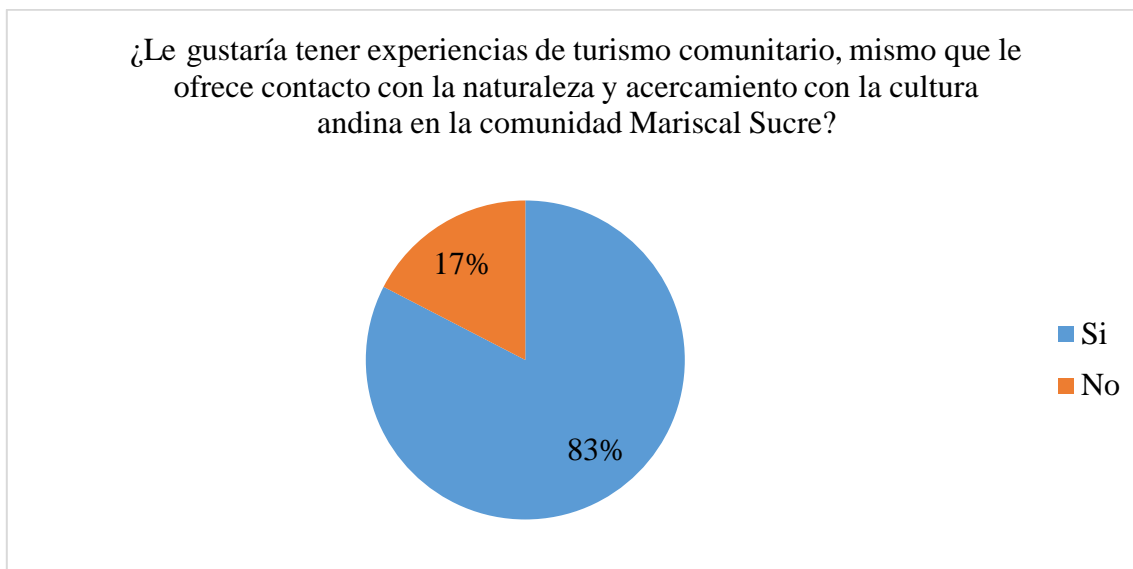


Figura 34. Aceptación de la propuesta

De la población encuestada el 83% acepta tener una experiencia de turismo comunitario, dato que se complementa con la investigación de Allende (2018) manifiesta que los turistas “buscan viajes emocionales en los que puedan vivir una nueva experiencia, explorar e interactuar con los locales, se enfocan en disfrutar de una región conectando con su historia, gente y cultura” (p.49).

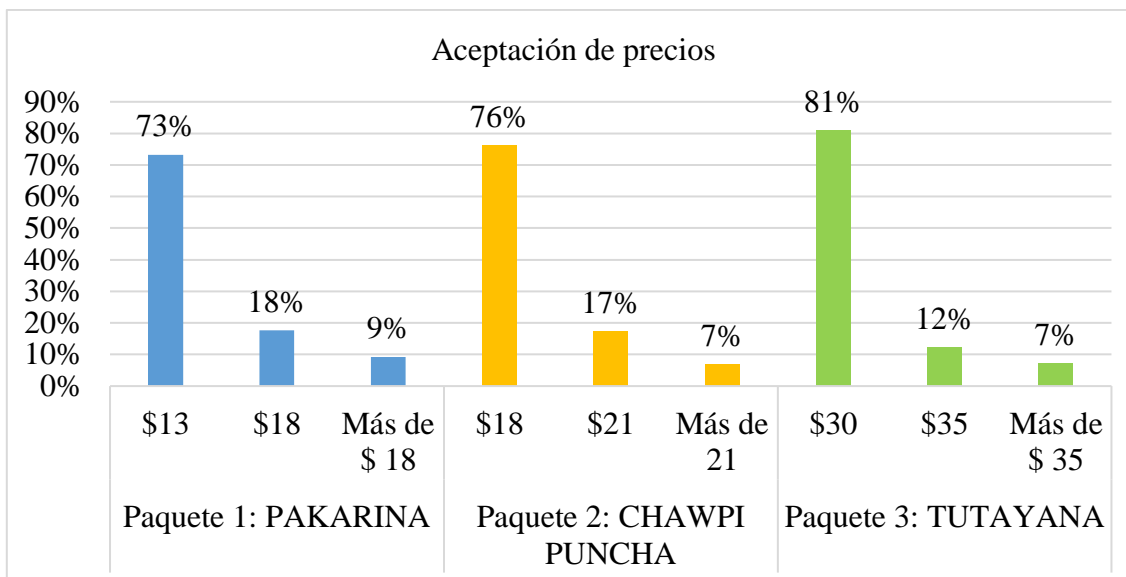


Figura 35. Aceptación de precios

En cuanto a la aceptación del precio el 77% estarían dispuestos a pagar el menor valor en los 3 diferentes paquetes turísticos, paquete 1 Pakarina con una duración aproximada de 4 horas, paquete 2 Chawpi Puncha con una duración aproximada de 6 horas y paquete 3 Tutayana con una duración aproximada de 19 horas.

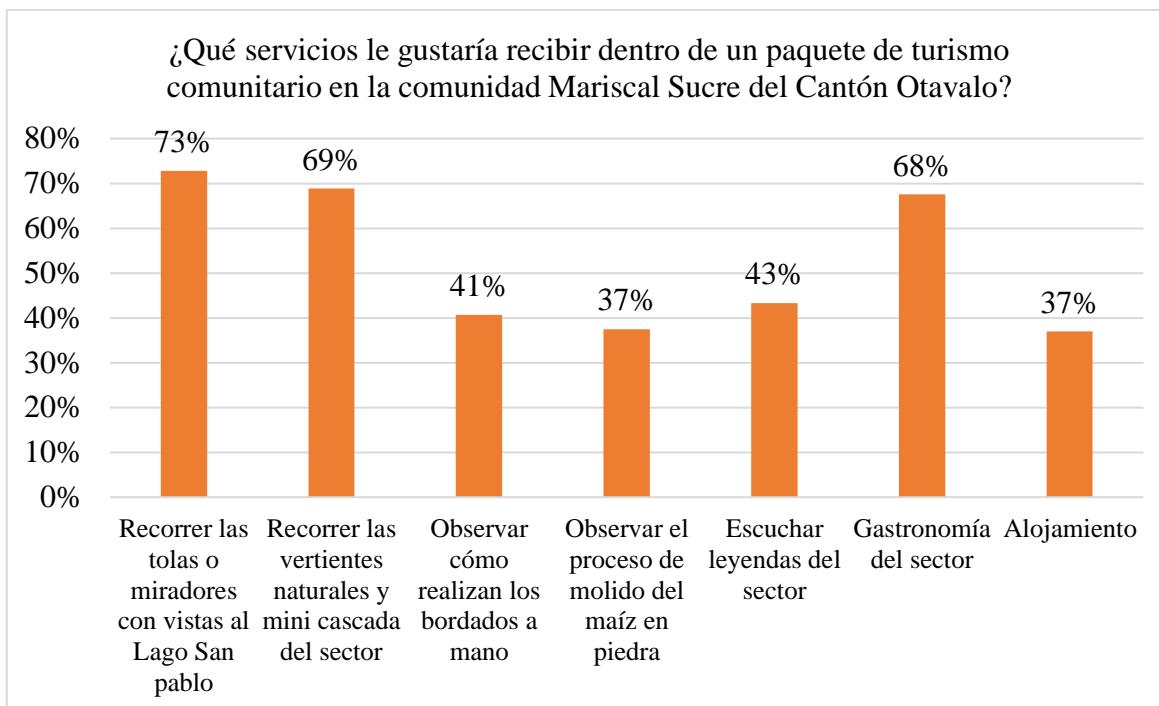


Figura 36. Servicios más requeridos

Según la encuesta acerca del emprendimiento turístico comunitario, un 73% desean recorrer las tolas debido la gran vista que tiene al lago san pablo, seguido de un 69% que desean recorrer los lugares del sector como son las vertientes naturales y las minis cascadas y el 68% gusta por degustar la gastronomía local o del sector debido a los múltiples platos que ofrece el emprendimiento.

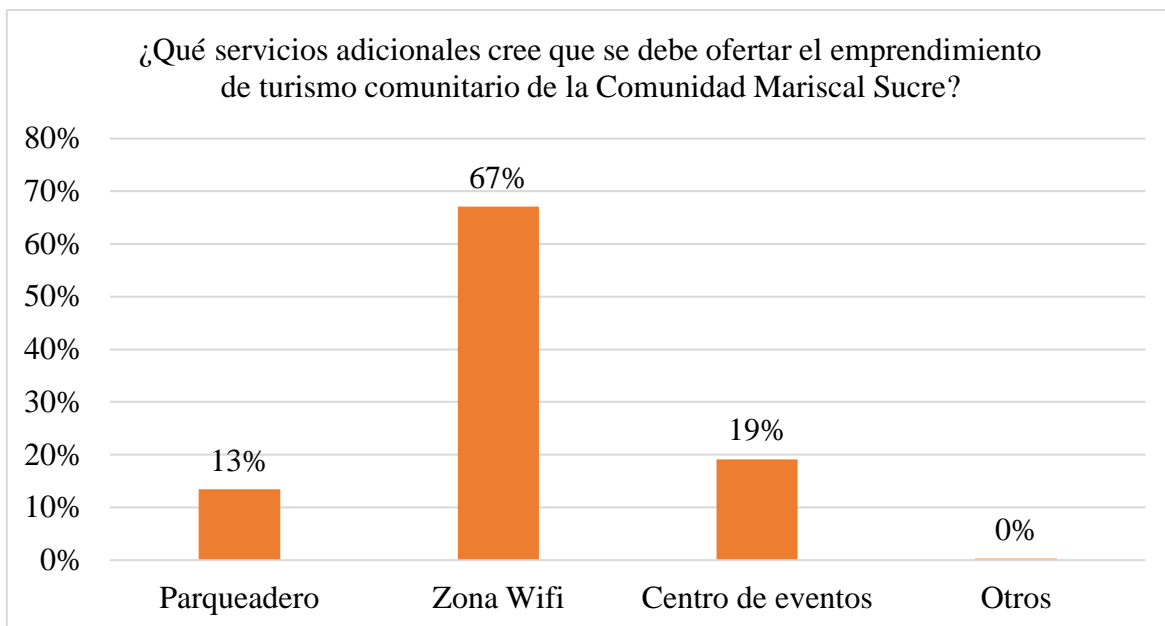


Figura 37. Servicio adicional

Los encuestados prefieren recorrer las tolas o miradores con vistas al Lago San Pablo con una aceptación del 73%, recorrer las vertientes naturales y una mini cascada del sector con el 69% y la gastronomía del sector con el 68%; como servicio adicional los encuestados han optado por la disponibilidad de zona wifi con el 67%, información que se complementa, según Allende (2018) afirma que el internet, y específicamente los teléfonos móviles, han cambiado la manera en la que los turistas exploran, reservan y viven los viajes. Sirve para comunicarse con los amigos, mantener informada a la familia, sacar fotos y compartirlas (p. 52).

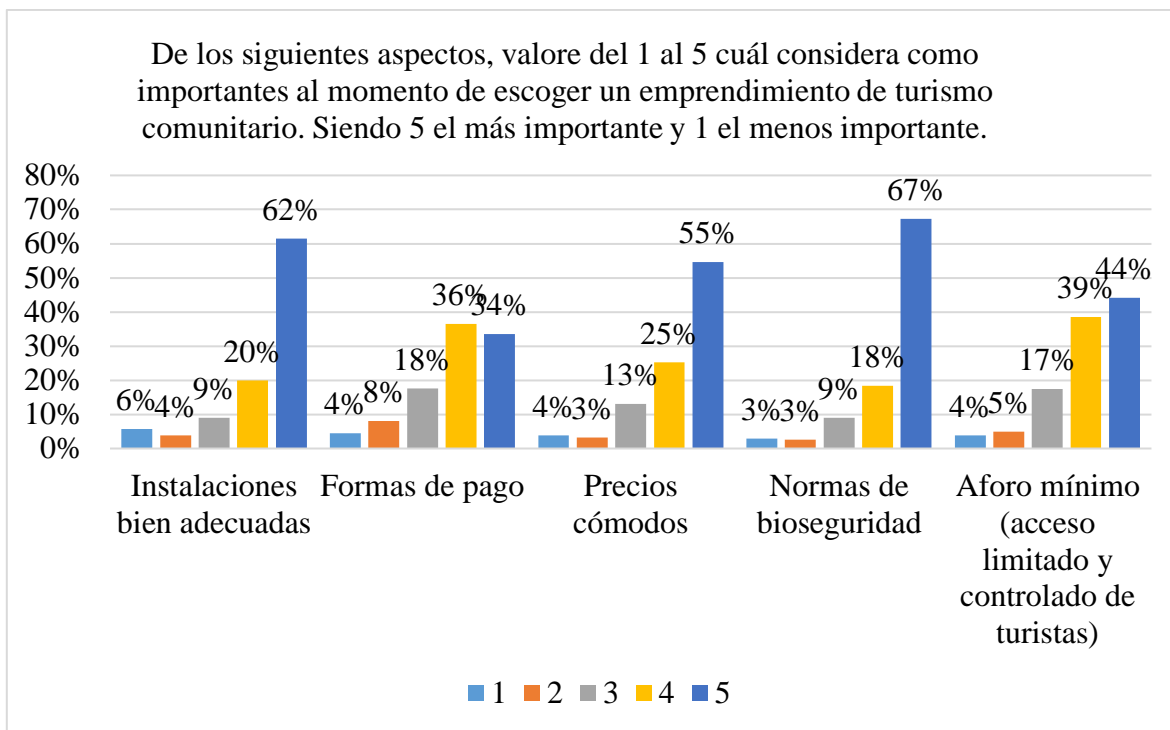


Figura 38. Aspectos más importantes

Los encuestados han optado por las instalaciones bien adecuadas con el 62%, por la situación de la pandemia de covid-19 ha tomado mayor importancia las normas de bioseguridad para salvaguardar la salud con el 67% y los precios cómodos con el 55%.

Plaza y promoción

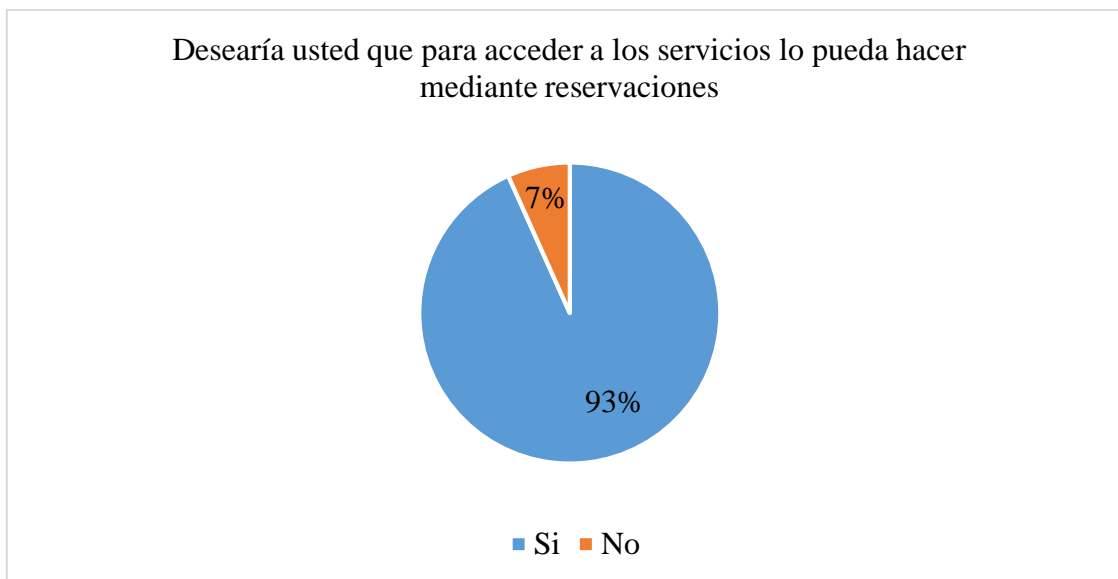


Figura 39. Aceptación de acceder al servicio mediante reserva

De la población encuestada 93% acepta acceder a los servicios mediante reserva, con el fin de evitar que exista acumulación de la gente, mayor contacto entre personas y que el lugar no se de abasto para atender a los clientes, de lo contrario se prefiere que visiten el emprendimiento de forma adecuada en una fecha programada.

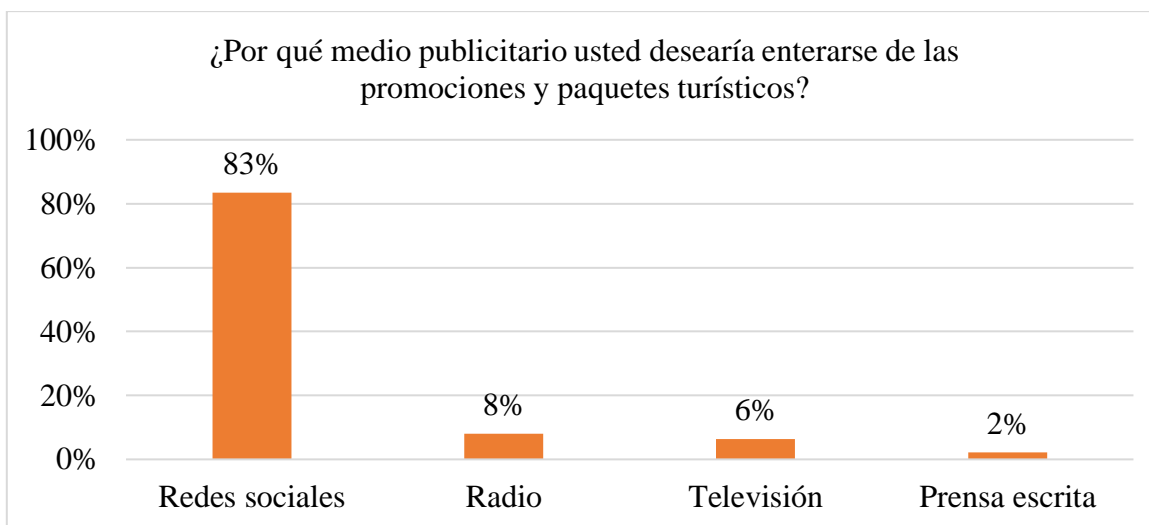


figura 40. Medio de publicación

Los encuestados prefieren las redes sociales con el 83% para recibir promociones información que se complementa con la investigación de Cabanilla et al. (2020) que manifiesta que “las redes sociales, televisión y las páginas web son otro importante medio donde los encuestados buscaron información de la ciudad”. También se considera en un 8% que la promoción se debería dar por la radio ya que es uso de uso común para escuchar promociones.

4.3.5. Aplicación y análisis de resultados de entrevista

La entrevista se realizó a la competencia, es decir a los emprendimientos de turismo comunitario del Cantón Otavalo, el instrumento se ejecutó vía telefónica y presencial debido a la situación de la pandemia como ya se explicó anteriormente, con el fin de recopilar información sobre los servicios que ofrecen al mercado y los precios.

Tabla 13.

Información de la competencia

Información	Sumak Pacha	Coraza Ñan	Alpacas	Wampra Páramo	Pakarinka
Tiempo de funcionamiento	de 14 años	10 años	15 años	15 años	13 años
Número de socios	13	14	8	12	10 mujeres quichuas
Razón de la idea	Con el fin de dar alternativas para el ingreso económico	Porque querían apostar por el turismo comunitario, repotenciar a los sectores.	Para aprovechar las riquezas que ofrece el páramo de Mojanda y generar ingresos alternativos	Para generar ingresos económicos y aprovechar las riquezas de la naturaleza, en especial de la laguna de Mojanda	Para hacer conocer la cultura Quichua de una manera recreativa

Cuántos trabajadores	13 (Socios)	14 (Socios)	8 (socios)	12 (Socios)	13 (Socios)
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento Voluntario \$15 a \$20 (Incluye, desayuno almuerzo merienda y la ruta turística) • Alojamiento turístico \$25 a \$30 • Papas con una presa de cuy \$4 • Papas con cuy entero \$12 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje \$15 por noche • Museo \$3 (Es gratis si se hospeda) • Galería de Artes \$3 (Es gratis si se hospeda) • Cuy \$15 • Gallina \$7 • Papas con berro \$1,5 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje: \$15 Noche • Cafetería: \$2,5 a \$3 • Restaurant: • Papas con cuy \$12 a \$15 • Borrego asado \$3 • Caldo de gallina \$2 a \$3 • Rutas turísticas \$5 (Si se hospeda es gratis) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje : \$10 • Tienda: Alimentos (Los clientes compran sus alimentos para cocinar en leña) • Guía turística: 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje 12 (Incluye la demostración de las artesanías y la caminata) • Gastronomía tradicional: • Fritada \$1,5 a \$3 • Papas con cuero \$1,5 a \$2 • Colada morada/moroch o con 2 empanadas \$1

	<ul style="list-style-type: none"> • Colada con cuy \$2 	<ul style="list-style-type: none"> • Paseo en lancha \$2 (media hora) • Cafetería \$3,5 a \$4 • Pesca deportiva \$2 	<ul style="list-style-type: none"> • Incluye con el hospedaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Papa con ubre de vaca \$2 • Cafetería: \$1 a 1,5 • Restaurant e: • Secos de pollo \$2 • Secos de carne \$ 1,75 	
Visitas mensuales	100	120	100	100	115

El servicio más vendido	Todos los servicios	Todos los servicios	Servicio de restaurante	Servicio de cafetería	Gastronomía tradicional
Descuentos	Ninguno	Más de 40 personas en alojamiento tienen un descuento del 10% a 15%	Más de 5 personas para hospedarse tienen un descuento del 5%	Ninguno	Ninguno
Publicidad	Redes sociales, tríptico	Redes sociales	Redes sociales	Letreros, trípticos, redes sociales.	Redes sociales

Fuente: Entrevista

4.3.5.1. Conclusión de la entrevista

Con la información recopilada de la competencia se pudieron conocer los costos de los servicios que ofrecen los emprendimientos de turismo comunitario, las visitas que reciben a diario y conocer todos los servicios que brindan al mercado, esta información es importante para el análisis de precios y cuantificar la oferta.

4.3.6. Demanda

La demanda está conformada de los posibles compradores de los paquetes turísticos del emprendimiento turístico Paila Tola.

4.3.6.1. Identificación de la demanda

Del mercado meta que es 28574 habitantes, mediante la encuesta realizada se identificó que la demanda potencial el 83% de la población está dispuesta a tener experiencias de turismo comunitario, mismo que le ofrece contacto con la naturaleza y acercamiento con la cultura andina en la comunidad Mariscal Sucre, parroquia González Suárez del cantón Otavalo, lo que nos permite determinar una aceptación de 23.716 habitantes.

En base a la pregunta 3 que corresponde a la frecuencia de visitas turísticas, se obtuvo como resultado que el 58% de la población realiza de 4 a 6 veces al año salidas por turismo.

En cuanto a la disposición a pagar por los paquetes turísticos se determinó como resultado que el 50% de los encuestados, pagarían el menor valor presentado en la lista de los tres paquetes turísticos.

4.3.6.2. Demanda potencial

Tabla 14.

Demanda potencial

Mercado Meta	28.574 personas
% de aceptación	83%
Pregunta 10	
Demanda potencial en personas	23.716 personas
Frecuencia de visitas al año	5
Pregunta 4	
Frecuencia de 4 a 6	
Obteniendo como promedio 5	
Demanda potencial en visitas	118.580 visitas
Precios de los servicios:	\$ 20,33
Paquete 1: \$ 13	
Paquete 2: \$ 18	
Paquete 3: \$ 30	
Obteniendo como promedio \$ 20, 33	
Demanda potencial en dólares	2'410.731,40

Fuente: Encuesta

Proyección de la demanda

Para establecer la demanda proyectada, se consideraron los datos del INEC (2010-2020), de la población de la provincia y se determina la tasa de crecimiento del 1,38%, como se detalla a continuación.

Tabla 15

Tasa de crecimiento poblacional

Años	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Población de	438.868	445.175	451.476	457.737	463.957	470.129
Imbabura						
Crecimiento		6.307	6.301	6.261	6.220	6.172
poblacional						
Tasa de		1,43%	1,42%	1,39%	1,35%	1,33%
crecimiento						
Tasa de				1,38%		
crecimiento						
promedio						

Fuente: INEC (2010-2020)

4.3.7. Oferta

La oferta comprende únicamente los emprendimiento o centros de turismo comunitario ubicados en el cantón Otavalo.

4.3.7.1. Identificación de la oferta

Para determinar la oferta se consideró los establecimientos de turismo comunitario registrados en el Cantón Otavalo, los cuales se detallan a continuación:

- ✓ Sumak Pacha ubicada en la comunidad Pijal
- ✓ Coraza Ñan ubicado en San Rafael de la Laguna
- ✓ Pakarinka ubicado en la comunidad de Agato

- ✓ Alpacas ubicado en La comunidad de Eugenio Espejo de Cajas
- ✓ Wampra Paramo ubicado en La comunidad de Eugenio Espejo de Cajas

Mediante la entrevista realizada a la competencia se detalla la información recopilada

Tabla 16.

Producción de la competencia

Establecimiento	Visitas mensuales	Visitas anuales
Coraza Ñan	120	1.440
Sumak Pacha	100	1.200
Pakarinka	115	1.380
Alpacas	100	1.200
Wampra Paramo	100	1.200
Total		6.424

Fuente: Entrevista

4.3.8. Balance Demanda - Oferta

En el balance de oferta - demanda se realiza una comparación de la información recopilada sobre la oferta y la demanda con la cual se determina la cantidad de demanda insatisfecha en visitas que existe en el mercado.

Tabla 17

Demanda insatisfecha en visitas

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2020	118.580	6.424	112.156

Fuente: Estudio de mercado

4.3.9. Análisis de Precios

En el análisis de precios se van a determinar el posible valor al cuál se va a ofertar los servicios turísticos organizados en paquetes, para ello se considera:

Mediante la encuesta aplicada a la muestra del mercado meta, se formula una pregunta con el fin de obtener respuestas al precio que estarían dispuestos a pagar por cada servicio que el emprendimiento ofrece teniendo, así como resultado:

Tabla 18

Precio de los paquetes turísticos

Servicios	Precios
Paquete 1: PAKARINA	\$ 13,00
(Duración aproximada 4 horas, 7-8 personas por grupo) Incluye:	
<ul style="list-style-type: none">• 1 refrigerio tradicional (café o colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos)• Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido.• De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos)	
Paquete 2: CHAWPI PUNCHA	\$ 18,00
(Duración aproximada 6 horas, 7-8 personas por grupo). Incluye:	
<ul style="list-style-type: none">• 1 refrigerio tradicional (café o colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos)• Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido.• De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos).• Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida).	
Paquete 3: TUTAYANA	\$ 30,00

(Duración aproximada 19 horas, 7-8 personas por grupo).

Incluye:

- Caminata por 4 horas a la mini cascada la Rinconada y la vertiente de agua mineral.
- De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos).
- Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida).
- 1 noche de hospedaje con merienda y desayuno tipo refrigerio (café o colada morada o morocho y un pan de maíz) incluido.

Fuente: Encuesta

De los paquetes turísticos del emprendimiento Paila Tola, se procede a desintegrar por servicio para comparar con los precios de la competencia.

Tabla 19

Precio de los servicios

Servicios	Paila Tola
Desayuno	\$ 2,00
Almuerzo	\$ 5,00
Merienda	\$ 1,50
Hospedaje	\$10,00
Visitas guiadas	\$11,00
Aproximado de 3 horas	
Visitas guiadas	\$11,50
Aproximado de 4 horas	

Fuente: Entrevista a los socios

Mediante la entrevista telefónica y presencial realizada a la competencia se detalla la siguiente información:

Tabla 20

Precios de la competencia

Competencia	Servicios	Precios
Sumak Pacha	Desayuno	\$ 2,00
	Almuerzo	\$ 5,00
	Merienda	\$ 3,00
	Visita turística (aproximado de 3 horas)	\$ 10
		\$ 10
Coraza Ñan	Hospedaje	
	Desayuno	\$ 4,00
	Almuerzo	\$ 3,75
	Paseo en lancha	\$ 2,00
	Pesca deportiva	\$ 2,00
	Museo	\$ 3,00
	Galería de artes	\$ 3,00
	Hospedaje	\$ 15,00
Alpacas	Desayuno	\$ 3,00
	Almuerzo	\$ 3,75
	Merienda	\$ 3,00
	Visitas turísticas(aproximado de 2 horas)	\$ 5,00
		\$ 15,00
	Hospedaje	
Wampra Paramo	Desayuno	\$ 1,50
	Almuerzo	\$ 2,00

	Hospedaje	\$ 10,00
	Visita turística es gratis	
Pakarina	Desayuno	\$ 1,00
	Almuerzo	\$ 3,00
	Visitas turísticas gratis	
	Hospedaje (incluye demostración de artesanías)	\$ 12,00

Con la información de los precios del emprendimiento y de la competencia se realiza un promedio del valor de cada servicio.

Tabla 21

Análisis de los precios

Negocios / Servicios	Paila Tola	Sumak Pacha	Coraza Ñan	Alpacas	Wampra Paramo	Pakarina	Promedio del precio
Desayuno	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 3,00	\$ 1,5	\$ 1,00	\$ 2,25
Almuerzo	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 3,75
Merienda	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 4,00	\$ 3,00	\$ 1,50	\$ 1,00	\$ 2,50
Hospedaje	\$10,00	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Visitas guiadas	\$11,00	\$10,00	\$10,00	-	-	-	\$10,33
Aproximado de 3 horas							

Visitas	\$11,50	-	\$10,00	-	-	-	\$10,75
guiadas							
Aproximado							
de 4 horas							

Una vez obtenido el precio promedio de los servicios de forma individual, se establece la proyección de los precios de los paquetes turísticos.

Tabla 22

Precios promedios

Servicios	Valor promedio
Desayuno	\$ 2,25
Almuerzo	\$ 3,75
Merienda	\$ 2,50
Hospedaje	\$ 12,00
Visitas guiadas	10,33
Aproximado de 3 horas	
Visitas guiadas	\$10,75
Aproximado de 4 horas	

Fuente: Estudio de mercado

Tabla 23

Precios promedios de los paquetes

Paquete	Precio
Paquete 1: PAKARINA	\$12,53
Paquete 2: CHAWPI PUNCHA	\$16,28
Paquete 3: TUTAYANA	\$30,78

Fuente: Estudio de mercado

Proyección de precios

Para determinar la proyección de precios se consideró la información obtenida del INEC (2020), sobre la inflación nacional histórica de 5 años anteriores y se determinó el promedio de 0,90%, como se detalla a continuación.

Tabla 24

Inflación

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Inflación	3,38%	1,12%	-0,20%	0,27%	-0,07%
Promedio	0,9%				
inflación					

Fuente: INEC (2020)

4.3.10. Estrategias de Comercialización

Las estrategias que el emprendimiento va a adoptar con la propuesta del plan del negocio, tiene como fin ser más aceptados en el mercado y que sus servicios cumplan con las expectativas de los clientes, brindando la mejor experiencia del turismo comunitario.

Para el desarrollo de las estrategias a implementarse se considerará la información obtenida de la encuesta.

4.3.10.1. Producto

El emprendimiento ofertará los servicios de forma organizada por paquetes para que el cliente pueda disfrutar.

Los servicios por ofertar no afectarán al medio ambiente, más bien están enfocados en el cuidado y preservación de los recursos naturales que es la fuente de trabajo.

De los servicios que se incluyen en el paquete en cuanto a los alimentos serán preparados con excelentes estándares de calidad que brinden seguridad en su consumo. En relación con las visitas guiadas y las actividades tradicionales se brindará al cliente una experiencia agradable, emocionante e inolvidable en contacto con la naturaleza.

Detalle de los servicios individuales de los paquetes turísticos:

- ✓ Recorridos por las tolas o los miradores, las vertientes naturales y la cascada.
- ✓ Participar de las actividades tradicionales y conocer leyendas del sector.
- ✓ Alimentación, el turista podrá degustar de la comida tradicional del sector.

- ✓ Alojamiento, el turista podrá hospedarse las noches que desee y lo puede hacer acompañado o solo.

4.3.10.2. Precio

Mediante la encuesta aplicada al mercado potencial y las entrevistas realizadas a la competencia para establecer los precios y tener mayor aceptación se considera los siguientes aspectos:

- ✓ Se definirá el precio considerando a la demanda y la capacidad de pago al cual estarían dispuesto adquirir el servicio.
- ✓ El precio para su introducción al mercado será económico, posterior se irá incrementando progresivamente con el fin de tener mayor rentabilidad y aceptación que le permita ser competitivo.
- ✓ Para determinar el precio para los siguientes años se considerará el porcentaje de inflación.
- ✓ Los precios cubrirán los costos y gastos variables y fijos que se incurran para brindar el servicio más un porcentaje de utilidad.

4.3.10.3. Plaza

La relación entre el emprendimiento y los clientes se realiza de forma directa, puesto que los socios son quienes efectúan las visitas guiadas, actividades culturales y tradiciones del sector que incluye la gastronomía.

Para mejorar la comercialización de los servicios se propone asociar con agencias de viajes que tienen más experiencia en atraer clientes.

El emprendimiento está ubicado en lugar estratégico, cuya infraestructura del negocio se encuentra instalada cerca de los atractivos turísticos que posee el sector.

Se ofrecerá los servicios de los paquetes turísticos mediante el internet y se realizarán alianzas estratégicas con aplicaciones para ofertar al negocio con el fin de llegar a mayor apertura en el mercado.

4.3.10.4. Promoción

En cuanto a la promoción se obsequiarán muestras de las cosechas del huerto familiar, también se realizarán descuentos a grupos de instituciones educativas, de la misma manera se dará un descuento del 10% en el precio del hospedaje a grupos de 8 personas o más que se hospeden por 2 días.

4.3.10.5 Publicidad

La publicidad se realizará mediante las redes sociales Facebook e Instagram, donde se dará a conocer los servicios y las promociones que se realizarán. Se hace uso de esta red social debido al aumento de uso que se da al internet, especialmente de las plataformas digitales, donde los consumidores buscan información y ofertas de bienes y servicios, dato que se confirma con los resultados de la encuesta, en el cual las redes sociales tienen mayor aceptación.

4.3.10.6 Personas

Con el objetivo de mantener una relación laborable en armonía con los trabajadores y los clientes se plantea las siguientes estrategias.

- ✓ Realizar capacitaciones al personal cada 3 meses sobre técnica de atención al cliente
- ✓ Fomentar la participación de los socios mediante un ambiente libre donde la comunicación fluya

4.3.10.7 Proceso

Para manejar procesos eficientes en la atención al cliente, se considera lo siguiente:

- ✓ Las llamadas al local serán atendidas lo más rápido posible.
- ✓ En caso de haber quejas, se responderá o se solucionará rápidamente
- ✓ Se ofrecerá la atención al cliente de calidad (Servicio personalizado), como ofrecer bocadillos en el tiempo de espera u obsequiar algún detalle al momento de despedida.

4.3.10.8 Evidencia física

A fin de generar un ambiente amigable, cálido y placentero se considera las siguientes estrategias.

- ✓ Espacios del establecimiento con área recreacional
- ✓ Decoraciones del establecimiento con plantas llamativas
- ✓ El área de trabajo siempre se mantendrá con una limpieza impecable
- ✓ Adecuación del establecimiento con todas las medidas de seguridad y señaléticas

4.3.11. Identificación y proyección de la demanda objetivo

Para determinar la demanda objetivo se consideró la demanda insatisfecha de los servicios recibidos en los emprendimientos de turismo comunitario del Cantón Otavalo, la capacidad instalada con la cuenta el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola y la situación económica, obteniendo así la demanda objetivo de 1.180 visitas al año.

Para realizar la proyección de la demanda se considera el crecimiento del 15% de uso de la capacidad instalada del emprendimiento.

Tabla 25

Proyección de la demanda objetivo

Proyección de la demanda objetivo
1.180
1.468
1.848
2.156
2.384

4.3.12. Conclusiones del Estudio De Mercado

Con la propuesta del estudio de mercado se determinó una demanda potencial de 118.580 visitas de los posibles consumidores de los paquetes turísticos que oferta el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola.

La oferta de los servicios turísticos se determinó mediante entrevista realizada a los emprendimientos de turismo comunitarios del cantón Otavalo obteniendo la cantidad 6.424 visitas al año que han recibido la competencia.

En cuanto al balance oferta-demanda se obtuvo como demanda insatisfecha de 112.156 visitas del cual se va a cubrir 1.180, se determina este dato considerando la capacidad instalada del emprendimiento y la situación económica.

En el análisis de precios se realizó una comparación de los servicios que el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola ofrece al público y los servicios similares que la competencia ofrece al mercado obtenido un precio promedio de cada servicio.

En cuanto a las estrategias de comercialización se aplicará las 7p (Producto, promoción, precio, plaza, persona, proceso y evidencia física) como un conjunto de tácticas para obtener el resultado deseado.

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

Introducción

En la presente sección se muestra la ubicación, tamaño e ingeniería del proyecto, dónde se analiza la información del servicio que ofrece el emprendimiento, respondiendo a las incógnitas tales como: ¿cuándo? ¿cómo? y ¿cuánto? Se debe producir para satisfacer a la demanda.

La información que se describe son los recursos que posee el emprendimiento, tales como la capacidad instalada para brindar los servicios y los procesos de producción que se necesita para el adecuado funcionamiento de emprendimiento de turismo comunitario.

También se explica de manera detallada la propuesta de los servicios turísticos, la inversión requerida, los procesos técnicos y de apoyo requeridos para un óptimo funcionamiento del emprendimiento.

4.4.1. Objetivo del estudio técnico

Establecer la capacidad óptima que utilice de forma eficiente y eficaz los recursos disponibles mediante la justificación de la ubicación actual, tamaño e ingeniería del proyecto para brindar un servicio adecuado.

4.4.2. Localización del Proyecto

En la localización al ser un emprendimiento ya constituido y en funcionamiento se justificará la ubicación actual.

4.4.2.1. Macro localización

El emprendimiento está ubicado en la sierra norte del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo, zona estratégica para desarrollar actividades turísticas debido a que posee dos tipos de climas, el bosque seco y el bosque húmedo lo que ha permitido la creación de diversa vegetación y fauna.

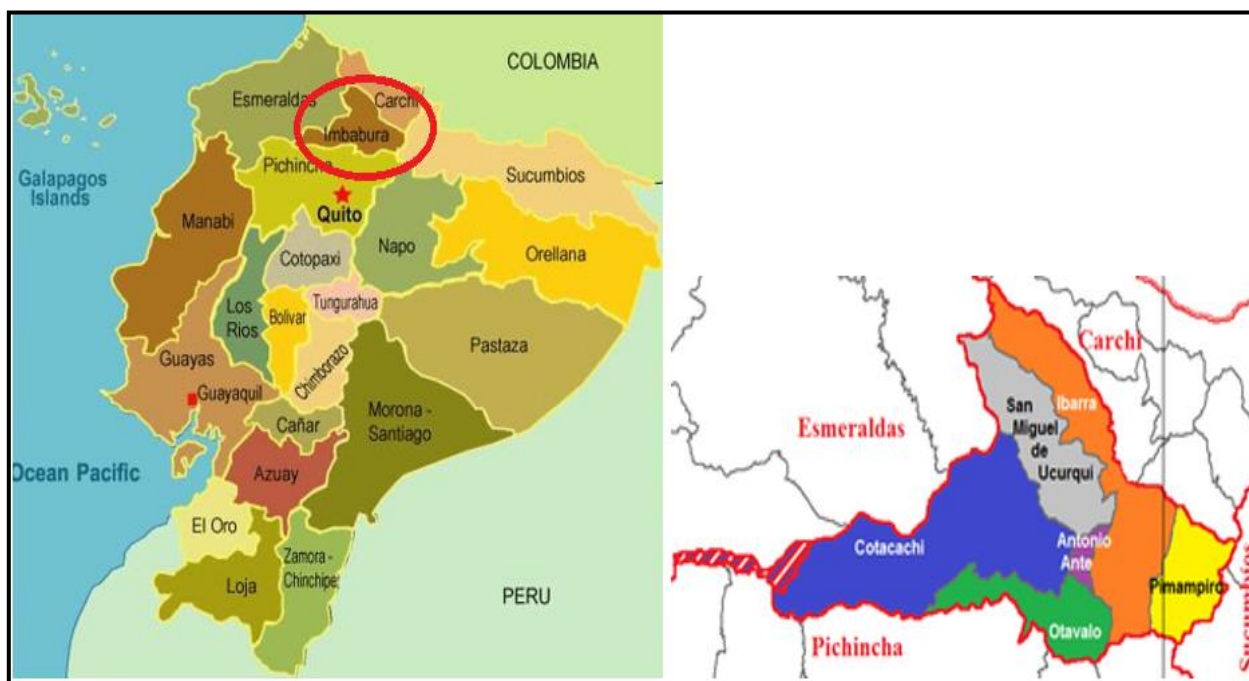


Figura 41. Macrolocalización

Con el objeto de validar la macrolocalización, se analizan técnicamente los aspectos que delimitan y definen la ubicación apropiada del emprendimiento.

a. Costos de factores de producción

Disponibilidad de personal calificado

En la provincia de Imbabura según el Catastro Nacional de Guías de Turismo (2020) afirma que: Se encuentran 77 personas registradas como guías de turismo a nivel nacional, de los cuales 30 personas desempeñan esta actividad en la provincia.

La provincia de Imbabura declarada Geoparque Mundial de la UNESCO, posee riqueza en los sectores rurales, donde se desarrolla actividades de turismo comunitario con el fin de aprovechar los recursos, conocimientos ancestrales y actividades culturales, a pesar de que esta actividad se encuentra en desarrollo, existe personal disponible para trabajar en esta área.

b. Infraestructura básica

Vías de acceso

Imbabura cuenta con vías de acceso en buen estado que permite una adecuada movilización de la población lo que favorece para realizar actividades de turismo. La principal vía de la provincia es la Panamericana Norte que es de carácter estatal y forma parte de la Troncal de la Sierra (E-35), la que atraviesa la totalidad del territorio provincial constituyéndose en el eje más importante de conexión con la provincia del Carchi por el norte y por el sur con la provincia de Pichincha. A través de ella se unen las cabeceras cantonales. La longitud de la carretera dentro de la provincia es de 96,66 km y es de cuatro carriles en el tramo El Juncal-Ibarra (límite provincial con Carchi); el tramo que une las ciudades de Ibarra y Otavalo es de seis carriles; y el tramo desde Otavalo hasta Cajas (límite provincial con Pichincha) es de cuatro carriles. En la actualidad se están realizando ampliaciones a seis carriles en los tramos que son de cuatro, con lo que la vía estatal quedará uniformizada y con iguales características en la totalidad de su trazado. (PD Y OT Imbabura, 2014, p.71 y 72)

4.4.2.2. Micro localización

El emprendimiento se encuentra ubicado en el sector Paila Tola que pertenece a la comunidad Mariscal Sucre, parroquia Gonzales Suárez, en el Cantón Otavalo, en donde se encuentran varios sitios turísticos. A continuación, se describen los factores que justifican la ubicación actual del negocio.

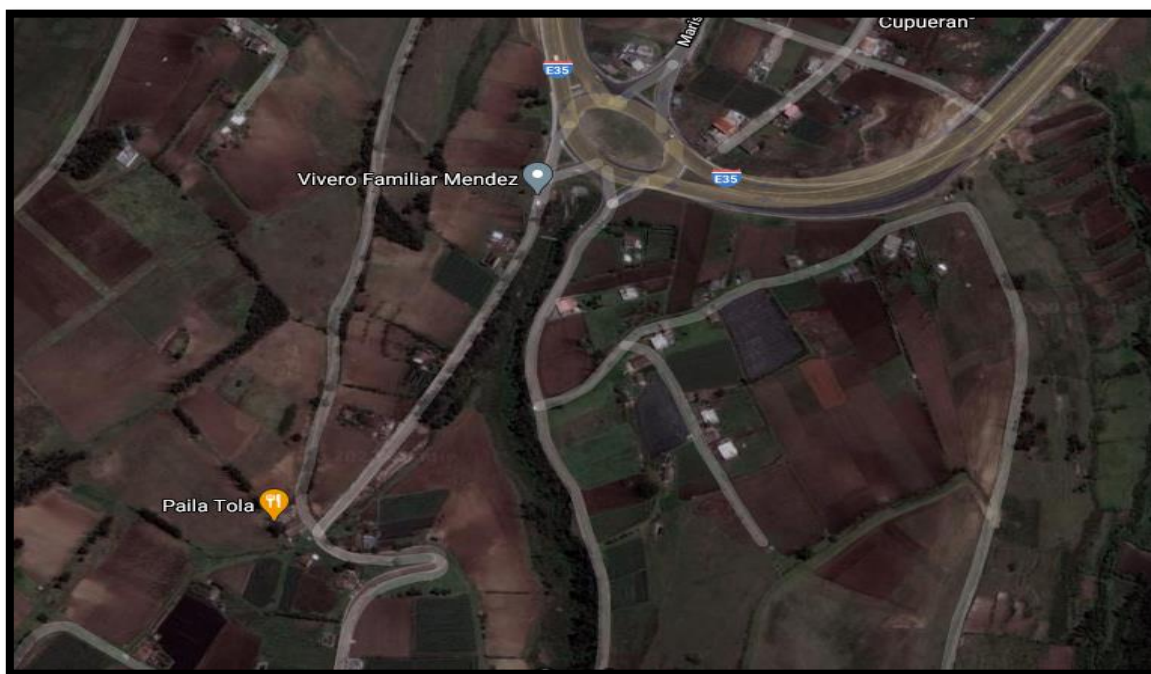


Figura 42. Microlocalización

Accesibilidad

El emprendimiento se encuentra cerca de la vía principal de primer orden E35, a 10 minutos caminando y a 2 minutos en vehículo, la carretera que dirige al negocio se encuentra en buenas condiciones, la parte inicial es asfaltada y empedrada hasta llegar al emprendimiento.

Servicios básicos

La comunidad Mariscal Sucre cuenta con servicios básicos como alcantarillado, luz eléctrica, internet y agua, la comunidad se provee de este recurso de fuentes naturales que para el consumo se realiza captaciones en reservorios, tratamientos de filtración y cloración, para que la calidad del agua sea apta para el consumo humano.

Ubicación estratégica

La comunidad Mariscal Sucre es la entrada al Lago San Pablo, cuenta con varios sitios atractivos, como la Tolas, miradores a la laguna San Pablo, al nevado de Cayambe y posee vertientes naturales en donde los habitantes de la comunidad practican rituales tradicionales. También la población pertenece a pueblos indígenas y por ende practican actividades, costumbres y gastronomía tradicional. Todo lo antes mencionado son atractivos para los turistas que buscan tener contacto con la naturaleza y conocer las culturas de las comunidades.

4.4.3. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se va a considerar la capacidad instalada con la que cuenta el emprendimiento.

4.4.3.1. Capacidad Instalada

Infraestructura de acuerdo con la capacidad instalada del emprendimiento turístico Paila Tola.

El emprendimiento para prestar los servicios turísticos de calidad cuenta con equipos, muebles y materiales que se detalla continuación.

Servicio de Hospedaje:

- **Habitaciones:** La infraestructura destinada para el hospedaje está distribuida en 6 habitaciones, cada una con capacidad para 2 personas.

Tabla 26

Disponibilidad de hospedaje

Detalle	Cantidad de habitaciones	Capacidad por habitación	Capacidad Total
Habitaciones	6	2	12
TOTAL			12

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Restaurante:

La infraestructura, las mesas y sillas del emprendimiento para el servicio de alimentación tiene una capacidad de 60 personas. El área destinada para este fin es de 70 m² de la planta baja de la infraestructura.

Tabla 27

Disponibilidad de muebles

Detalle	Cantidad
Mesas	9
Sillas	60

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

- **Con reservaciones:** Los equipos que dispone el emprendimiento tienen una capacidad para almacenar y producir menús para 60 personas al día. El refrigerador y mueble de cocina que se utilizan para almacenar los insumos abastecen la capacidad antes mencionada.
- **Sin reservaciones:** Cuando no se realizan reservaciones los insumos que se compran para preparar los alimentos es en una cantidad mínima que rinden un aproximado de 30 platos, debido a que muchos de los insumos son perecibles.

Guianza Turística:

- Para realizar los recorridos se cuenta con 2 guías, para brindar este servicio se realiza grupo de máximo 8 personas.
- La contratación se realizará bajo modalidad a jornal puesto que el personal solamente laborará los fines de semana.
- Cada guía realizará 2 recorridos, el primer recorrido con 8 personas y tendrá una duración de 3:30 horas y el segundo recorrido con 6 personas con una duración de 4:30 horas. Se aplica de esta manera porque el paquete 1 y 2 tienen el mismo horario de salida solo se diferencia que en el último se sirven el almuerzo, mientras que en el paquete 3 se puede cubrir hasta 12 visitas, debido a que en este paquete se incluye el hospedaje y tiene una capacidad solamente de 12 personas, los cuales se reparte para los dos guías, de esta forma se obtiene que harán recorridos con grupos de 8 y 6 de personas.

Tabla 28

Capacidad de recorrido

Detalle	Capacidad
Paquete 1	8
Paquete 2	8
Paquete 3	12
Total	28

Con la información de cada servicio se realiza un cuadro resumen de la capacidad instalada del emprendimiento.

Tabla 29

Resumen de la capacidad para cada servicio

Detalle	Capacidad
Hospedaje	12
Restaurante mínimo	30
Restaurante máximo	60
Recorridos	28

Fuente: Estudio Técnico

Con la información recopilada se determina que el tamaño del emprendimiento es de 28 visitas diarias, datos que corresponde a la capacidad de recorridos que se pueden receptor en un día, se considera este valor debido a que en el servicio ya está incluido el hospedaje el cual es limitante puesto que cuentan con 6 habitaciones cada una disponible para dos personas.

El horario de atención del emprendimiento con la propuesta será los fines de semana, se establece esta información en base a la encuesta aplicada que en el estudio de mercado y se obtuvo que la población prefiere salir de viaje los días de feriado con el 52% de afirmación y los fines de semana con el 24%. Por lo general los feriados nacionales son trasladados a viernes o lunes para que coincidan en los fines de semana de esta forma incentivar el turismo.

Tabla 30

Capacidad instalada

Visitas diarias	Visitas semanales (Sábado y Domingo)	Visitas mensuales	Visitas al año/ Capacidad instalada
28	56	224	2.688

Fuente: Estudio técnico

Una vez establecida la capacidad instalada para determinar el tamaño se considera la situación económica después de la pandemia de Covid 19. Según el Banco Mundial (2020) manifiesta que la actividad económica en los mercados emergentes y las economías en

desarrollo (MEED) se contraigan un 2,5 % este año. Los efectos están siendo particularmente profundos en los países más afectados por la pandemia y en aquellos que dependen en gran medida del comercio internacional, el turismo, las exportaciones de productos básicos y el financiamiento externo.

La información antes mencionada sobre el pronóstico de la situación económica después de la pandemia que afecta principalmente a los países en vías de desarrollo como Ecuador, hace que las personas para poder sobrellevar la crisis disminuyan sus gastos, con lo antes expuesto se determinó que el emprendimiento en su primer año de funcionamiento con el plan de negocio va a cubrir el 44% de la capacidad instalada que corresponde a 1.180 visitas la cual se distribuirá para cada paquete.

Detalle de las visitas:

Para establecer las visitas diarias en las semanas con feriados y sin feriados se consideró que las personas prefieren salir de viaje en días de feriado, la situación económica por la pandemia y que al final sumados coincidan con la demanda objetivo que se ha determinado.

En las semanas con feriado a pesar de la situación de la pandemia el país ha empezado a retomar sus actividades entre ellas el turismo y por lo tanto se espera recibir 21 visitas diarias, estos días se distribuirá para cada paquete de acuerdo con la aceptación obtenida en el estudio de mercado.

En las semanas con feriados se establece que los dos guías realicen un recorrido con 7 personas con una duración de 3:30 que corresponde al paquete 1, 2 y un solo guía realizará el siguiente recorrido con 7 personas con una duración aproximada de 4:30 que pertenece al paquete 3. Para realizar el recorrido del paquete 3 se alternará al guía que realice la actividad

Tabla 31

Visitas por paquete con feriado

Concepto	Cantidad
Paquete 1	7
Paquete 2	7
Paquete 3	7
Total	21

Fuente: Estudio Técnico

En las semanas normales como ya se mencionó antes el país al igual que en todo el mundo la pandemia ha afectado a la economía y por lo cual se empezará por una cantidad mínima de 10 visitas diarias que de igual forma será distribuida para cada paquete.

En las semanas sin feriados se establece que los dos guías realicen dos recorridos con 4 y 3 personas con una duración de 3:30h del paquete 1 y 2 respectivamente y un solo guía realizará el siguiente recorrido con 3 personas con una duración aproximada de 4: 30h y el guía 2 realizará un solo recorrido con una duración de 3:30h con 2 personas. De igual forma se alternará la actividad del paquete 3.

Tabla 32

Visitas por paquete sin feriado

Concepto	Cantidad
Paquete 1	3
Paquete 2	3
Paquete 3	4
Total	10

Fuente: Estudio Técnico

Una vez establecidas las visitas diarias se determina el número de visitas al año según las fechas de feriado nacionales en cada mes.

Para determinar el valor anual se considera que el mes consta de 4 semanas la semana en que hay feriados para los días sábado y domingos se espera receptor 21 vistas diarias y las semanas sin feriado 10 visitas.

Tabla 33

Demanda Objetivo

Mes	Mes con feriados	Visitas diarias con feriados	Visitas fin de semana con feriado	Visitas diarias sin feriados	Visitas fin de semana sin feriado	Semana de feriados	Semanas sin feriados	Visita Mensual
Enero	X	21	42	10	20	1	3	102
Febrero	X	21	42	10	20	1	3	102
Marzo		21	42	10	20	0	4	80
Abril	X	21	42	10	20	1	3	102
Mayo	X	21	42	10	20	2	2	124
Junio		21	42	10	20	0	4	80
Julio		21	42	10	20	0	4	80
Agosto	X	21	42	10	20	1	3	102
Septiembre		21	42	10	20	0	4	80
Octubre	X	21	42	10	20	1	3	102
Noviembre	X	21	42	10	20	1	3	102
Diciembre	X	21	42	10	20	2	2	124
TOTAL								1.180

Fuente: Estudio Técnico

4.4.4. Ingeniería del Proyecto

En la ingeniería del proyecto se define los recursos necesarios para la ejecución del servicio del emprendimiento con los recursos humanos y financieros.

4.4.4.1. Diseño y descripción técnica del proyecto

Los servicios de turismo comunitario se los ha organizado por paquetes de esta forma brindar servicios más ordenados y los clientes pueden seleccionar el más atractivo y se ajuste a su capacidad de pago. A los paquetes turísticos se les ha asignado un nombre en idioma

quechua, considerando los servicios que incluye y el tiempo de día que se requiera el paquete.

Detalle de los paquetes a continuación:

Paquete 1: PAKARINA que significa Amanecer

(Duración aproximada 4 horas, 7-8 personas por grupo)

Incluye:

- ✓ 1 refrigerio tradicional (café o colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos)
- ✓ Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido.
- ✓ De regreso al centro, participar de bordado a mano, visitar los huertos y molido del maíz (30 minutos)

Paquete 2: CHAWPI PUNCHA que significa medio día

(Duración aproximada 6 horas, 7-8 personas por grupo).

Incluye:

- ✓ 1 refrigerio tradicional (café, colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos)
- ✓ Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido.
- ✓ De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos).
- ✓ Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida).

Paquete 3: TUTAYANA que significa atardecer

(Duración aproximada 7 horas y hospedaje, 7-8 personas por grupo).

Incluye:

- ✓ Caminata por 4 horas a la mini cascada la Rinconada y la vertiente de agua mineral.
- ✓ De regreso al centro, participar de bordado a mano, visitar los huertos y molido del maíz (30 minutos).
- ✓ Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida).
- ✓ 1 noche de hospedaje con merienda y desayuno tipo refrigerio (café o colada morada o morocho y un pan de maíz) incluido.

Descripción técnica

- ✓ Para acceder a los servicios de visitas guiadas y de hospedaje, lo pueden realizar mediante reservaciones o personalmente.
- ✓ El paquete que el cliente elija dependerá mucho del horario que visiten el lugar puesto que los servicios que incluyen los paquetes están distribuidos en función al tiempo.
- ✓ Para la preparación de los alimentos se lo realizará en base a los pedidos o preferencias de los clientes.

Mapa de procesos del emprendimiento

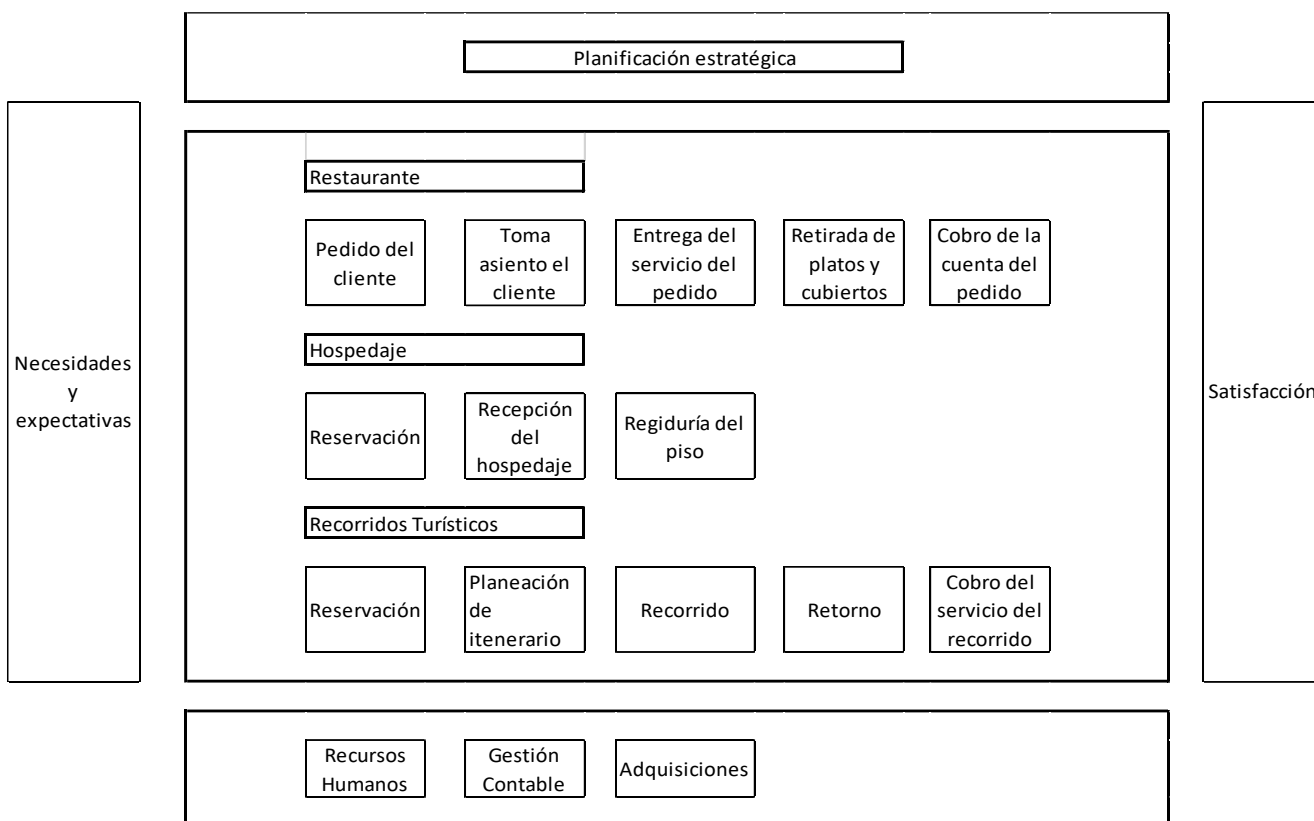


Figura 43. Mapa de procesos

Procesos estratégicos:

Los procesos que se consideran para el emprendimiento son:

Planificación Estratégica:

Permite establecer la aplicación estratégica para alcanzar los objetivos, mediante el análisis de la situación del emprendimiento para la toma de decisiones.

Proceso operativo:

Con la finalidad de mejorar el desempeño del emprendimiento se considera la aplicación y optimización en el proceso operativo que es brindar el servicio turístico ordenado por paquetes. A continuación, se detalla cada proceso operativo:

Restaurante:

Consiste en brindar servicios alimenticios al cliente de acuerdo a su requerimiento.

Hospedaje:

Consiste en brindar alojamiento temporal (habitación) para que el cliente pueda descansar y relajarse

Recorrido turístico:

Recorrido que se destaca por ofrecer lugares atractivos del sector, con diversas actividades para el turista.

Procesos de apoyo:

Recursos humanos. Departamento que organiza y maximiza la capacidad de los trabajadores para la productividad.

Gestión contable. - Llevar los registros de los hechos económicos, para que tener conocimiento del rendimiento del negocio.

Adquisición. – Adquisición de los insumos que se requieren para ofrecer el servicio de restaurante.

Diagrama de flujos

El diagrama de flujo describe el proceso de la prestación del servicio turístico del emprendimiento, tiene inicio con la recepción de la llamada del cliente para reservar el servicio y termina con el agradecimiento del personal por visitar al emprendimiento.

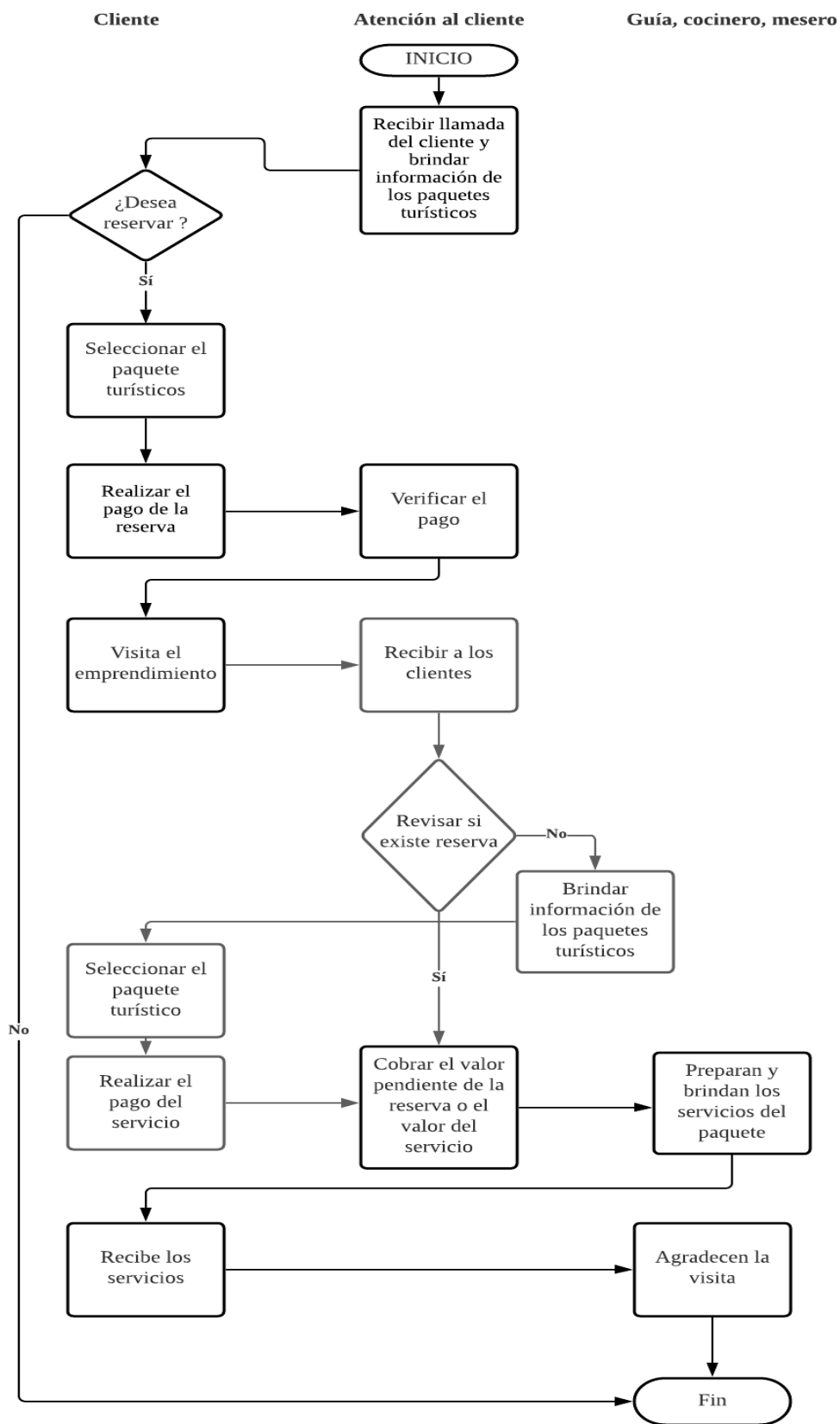


Figura 44. Diagrama de flujo del servicio turístico

4.4.5. Inversión del proyecto

El emprendimiento en funcionamiento cuenta con información de la situación actual y con el desarrollo de la propuesta se va a identificar de los nuevos requerimientos de inversión.

4.4.5.1. Situación Económica Actual

El emprendimiento se encuentra en funcionamiento y por tal motivo ya cuenta con ciertos activos, pasivos e información financiera que permite establecer la situación actual del negocio a la cual se pretende mejorar con la propuesta del plan de negocios.

Activos

El emprendimiento para realizar sus actividades ha invertido en muebles y equipos para brindar los servicios de hospedaje y alimentación. La fecha en la que han adquirido los activos que posee el emprendimiento es el 05 de septiembre de 2019.

Activos corrientes

Los menajes y utilería que el emprendimiento ha adquirido para prestar sus servicios de forma completa son los siguientes:

Menaje

El menaje que han adquirido para prestar los servicios de hospedaje es:

Tabla 34

Menaje

Detalle	Cantidad	V. U.	Total
Almohadas	24	\$10	\$240
Cobertor de almohada	24	\$1	\$24
Cubre colchón 1 plaza	8	\$3	\$24
Cubre colchón 2 plaza	4	\$4	\$16
Juego de sábanas 1 plaza	24	\$8	\$192
Juego de sábanas 2 plaza	12	\$12	\$144
Edredones 1 plaza	16	\$14	\$224
Edredones 2 plaza	8	\$18	\$144
Cobijas 1 plaza	24	\$8	\$192
Cobijas 2 plaza	12	\$12	\$144
Toallas	12	\$5	\$60
Cortinas	18	\$5	\$90
TOTAL			\$1.494

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Utilería

El emprendimiento para brindar adecuadamente el servicio de restaurante ha adquirido utilería y materiales de cocina.

Tabla 35

Utilería y materiales para el restaurante

Detalles	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Plato sopero 4,2/10,5 cm	5 docenas	\$9,6	\$48
Plato cuadrado tendido 27 cm	5 docenas	\$30	\$150
Copas (vino)	4 docenas	\$24	\$96
Juego de cubiertos (30 piezas)	3 unidades	\$20	\$60
Juego de vasos de cristas (12 u)	5 decenas	\$25	\$125
Juego de cuchillo profesional	2 unidades	\$25	\$50
Olla de presión 10 litros	1 unidad	\$50	\$50
Juego de ollas 26 piezas	1 unidad	\$100	\$100
Ollas 40 litros	3 unidad	\$80	\$240
Canastas	3 unidades	\$10	\$30
TOTAL			\$949

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Activos no corrientes

El emprendimiento cuenta con bienes inmuebles, muebles y equipos para su funcionamiento.

Bienes inmuebles

El emprendimiento cuenta con terreno con una infraestructura adecuada para prestar los servicios de hospedaje, restaurante y atención al cliente.

Tabla 36

Bienes inmuebles

Detalle	Especificaciones	Precio
Edificio	208 m ²	\$70.000
Terreno	1.500m ²	\$30.000
TOTAL		\$100.000

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Muebles y enseres

El emprendimiento para brindar el servicio de hospedaje ha adquirido muebles pequeños para que el cliente guarde sus pertenencias y las camas de 1 y 2 plazas que se encuentran distribuidos en cada habitación.

Tabla 37

Muebles y enseres para hospedaje

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor Total
Muebles pequeños	6	\$70	\$420
Camas 1 plaza	8	\$45	\$360
Camas 2 plazas	2	\$65	\$130
Colchón 2 plazas	2	\$150	\$300

Colchón 1 plaza	8	\$80	\$160
TOTAL			\$1.370

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Los muebles que ha adquirido el emprendimiento son los necesarios para guardar los materiales que se necesitan para preparar los alimentos y con los que se brinda el servicio a los clientes.

Tabla 38

Muebles para restaurante

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor Total
Anaqueles de cocina	1	\$140,00	\$140,00
Mesón	1	\$70,00	\$70,00
Mesas rústicas	5	\$100,00	\$500,00
Mesas armables	4	\$90,00	\$360,00
Sillas	60	\$14,00	\$840,00
TOTAL			\$1.910,00

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Equipo tecnológico

El emprendimiento ha adquirido un televisor plasma que brindar distracción a los clientes.

Tabla 39

Equipo para hospedaje

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor Total
Televisor Plasma 27"	1	\$670	\$670
TOTAL			\$670

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Equipo de cocina

Los equipos que han adquirido son los que requieren para preparar los alimentos para los clientes.

Tabla 40

Equipos para restaurante

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Cocina 6 quemadores	1	\$900	\$900
Refrigeradora	1	\$1200	\$1.200
Horno	1	\$400	\$400
Licuadaora 1,5 litros	2	\$65	\$130
TOTAL			\$2.630

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Equipo de computación

El emprendimiento cuenta con una computadora para manejar la cuenta de Facebook, revisar recetas y otras actividades que se requieran.

Tabla 41

Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor Total
Computadora	1	\$500	\$500
Impresora	1	\$200	\$200
TOTAL			\$700

Fuente: Entrevista a los socios del emprendimiento

Depreciación

La depreciación se la realiza considerando la vida útil establecida en el Servicio de Rentas Internas. La fecha de adquisición de los equipos y muebles fue el 05 de septiembre de 2019 y la reparación de la infraestructura fue en septiembre.

Tabla 42

Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de producción	\$2.630,00	10	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00
Equipo admi. y vent.	\$670,00	10	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00
Muebles y enseres de producción	\$70,00	10	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00
Muebles y enseres admi. y vent.	\$3.070,00	10	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00
Equipo de Computación	\$700,00	3	\$233,33	\$233,33	\$233,33		
Edificio	\$70.000,00	20	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00
TOTAL	\$77.140,00		\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.144,00	\$4.144,00

Resumen de los activos

Tabla 43

Activos que posee el emprendimiento

Concepto	Valor
Activos	
Activos corrientes	
Menaje y utilería	\$2.443,00
Activos fijos	
Terreno	\$30.000,00
Edificio	\$70.000,00
Muebles	\$3.280,00
Equipos	\$4.000,00
Total de activos	\$109.723,00

Fuente: Estudio técnico

Costos de producción

El emprendimiento ha realizado adquisiciones de materiales e insumos directos e indirectos para elaborar los alimentos que se ofrecen.

La información que se presenta a continuación permite determinar los costos en materia prima, es importante aclarar que el emprendimiento estuvo en funcionamiento 5 meses fue desde octubre de 2019 hasta febrero de 2020, de los cuales se obtuvo los datos para proyectar anualmente.

Materia Prima directa

Con la información proporcionada por el cocinero del emprendimiento se determinó los ingredientes y la cantidad de cada menú y bebidas, con el objeto de determinar el costo de cada producto, como se detalla a continuación.

Colada morada.

Tabla 44

MPD Colada morada

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Moras	45,4 gramos	\$0,1
Harina Flor	45,4 gramos	\$0,03
Harina de Maicena	11,34 gramos	\$0,01
Clavo de olor	0,097 gramos	\$0,025
Piña	45,4 gramos	\$0,1
Panela	36,28 gramos	\$0,004
Agua	400 mililitro	\$0,000032
TOTAL		\$0,27

Fuente: Investigación directa

Morocho con leche

Tabla 45

MPD Morocho de leche

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Morocho	45,4	\$0,06
Leche	200 mililitros	\$0,05
Canela	0,097 gramos	\$0,03
Clavo de olor	0,097 gramos	\$0,03
Pasas	11, 3 gramos	\$0,15
Azúcar	0,75 gramos	\$0,00050735
TOTAL		\$0,32

Fuente: Investigación directa

Café

Tabla 46

MPD Café

Concepto	Cantidad	C.U
Café	0,1 gramos	\$0,04
Azúcar	0,75 gramos	\$0,05
TOTAL		\$0,10

Fuente: Investigación directa

Pan casero (Maíz)

Tabla 47

MPD Pan casero

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Harina Flor	40 gramos	\$0,035
Harina de Maíz	5 gramos	\$0,0043
Sal	0.75 gramos	\$0,003
Azúcar	2.72 gramos	\$0,002
Levadura	2,26 gramos	\$0,0075
Manteca	7,7 gramos	\$0,014
Mantequilla	2,72 gramos	\$0,005
TOTAL		\$0,071

Fuente: Investigación directa

Carne de borrego asado

Tabla 48

MPD Carne de borrego asado

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Carne	0,3 libra	\$0,9
Aliños (Botella)	0,11 litros	\$0,08
Papas	3 unidades	\$0,15
Cebolla	1 unidad	\$0,05
Tomate	1 unidad	\$0,05
Mayonesa	0,11	\$0,054
Sal	0,0033 libras	\$0,0014
TOTAL		\$1,29

Fuente: Investigación directa

Yahuarlocro

Tabla 49

MPD Yahuarlocro

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Menudo de borrego	0,14 libra	\$0,21
Sangre de borrego	0,14 litros	0,15
Papas	3 unidades	\$0,15
Maní	0,071 libras	\$0,07
Leche	0,14 litros	\$0,071
Orégano	0,07 libras	\$0,02
Ajo	0,0014 libras	\$0,001
Sal	0,0033 libras	\$0,0014
Pimienta	0,0014 libras	\$0,0002
Aceite	0,001 litros	\$0,001
Aguacate	¼ unidad	\$0,15
Cebolla	½ unidad	\$0,025
TOTAL		\$0,85

Fuente: Investigación directa

Seco de chivo

Tabla 50

MPD Seco de chivo

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Carne	0,30 libras	\$0,45
Ajo	0,0014 libras	\$0,001
Comino	0,017	\$0,004
Orégano	0,017	\$0,004
Cebolla	0,14 unidad	\$0,01
Pimiento	0,14 unidad	\$0,01
Tomate	0,4 unidad	\$0,02
Cilantro	0,035 libras	\$0,008
Jugo de naranjilla	0,071 litros	\$0,04
Arroz	0,28 libras	\$0,17
Papa	3 unidades	\$0,15
Sal	0,0033 libras	\$0,0014
TOTAL		\$0,87

Fuente: Investigación directa

Fritada

Tabla 51

MPD Fritada

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Carne de chacho	0,30 libras	\$0,6
Sal	0,0033 libras	\$0,0014
Aliños	0,071 litros	\$0,035
Aceite	0,04 litros	\$0,017
Papas	3 unidades	\$0,15
Maíz	0,1 libra	\$0,06
Maduro	¼ unidad	\$0,025
Cebolla	¼ unidad	\$0,013
Tomate	¼ unidad	\$0,013
TOTAL		\$0,91

Fuente: Investigación directa

Caldo de gallina

Tabla 52

MPD Caldo de gallina

CONCEPTO	Cantidad	C.U
Gallina	0,6 libras	\$0,75
Cebolla	¼ unidad	\$0,013
Cilantro	0,035 libras	\$0,008
Sal	0,0033 libras	\$0,0014
Zanahoria	1/6 unidad	\$0,0083
Ajo	0,0014 libras	\$0,001
Papas	3 unidades	\$0,15
TOTAL		\$0,93

Fuente: Investigación directa

Chicha de jora (Un vaso)

Tabla 53

Chicha

Concepto	Cantidad	Costo unitario
Harina de jora	0,025 lb	\$0,05
Panela	0,038 lb	\$0,03
Clavo de olor	0,005 lb	\$0,0065
Pimienta dulce	0,005 lb	\$0,0065
Canela	0,0025 lb	\$0,013
Ishpingo	0,005 lb	\$0,0065
Agua	0,25 lt	\$0,0002
TOTAL		\$0,11

Fuente: Investigación directa

Limonada (Un vaso)

Tabla 54

Limonada

Concepto	Cantidad	Costo unitario
Limón	1 unidad	\$0,025
Azúcar	0,025 lb	\$0,067
Agua	0,25 lt	\$0,0002
TOTAL		\$0,09

Fuente: Investigación directa

Jugo de mora (Un vaso)

Tabla 55

Jugo

Concepto	Cantidad	Costo unitario
Mora	0,13 lb	\$0,13
Azúcar	0,025 lb	\$0,067
Agua	0,25 lt	\$0,0002
TOTAL		\$0,20

Fuente: Investigación directa

Con la información del costo de cada menú que ofrece se va a determinar los costos de adquisiciones anuales. El emprendimiento cada mes que laboró ha tenido un aproximado de visitas de 35 mensuales, el porcentaje de consumo de cada menú se lo considera de acuerdo con la información otorgada por uno de los socios del emprendimiento.

Tabla 56

Resumen Materia Prima Directa

Refrigerio de los desayunos y meriendas	Costo unitario	% de consumo	Cantidad	Valor total
Morocho con leche	\$0,27	50%	216	\$58,32
Colada morada	\$0,32	35%	144	\$46,08
Café	\$0,10	15%	60	\$6,00

Pan casero (Maíz)	\$0,071	100%	300	\$21,00
Almuerzos				
Borrego asado	\$1,29	40%	168	\$216,72
Yahuarlocro	\$0,85	15%	60	\$51,00
Seco de chivo	\$0,87	5%	24	\$20,88
Fritada	\$0,91	10%	48	\$43,68
Caldo de gallina	\$0,93	30%	120	\$111,60
Bebidas				
Chicha	\$0,11	35%	144	\$15,84
Limonada	\$0,09	20%	84	\$7,56
Jugo de mora	\$0,20	45%	192	\$38,40
Total				\$637,1

Fuente: Estudio de mercado

Materia Prima Indirecta

El emprendimiento ha realiza adquisiciones de materiales indirectos para brindar los servicios de restaurante como son las servilletas y las fundas.

Tabla 57

Materia Prima Indirecta

CONCEPTO	Cant. anual	Precio unitario	Valor anual
Servilleta 300 u.	15	\$1,75	\$26,25
Fundas 30cmx20cm	3	\$2,00	\$6,00
TOTAL			\$32,25

Fuente: Investigación directa

Costos y gastos en personal

No se realiza pagos en remuneración en personal administrativo, de ventas y de producción, debido a que los socios del emprendimiento son quienes laboran, es importante mencionar que cada integrante del negocio mantiene trabajos independientes por lo tanto han considerado realizar aportes voluntarios a su actividad económica y no recibir retribuciones económicas.

Costos operativos

El emprendimiento ha realizado desembolsos para cubrir necesidad que permitan el adecuado funcionamiento y de esta manera brindar servicios de calidad.

Servicios básicos:

El servicio de agua tiene una particularidad solamente realizan un pago fijo de \$2 sin importar la cantidad de líquido que se consuma.

Tabla 58

Servicios Básicos

Detalle	Valor Mensual	Cantidad	Valor Anual
Energía eléctrica	\$20	12	\$240,00
Agua	\$2	12	\$24,00
TOTAL			\$264,00

Detalle de las adquisiciones de materiales de aseo que realiza el emprendimiento.

Tabla 59

Materiales de aseo

Detalle	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total anual
Desinfectante	Galón	3	\$5	\$15
Jabón líquido (500 ml)	Galón	3	\$2	\$6
Lava (1.000g)	Unidades	5	\$3	\$15
Detergente (1,2 kg)	unidades	1	\$3	\$3
Cloro	Galón	3	\$4	\$12
Escoba	unidades	1	\$2	\$2
Recogedor	unidades	1	1,5	\$1,5
Trapeador	unidades	1	\$2	\$2
Guantes (par)	Unidades	1	1	\$1

Papel higiénico industrial	Unidades	3	\$ 4	\$12
Limpiadores / franelas	unidades	3	0,5	\$0,5
Balde para trapear	unidades	1	\$2	\$2
TOTAL				\$72,00

Suministros de oficina

Detalle	Cantidad anual	Valor	Valor Anual
Esferos	1 caja	\$ 5	\$ 5,00
Carpetas archivadoras	2	\$2	\$ 4,00
TOTAL			\$ 9,00

Gastos de ventas

El emprendimiento realiza gastos en publicidad en el pago de internet, que se utiliza para promocionar el negocio a través de la página de Facebook.

Tabla 60

Publicidad

Detalle	Cantidad	Valor	Valor total
Internet	12	\$25	\$300,00

Fuente: Investigación directa

Gasto financiero

El emprendimiento tiene un crédito en la Cooperativa Unión Otavalo por el monto de \$10.000, investigando en la página de la cooperativa, se determina que el plazo máximo que otorgan los préstamos es de 3 años a una tasa de interés del 22% para microcréditos bajo la amortización alemana.

Tabla 61

Tabla de amortización del crédito

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$10.000,00
1	\$4.200,00	2200	\$2.000,00	\$8.000,00
2	\$3.760,00	1760	\$2.000,00	\$6.000,00
3	\$3.320,00	1320	\$2.000,00	\$4.000,00
4	\$2.880,00	880	\$2.000,00	\$2.000,00
5	\$2.440,00	440	\$2.000,00	\$0,00

Resumen de costos y gastos

Los costos y gastos que se detallan corresponden a los datos proyectados para un año.

Tabla 62

Cuadro resumen

DETALLE	VALOR
Materiales e insumos	\$637,08
Costos generales de fabricación	\$302,95
Depreciación de activos fijos	\$1.145,00
1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$2.085,03
Gastos de administración	\$74,40
Gastos de ventas	\$300,00
2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$374,40
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$2.459,43
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$409,91

Capital de trabajo

Para determinar el capital de trabajo de la situación actual se consideró 2 meses de funcionamiento se establece esta información debido a que el emprendimiento ha funcionado los fines de semana.

$$ICT = \frac{CGA}{12 \text{ Mese}} * n$$

ICT= Inversión Inicial en el Capital de Trabajo

CGA= Costos y gastos anuales proyectados para el primer año de operación

n= Número de meses de desfase entre la ocurrencia de los egresos y la generación de ingresos

$$ICT = \frac{2.459,43}{12 \text{ Mese}} * 2$$

$$ICT = \$409,91$$

4.4.5.2. Inversión con la propuesta del plan de negocios

Para determinar la inversión de la propuesta se considerará información recopilada en el estudio de mercado, estos datos ayudaran a establecer de forma técnica los costos y gastos que se requieren cubrir para que el emprendimiento pueda alcanzar a su demanda objetivo.

4.4.5.2.1. Inversión intangible

Según Nassir (2008) expresa que: “La inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación, afectarán el flujo de caja indirectamente por la vía de una

disminución en la renta imponible y, por tanto, de los impuestos pagaderos. Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de la organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información operativos". (p.260)

El emprendimiento se encuentra en trámites para obtener los permisos de funcionamiento y que debido a la emergencia sanitaria se ha paralizado, es así que va a determinar los gastos necesarios a que debe incurrir para el funcionamiento legal del negocio.

Tabla 63

Gasto de constitución

Detalle	Costo total
Gastos de constitución	\$200,00

Fuente: Investigación directa

4.4.5.2.2. Costos de producción

Los costos que se deben incurrir en el emprendimiento para brindar los servicios son:

Mano de obra directa:

El sueldo del personal que se requiere para brindar los servicios turísticos se determinará considerando que los días de trabajo serán solamente los fines de semana bajo la modalidad de contrato a jornal.

Tabla 64

Remuneración del personal de producción

Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Valor anual
Cocinero	1	\$106,67	\$1.280,04	\$142,72	\$106,67	\$400,00	\$53,34	\$1.982,77
Ayudante de cocina	1	\$106,67	\$1.280,04	\$142,72	\$106,67	\$400,00	\$53,34	\$1.982,77
Mesero	1	\$106,67	\$1.280,04	\$142,72	\$106,67	\$400,00	\$53,34	\$1.982,77

Guía turístico	2	\$213,34	\$2.560,08	\$285,45	\$213,34	\$800,00	\$106,67	\$3.965,54
Total								\$9.913,85

Fuente: Ministerio de Trabajo (2019)

Materia Prima Directa:

Para determinar el costo de la materia prima directa con la propuesta se considerará la información del nivel de aceptación de cada paquete turístico obtenido en el estudio de mercado y cada requerimiento de alimentación de cada paquete.

Tabla 65

Resumen Materia Prima Directa

	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Total	Costo unitario	Costo anual
Desayuno	368	368	444	1180	\$0,3	\$354,00
Almuerzo			444	444	\$,10	\$488,40
Refrigerio		368	444	812	\$0,3	\$243,60
TOTAL						\$1.086,00

Fuente: Estudio técnico

Materia Prima Indirecta

Paila Tola para brindar el servicio es necesario incurrir en los costos de la Materia Prima Indirecta para ello se consideró la información de la cantidad de servicios que se espera vender con la propuesta.

Tabla 66

Materia Prima Indirecta

CONCEPTO	Cant. anual	Precio unitario	Valor anual
Servilleta 300 u.	15	\$1,75	\$26,25
Fundas 30cmx20cm	3	\$2,00	\$6,00
TOTAL			\$32,25

Fuente: Investigación directa

4.4.5.2.3. Gasto de Operación

Los gastos de operación son aquellos que permiten al emprendimiento mantenerse en funcionamiento y brindar los servicios de una manera más adecuada y de calidad.

Gastos administrativos

Los gastos administrativos que incurren para que el emprendimiento esté el sueldo de personal administrativo.

Personal administrado

El sueldo del personal administrativo se determina considerando que los días de trabajo serán solamente los fines de semana. Se registrarán bajo el contrato de trabajo a jornal.

Tabla 67

Remuneración de personal administrativo

Cargo	Cant.	Salario Mensual	Sueldo anual	Aporte patronal anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Total Anual
Administrador	1	106,67	1.280,04	142,72	106,67	400,00	53,34	1.997,61
TOTAL								1.997,61

Fuente: Ministerio de Trabajo (2019)

Servicios básicos

Como ya se mencionó antes el servicio de agua tiene un costo fijo de \$2,00.

Tabla 68

Servicios básicos

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$35	\$420
Agua	\$2	\$24
TOTAL		\$444

Fuente: Investigación directa

Suministros de oficina

El emprendimiento realiza adquisiciones de suministros y materiales de oficina que sirven para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 69

Suministros de oficina

Detalle	Cantidad anual	Valor	Valor Anual
Factúrelo	12	\$ 10	\$ 120,00
Esferos	1 caja	\$ 5	\$ 5,00
Carpetas archivadoras	2	\$2	\$ 4,00
TOTAL			\$ 129,00

Fuente: Investigación directa

Suministros de aseo y limpieza

El emprendimiento requiere realizar adquisiciones de material de aseo y limpieza tanto para los servicios de restaurante como para el de hospedaje y debido a la situación actual se ha considera los insumos para cumplir con las medias de bioseguridad.

Tabla 70

Suministro de aseo y limpieza

Detalle	Medida	Cantidad anual	Valor unitario	Valor total anual
Gel antiséptico	Galón	5	\$9	\$45
Alcohol	Galón	4	\$8	\$32
Desinfectante	Galón	3	\$5	\$15
Jabón líquido (500 ml)	Unidades	12	\$2	\$24
Lava (100g)	Unidades	5	\$3	\$ 15
Detergente (1,2 kg)	unidades	6	\$3	\$18
Cloro	galón	3	\$4	\$12
Escoba	unidades	2	\$2	\$4
Recogedor	unidades	2	1,5	\$3
Trapeador	unidades	2	\$2	\$4
Guantes (par)	unidades	4	1	\$4

Papel higiénico industrial	unidades	4	\$ 4	\$16
Limpiadores / franelas	unidades	10	0,5	\$5
Balde para trapear	unidades	2	\$2	\$4
TOTAL				\$201

Fuente: Investigación directa

Uniformes

Los uniformes que se utilizarán para el manejo del emprendimiento son ropa estandarizada y de acuerdo con la actividad, como se detalla a continuación.

Tabla 71

Uniformes del personal

Uniformes	Detalle	Cantida d	Precio unitario	Precio total
Administrador	Pantalón jean	1	15	\$15
	Camisa	1	15	\$15
	Zapatos	1	35	\$35
Chef	Gorro	1	\$2	\$2
	Chaqueta	1	\$30	\$30
	Pantalón	1	\$20	\$20
	Zapatos antideslizantes	1	\$33	\$33
Atención al cliente: Hombre	Camisa	3	\$15	\$45
	Pantalón	3	\$15	\$45
	Zapatos	3	\$35	\$105
Mujer	Camisa bordada (cayambi)	1	\$45	\$40
	Falda prensada	1	\$35	\$35
	Alpargatas	1	\$5	\$5
TOTAL				\$425,00

Fuente: Investigación directa

Distribución de los gastos

La distribución de los costos para el caso de los servicios básicos, suministros de aseo y limpieza se consideró que el 80% para producción y el 20% para administración, para los suministros de oficina se estableció que para la administración se destinará el 80% y el 20% para producción, en cuanto a los uniformes se consideró el valor de acuerdo al personal determinado para cada área.

Tabla 72

Distribución de los gastos del emprendimiento

Detalle	Valor	% Prod.	Valor	% Adm.	Valor	% Venta	Valor
Servicios básicos	\$444,00	80%	\$355,20	20%	\$88,80		
Suministros de oficina	\$129,00	20%	\$25,8	80%	\$103,20		
Suministros de aseo y limpieza	\$201,00	80%	\$160,80	20%	\$40,20		
Uniformes	\$425,00		\$165,00		\$65		\$195
TOTAL	\$1.199,00						

Fuente: Investigación directa

Gasto de ventas

Publicidad

La publicidad se continuará realizando a través de Facebook y el internet. El valor de la publicidad de la página de Facebook se determinó mediante investigación directa, obtenido la siguiente información: para realizar una publicidad por 5 días tiene un costo de 2 dólares en Ecuador con un alcance de 304 a 886 personas por día.

Tabla 73

Gasto de Publicidad

Detalle	Cantidad	Valor	Valor total
Publicidad de Página de Facebook	60	\$2	\$120,00
Internet	12	\$25	\$300,00
TOTAL			\$420,00

Fuente: Investigación directa

4.4.5.2.4. Inversión de capital de trabajo

El capital de trabajo se determinó, utilizando el método de desfase que consiste en establecer los costos y gastos que se requieren desde que se inician las actividades hasta que se recupere. Para el emprendimiento se consideró 2 meses considerando que la venta de los servicios se realizará los fines de semana.

$$ICT = \frac{CGA}{12 \text{ Mese}} * n$$

ICT= Inversión Inicial en el Capital de Trabajo

CGA= Costos y gastos anuales proyectados para el primer año de operación

n= Número de meses de desfase entre la ocurrencia de los egresos y la generación de ingresos

$$ICT = \frac{\$15.793,70}{12 \text{ Mese}} * 2$$

$$ICT = \$2.632,28$$

Tabla 74

Capital de trabajo

DETALLE	VALOR
Materiales e insumos	\$1.086,00
Mano de obra directa	\$9.913,85
Costos generales de fabricación	\$739,05
Depreciación de activos fijos	\$1.145,00
1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$12.883,90
Gastos de administración	\$2.294,81
Gastos de ventas	\$615,00
2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$2.909,81
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$15.793,70
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$2.632,28

Fuente: Estudio Técnico

4.4.5.3. Inversión total

La inversión total del emprendimiento para poner en marcha el plan de negocios es de \$2.832,28 como se detalla a continuación.

Tabla 75

Inversión Fija del emprendimiento

Concepto	Valor
INVERSIÓN INTANGIBLE	
Gastos de constitución	\$200,00
Total Inversión Intangible	\$200,00
Capital de trabajo	\$2.632,28
TOTAL	\$2.832,28

Fuente: Estudio Técnico

4.4.5.4. Financiamiento

El emprendimiento requiere una inversión de \$2.832,28 para el funcionamiento con el plan de negocios, para obtener los recursos se lo hará mediante un crédito en la banca pública Banecuador el 100% de la inversión que requiere para continuar con su funcionamiento. La opción se considera con la finalidad de aprovechar los beneficios de los programas de financiamiento que el estado ha establecido con el fin de apoyar a los emprendimientos.

Tabla 76

Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital financiado	\$2.832,28	100%
TOTAL	\$2.832,28	100%

Fuente: Estudio Técnico

4.4.6. Conclusiones del estudio técnico

El emprendimiento se encuentra localizado en la sierra norte, cantón Otavalo, en la parroquia Gonzáles Suárez, comunidad Mariscal Sucre, debido a la existencia de sitios turísticos, producción de productos agrícolas, carreteras y servicios básicos.

Para el tamaño del proyecto se consideró la capacidad del emprendimiento para prestar los servicios turísticos y el pronóstico de la situación económica obteniendo así que el primer año de funcionamiento el negocio con el plan de negocios recibirá 1.180 visitas que corresponde al 44%% de la capacidad instalada.

El emprendimiento cuenta con activos que suman \$109.723,00 y para brindar los servicios con la propuesta se requiere una inversión de capital de trabajo por el valor de \$2.632,28 y una inversión total de \$2.832,28.

Mediante el estudio técnico se determina que existen las condiciones necesarias para que el emprendimiento oferte los paquetes turísticos ajustándose a su capacidad instalada, también cuenta con los recursos humanos, tecnológicos, muebles e inmuebles para el funcionamiento.

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

Introducción

En esta sección se detalla la situación económica, como los costos de la materia prima, la mano de obra, préstamos, depreciaciones y amortizaciones, las inversiones, gastos e ingresos, así como los estados financieros para sustentar la aplicación de la propuesta.

Mediante el análisis del estudio financiero se determinará la viabilidad y la rentabilidad del proyecto en el emprendimiento en desarrollo que permitirá evaluar su factibilidad.

4.5.1. Objetivo del estudio financiero

Determinar la viabilidad y rentabilidad económica del negocio con la propuesta del plan de negocios mediante el análisis de los costos y gastos de operación, administrativos y de ventas, los ingresos e indicadores financieros.

4.5.2. Situación Económica Actual

Para determinar la situación financiera proyectada del emprendimiento se ha considerado la información de los meses de funcionamiento, el negocio inició sus actividades en octubre del 2019 y por situaciones de la pandemia laboró hasta el mes de febrero de 2020.

Para realizar las proyecciones se considera que los precios son recurrentes y se incrementarán con la tasa de inflación promedio y para el caso de las unidades vendidas se utilizará la tasa promedio de crecimiento poblacional.

4.5.2.1. Ingresos

Para determinar los ingresos se consideró la información proporcionada por uno de los socios, el cual mencionó que tienen ingresos promedio de 35 visitas mensuales, de los cuales

el 70% han realizado los recorridos y el 50% se han hospedado. En cuanto a la alimentación para determinar las ventas de cada uno de los menús que ofrecen se tomó como referencia el porcentaje de consumo de cada plato, dato obtenido de la entrevista con el socio.

Tabla 77

Proyección de Ingresos

AÑO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Producto	Cantidad	Precio Unitario	Total	Cantidad	Precio Unitario	Total	Cantidad	Precio Unitario	Total	Cantidad	Precio Unitario	Total	Cantidad	Precio Unitario
Morocho con leche	216	\$1,35	\$291,60	221	\$1,36	301,52	227	\$1,37	311,78	232	\$1,39	322,39	238	\$1,40	333,36
Colada morada	144	1,35	\$194,40	148	\$1,36	201,01	151	\$1,37	207,85	155	\$1,39	214,93	159	\$1,40	222,24
Café	60	\$0,50	\$30,00	61	\$0,50	31,02	63	\$0,51	32,08	65	\$0,51	33,17	66	\$0,52	34,30
Pan casero (Maíz)	300	\$0,15	\$45,00	307	\$0,15	46,53	315	\$0,15	48,11	323	\$0,15	49,75	331	\$0,16	51,44
Borrego asado	168	\$5,00	\$840,00	172	\$5,05	868,58	176	\$5,09	898,13	181	\$5,14	928,69	185	\$5,18	960,29
Yahuarlocro	60	3,5	\$210,00	61	\$3,53	217,14	63	\$3,56	224,53	65	\$3,60	232,17	66	\$3,63	240,07
Seco de chivo	24	\$2,50	\$60,00	25	\$2,52	62,04	25	\$2,55	64,15	26	\$2,57	66,33	26	\$2,59	68,59
Fritada	48	\$3,00	\$144,00	49	\$3,03	148,90	50	\$3,05	153,97	52	\$3,08	159,20	53	\$3,11	164,62
Caldo de gallina	120	\$3,00	\$360,00	123	\$3,03	372,25	126	\$3,05	384,91	129	\$3,08	398,01	132	\$3,11	411,55
Chicha de Jora	144	0,6	\$90,00	148	\$0,63	93,06	151	\$0,64	96,23	155	\$0,64	99,50	159	\$0,65	102,89
Limonada	84	0,5	\$42,00	86	\$0,50	43,43	88	\$0,51	44,91	90	\$0,51	46,43	93	\$0,52	48,01
Jugo de mora	192	1,5	\$288,00	197	\$1,51	297,80	202	\$1,53	307,93	207	\$1,54	318,41	212	\$1,55	329,24
Recorridos	300	10	\$3.000,00	307	\$10,09	3102,07	315	\$10,18	3207,61	323	\$10,27	3316,75	331	\$10,36	3429,59
Hospedaje	204	10	\$2.040,00	209	\$10,09	2109,41	214	\$10,18	2181,18	220	\$10,27	2255,39	225	\$10,36	2332,12
Ingreso por ventas			\$7.635,00			\$7.894,77			\$8.163,37			\$8.441,12			\$8.728,31

Fuente: Estudio técnico

4.5.2.2. Costos de producción

Los costos de producción se consideraron los costos que actualmente requieren como la materia prima y costos indirectos de fabricación.

Costos de materia prima directa

Se determinó mediante el desglose de los ingredientes para la elaboración de los menús que ofrece el emprendimiento, como se detalló en el estudio técnico.

Tabla 78

Proyección de Materia Prima

AÑO	1			2			3			4			5			
	Producto	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total
	Morocho con leche	216	\$0,27	\$58,32	221	\$0,27	\$60,30	227	\$0,27	\$62,36	232	\$0,28	\$64,48	238	\$0,28	\$66,67
	Colada morada	144	0,32	\$46,08	148	\$0,32	\$47,65	151	\$0,33	\$49,27	155	\$0,33	\$50,49	159	\$0,33	\$52,21
	Café	60	\$0,10	\$6,00	61	\$0,10	\$6,20	63	\$0,10	\$6,42	65	\$0,10	\$6,57	66	\$0,10	\$6,80
	Pan casero (Maíz)	300	\$0,07	\$21,00	307	\$0,07	\$21,71	315	\$0,07	\$22,45	323	\$0,07	\$23,01	331	\$0,07	\$23,79
	Borrego asado	168	\$1,29	\$216,72	172	\$1,30	\$224,09	176	\$1,31	\$231,72	181	\$1,31	\$237,46	185	\$1,33	\$245,54
	Yahuarlocro	60	0,85	\$51,00	61	\$0,86	\$52,74	63	\$0,87	\$54,53	65	\$0,87	\$55,88	66	\$0,87	\$57,78
	Seco de chivo	24	\$0,87	\$20,88	25	\$0,88	\$21,59	25	\$0,89	\$22,32	26	\$0,89	\$22,88	26	\$0,89	\$23,66
	Fritada	48	\$0,91	\$43,68	49	\$0,92	\$45,17	50	\$0,93	\$46,70	52	\$0,93	\$47,86	53	\$0,93	\$49,49

Caldo de gallina	de	120	\$0,93	\$111,60	123	\$0,94	\$115,40	126	\$0,95	\$119,32	129	\$0,95	\$122,28	132	\$0,96	\$126,44
Chicha Jora	de	144	\$0,11	\$15,84	148	\$0,11	\$16,38	151	\$0,11	\$16,94	155	\$0,11	\$17,36	159	\$0,11	\$17,95
Limonada		84	\$0,09	\$7,56	86	\$0,09	\$7,82	88	\$0,09	\$8,08	90	\$0,09	\$8,28	93	\$0,09	\$8,57
Jugo de mora		192	\$0,20	\$38,40	197	\$0,20	\$39,71	202	\$0,20	\$41,06	207	\$0,20	\$42,08	212	\$0,21	\$43,51
TOTAL				\$637,1			\$658,76			\$681,17			\$698,64			\$722,41

Fuente: Estudio técnico

Costos indirectos de fabricación

Se considera los materiales que se utiliza para realizar el producto.

Tabla 79

Proyección de los CIF

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales Indirectos	\$32,35	\$32,64	\$32,93	\$33,23	\$33,53
Menaje	2.443	\$489,00	\$489,00	\$489,00	\$489,00
Servicios básicos	\$211,20	\$358,40	\$361,62	\$364,88	\$368,16
Suministros de oficina	\$1,80	\$1,82	\$1,83	\$1,85	\$1,87
Suministros de aseo y limpieza	\$57,60	\$58,12	\$58,64	\$59,17	\$59,70
TOTAL	\$2.745,95	\$939,58	\$943,63	\$947,73	\$951,86

Fuente: Estudio técnico

4.5.2.3. Gastos

Los gastos están constituidos por los gastos administrativos y de ventas

Gastos administrativos

Para proyectar los gastos administrativos se consideró la tasa promedio de inflación que es 0,90%.

Tabla 80

Proyección gastos administrativos

AÑO	1	2	3	4	5
Servicios básicos	\$52,8	\$53,28	\$53,75	\$54,24	\$54,73
Suministros de aseo y limpieza	\$14,4	\$14,53	\$14,66	\$14,79	\$14,93
Suministros de oficina	\$7,2	\$7,26	\$7,33	\$7,40	\$7,46
TOTAL	\$74,40	\$75,07	\$75,75	\$76,43	\$77,11

Fuente: Estudio técnico

Gastos de ventas

Para proyectar los gastos de ventas se consideró la tasa promedio de inflación que es 0,90%

Tabla 81

Proyección gasto de ventas

AÑOS	1	2	3	4	5
Publicidad	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
TOTAL	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95

Fuente: Estudio técnico

Depreciación de activos

Para la depreciación de los activos se aplicó lo que estipula el Reglamento a la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario.

Tabla 82

Depreciaciones

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	0	1	2	3	4	5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
Equipo de producción	\$2.630,00	10	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$1.315,00	\$1.315,00
Equipo adm. y venta.	\$670,00	10	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$335,00	\$335,00
Muebles y enseres de producción	\$70,00	10	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$35,00	\$35,00
Muebles y enseres adm. y venta.	\$3.070,00	10	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$1.535,00	\$1.535,00
Equipo de Computación	\$700,00	3	\$233,33	\$233,33	\$233,33				\$700,00	\$0,00
Edificio	\$70.000,00	20	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$17.500,00	\$52.500,00
TOTAL	\$77.140,00		\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.144,00	\$4.144,00	\$4.144,00	\$21.420,00	\$55.720,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL			\$4.377,33	\$8.754,67	\$13.132,00	\$17.276,00	\$21.420,00			

Amortización

Para realizar la amortización se tomó el interés preoperativo derivados del préstamo.

Tabla 83

Amortización

DETALLE	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5
Intereses Preoperativos	\$2.200,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00
TOTAL	\$2.200,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00

Fuente: Estudio financiero

Costos financieros

El emprendimiento tiene un préstamo por \$10.000 en la Cooperativa Unión Otavalo a una tasa de interés del 22% a 60 meses plazo.

Tabla 84

Tabla de amortización

AÑOS	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$10.000,00
1	\$4.200,00	2200	\$2.000,00	\$8.000,00
2	\$3.760,00	1760	\$2.000,00	\$6.000,00
3	\$3.320,00	1320	\$2.000,00	\$4.000,00
4	\$2.880,00	880	\$2.000,00	\$2.000,00
5	\$2.440,00	440	\$2.000,00	\$0,00

Fuente: Estudio técnico

Resumen de costos y gastos

En la tabla resumen de costos y gastos se incluyen todos los costos y gastos que requieren el emprendimiento para realizar sus actividades de forma adecuada.

Tabla 85

Resumen de costos y gastos

AÑOS	1	2	3	4	5
Materiales e insumos	\$637,08	\$658,76	\$681,17	\$698,64	\$722,41
Costos indirectos de fabricación	\$302,95	\$939,58	\$943,63	\$947,73	\$951,86
Depreciación activos de producción	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$2.085,03	\$2.743,33	\$2.769,80	\$2.791,37	\$2.819,26
Gastos de administración	\$74,40	\$75,07	\$75,75	\$76,43	\$77,11
Gastos de ventas	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
Depreciaciones	\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.232,33	\$2.999,00	\$2.999,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$3.606,73	\$3.610,10	\$3.613,50	\$3.383,60	\$3.387,06
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$5.691,76	\$6.353,43	\$6.383,30	\$6.174,97	\$6.206,33
Costos de financiamiento del préstamo	\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00	\$440,00
Amortización de intereses de instalación	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00
TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO	\$2.640,00	\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	\$8.331,76	\$8.553,43	\$8.143,30	\$7.494,97	\$7.086,33

4.5.2.4. Capital de trabajo

Para el cálculo de capital de trabajo se recopiló información de los costos y gastos anuales y se consideró para dos meses de operación, tomando como referencia sólo los fines de semana.

Tabla 86

Capital de trabajo

AÑOS	1	2	3	4	5
Materiales e insumos	\$637,08	\$658,76	\$681,17	\$698,64	\$722,41
Costos generales de fabricación	\$302,95	\$939,58	\$943,63	\$947,73	\$951,86
Depreciación de activos fijos	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00

1. TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$2.085,03	\$2.743,33	\$2.769,80	\$2.791,37	\$2.819,26
Gastos de administración	\$74,40	\$75,07	\$75,75	\$76,43	\$77,11
Gastos de ventas	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$374,40	\$377,77	\$381,17	\$384,60	\$388,06
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$2.459,43	\$3.121,10	\$3.150,97	\$3.175,97	\$3.207,33
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$409,91	\$520,18	\$525,16	\$529,33	\$534,55
INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	\$409,91	\$110,28	\$4,98	\$4,17	\$5,23

4.5.2.5. Estados Financieros

Los Estados Financieros con la información actual se presentarán conforme a la NIC 1 que consiste en presentar la información de los estados financieros con el fin de dar información general.

Estado de resultados

Es importante aclarar que para elaborar el estado de resultado se considera que el emprendimiento laborará con RUC como persona natural para el cálculo de los impuestos, sin embargo, en el negocio durante los 2 primeros años no existe ganancias y los tres posteriores generan rendimiento, pero no superan la base para pagar el Impuesto a la Renta por tal motivo no se realizó los cálculos respectivos.

Tabla 87

Estado de resultados proyectado

AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ingresos de operación	\$7.635,00	\$7.894,77	\$8.163,37	\$8.441,12	\$8.728,31
TOTAL INGRESOS	\$7.635,00	\$7.894,77	\$8.163,37	\$8.441,12	\$8.728,31
COSTO DE PRODUCCION					
Costo de producción	\$3.383,03	\$1.598,33	\$1.624,80	\$1.646,37	\$1.674,26
Depreciación de activos de producción	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00

TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$4.528,03	\$2.743,33	\$2.769,80	\$2.791,37	\$2.819,26
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$3.106,97	\$5.151,44	\$5.393,57	\$5.649,75	\$5.909,05
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO					
Gastos Administración	\$74,40	\$75,07	\$75,75	\$76,43	\$77,11
Gastos de ventas	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
Depreciación otros activos	\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.232,33	\$2.999,00	\$2.999,00
Amortización de intangibles	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00
Costos de financiamiento	\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00	\$440,00
TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN	\$6.246,73	\$5.810,10	\$5.373,50	\$4.703,60	\$4.267,06
PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$-3.139,76	\$-658,67	\$20,07	\$946,15	\$1.641,98

Estado de fuentes y usos

Tabla 88

Estado de fuentes y usos proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS DE EFECTIVO						
1.- Recursos financieros	\$110.132,91	\$409,91	\$110,28	\$4,98	\$4,17	\$5,23
2.- Ingresos por ventas		\$7.635,00	\$7.894,77	\$8.163,37	\$8.441,12	\$8.728,31
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$110.132,91	\$8.044,91	\$8.005,05	\$8.168,35	\$8.445,28	\$8.733,54
SALIDAS DE EFECTIVO						
1.- Incremento de activos fijos	\$109.723,00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
2.- Incremento de activos intangibles	\$2.200,00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
3.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)		\$1.314,43	\$1.976,10	\$2.005,97	\$2.030,97	\$2.062,33
4.- Costos de financiación		\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00	\$440,00
5.- Pago amortización de préstamo		\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$111.923,00	\$5.514,43	\$5.736,10	\$5.325,97	\$4.910,97	\$4.502,33
TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$-1.790,10	\$2.530,48	\$2.268,94	\$2.842,38	\$3.534,32	\$4.231,21

SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO	\$-1.790,10	\$740,38	\$3.009,32	\$5.851,71	\$9.386,02	\$13.617,24
------------------------------------	--------------------	-----------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------

Flujo de efectivo

Tabla 89

Flujo de efectivo proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL						
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$-696,76	\$-658,67	\$20,07	\$946,15	\$1.641,98
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de activos operacionales		\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
Gastos de depreciación de activos		\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.232,33	\$2.999,00	\$2.999,00
Amortización de intangibles		\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00	\$440,00
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$4.120,57	\$4.158,67	\$4.837,41	\$5.530,15	\$6.225,98
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
INVERSIONES						
(-) Inversión fija	\$-109.723,00					
(-) Inversión intangible	\$0,00					
(-) Capital de trabajo		\$-409,91	\$-110,28	\$-4,98	\$-4,17	\$-5,23
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$55.720,00
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$534,55
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$-109.723,00	\$3.710,67	\$4.048,39	\$4.832,43	\$5.525,98	\$62.475,31
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$10.000,00					
Amortización del préstamo		\$-2.000,00	\$-2.000,00	\$-2.000,00	\$-2.000,00	\$-2.000,00
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$-99.723,00	\$1.710,67	\$2.048,39	\$2.832,43	\$3.525,98	\$60.475,31

Estado de Situación Financiera

Tabla 90

Estado de situación financiera proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
<i>Activos corrientes</i>						
Efectivo	\$-1.790,10	\$740,38	\$3.009,32	\$5.851,71	\$9.386,02	\$13.617,24
Inv. Materiales y menaje	\$2.443,00	\$2.443,00	\$2.443,00	\$2.443,00	\$2.443,00	\$2.443,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$652,90	\$3.183,38	\$5.452,32	\$8.294,71	\$11.829,02	\$16.060,24
<i>Activos fijos</i>						
Terreno	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00
Edificio	\$70.000,00	\$70.000,00	\$70.000,00	\$70.000,00	\$70.000,00	\$70.000,00
Muebles y enseres	\$3.280,00	\$3.280,00	\$3.280,00	\$3.280,00	\$3.280,00	\$3.280,00
Equipo	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00
Equipo de computación	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00
(-) Depreciación acumulada activos fijos		\$-4.377,33	\$-8.754,67	\$-13.132,00	\$-17.276,00	\$-21.420,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$107.280,00	\$102.902,67	\$98.525,33	\$94.148,00	\$90.004,00	\$85.860,00
<i>Activos diferidos</i>						
Intereses de instalación	\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00	\$440,00	\$0,00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$2.200,00	\$1.760,00	\$1.320,00	\$880,00	\$440,00	\$0,00
TOTAL ACTIVOS	\$110.132,91	\$107.846,05	\$105.297,66	\$103.322,71	\$102.273,02	\$101.920,24
PASIVO Y PATRIMONIO						
<i>Pasivo</i>						
Préstamo mediano y largo plazo	\$10.000,00	\$8.000,00	\$6.000,00	\$4.000,00	\$2.000,00	\$0,00
TOTAL PASIVO	\$10.000,00	\$8.000,00	\$6.000,00	\$4.000,00	\$2.000,00	\$0,00
<i>Patrimonio</i>						
Capital social	\$100.132,91	\$100.542,81	\$100.653,09	\$100.658,07	\$100.662,23	\$100.667,46
Utilidad neta del ejercicio	\$0,00	\$-696,76	\$-1.355,43	\$-1.335,36	\$-389,21	\$1.252,78
TOTAL PATRIMONIO	\$100.132,91	\$99.846,05	\$99.297,66	\$99.322,71	\$100.273,02	\$101.920,24
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$110.132,91	\$107.846,05	\$105.297,66	\$103.322,71	\$102.273,02	\$101.920,24

4.5.3. Información económica con la propuesta

Para elaborar la información económica y evaluación financiera de la propuesta del plan de negocios se aplicará información recopilada en el estudio de mercado y técnico.

4.5.3.1. Ingresos

Los ingresos están compuestos por los servicios y/o productos a ofrecer, el cual se obtiene mediante la multiplicación de los servicios y/o productos por los precios establecidos y de esa manera se obtiene el ingreso de las ventas.

Proyección de ingresos

Para establecer los ingresos se tomó como referencia el tamaño del proyecto determinado en el estudio técnico y su proyección realizada en el estudio de mercado.

Para determinar la proyección de precios se consideró la información obtenida del INEC (2020), sobre la inflación nacional histórica de 5 años anteriores(2015-2019) y se determinó el promedio de 0,90%.

Tabla 91

Proyección de ingresos

AÑO	1			2			3			4			5		
Producto	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total
Paquete 1	368	\$13,00	\$4.784,00	464	\$13,12	\$6.086,29	616	\$13,24	\$8.152,79	692	\$13,35	\$9.241,08	768	\$13,47	\$10.348,31
Paquete 2	368	\$18,00	\$6.624,00	464	\$18,16	\$8.427,17	616	\$18,33	\$11.288,48	692	\$18,49	\$12.795,35	768	\$18,66	\$14.328,42
Paquete 3	444	\$30,00	\$13.320,00	540	\$30,27	\$16.345,80	692	\$30,54	\$21.135,36	808	\$30,82	\$24.900,39	924	\$31,09	\$28.731,47
INGRESOS POR VENTAS	1.180		\$24.728,00	1.468		\$30.859,26	1.924		\$40.576,64	2.192		\$46.936,82	2.460		\$53.408,20

Fuente: Estudio de mercado

Los ingresos para el primer año son \$24.728,00 y para el quinto año es de \$53.408,20, sube constantemente como se puede visualizar en la tabla.

4.5.3.2 Costos de Producción

Para el costo de producción se consideraron los gastos necesarios como la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

Costo de materia prima directa

Se determinó mediante los menús que ofrecen el emprendimiento, como se detalló en el estudio técnico.

Proyecciones de materia prima directa

Para la proyección se tomó el promedio de la inflación que es 0,90% y para el cálculo se consideró las cantidades necesarias para la elaboración de los alimentos.

Tabla 92

Proyección de materia prima directa

AÑOS	1			2			3			4			5		
	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total	Cant.	P. U.	Total
Producto															
Desayuno	1.180	\$0,30	\$354,00	1.468	\$0,30	\$444,36	1.924	\$0,31	\$587,64	2.192	\$0,31	\$675,52	2.460	\$0,31	\$764,93
Almuerzos	444	\$1,10	\$488,40	540	\$1,11	\$599,35	692	\$1,12	\$774,96	808	\$1,13	\$913,01	924	\$1,14	\$1.053,49
Refrigerio	812	\$0,30	\$243,60	1.004	\$0,30	\$303,91	1.308	\$0,31	\$399,49	1.500	\$0,31	\$462,26	1.692	\$0,31	\$526,12
TOTAL COSTO	2.436		\$1.086,00	3.012		\$1.347,6	3.924		\$1.762,1	4.500		\$2.050,8	5.076		\$2.344,5
MATERIA PRIMA															

Fuente: Estudio técnico

Mano de obra directa

Para determinar el salario básico se tomó en consideración la tabla salarial del Ministerio de Trabajo.

Proyección de mano de obra

Para el cálculo de la inflación salarial se obtuvo dividiendo incremento de la variación del salario para el salario básico del año anterior, como se detalla a continuación.

Tabla 93

Proyección de tasa promedio de información salarial

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Salario Básico	354	366	375	386	394	400
Variación		12	9	11	8	6
Inflación salarial		3%	2%	3%	2%	2%
Tasa Promedio de 2,48% Inflación Salarial						

Fuente: (Ministerio de Trabajo,2020)

En la proyección de la mano de obra directa se tomó la tasa de inflación promedio salarial.

Tabla 94

Proyección de costo de Mano de Obra

AÑOS	1	2	3	4	5
Salario básico unificado (5 personas)	\$6.400,20	\$6.558,92	\$6.721,59	\$6.888,28	\$7.059,11
Aporte patronal (5 personas)	\$713,62	\$796,91	\$816,67	\$836,93	\$857,68
Fondos de reserva (5 personas)		\$546,36	\$559,91	\$573,79	\$588,02
Décimo tercer sueldo (5 personas)	\$533,35	\$546,58	\$560,13	\$574,02	\$588,26
Décimo cuarto sueldo (5 personas)	\$2.000,00	\$2.049,60	\$2.100,43	\$2.152,52	\$2.205,90
Vacaciones (5 personas)	\$266,68	\$273,29	\$280,07	\$287,01	\$294,13
TOTAL	\$9.913,85	\$10.771,66	\$11.038,80	\$11.312,56	\$11.593,11

Fuente: (Ministerio de trabajo,2020)

Costos indirectos de fabricación.

Se considera los materiales que no intervienen directamente para realizar el producto, como materiales indirectos, mano de obra y los CIF.

Proyección de Costos Indirectos de Fabricación

Para la proyección de los CIF se emplea los datos establecidos en el estudio técnico y se emplea la tasa de inflación de los precios. Cabe recalcar que para el menaje se considera un 20% del valor del costo para reparaciones.

Tabla 95

Proyección de CIF

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales Indirectos	\$32,25	\$32,54	\$32,83	\$33,13	\$33,43
Menaje		\$489	\$489	\$489	\$489
Servicios básicos	\$355,20	\$358,40	\$361,62	\$364,88	\$368,16
Suministros de oficina	\$25,80	\$26,03	\$26,27	\$26,50	\$26,74
Suministros de aseo y limpieza	\$160,80	\$162,25	\$163,71	\$165,18	\$166,67
Uniformes	\$165,00	\$166,49	\$167,98	\$169,50	\$171,02
TOTAL	\$739,05	\$1.234,30	\$1.241,01	\$1.247,78	\$1.254,62

Fuente: Estudio técnico

4.5.3.3. Gastos

Los gastos del proyecto se determinan en base a los gastos administrativos y de ventas.

Proyección de los gastos administrativos.

Con respecto al cálculo de la proyección de los gastos administrativos se consideró la tasa promedio de inflación salarial para los salarios y la inflación de los precios para los demás gastos administrativos se requieren para el funcionamiento del emprendimiento con la propuesta.

Tabla 96

Proyección de sueldos

AÑOS	1	2	3	4	5
Salario básico unificado	\$1.292,04	\$1.324,08	\$1.356,92	\$1.390,57	\$1.425,06
Aporte patronal	\$144,06	\$160,88	\$164,87	\$168,95	\$173,14
Fondos de reserva		\$110,30	\$113,03	\$115,83	\$118,71
Décimo tercer sueldo	\$107,67	\$110,34	\$113,08	\$115,88	\$118,75
Décimo cuarto sueldo	\$400,00	\$409,92	\$420,09	\$430,50	\$441,18
Vacaciones	\$53,84	\$55,17	\$56,54	\$57,94	\$59,38
TOTAL	\$1.997,61	\$2.170,69	\$2.224,52	\$2.279,69	\$2.336,22

Fuente: Estudio financiero

Tabla 97

Proyección de suministros

AÑOS	1	2	3	4	5
Servicios básicos	\$88,80	89,5992	90,4055928	91,21924314	92,04021632
Suministros de aseo y limpieza	\$40,20	40,5618	40,9268562	41,29519791	41,66685469
Suministros de oficina	\$103,20	104,1288	105,0659592	106,0115528	106,9656568
Uniformes del personal	\$65,00	65,585	66,175265	66,77084239	67,37177997
TOTAL	\$297,20	\$299,87	\$302,57	\$305,30	\$308,04

Fuente: Estudio financiero

Proyección de gasto de ventas

Con respecto al cálculo de la proyección de los gastos de ventas, se consideró la tasa promedio de inflación salarial para los salarios y la inflación de los precios para los demás gastos.

Tabla 98

Proyección de gastos de ventas

AÑOS	1	2	3	4	5
Publicidad	\$420,00	423,78	427,60	431,44	435,33
Uniformes del personal	\$195,00	196,755	198,53	200,31	202,12
TOTAL	\$5.769,59	\$13.516,30	\$13.841,70	\$14.175,09	\$14.516,65

Fuente: Estudio financiero

Depreciación

Los activos para depreciarse son considerados esenciales para la operación del proyecto, entre ellos está equipo de producción, equipo administración y ventas, muebles y enseres, equipo de computación y edificio.

Depreciación de activos

Para la depreciación de los activos se aplicó lo que estipula el Reglamento a la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario. Y los porcentajes máximos a depreciar y ser considerado deducibles es de acuerdo con la naturaleza y vida útil como se detalla a continuación.

Tabla 99

Depreciación de activos

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	1	2	3	4	5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS	EN
Equipo producción	de \$2.630,00	10	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$263,00	\$1.315,00	\$1.315,00	
Equipo adm. y ventas	y \$670,00	10	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$67,00	\$335,00	\$335,00	

Muebles y enseres de producción	\$70,00	10	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$7,00	\$35,00	\$35,00
Muebles y enseres admi. y ventas	\$3.070,00	10	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$307,00	\$1.535,00	\$1.535,00
Equipo de Computación	\$700,00	3	\$233,33	\$233,33	\$233,33	\$0,00	\$0,00	\$700,00	\$0,00
Edificio	\$70.000,00	20	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$17.500,00	\$52.500,00
TOTAL	\$77.140,00		\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.377,33	\$4.144,00	\$4.144,00	\$21.420,00	\$55.720,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL			\$4.377,33	\$8.754,67	\$13.132,00	\$17.276,00	\$21.420,00		

Fuente: Estudio financiero.

Amortización

Para realizar la amortización se tomó la información de la inversión intangible que se requiere para el funcionamiento del emprendimiento.

Tabla 100

Amortización

DETALLE	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	\$200,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Intereses preoperativos	\$433,34	\$144,45	\$144,45	\$144,45	\$0,00	\$0,00
TOTAL, ACTIVOS INTANGIBLES	\$633,34	\$184,45	\$184,45	\$184,45	\$40,00	\$40,00

Fuente: Estudio financiero.

Costos financieros

El costo de financiamiento, en este caso de la banca pública BanEcuador. El crédito financiará la inversión de plan de negocios en su totalidad, a una tasa de interés de 15,30% destinado para microcréditos a un plazo máximo de 3 años. El método que se empleará es el alemán.

Tabla 101

Amortización del préstamo

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$2.832,28
1	\$1.377,43	433	\$944,09	\$1.888,19
2	\$1.232,99	289	\$944,09	\$944,09
3	\$1.088,54	144	\$944,09	\$0,00

Fuente: Estudio financiero

Resumen costos y gastos

En resumen, de costos y gastos se presenta los datos que corresponden a los gastos administrativos y de ventas, gastos de depreciación, amortización de diferido y costos de financiamiento como de detalla a continuación:

Tabla 102

Resumen de costos y gastos.

AÑO	1	2	3	4	5
Materiales e insumos	\$1.086,00	\$1.347,62	\$1.762,09	\$2.050,79	\$2.344,54
Mano de obra directa	\$9.913,85	\$10.771,66	\$11.038,80	\$11.312,56	\$11.593,11
Costos generales de fabricación	\$739,05	\$1.234,30	\$1.241,01	\$1.247,78	\$1.254,62
Depreciación activos de producción	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN	\$12.883,90	\$14.498,58	\$15.186,90	\$15.756,13	\$16.337,26
Gastos de administración	\$2.294,81	\$2.470,56	\$2.527,09	\$2.584,98	\$2.644,27
Gastos de ventas	\$615,00	\$620,54	\$626,12	\$631,75	\$637,44
Gasto depreciaciones	\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.135,11	\$2.999,00	\$2.999,00
Amortización de diferidos	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
TOTAL, GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$6.182,14	\$6.363,43	\$6.328,32	\$6.255,74	\$6.320,71
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN	\$19.066,04	\$20.862,01	\$21.515,23	\$22.011,87	\$22.657,97
Costos de financiamiento del préstamo	\$433,34	\$944,09	\$1.888,19	\$0,00	\$0,00
Amortización de intereses preoperativos	\$144,45	\$144,45	\$144,45	\$0,00	\$0,00

TOTAL, COSTOS DE FINANCIAMIENTO	\$577,79	\$1.088,54	\$2.032,64	\$0,00	\$0,00
TOTAL, COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	\$19.643,82	\$21.950,55	\$23.547,86	\$22.011,87	\$22.657,97

Fuente: Estudio financiero.

4.5.3.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo permite seguir en funcionamiento al emprendimiento, en el que se incluye la materia prima directa, mano de obra, costos generales de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta.

Para el cálculo de capital de trabajo se recopiló los datos de los costos y gastos de dos meses de operación, tomando como referencia sólo los fines de semana.

Tabla 103

Capital de trabajo

AÑO	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN					
Materiales e insumos	\$1.086,00	\$1.347,62	\$1.762,09	\$2.050,79	\$2.344,54
Mano de obra directa	\$9.913,85	\$10.771,66	\$11.038,80	\$11.312,56	\$11.593,11
Costos generales de fabricación	\$739,05	\$1.234,30	\$1.241,01	\$1.247,78	\$1.254,62
Depreciación de activos fijos	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$12.883,90	\$14.498,58	\$15.186,90	\$15.756,13	\$16.337,26
Gastos de administración	\$2.294,81	\$2.470,56	\$2.527,09	\$2.584,98	\$2.644,27
Gastos de ventas	\$615,00	\$620,54	\$626,12	\$631,75	\$637,44
2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$2.909,81	\$3.091,09	\$3.153,21	\$3.216,74	\$3.281,71
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN	\$15.793,70	\$17.589,68	\$18.340,11	\$18.972,87	\$19.618,97
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$2.632,28	\$2.931,61	\$3.056,69	\$3.162,14	\$3.269,83
INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	\$2.632,28	\$299,33	\$125,07	\$105,46	\$107,68

Fuente: Estudio financiero

4.5.3.5 Estados Financieros

Los Estados Financieros se presentará conforme a la NIC 1 que consiste en presentar la información de los estados financieros con el fin de dar información general.

A continuación, se presenta información financiera del emprendimiento con la propuesta del plan de negocios financiera con la finalidad de demostrar la liquidez, solvencia y rentabilidad del negocio.

Estado de resultados proyectado

Para la proyección del estado de resultado se considera 5 años y se toma como referencia los ingresos y los gastos con el fin de determinar si existe rentabilidad o pérdida.

Tabla 104

Estado de Resultado

AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ingresos de operación	\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20
TOTAL INGRESOS	\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20
COSTO DE PRODUCCION					
Costo de producción	\$11.738,90	\$13.353,58	\$14.041,90	\$14.611,13	\$15.192,26
Depreciación de activos de producción	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$12.883,90	\$14.498,58	\$15.186,90	\$15.756,13	\$16.337,26
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$11.844,10	\$16.360,68	\$25.389,73	\$31.180,69	\$37.070,94
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO					
Gastos Administración	\$2.294,81	\$2.470,56	\$2.527,09	\$2.584,98	\$2.644,27
Gastos de ventas	\$615,00	\$620,54	\$626,12	\$631,75	\$637,44
Depreciación otros activos	\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.135,11	\$2.999,00	\$2.999,00
Amortización de intangibles	\$184,45	\$184,45	\$184,45	\$40,00	\$40,00
Costos de financiamiento	\$433,34	\$944,09	\$1.888,19	\$0,00	\$0,00

TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN	\$6.759,93	\$7.451,97	\$8.360,96	\$6.255,74	\$6.320,71
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$5.084,18	\$8.908,71	\$17.028,77	\$24.924,95	\$30.750,23
Participación trabajadores 15%	\$762,63	\$1.336,31	\$2.554,32	\$3.738,74	\$4.612,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$4.321,55	\$7.572,40	\$14.474,46	\$21.186,21	\$26.137,70
Impuesto 25%	\$1.080,39	\$1.893,10	\$3.618,61	\$5.296,55	\$6.534,42
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	\$3.241,16	\$5.679,30	\$10.855,84	\$15.889,66	\$19.603,27
UTILIDADES ACUMULADAS	\$3.241,16	\$8.920,46	\$19.776,31	\$35.665,96	\$55.269,23

Fuente: Estudio financiero

Estado de fuentes y usos

El estado de fuentes y usos consiste en determinar a dónde se destinó los recursos financieros adquiridos.

Tabla 105

Estado de fuentes y usos

AÑOS	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS DE EFECTIVO						
1.- Recursos financieros	\$2.832,28	\$2.632,28	\$299,33	\$125,07	\$105,46	\$107,68
2.- Ingresos por ventas		\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$2.832,28	\$27.360,28	\$31.158,58	\$40.701,71	\$47.042,28	\$53.515,88
SALIDAS DE EFECTIVO						
1.- Incremento de activos intangibles	\$633,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
2.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)		\$14.648,70	\$16.444,68	\$17.195,11	\$17.827,87	\$18.473,97
3.- Costos de financiación		\$433,34	\$944,09	\$1.888,19	\$0,00	\$0,00
4.- Pago amortización de préstamo		\$944,09	\$944,09	\$944,09	\$0,00	\$0,00
5.- Participación trabajadores		\$762,63	\$1.336,31	\$2.554,32	\$3.738,74	\$4.612,53
6.- Impuestos		\$1.080,39	\$1.893,10	\$3.618,61	\$5.296,55	\$6.534,42

TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$633,34	\$17.869,15	\$21.562,27	\$26.200,33	\$26.863,16	\$29.620,93
TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$2.198,94	\$9.491,13	\$9.596,31	\$14.501,38	\$20.179,12	\$23.894,96
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO	\$2.198,94	\$11.690,08	\$21.286,39	\$35.787,77	\$55.966,89	\$79.861,84

Fuente: Estudio financiero

Flujo de Efectivo

En cuanto al flujo de efectivo se consideró la entrada y salida de dinero durante los 5 años de operación con la propuesta, como se especifica a continuación.

Tabla 106

Flujo de efectivo

AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$3.241,16	\$5.679,30	\$10.855,84	\$15.889,66	\$19.603,27
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de activos operacionales		\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
Gastos de depreciación de activos		\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.135,11	\$2.999,00	\$2.999,00
Amortización de intangibles		\$184,45	\$184,45	\$184,45	\$40,00	\$40,00
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$7.802,94	\$10.241,08	\$15.320,40	\$20.073,66	\$23.787,27
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
(-) Inversión intangible	\$-200,00					
(-) Capital de trabajo		\$-2.632,28	\$-299,33	\$-125,07	\$-105,46	\$-107,68
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$55.817,22
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$3.269,83
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$-200,00	\$5.170,66	\$9.941,75	\$15.195,33	\$19.968,20	\$82.766,64
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$2.832,28					

Amortización del préstamo		\$-944,09	\$-944,09	\$-944,09	\$0,00	\$0,00
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$2.632,28	\$4.226,56	\$8.997,66	\$14.251,23	\$19.968,20	\$82.766,64

Fuente: Estudio financieros

Estado de situación financiera

Se presenta el estado de situación financiera de 5 años posteriores con la finalidad de demostrar la liquidez, solvencia y rentabilidad del emprendimiento

Tabla 107

Proyección del Estado de Situación Financiera

AÑOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
<i>Activos corrientes</i>						
Efectivo	\$2.198,94	\$11.690,08	\$21.286,39	\$35.787,77	\$55.966,89	\$79.861,84
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$2.198,94	\$11.690,08	\$21.286,39	\$35.787,77	\$55.966,89	\$79.861,84
<i>Activos fijos</i>						
(-) Depreciación acumulada		\$-4.377,33	\$-8.754,67	\$-13.034,78	\$-17.178,78	\$-21.322,78
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$-4.377,33	\$-8.754,67	\$-13.034,78	\$-17.178,78	\$-21.322,78
<i>Activos diferidos</i>						
Constitución	\$200,00	\$160,00	\$120,00	\$80,00	\$40,00	\$0,00
Intereses de financiamiento	\$433,34	\$288,89	\$144,45	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$633,34	\$448,89	\$264,45	\$80,00	\$40,00	\$0,00
TOTAL ACTIVOS	\$2.832,28	\$7.761,64	\$12.796,17	\$22.832,99	\$38.828,11	\$58.539,06
PASIVO Y PATRIMONIO						
<i>Pasivo</i>						
Préstamo mediano y largo plazo	\$2.832,28	\$1.888,19	\$944,09	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL PASIVO	\$2.832,28	\$1.888,19	\$944,09	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<i>Patrimonio</i>						
Capital social	\$0,00	\$2.632,28	\$2.931,61	\$3.056,69	\$3.162,14	\$3.269,83
Utilidad neta del ejercicio	\$0,00	\$3.241,16	\$8.920,46	\$19.776,31	\$35.665,96	\$55.269,23
TOTAL PATRIMONIO	\$0,00	\$5.873,45	\$11.852,07	\$22.832,99	\$38.828,11	\$58.539,06
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$2.832,28	\$7.761,64	\$12.796,17	\$22.832,99	\$38.828,11	\$58.539,06

Fuente: Estudio financiero

4.5.4. Evaluación Financiera

Mediante los indicadores financieros se demostrará la rentabilidad o pérdida del proyecto a través de costo capital, tasa de rendimiento medio, VAN, TIR, costo beneficio, periodo de recuperación y el punto de equilibrio.

4.5.4.1. Costo de capital

La tasa de interés de capital financiado es de 15,30% según el microcrédito de BanEcuador, no se considera inversión propia, debido a que se pretende hacer uso de los beneficios de la banca pública para financiar capital de trabajo de emprendimientos.

La tasa de interés pasiva establecida por el Banco Central del Ecuador para un plazo superior a 360 días es de 8,25%, información que sirve para determinar la tasa de interés de descuento del capital propio.

Para establecer la ponderación se multiplicó el peso relativo por la tasa de descuento. Y por último se determina el costo del capital es de 15,30% como se ilustra a continuación.

Tabla 108

Costo de capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PESO RELATIVO	TASA DE DESCUENTO	DE PONDERACIÓN
Capital propio	\$0,00	0,00%	8,25%	0,00%
Capital financiado	\$2.832,28	100,00%	15,30%	15,30%
TOTAL	\$2.832,28	100%	CK	15,30%

Fuente: Estudio financiero

4.5.4.2. Tasa de rendimiento medio

Para el cálculo se consideró el promedio de la tasa de inflación que es 0,9% y el costo de capital invertido de 15,30% que se utiliza en la siguiente fórmula.

TRM

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

Donde:

CK= Costo del capital = 15,30%

IF= Tasa Promedio de Inflación = 0,90%

TRM = ((1+0,1530) * (1+0,009)) - 1

TRM = 16.34%

El proyecto tiene el TRM de 16,34% para cubrir los costos y gastos, además es superior a costo de capital de 15,30% por lo que se puede considerar que el proyecto a futuro será rentable.

4.5.4.3. Valor Actual Neto

Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos para conocer cuánto se va a ganar o perder con la inversión, y con los datos obtenidos de la proyección del flujo de efectivos de 5 años y la TRM se procede a calcular el VAN.

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

Donde:

VAN = Valor actual neto

I = Inversión inicial

ΣFE= Sumatoria de los flujos de efectivo

r = Tasa de rendimiento medio

n = Años de vida útil del proyecto

$$VAN = -2.832,28 + \frac{4.226,56}{(1 + 0,1634)^1} + \frac{8.997,66}{(1 + 0,1634)^2} + \frac{14.880,36}{(1 + 0,1634)^3} + \frac{19.968,20}{(1 + 0,1634)^4} + \frac{82.766,64}{(1 + 0,1634)^5}$$

$$VAN = -2.832,28 + 3.632,94 + 6.647,70 + 9.050,35 + 10.899,90 + 38.833,81$$

$$VAN = \$66.232,42$$

4.5.4.4. Tasa Interno de Retorno

La TIR muestra el interés que tendrá la inversión, en este caso dentro de 5 años desde el momento de la aplicación de la propuesta.

Tabla 109

Tasa Interna de Retorno

AÑO	Flujos de efectivo
Inversión Inicia	\$-2.832,28
Año 1	\$4.226,56
Año 2	\$8.997,66
Año 3	\$14.251,23
Año 4	\$19.968,20
Año 5	\$82.766,64

TASA INTERNA DE RETORNO 232,93%

Fuente: Estudio financiero

4.5.4.5. Costo Beneficio

Este indicador muestra los mejores beneficios que se puede obtener con relación a lo incurrido en costos y gastos, cabe recalcar que para que el costo beneficio sea rentable o favorable tiene que ser mayor que la unidad.

Tabla 110

Costo beneficio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Total Ingresos	\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20	\$196.508,91
Total Ingresos actualizados	\$21.254,94	\$22.799,61	\$25.768,48	\$25.621,08	\$25.058,94	\$120.503,05
Total Costo y Gasto	\$19.643,82	\$21.950,55	\$23.547,86	\$22.011,87	\$22.657,97	\$109.812,08
Total Costo y Gasto actualizados	\$16.884,84	\$16.217,63	\$14.954,24	\$12.015,47	\$10.631,04	\$70.703,21
Relación Costo Beneficio						1,70

Fuente: Estudio Financiero

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Costos y Gastos}/(1+i)^n}$$

$$C/B = \frac{\$120.503,05}{\$70.703,21}$$

$$C/B = 1,70$$

Como resultado se obtuvo que el costo-beneficio es 1,70, es decir mayor que la unidad, interpretando de la siguiente manera:

Por cada dólar invertido se obtiene como ganancia 0,70 ctvs., esto quiere decir que el proyecto es factible.

4.5.4.6. Periodo de Recuperación de Inversión

Es el tiempo que durará para la recuperación de la inversión, para su cálculo se utiliza los flujos netos de años proyectados hasta la recuperación de la inversión.

Tabla 111

Periodo de Recuperación de Inversión

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO FLUJO DE CAJA	\$-2.832,28	\$4.226,56	\$8.997,66	\$14.251,23	\$19.968,20	\$82.766,64
SALDO ACUMULADO	\$-2.832,28	\$4.226,56	\$13.224,22	\$27.475,45	\$47.443,65	\$130.210,29
PRI	0,670115					
Años	0					
Meses	8					
Días	1					

Fuente: Estudio financiero

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

Donde:

a = Año anterior donde se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de efectivo acumulado del año anterior de recuperación de la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se rescata la inversión.

a = 1 año

b = \$-2.832,28

c = \$4.226,56

d = \$4.226,56

$$PRI = 1 + \frac{\$2.832,28 - \$4.226,56}{\$4.226,56}$$

$$PRI = 0,670115 \text{ año}$$

$$0,670115 * 12 = 8,0414 \text{ meses}$$

$$0,0414 * 30 = 1 \text{ días}$$

Por último, se determina el periodo de recuperación que es en 1 año 0 meses y 15 días, en el que surge la liquidez.

4.5.4.7. Punto de equilibrio

Este indicador muestra el equilibrio del valor unitario y las unidades mínimas que el proyecto necesita producir para solventarse, dónde los costos e ingresos se igualan a cero.

La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Como se especifica en la fórmula para el cálculo del punto de equilibrio se considera los costos fijos, variables y totales.

Tabla 112

Punto de equilibrio

Año	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20
Total ingresos	\$24.728,00	\$30.859,26	\$40.576,64	\$46.936,82	\$53.408,20

COSTOS VARIABLES						
Materia Prima		\$1.086,00	\$1.347,62	\$1.762,09	\$2.050,79	\$2.344,54
Mano de Obra		\$9.913,85	\$10.771,66	\$11.038,80	\$11.312,56	\$11.593,11
Costos Indirectos de Fabricación		\$739,05	\$1.234,30	\$1.241,01	\$1.247,78	\$1.254,62
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$11.738,90	\$13.353,58	\$14.041,90	\$14.611,13	\$15.192,26
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		\$12.989,10	\$17.505,68	\$26.534,73	\$32.325,69	\$38.215,94
COSTOS FIJOS						
Depreciación de activos de producción		\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00	\$1.145,00
Gastos de Administración		\$2.294,81	\$2.470,56	\$2.527,09	\$2.584,98	\$2.644,27
Gastos de Ventas		\$615,00	\$620,54	\$626,12	\$631,75	\$637,44
Gasto depreciación		\$3.232,33	\$3.232,33	\$3.135,11	\$2.999,00	\$2.999,00
Gasto amortización		\$184,45	\$184,45	\$184,45	\$40,00	\$40,00
TOTAL COSTOS FIJOS		\$7.471,59	\$7.652,87	\$7.617,77	\$7.400,74	\$7.465,71
PE = CF / (1 - (CV/ D) en dólares		\$14.224,03	\$13.490,60	\$11.649,01	\$10.745,85	\$10.433,61

Fuentes: Estudio financiero

$$PE\$ = \frac{12.989,10}{1 - \frac{7.471,59}{24.728,00}}$$

$$PE\$ = 14.224,03$$

Como resultado se obtiene \$14.224,03 como punto de equilibrio del primer año de operación.

Para determinar el punto de equilibrio por paquetes se consideró el punto de equilibrio en dólares que es \$14.224,03, luego se dividió para la participación proporcional de los paquetes, y para la cantidad se procedió a dividir el punto de equilibrio de cada paquete por los precios determinado.

Tabla 113

Punto de equilibrio

Detalle	Porcentaje	PE\$	Precio	Cantidad
Paquete 1	32%	\$4.551,69	\$13,00	350
Paquete 2	33%	\$4.693,93	\$18,00	261
Paquete 3	35%	\$4.978,41	\$30,00	166
Total		\$14.224,03		777

Fuente: Estudio financiero

4.5.4.8. Resumen de la evaluación financiera

Una vez determinado los indicadores financieros se realiza un resumen de los mismo para demostrar la factibilidad del plan de negocios.

Tabla 114

Indicadores financieros

Indicador	Valor	Valor esperado	Resultado
Costo de Capital	15,30%	Superior a la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador 8,25%	Factible
TRM	16,34%	Superior al costo de capital 15,30%	Aceptable
VAN	\$66.232,42	Superior a 0	Rentable
TIR	232,93%	Superior a TRM 16,34%	Aceptable
Costo/Beneficio	1,70	Genera 0,70 centavos por cada dólar	Rentable
PRI	8 mese, 1 día	Inferior al periodo de vida del proyecto 5 años.	Aceptable
PE dólares	\$14.224,03	Se obtiene PE cuando llega al 57,52% de las ventas totales al año.	
PE cantidades	777	Se obtiene PE cuando llega al 65,85% de las unidades anuales.	

Fuente: Estudio financiero

Con la información de cada indicador financiero se determina que el emprendimiento con la aplicación del plan de negocios es factible, debido a que el costo del capital es 15.30%

superior al 8,25% de la tasa de interés referencial del Banco Central del Ecuador, la tasa de rendimiento medio TRM es 16,34% superior al costo de capital que permite cubrir la inversión y obtener rentabilidad, el valor actual neto VAN es positivo con \$66.232,42, la tasa interna de retorno TIR es de 232,93%, se considera aceptable ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, se ha determinado el costo/beneficio que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá 0,70 centavos de recuperación, el periodo de recuperación de la inversión PRI será en 8 meses y un día inferior al periodo del proyecto y para finalizar el punto de equilibrio alcanzará cuando tenga venta totales en unidades de 777 paquetes turísticos generando una ganancia de \$14.224,03

4.5.5. Análisis comparativo de escenarios económicos

Para realizar el análisis comparativo se tomó los flujos de efectivo proyectados de los dos escenarios, en donde se puede determinar que existen un incremento significativo con la propuesta por lo tanto se muestra que es económicamente rentable ejecutar el plan de negocios.

El incremento del flujo muestra que existe la capacidad económica para realizar pagos de las actividades operativas, de inversión y financiamiento que se requieren para el funcionamiento del emprendimiento con la propuesta del plan de negocios.

Tabla 115

Comparación de escenarios

Año	1	2	3	4	5
Saldo de flujo de efectivo con propuesta	\$4.226,56	\$8.997,66	\$14.251,23	\$19.968,20	\$82.766,64
Saldo de flujo de efectivo sin propuesta	\$1.710,67	\$2.048,39	\$2.832,43	\$3.525,98	\$60.475,31
INCREMENTO	\$2.515,90	\$6.949,27	\$11.418,81	\$16.442,21	\$22.291,33
Porcentaje de incremento	60%	77%	80%	82%	27%

Fuente: Estudio financiero

4.5.6. Análisis de Sensibilidad

Tabla 116

Análisis de sensibilidad

Análisis de sensibilidad	INDICADOR FINANCIERO		
	VAN	TIR	C/B
Proyecto plan de negocios información inicial sin modificación	\$66.232,42	232,93%	1,70
Disminución de ventas (20%)	\$49.329,97	146,28%	1,33
Incremento en el costo de la materia prima (10%)	\$65.846,78	229,43%	1,69

Fuente: Estudio financiero

En el proyecto del plan de negocios en la información inicial se obtiene un VAN positivo, eso quiere decir que el proyecto dentro de 5 años obtendrá una rentabilidad favorable; como se determina en la TIR que es superior a la tasa de rentabilidad mínima para el proyecto. También se obtiene la relación de costo beneficio de 1,70, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá 0,70 ctv. de ganancia.

En otro enfoque, el bajo disminución en ventas de 20% se obtiene un VAN de \$49.329,97, una TIR 146,28% y el costo beneficio de 1,33 es un escenario positivo, pero con respecto al primer escenario disminuye notablemente.

Por último, el tercer escenario en el que se incrementa el costo de la Materia Prima en un 10% se obtiene un VAN de \$65.846,78, una TIR de 229,43% y un costo beneficio de 1,69 es decir es un escenario positivo que se asemeja al primer escenario es decir no afecta significativamente el incremento del costo de la materia prima.

4.5.6. Conclusiones de la evaluación financiera

Mediante el estudio financiero se determinó los costos y gastos que se requieren para el funcionamiento del emprendimiento con el plan de negocios con esta información se elaboró los estados financieros proyectados y se obtuvo los indicadores financieros que muestran la factibilidad del proyecto.

El costo de capital determinado es de 15,30% superior a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador lo que muestra la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio es superior al costo de capital o costo de oportunidad lo que muestra la factibilidad del proyecto de cubrir la inversión y obtener rentabilidad.

El valor actual neto es de \$66.232,42 superior a 0 lo que muestra la factibilidad del proyecto con el plan de negocios.

La tasa interna de retorno es de 232,93% superior a la tasa de rendimiento medio lo que es factible para el proyecto.

La relación costo beneficio es de 1,70 es decir por cada dólar invertido en el proyecto se recuperará 0,70 centavos.

El periodo de recuperación de la inversión será en 8 meses y un día lo que muestra que es factible y rentable debido a que recuperará antes del periodo de vida del proyecto.

El punto de equilibrio donde los costos y gastos se cubran con la venta y no genera rentabilidad se obtendrá con 777 visitas obteniendo como ventas anuales de \$14.224,03, las cifras antes mencionadas son inferiores a las determinadas en la proyección de ingresos lo que muestra la factibilidad de la aplicación de plan de negocios.

Con el análisis comparativo de los dos escenarios económicos se muestra que existe factibilidad económica al aplicar el plan de negocios en el emprendimiento.

Mediante la información antes mencionada se determina que es factible aplicar el plan de negocios en el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola, el cual le permitirá crecer y mejorar su rentabilidad.

4.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En la presente sección se va a desarrollar la descripción del nombre de la empresa, rediseñar según la propuesta del plan de negocios el logotipo y el eslogan que le diferencie de la competencia y que para los clientes sean fácil de recordar y de pronunciar, también se describe la misión, visión, valores corporativos, políticas, objetivos estratégicos, organigrama estructural y el manual de funciones que le permita al emprendimiento tener una dirección a la cual enfocarse.

También se determina la constitución jurídica del negocio con la propuesta en donde se establece la razón social, domicilio y requisitos legales que se requieren para el funcionamiento del emprendimiento.

Es preciso aclarar que para establecer la propuesta se considera datos del análisis situacional del emprendimiento por lo tanto cierta información se reestructurará como la constitución jurídica, isologo y la estructura organizacional y otra parte se crearán por primera vez como es el caso de la misión, visión, objetivos estratégicos, políticas, valores, manual de funciones y manual de procesos.

4.6.1. Objetivo del estudio organizacional

Determinar la propuesta organizacional estableciendo los aspectos administrativos y legales que el emprendimiento requiere para iniciar con sus actividades con la información de los estudios antes realizados.

4.6.2. La empresa

El emprendimiento de servicios turístico comunitario se constituirá para efectos de la propuesta como persona jurídica bajo la denominación de compañía de acciones simplificada S.A.S.

4.6.2.1. Nombre de la empresa

El nombre del negocio es Paila Tola S.A.S., toma esta nominación por el sector donde se encuentra ubicado las instalaciones del emprendimiento y también porque es un sitio turístico de la comunidad reconocido por las autoridades locales. En cuanto a las características es corto, fácil de pronunciar y recordar.

4.6.2.2. Isologo

El isologo combina textos y símbolos que identifique las actividades que desarrolla el emprendimiento, que le diferencie de la competencia y le permita ser reconocidos por los consumidores. En cuanto a las características los colores son atractivos con una combinación de verde, café y naranja.



Figura 45. Isologo de Paila Tola

4.6.2.3. Eslogan

La frase que representa a Paila Tola S.A.S. expresa la actividad principal de ofrecer acercamiento con la naturaleza a través de los recorridos a los sitios turísticos del sector.

“Vivir con la naturaleza”

4.6.2.4. Misión

Trabajar por la revalorización, revitalización de las costumbres y tradiciones realizando actividades turísticas fuera de lo convencional que sea sostenible y sustentable, con personal altamente comprometido con la sociedad y la naturaleza.

4.6.2.5. Visión

Para el 2025 ser una empresa reconocida por brindar servicios de turismo comunitario de calidad con infraestructura apropiada, personal comprometido, contribuir al cuidado y preservación de los recursos naturales y aportar al desarrollo de la comunidad generando empleo.

4.6.2.6. Objetivos estratégicos

- Brindar los servicios turísticos organizados y de calidad.
- Brindar excelente atención al cliente y personalizada.
- Elaborar los alimentos con altos estándares de calidad.
- Apoyar al desarrollo económico del país.

4.6.2.7. Valores corporativos

- **Honestidad.** – en realizar las labores que se desarrollan en el emprendimiento
- **Responsabilidad.** – en la prestación de los servicios turísticos
- **Trabajo en equipo.** – generar buena relación entre los integrantes del emprendimiento.
- **Fidelidad.** – a los clientes.
- **Respeto.** – al personal del emprendimiento y a los clientes.

4.6.2.8. Políticas empresariales

- Atender a los requerimientos de los clientes de manera inmediata.
- Mantener limpio todas las áreas del negocio y los sitios turísticos.
- Cuidar y preservar los recursos naturales.
- Dar un trato ecuánime a los clientes en todos los requerimientos que realicen.
- Mantener un ambiente laboral de trabajo en equipo.

4.6.2.9. Organigrama estructural

El organigrama estructural del negocio de turismo comunitario Paila Tola utiliza la presentación vertical detallando el orden jerárquico de la cadena de mando de arriba hacia abajo.

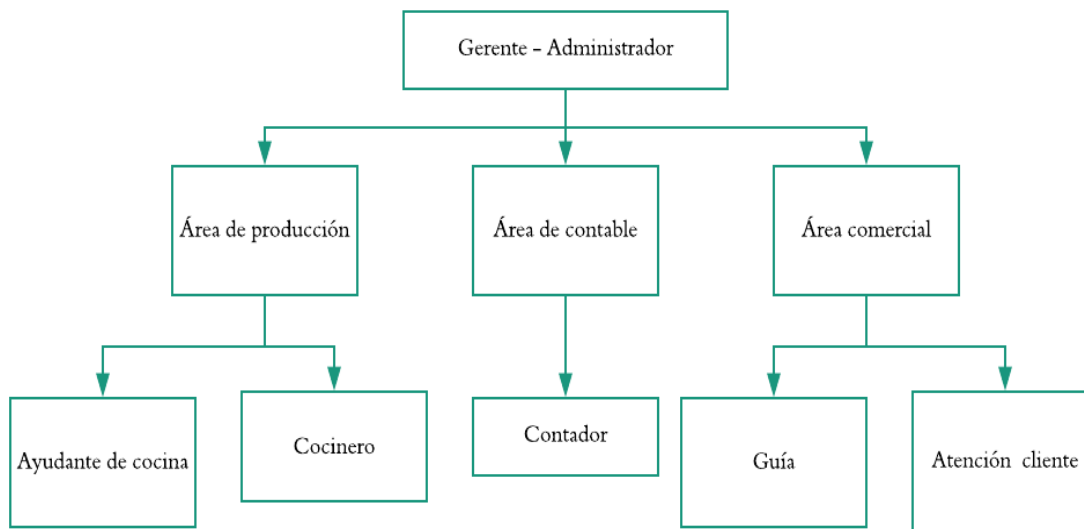


Figura 46. Organigrama de Paila Tola

4.6.2.10. Niveles administrativos

Nivel estratégico

En estos niveles se encuentra el administrador que se encargará de determinar los objetivos, políticas, asignar recursos y tomar decisiones para el beneficio del emprendimiento que les permita cumplir con el desarrollo adecuado de las actividades.

Nivel táctico

En este nivel se encuentra el cocinero quien se encarga de coordinar las actividades en el área de la cocina.

Nivel operativo


En este nivel se encuentra el ayudante de cocina, el mesero y los guías quienes se encargan de realizar las actividades establecidas en un tiempo determinado.


4.6.2.11. Manual de funciones


El manual de funciones establece las funciones y perfil de cada puesto de trabajo que dispone el emprendimiento.

	Paila Tola		Versión
			1
			Fecha
			1/1/2020
Nombre del cargo:	Administrador		
Área:	Gerencia		
Nivel:	Estratégico		
Reportar a:	Socios		
OBJETIVO DEL CARGO			
Hacer uso eficiente de los recursos con el fin de cumplir los objetivos y metas establecidas.			
PERFIL DEL CARGO			
Estudios:	Administración de empresas hoteleras y turísticas, administración de empresas o carreras a fines		
Experiencia:	Experiencia mínima 1 año en cargos similares		
Conocimientos:	Manejo de programas de computación		
Competencias:	Capacidad de organizar, planificar, controlar y dirigir las actividades, ser responsable y trabajar en equipo		
FUNCIONES			
Representar a la empresa			
Cumplir con las obligaciones legales			
Rendir cuentas del funcionamiento del negocio			
Evaluar el desempeño del negocio			
Distribuir las actividades y recursos			
Negociar con los proveedores			
Realizar las compras de los insumos necesarios para el funcionamiento del emprendimiento			
Pago de remuneraciones, beneficios sociales y a proveedores			
Supervisar las compras			

Supervisar el desempeño del personal
Recibir las llamadas de los clientes
Recibir a los clientes
Hacer cumplir las normas de bioseguridad
Brindar las normas de bioseguridad como es el alcohol y el gel antiséptico
Cobrar por los servicios
Realizar reportes de las ventas
Llevar un registro de los hechos económicos

	<h1 style="color: orange;">Paila Tola</h1>	Versión
		1
		Fecha
		1/1/2020
Nombre del cargo:	Cocinero	
Área:	Área de producción	
Nivel:	Táctico	
Reportar a:	Administrador	
OBJETIVO DEL CARGO		
Preparar los alimentos cumpliendo con las medidas de higiene		
PERFIL DEL CARGO		
Estudios:	Profesional en artes culinarios	
Experiencia:	Experiencia mínima 1 año en cargos similares	
Conocimientos:	Preparación y manipulación de alimentos	
Competencias:	Creativo, innovador, trabajar en equipo	
FUNCIONES		
Cumplir con las actividades designadas por el administrador		
Revisar el stock de la materia prima		
Dar de baja los productos en mal estado		
Informar al administrador sobre la materia prima que se requieren		
Distribuir las actividades al ayudante de cocina		
Mantener limpia el área de cocina		
Cuidar los materiales y utensilios de cocina		
Preparar los alimentos		

	<h1 style="color: orange;">Paila Tola</h1>	Versión
		1
		Fecha
		1/1/2020
Nombre del cargo:	Ayudante de cocina	
Área:	Área de producción	
Nivel:	Operativo	
Reportar a:	Cocinero	
OBJETIVO DEL CARGO		
Colaborar en la preparación de los alimentos.		
PERFIL DEL CARGO		
Estudios:	Bachiller, artes culinarias	
Experiencia:	Experiencia mínima 1 año en el área de cocina	
Conocimientos:	Manipulación de alimentos	
Competencias:	Creativo, trabajo en equipo, agilidad	
FUNCIONES		
Cumplir con las disposiciones del cocinero		
Apoyar en la revisión del stock de la materia prima		
Almacenar la materia prima en el respectivo equipo y mueble		
Alistar los materiales y utensilios de cocina		
Preparar los productos que se requieren para elaborar los alimentos		
Lavar la vajillas, materiales y utensilios de cocina		
Cuidar los materiales y utensilios de cocina		
Ayudar en el aseo de la cocina		

	<h1 style="color: #E67E22;">Paila Tola</h1>		Versión
			1
			Fecha
			1/1/2020
Nombre del cargo:	Mesero		
Área:	Producción		
Nivel:	Operativo		
Reportar a:	Administrador, Cocinero		
OBJETIVO DEL CARGO			
Garantizar la satisfacción de los clientes brindando un trato amable.			
PERFIL DEL CARGO			
Estudios:	Bachiller		
Experiencia:	Experiencia mínima 1 año en atención al cliente		
Conocimientos:	Atención al cliente		
Competencias:	Servicial, amable, agilidad, colaborador		
FUNCIONES			
Cumplir con las actividades asignas			
Dar la bienvenida amablemente a los clientes			
Describir los menús del día y tomar la orden			
Entregar los pedidos a tiempo			
Retirar las vajillas y limpiar las mesas			
Controlar el área del restaurante			
Asistir a los requerimientos de los clientes			
Mantener limpia el área del restaurante			
Elaborado por	Recibido por	Autorizado por	

	<h1 style="color: orange;">Paila Tola</h1>	Versión
		1
		Fecha
		1/1/2020
Nombre del cargo:	Guía de turismo	
Área:	Comercial	
Nivel:	Operativo	
Reportar a:	Administrador	
OBJETIVO DEL CARGO		
Garantizar la satisfacción de los clientes brindando un ambiente amable.		
PERFIL DEL CARGO		
Estudios:	Guía de turismo local	
Experiencia:	Experiencia mínima 1 año en servicios turísticos	
Conocimientos:	Historia de los pueblos indígenas, tradiciones culturales	
Competencias:	Amable, servicial, comunicador	
FUNCIONES		
Recibir a los turistas		
Dar la bienvenida		
Dar indicaciones del recorrido		
Acompañamiento de turistas		
Presentar reporte de las visitas		
Brindar asistencia al turista en caso de ser necesario		
Controlar a los turistas en cuanto a restricciones o precauciones		
Durante los recorridos y demostraciones generar entretenimiento a los turistas		

Mapa de procesos

Proceso estratégico

A continuación, se detalla el proceso de la planificación estratégica

Tabla 117

Proceso estratégico-Planificación estratégica

MANUAL DE PROCESOS	
Proceso	Planificación estratégica

Propósito	Establecimiento de actividades para el emprendimiento
Alcance	El administrador será el encargado de la socialización a las demás funciones.

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

Responsable	Actividades
Administrador	Revisar la misión, visión de la organización
Administrador	Establecer objetivos
Administrador	Definición de presupuesto
Cocinero	Socialización de objetivos
Cocinero	Coordinación de funciones
Mesero	Evaluación de satisfacción de los clientes
Administrador	Informe de resultado
Administrador	Seguimiento

Fecha

Última revisión

Firma

Fuente: Investigación directa

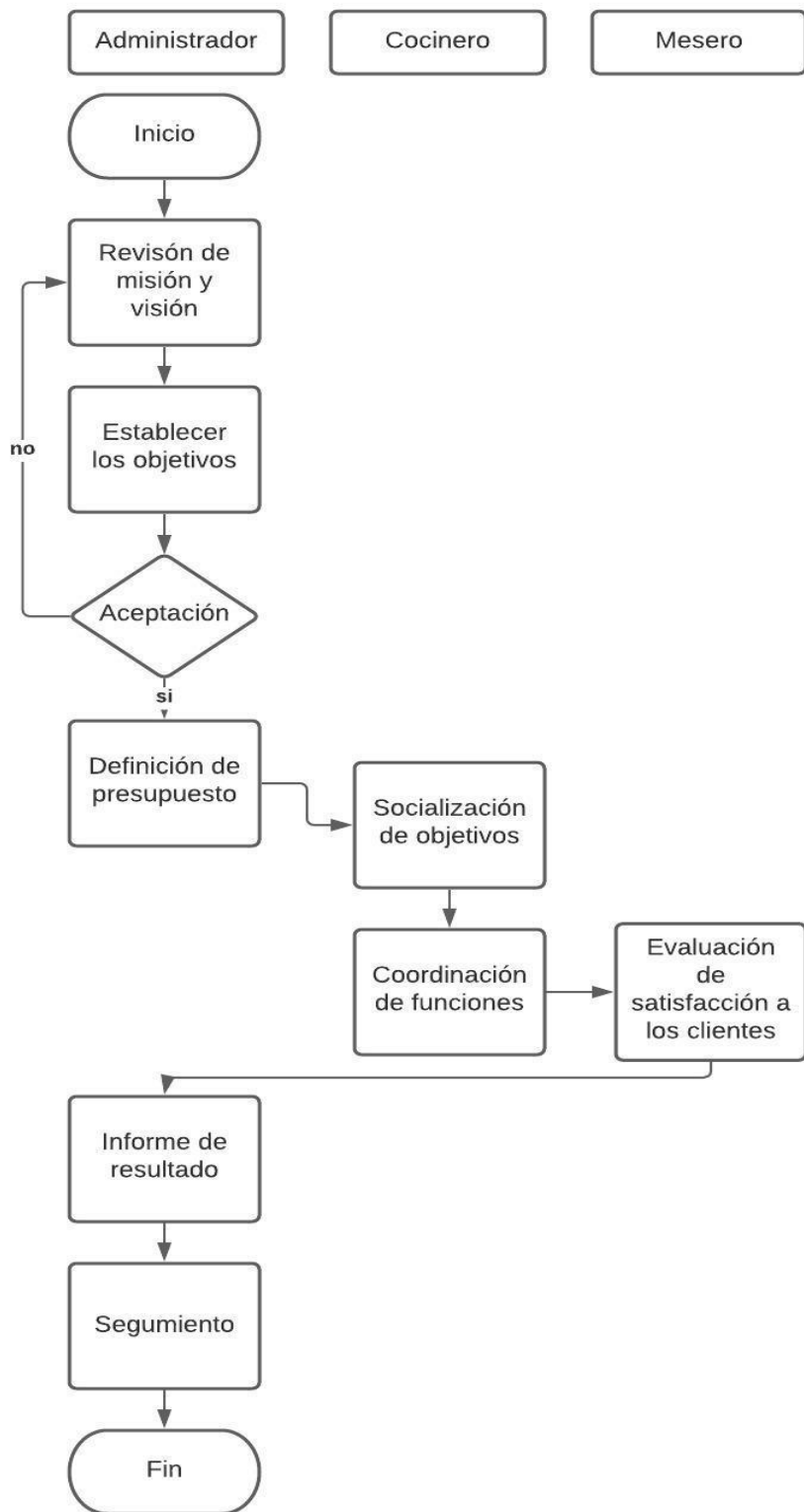


Figura 47. Flujograma de la Planificación estratégica

Proceso Operativo

A continuación, se detalla el proceso de servicio de restaurante

Tabla 118

Proceso operativo-Servicio de restaurante

MANUAL DE PROCESOS	
Proceso	Servicio de restaurante
Propósito	Prestación de servicios al cliente
Alcance	El cocinero y mesero serán los encargados de ofrecer la atención al cliente

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	
Responsable	Actividades
Atención al cliente	Brindar información del menú al cliente
Cliente	Seleccionar del menú
Cliente	Esperar del pedido del menú
Cocinero	Preparar del menú
mesero	Entregar del servicio gastronómico
Atención al cliente	Retirar los platos y cubiertos
Guía, cocinero, mesero	Cobrar el servicio
Cliente	Agradecimiento

Fecha
Última revisión
Firma

Fuente: Investigación directa

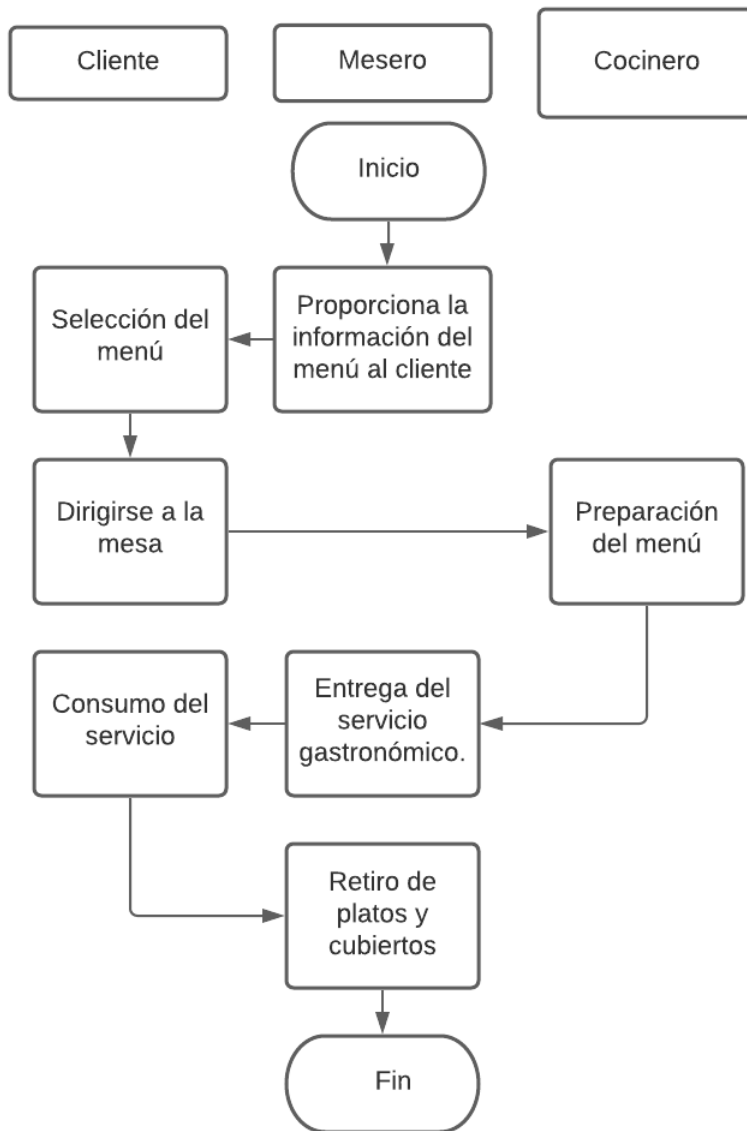


Figura 48. Flujograma de los procesos de restaurante

A continuación, se detalla el proceso de servicio de hospedaje

Tabla 119

Proceso operativo-Servicio de hospedaje

MANUAL DE PROCESOS	
Proceso	Servicio de hospedaje
Propósito	Prestación de servicios al cliente
Alcance	El administrador será el encargado de ofrecer la atención al cliente

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	
Responsable	Actividades
Administrador	Recibir a los turistas
Cliente	Pedir habitación
Administrador	Mostrar las habitaciones disponibles
Cliente	Seleccionar la habitación
Administrador	Entregar las llaves
Atención al cliente	Ingresar a la habitación

Fecha
Última revisión
Firma

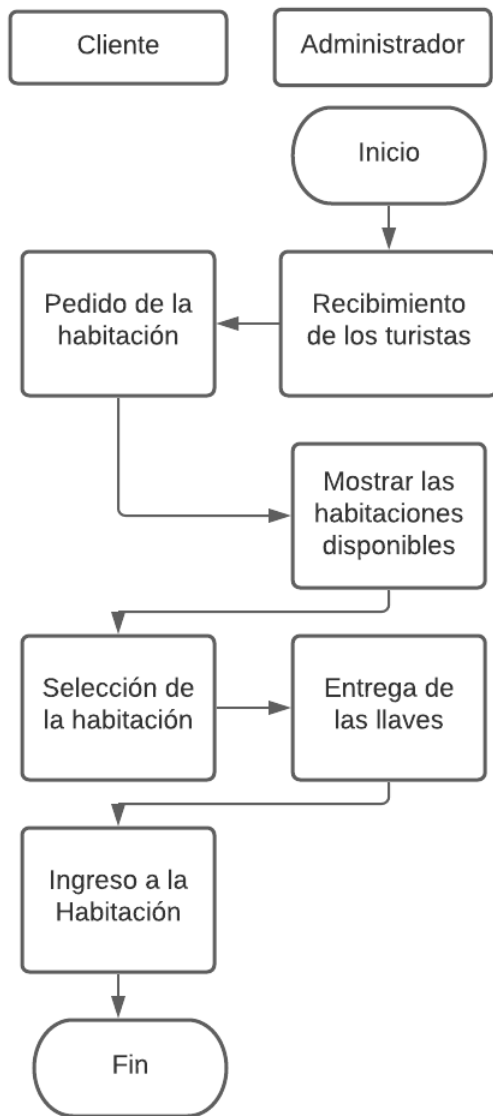


Figura 49. Flujograma de procesos de hospedaje

MANUAL DE PROCESOS

Proceso	Servicio de recorrido
Propósito	Prestación de servicios al cliente
Alcance	El guía será el encargado de ofrecer la atención al cliente

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

Responsable	Actividades
Guía	Brindar la información de las rutas al cliente
Guía	Dar instrucciones
Cliente	Preparar para salir al recorrido
Cliente	Realizar el recorrido
Guía	Narrar las historias y leyendas del sector
Cliente/guía	Retorno

Fecha

Última revisión

Firma

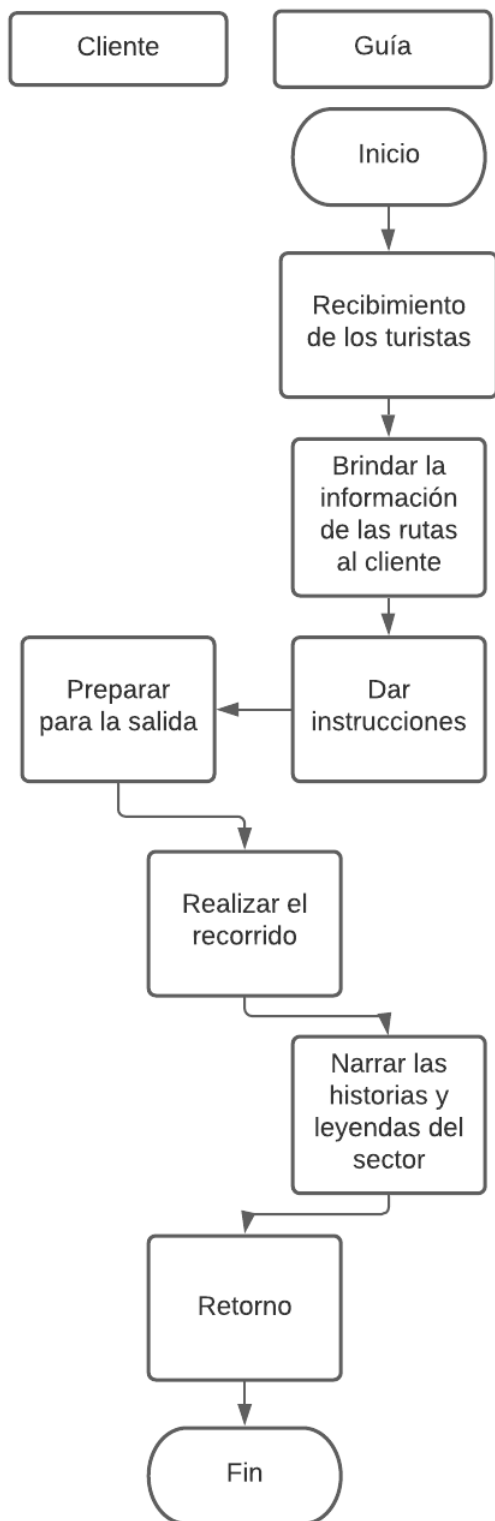


Figura 50. Flujograma de proceso de recorrido.

Proceso de apoyo

MANUAL DE PROCESOS

Proceso	Gestión contable
Propósito	Abastecimiento de materia prima
Alcance	El administrador, cocinero y mesero serán los encargados de monitorear y realizar el pedido.

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

Responsable	Actividades
Cocinero	Revisar el abastecimiento de productos
Cocinero	Realizar el presupuesto
Cocinero	Emitir el pedido de compras al administrador
Administrador	Verificación de presupuesto
Cocinero	Buscar proveedores
Cocinero	Llamar mediante teléfono a proveedores
Cocinero	Solicitar productos.
Mesero	Recibimiento de productos.
Mesero	Informe de productos recibidos.

Fecha

Última revisión

Firma

A continuación, se detalla el proceso de gestión de adquisición de la materia prima

Tabla 120

Proceso de apoyo-Gestión y adquisición de materia prima

MANUAL DE PROCESOS	
Proceso	Adquisiciones
Propósito	Abastecimiento de materia prima
Alcance	El administrador, cocinero y mesero serán los encargados de monitorear y realizar el pedido.
DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	
Responsable	Actividades
Cocinero	Revisar el abastecimiento de productos
Cocinero	Realizar el presupuesto
Cocinero	Emitir el pedido de compras al administrador
Administrador	Verificación de presupuesto
Cocinero	Buscar proveedores
Cocinero	Llamar mediante teléfono a proveedores
Cocinero	Solicitar productos.
Mesero	Recibimiento de productos.
Mesero	Informe de productos recibidos.
Fecha	

Última revisión

Firma

Fuente: Investigación directa

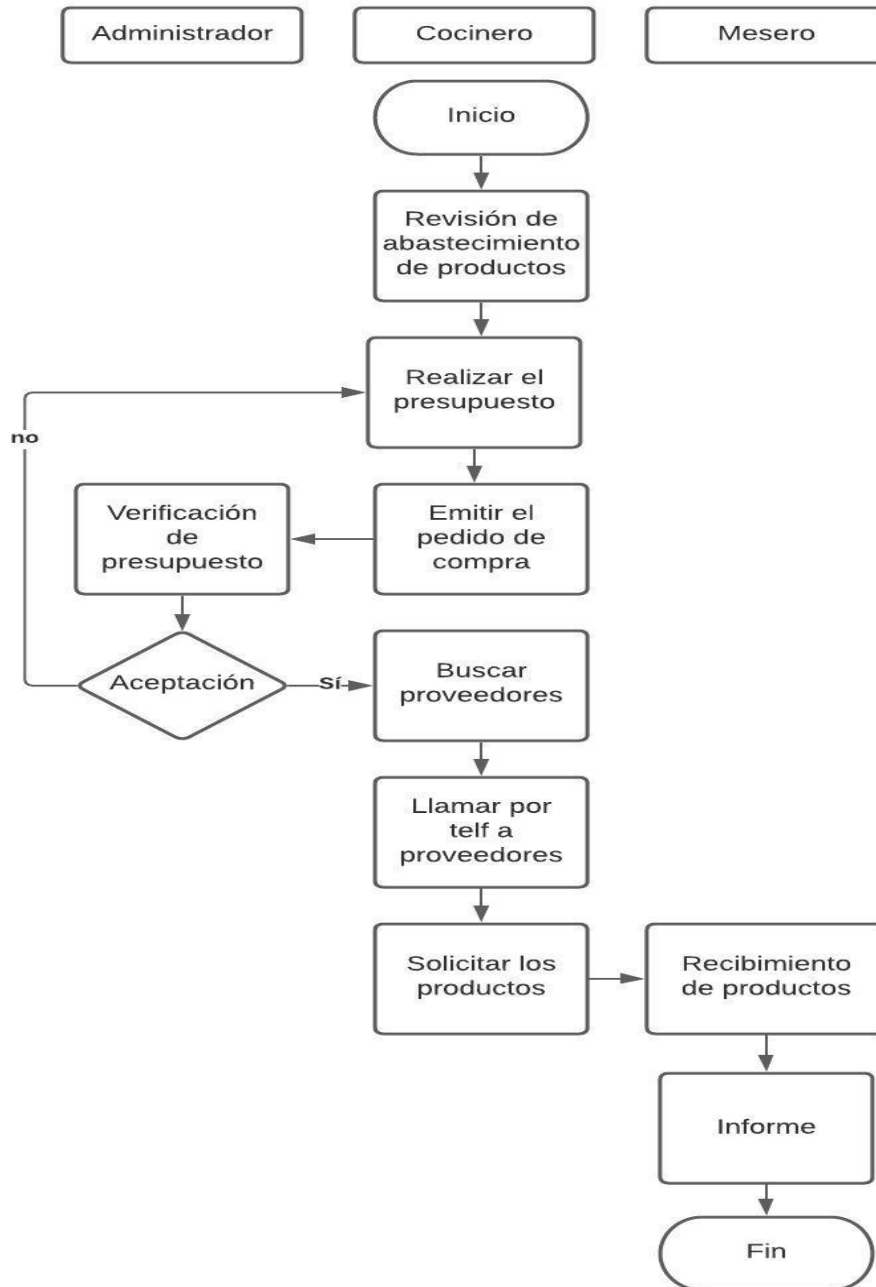


Figura 51. Flujograma de gestión de adquisición de la materia prima

4.6.3. Constitución Jurídica

4.6.3.1. Nombre o razón social

El emprendimiento para ofrecer sus servicios turísticos comunitario hace uso del nombre Paila Tola.

4.6.3.2. Figura Jurídica

El emprendimiento Paila Tola, para funcionar con la propuesta del plan de negocios donde la participación de los socios se registrará como una compañía de acciones simplificadas.

4.6.3.3. Domicilio

El emprendimiento se encuentra ubicado en el sector Paila Tola de la comunidad Mariscal Sucre, parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

4.6.3.4. Requisitos legales y tributarios para el funcionamiento

Requisitos Para Constituir una S.A.S.

Los requisitos según la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (2020) son:

- Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica – Ver Anexo 1).
- Reserva de la denominación (Ver Anexo 1).
- Contrato privado o escritura.
- Nombramiento(s).
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en
 - el sistema, esto es:
 - ✓ Tipo de solicitante
 - ✓ Nombre completo

- ✓ Número de identificación
 - ✓ Correo electrónico
 - ✓ Teléfono convencional y/o teléfono celular
 - ✓ Provincia
 - ✓ Ciudad
 - ✓ Dirección
- Copia(s) de cédula o pasaporte.

Servicio de Rentas Internas

Las obligaciones que el negocio tiene con el SRI (2020) son:

- Obtener el RUC
- Emitir comprobantes de venta
- Llevar registros contables relacionados con la actividad económica
- Declarar impuestos
- Pagar los impuestos
- Dar de baja los documentos caducados

Cuerpo de Bomberos Otavalo

Los requisitos que debe cumplir el emprendimiento para su funcionamiento con el Cuerpo de Bomberos Otavalo (2016) son:

- Copia cédula y papeleta de votación del representante legal y copia del nombramiento.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia del impuesto predial de la casa donde funciona el local.

- Formulario de inspección aprobada del Cuerpo de Bomberos de Otavalo.

Registro de la Actividad Económica en el Municipio de Otavalo

Los requisitos que debe cumplir para obtener el permiso de funcionamiento en el GAD OTAVALO (2020) son:

- Cédula de identidad y certificado de votación actualizado
- Copia de comprobante de pago del impuesto predial, donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

Ministerio de Turismo

El proceso que debe seguir para obtener el permiso en el MINTUR (2020) son:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del petitionerante.
- Declaración de activos fijos para la Contribución del Uno por Mil.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados)

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Las obligaciones que tiene el empleador según el IESS (2020) son:

- Celebrar un contrato de trabajo

- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales
- Afiliar al trabajador a la seguridad social a partir del primer día de trabajo inclusive si esta prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltrato de palabras o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de \$400 (SBU 2020).
- Asumir el porcentaje de 11,15% que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias
- Pagar decimos tercero y cuarto
- A partir del segundo año de trabajo pagar los fondos de reserva
- A pagar una compensación por el salario digno
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios

CAPÍTULO 5

5. Validación

En el presente capítulo se valida la investigación por parte de expertos que revisan y evalúan cada capítulo desarrollada para la elaboración de la propuesta del plan de negocios, quienes en base a conocimientos técnicos sobre el tema y a los parámetros establecidos que garantizan la viabilidad del proyecto.

El proceso consiste en elaborar una matriz para validar el estudio de factibilidad considerando la información más relevante de cada capítulo y asignar una calificación que permita determinar el grado de factibilidad de la propuesta planteada.

5.1. Objetivo de la validación

Validar el plan de negocios para el emprendimiento de turismo comunitario Paila Tola en la parroquia Mariscal Sucre, cantón Otavalo, provincia de Imbabura mediante la aplicación de una metodología para determinar el grado de factibilidad del proyecto.

5.2. Equipo de trabajo

El equipo de trabajo de la investigación está conformado por quienes colaboraron en la realización del proyecto. Está integrado por los docentes técnicos y la docente tutora encargados de revisar, evaluar y validar los resultados de la investigación, también los autores responsables del desarrollo de la propuesta del plan de negocios.

Tabla 121

Equipo de trabajo

Docentes Técnicos
Ing. Rosalva Josefina Martínez Martínez
Ing. Álvaro René Pérez González
Docente Tutora
Lcda. María Gabriela Arciniegas Romero MSc.
Autores
Diana Lizeth Chicaiza Tandayamo
Edison René Cuatucuago Rivera

5.3. Metodología de verificación

El método de verificación se lo realiza mediante una matriz que permite evaluar los aspectos esenciales de cada capítulo con la finalidad de determinar la factibilidad de la propuesta del plan de negocios.

5.3.1. Factores para validar

Los factores que se van a validar con criterio técnico son las partes esenciales de cada capítulo.

Tabla 122

Factores a validar

Capítulo	Factores para validar
Fundamentación teórica	Sustento técnico de la investigación

Procedimientos metodológicos	Tipo, método y técnicas de investigación
Diagnóstico situacional	Planteamiento de la oportunidad diagnóstica, Análisis Interno
Estudio de mercado	Identificación de la demanda potencial, Análisis del balance Oferta-Demanda, Planteamiento de estrategias de comercialización
Estudio técnico	Análisis de la macrolocalización, Selección y justificación de la capacidad instalada, Planteamiento de la ingeniería del proyecto, Determinación de inversiones para el proyecto
Estudio financiero	Indicadores financieros/ Resultados, Estudio comparativo de resultados
Estudio organizacional	Estructura organizacional

5.3.2. Método de calificación

La asignación de la calificación por parte del equipo de trabajo se efectuará según los criterios de factibilidad.

Factible: Significa que la investigación realizada sustenta que la propuesta desarrollada es realizable y económicamente rentable.

Medianamente factible: Significa que ciertos factores de la investigación pueden mejorar y que no representan alto riesgo para la realización del proyecto.

No factible: Significa que la investigación realizada para el desarrollo del proyecto no sustenta la viabilidad y rentabilidad.

5.3.3. Rango de interpretación

Para cada criterio se establecerá un porcentaje que determine el grado de factibilidad del proyecto.

Tabla 123

Rangos de interpretación

Criterios	Calificación
Factible	100% - 90%
Medianamente factible	89,99% - 70%
No factible	Menor a 70%

Para cada factor relevante de cada capítulo se asigna una calificación que al final genere como resultado a qué criterio corresponde y así determinar el grado de factibilidad del proyecto.

Tabla 124

Porcentajes de calificación

Factores	Porcentaje
Fundamentación teórica	10%


Procedimientos metodológicos	10%
Diagnóstico situacional	10%
Estudio de mercado	20%
Estudio técnico	20%
Estudio financiero	20%
Estudio organizacional	10%
TOTAL	100%

5.4. Resultados

Los resultados reflejan la calificación asignada a cada factor establecido de la investigación por cada docente técnico y docente tutor, de esta forma se determinará el resultado de la valoración del proyecto.

Tabla 125

Matriz de Validación Directora de Tesis

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Lcda. Gabriela Arciniegas R. Mgs					
FECHA:					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	8	8%	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9	9%	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	8	8%	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	8	16%	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	8	16%	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	8	16%	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	9	9%	
TOTAL		100%		82%	
FIRMA					

Activar Wind
Ve a Configuración

Tabla 126

Matriz de Validación Docente Técnico 1


Matriz de Validación					
Plan de negocios					
Paila Tola					
Validado por:	Ing. Álvaro Pérez				
Fecha:					
Capítulo	Factores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación teórica	10%	8.5	8,5%	
II	Procedimientos metodológicos	10%	8	8%	
III	Diagnóstico situacional	10%	8	8%	
IV	Estudio de mercado	20%	8.5	17%	
	Estudio técnico	20%	8	16%	
	Estudio financiero	20%	8.5	17%	
	Estudio organizacional	10%	8	8%	
TOTAL		100%		82%	
FIRMA					

Tabla 127

Matriz de Validación Docente Técnico 2


Matriz de Validación					
Plan de negocios					
Paila Tola					
Validado por:	MsC. Rosalba Martínez				
Fecha:					
Capítulo	Factores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación teórica	10%	9	9%	Ninguna
II	Procedimientos metodológicos	10%	9	9%	Ninguna
III	Diagnóstico situacional	10%	9	9%	Ninguna
IV	Estudio de mercado	20%	9	18%	Ninguna
	Estudio técnico	20%	9	18%	Ninguna
	Estudio financiero	20%	9	18%	Ninguna
	Estudio organizacional	10%	9	9%	Ninguna
TOTAL		100%		90%	
FIRMA					

Tabla 128

Resultados

Matriz de Validación								
Plan de negocios								
Paila Tola								
Capítulo	Factores	Porcentaje	Lcda. María Gabriela Arciniegas Romero MSc.	Ing. Rosalva Josefina Martínez Martínez	Ing. Álvaro René Pérez González	Promedio	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación teórica	10%	8%	9%	8.5%	0,85	8,5%	
II	Procedimientos metodológicos	10%	9%	9%	8%	0,86	8,6 %	
III	Diagnóstico situacional	10%	8%	9%	8%	0,83	8,3%	
IV	Estudio de mercado	20%	16%	18%	17%	1,7	17%	
	Estudio técnico	20%	16%	18%	16%	1,67	16,6%	
	Estudio financiero	20%	16%	18%	17%	1,7	17%	
	Estudio organizacional	10%	9%	9%	8%	0,86	8,6%	
	TOTAL	100%				8,47	84,7%	

CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico situacional realizado en la parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura se determina que se encuentra ubicado en un sitio estratégico debido a que cuenta con lugares turísticos reconocidos por las autoridades locales y en el sector aún practican costumbres y actividades tradicionales.
- Mediante el estudio de mercado se determinó que existe una demanda potencial en visitas de 118.580 de los cuales considerando la capacidad del emprendimiento y la situación económica se va a cubrir solamente 1.180 visitas en el primer año, de este valor se distribuirá entre los 3 paquetes turísticos de acuerdo con el nivel de aceptación.
- Mediante el estudio técnico se justificó la ubicación, se determinó los recursos humanos, tecnológicos, bienes muebles e inmuebles con los que cuenta el emprendimiento para su funcionamiento mediante lo cual se estableció la capacidad instalada obteniendo 2.688 visitas de los cuales se va a cubrir solamente el 44% que corresponde a 1.180 visitas en el primer año.
- Mediante el estudio financiero se desarrolló los indicadores financieros que presentaron la factibilidad económica del proyecto, obteniendo así el valor actual neto VAN es positivo con \$66.232,42, la tasa interna de retorno TIR es de 232,93% es aceptable ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, el costo/beneficio que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá 0,70 centavos de ganancia, el periodo de recuperación de la inversión PRI será en 8 meses y un día.

- En el estudio organizacional se desarrolló la reestructuración del isologo, estructura organizacional y la razón social; la creación de la misión, visión, políticas, valores objetivos, manuales de funcionamiento y de procesos.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar las leyes del estado que impulsan al desarrollo del turismo comunitario y salvar las tradiciones y culturas ancestrales de pueblos indígenas por este medio de servicio.
- Beneficiarse de la demanda insatisfecha existente, mediante el uso de las estrategias de marketing y conseguir posicionarse en el mercado.
- Hacer uso de los recursos que posee el emprendimiento para ser más competitivo en el área de servicios turísticos y ser más eficiente en el proceso de ofrecer los servicios, de esta manera satisfacer al cliente.
- Monitorear la información financiera con el fin de obtener datos reales que permita tomar decisiones adecuada en el momento oportuno.
- Aplicar la propuesta del proyecto, cumpliendo con la misión, visión, objetivos, valores, políticas y los trámites pertinentes para el funcionamiento legal del emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Allende, E. (2018). Jóvenes y hábitos de consumo en turismo. *Revista De Estudios De Juventud, Marzo*(119), 47–61.
http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/3.-_jovenes_y_habitos_de_consumo_en_turismo.pdf
- Agila Maldonado, M. V., Vizueta León, S. E., & Tello Caicedo, G. E. (2018). La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. *Espacios, 39*, 1.
- Andía Valencia, W. (2014). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industrial Data, 14*(2), 067. <https://doi.org/10.15381/idata.v14i2.6226>
- Andrés Madero. (2020). *Alza del salario básico será de USD 6 en el 2020; el SBU pasa a USD400.*
- Asamblea Nacional. (2020). Ley orgánica de apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del COVID-19. *Registro Oficial No.229*, 44.
<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2011). Código De Comercio. *Código De Comercio, 2*, 1–187. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. *Suplemento Registro Oficial No. 151, 151*, 30.
- Baca Ubidia, G. (2006). *Evaluación de proyectos (5a. ed.)* (McGraw-Hill Interamericana (ed.); 5 edición).

- Baena Paz, G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación* (3a ed.).
- Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*.
<https://ebookcentral.proquest.com>
- Banco Central de Ecuador. (2020). *MACROECONÓMICO*.
- Banco Mundial. (2020). *La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. Comunicado de Prensa.
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Barrera, S. (2019). *La Propiedad Intelectual en Geoparque Imbabura*.
https://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/en/agenda/pdf/study_tourism_ecuador_ii.pdf
- BCE. (2020). *EL COVID-19 PASA FACTURA A LA ECONOMÍA ECUATORIANA: DECRECERÁ ENTRE 7,3% Y 9,6% EN 2020*.
- BCE. (2020). *Inflación mensual*.
- Bernal, C. (2008). Técnicas e instrumentos. *Metodología de La Investigación, 2da. edici,* 2–37.
- Caballero Romero, A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis*.
- Caballero Romero, A. E. (2011). *Metodologia de la Integral Innovadora para Planes y Tesis*.
- Cabanilla, E., Lastra, X., Molina, E., Pazmiño, J., & Yanez, A. (2020). Encuesta sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que visitan Quito. In *Quito Turismo*.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Cabanilla, E. y C. G. (2018). *Enrique Cabanilla Vásquez - Carlos Garrido-Cornejo* (Issue September).

Camara de Comercio de Quito. (2020). *Ya suman unos 640 000 ecuatorianos sin empleo durante la pandemia*. <https://criteriosdigital.com/datos/deptoeconomicoycomercio/la-pandemia-tiene-en-el-desempleo-a-unos-640-000-ecuatorianos/>

Carbonel, J. (2016). *Proyectos inversión* (© Empresa Editora Macro EIRL (ed.); 2016th ed.).

Catastro-Nacional-de-Guias-de-Turismo-01-Sep-2020. (n.d.).

Ciencia, H. (2017). *Temáticas especializadas para rutas turísticas en la Provincia de Imbabura Msc. Oswaldo Xavier Torres Merlo*. 76–89.

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Ecoe Ediciones (Ed.)).

Cuerpo de Bomberos Otavalo. (2016). *Atención al usuario*.
<https://www.bomberosotavalo.gob.ec/services/atencion-usuarios/>

Cynthia Domínguez. (2020). *El sector turístico ecuatoriano afectado por el coronavirus*.

Desarrollo, E. L. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 178–183.

Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa. (2015). *Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno*. 374, 1–159.

- Dongo M., A. (2014). Significado de los factores sociales y culturales en el desarrollo cognitivo. *Revista de Investigación En Psicología*, 12(2), 227.
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v12i2.3767>
- Electrónico, C. E. de C. (2017). *Antecedentes y situación del e-commerce en Ecuador*. 72.
<https://doi.org/10.1118/1.1650529>
- Eugenia, M. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)* (Grupo Editorial Patria (Ed.); 3rd ed.).
- Errecart, M. V. (2015). Análisis Del Mercado. *Cere- Centro de Economía Regional*, 1, 35.
- Flórez Uribe, J. A. (2016). *Proyectos de inversión para las PYME (3a. ed.)* (E. Ediciones. (Ed.); 3rd ed.).
- GAD OTAVALO. (2020). *Portal ciudadano*.
<https://www.otavalo.gob.ec/tramites/princiudplan.php?mod=consTram>
- Hernández, Jorge; Gallarzo, Manuel; José, E. (2011). *Desarrollo organizacional* (Pearson Educación (Ed.)).
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta)*.
- IEPS. (2020). *Plan Reactívale EPS busca potenciar las capacidades comerciales y productivas de los emprendedores del país*.
- IESS. (2020). *Empleador*. <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/empleador>
- IFRS Foundation. (2010). *Norma Internacional de Contabilidad 1 Presentación de estados*

- financieros*. 1–24.
- INEC. (2010). *Proyecciones Poblacionales*.
- INEC. (2020). *Boletín Técnico- Índice de Precios al Consumidor*.
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Enero-2018/01_ipc_Presentacion_IPC_enero2018.pdf
- INEC. (2020b). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. In *16 Enero*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf
- Jaramillo, E. (2009). Análisis PEST(EL). *Escuela de Alta Dirección y Administración*, 7.
- Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios* (Grupo Editorial Patria (Ed.); Grupo Edit).
- Manus, C. (1995). Estado de Flujos de Efectivo. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 5, 179–202. <https://doi.org/10.5209/CESE.11625>
- Martinez, Daniel; Milla, A. (2018). *Análisis del entorno*.
- Ministerio de Trabajo. (2019). *ACUERDO-MINISTERIAL-Nro.MDT-2019-394-11*.
- Ministerio de Turismo - Ecuador. (2014). Ley de Turismo. *Registro Oficial Suplemento* 733, 11.
- Ministerio de Turismo - Ecuador. (2020). *Ministerio de Turismo presentará nueva campaña de promoción: “Me quedo en Ecuador.”*
- Ministerio de Turismo - Ecuador. (2020). *Pueblos mágicos-Ecuador*.
- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio* (RIL editores (Ed.)).

- Mullo, E. (2018). *Revista Investigaciones Sociales El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador Revista Investigaciones Sociales*. 4(11), 13–21.
- Naciones Unidas. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. 1–11.
- Naresh K., M. (2008). *Investigación de Mercados* (4ta ed.).
- OMT. (2020). *COVID-19: ANTE TODO, LAS PERSONAS*.
- Palomino Villavicencio, B., Gasca Zamora, J., & López Pardo, A. (2016). El turismo comunitario en México: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, 30, 6–37.
- Olivo Olivo, M. A., & Avendaño Fajardo, H. J. (2019). Plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de chocolate. *Polo Del Conocimiento*, 4(3), 103. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i3.927>
- PD Y OT. (2015). *Memoria Técnica – Diagnóstico*.
- PD Y OT. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia González Suárez*. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060015370001_PDOT_GONZALEZ_SUEREZ_30-10-2015_11-25-27.pdf
- PD Y OT IMBABURA. (2014). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Imbabura 2015-2035*. 1–124.

- PDOTIMBANA. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia González Suárez. *Igarss 2014, 1*, 1–5. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Pérez, A. C. (2016). Community-based tourism in the world of globalization: The case of the Amazonian Quichua | El turismo comunitario en el mundo de la globalización. El caso de los quichuas amazónicos. *Gazeta de Antropologia, 32*(1).
- Portal servicios MINTUR. (2020). *Establecimientos registrados*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Portal servicios MINTUR. (2020). *Registro de establecimientos turísticos*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/centros-de-turismo-comunitario>
- Ramírez Días, J. A. (2019). *Evaluación financiera de proyectos (2a. ed.)* (Ediciones de la U (Ed.)).
- Rizo Mustelier, M., Villa Tabares, B., Vuelta Lorenzo, D., & Vargas Batis, B. (2017). Estrategias De Comercialización Para La Gestión De Ventas En El Mercado Agropecuario Estatal Ferreiro De Santiago De Cuba. *Ciencia En Su PC, 4*, 91–102.
- Rodas, M. ónica, Ullauri, N., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Ricit, 9*(9), 59–77.
- Rodríguez, Inma-Ardura; Ammetller, G. (2018). *Principios y estrategias de marketing. Vol. 1* (Editorial UOC (Ed.)).
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta*

metodológica (Instituto).

Sapag Chain, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos (5a. ed.)* (McGraw-Hill Interamericana (Ed.)).

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación: Vol. Segunda.*

Sociedad. (2020). *Uno de cada cuatro ecuatorianos son pobres, y luego de la pandemia serán más.*

SRI. (2020). *Deberes formales*. <https://www.sri.gob.ec/web/guest/voy-a-iniciar-mi-negocio>

Vallejos, Y. A. (2008). Forma de hacer un diagnóstico en la investigación científica .
Holistic perspective. *Teoría y Praxis Investigativa*, 3(2), 1–12.

Vargas Cumbajín, C., Yáñez Segovia, S., Hernández Benalcázar, H., Méndez Játiva, J.,
Valdiviezo Leroux, W., & Tafur, V. (2018). La situación del turismo comunitario en
Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 4(1), 80–101.
<https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.80-101>

Viñarás, M., Cabezuelo, F., & Herranz, J. M. (2015). Filosofía corporativa y valores de marca
como ejes del nuevo paradigma comunicativo. *Prisma Social*, 14, 379–410.
[https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/7957/fi_1453206771-
primasocial12valoresmarca379410.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/7957/fi_1453206771-primasocial12valoresmarca379410.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vera, M. (2016). Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en
la Región de los Ríos. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(4), 439–459.

Weinberger, K. (2009). Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. *Junio*.

Zorita, E. (2015). *Plan de negocio* (ESIC Editorial (Ed.)).

Характеристика, М., Состав, И. С., & Тяжести, Р. (2018). *Постовалова Е.А. 1, 2 ,
Макарова О.В. 2. 39(4), 190–194.*

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA

OBJETIVO: Recopilar información suficiente de la aceptación de los paquetes turísticos del emprendimiento de turismo comunitario “Paila Tola” ubicado en la parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

INSTRUCCIONES: Conteste el cuestionario con la mayor sinceridad. Lea detenidamente las preguntas y marca con una X las respuestas.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Género

Masculino	
Femenino	
LGBTI	

Edad

25 – 29	
31 –34	
35 –39	
40 - 44	
45 - 49	
50 - 54	

Nivel de estudios

Primaria	
Secundaria	
Superiores	
Posgrado	

CUESTIONARIO

1. ¿En qué periodo habitual de descanso sale de turismo?

Fin de semana	
Vacaciones	
Feriado	

2. ¿Con quién realiza sus viajes de turismo?

Familia	
Pareja	
Amigos	
Solo	

3. ¿Al año cuántas veces realiza actividades turísticas?

De 1 a 3 veces al año	
De 4 a 6 veces al año	
De 8 a 12 veces al año	

4. ¿Qué tipo de turismo realiza?

Turismo de aventura	
Turismo cultural	
Turismo de naturaleza	
Turismo gastronómico	
Turismo de compras	
Turismo comunitario	

5. ¿Qué sitios visita con frecuencia? Seleccione una o más opciones

Lagunas	
Haciendas	
Cascadas	
Volcanes	
Otros	

6. ¿Cuánto tiempo dura su viaje de turismo a los atractivos antes mencionados?

2 – 6 horas	
7 – 12 horas	
Más de 12 horas	

7. ¿Conoce acerca del turismo comunitario? Si la respuesta es No continuar a la pregunta 10.

Si	
No	

8. ¿Ha visitado emprendimientos de turismo comunitario del Cantón Otavalo?

Si	
No	

Si la respuesta es **Si** continuar con los siguientes literales y en el caso de ser **NO** pasar a la pregunta 9.

a) **¿Qué emprendimiento turístico comunitario ha visitado para hacer turismo en el Cantón Otavalo?**

Jatary	
Sumak Pacha	
Inka Wasy (Tahuantinsuyo)	
Coraza Ñan	
Alpacas	
Wampra Paramo	

a. **¿Qué servicios ha requerido en las visitas a los emprendimientos turísticos comunitarios?**

Alimentación	
Hospedaje	
Visitas guiadas	

b. **¿Cómo califica la atención recibida en los emprendimientos de turismo que ha visitado?**

Satisfactoria	
Insatisfactoria	

c. **Indique los motivos por los que considera que la atención recibida fue satisfactoria**

Precios cómodos	
Servicio organizado	
Tiempo de atención	
Atención al cliente	
Otras cuales	

d. **Indique los motivos por los que considera la que la atención recibida fue insatisfactoria**

Precios elevados	
Servicio desorganizado	
Tiempo de atención	
Atención al cliente	

9. **Si su respuesta fue NO en la pregunta 8, indique cuál es el motivo por el cual considera usted que no ha visitado estos emprendimientos turísticos.**

Desconocimiento,	
------------------	--

Prefieren visitar sitios turísticos convencionales,	
Otro Motivo	

Cuál.....

10. ¿Le gustaría tener experiencias de turismo comunitario, mismo que le ofrece contacto con la naturaleza y acercamiento con la cultura andina en la comunidad Mariscal Sucre, parroquia González Suárez del cantón Otavalo?

Si	
No	

11. ¿Qué servicios le gustaría recibir dentro de un paquete de turismo comunitario en la comunidad Mariscal Sucre del Cantón Otavalo? Seleccione una o más opciones.

Recorrer las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo	
Recorrer las vertientes naturales y mini cascada del sector	
Observar cómo realizan los bordados a mano	
Observar el proceso de molido del maíz en piedra	
Escuchar leyendas del sector	
Gastronomía del sector	
Alojamiento	

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por los servicios del emprendimiento de turismo comunitario?

Servicios	Precios					
Paquete 1: PUKARINA (Duración aproximada 4 horas, 7-8 personas por grupo) Incluye: <ul style="list-style-type: none"> • 1 refrigerio tradicional (café o colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos) • Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas 	\$ 13,00		\$18,00		Más de \$18,00	

<p>o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos) 					
<p>Paquete 2: CHAWPI PUNCHA (Duración aproximada 6 horas, 7-8 personas por grupo). Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 refrigerio tradicional (café o colada morada o morocho y un pan de maíz). (30 minutos) • Caminata por 3 horas puede ser por: (las tolas o miradores con vistas al Lago San pablo o visitar las vertientes naturales), escuchando relatos de leyendas durante todo el recorrido. • De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos). • Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida). 	\$ 18,00		\$ 21,00		Más de \$21,00
<p>Paquete 3: TUTAYANA (Duración aproximada 19 horas, 7-8 personas por grupo). Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata por 4 horas a la mini cascada la Rinconada y la vertiente de agua mineral. 	\$ 30,00		\$ 35,00		Más de \$35,00

<ul style="list-style-type: none"> • De regreso al centro, participar de bordado a mano y molido del maíz (30 minutos). • Almuerzo tradicional (plato fuerte y bebida). • 1 noche de hospedaje con merienda y desayuno tipo refrigerio (café o colada morada o morocho y un pan de maíz) incluido. 						
---	--	--	--	--	--	--

13. ¿Qué servicios adicionales cree que se debe ofertar el emprendimiento de turismo comunitario de la Comunidad Mariscal Sucre?

Parqueadero	
Zona Wifi	
Centro de eventos	
Otros	

¿Cuáles?.....

14. De los siguientes aspectos, valore del 1 al 5 cuál considera como importantes al momento de escoger un emprendimiento de turismo comunitario. Siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.

Instalaciones bien adecuadas	
Formas de pago	
Precios cómodos	
Normas de bioseguridad	
Aforo mínimo (acceso limitado y controlado de turistas)	

15. Para acceder a los servicios. ¿le gustaría realizarlo mediante reservaciones?

Si	
No	

16. ¿Por qué medio publicitario usted desearía enterarse de las promociones y paquetes turísticos?

Redes sociales	
Radio	
Televisión	
Prensa escrita	

Gracias por su colaboración

Anexos 2: Trabajo de campo



Figura 52. Infraestructura del Emprendimiento Paila Tola




Figura 53 Instalaciones del emprendimiento



Figura 54. Instalaciones del emprendimiento

Anexo 4: Crédito con la banca pública



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	<i>Microcredito</i>		
Destino	<i>Capital de Trabajo</i>	Tasa Nominal(%)	15.30
Sector Económico	<i>Comercio y Servicio</i>	Tasa Efectiva(%)	15.30
Facilidad	<i>Emprendimiento</i>	Monto(USD)	2,832.00
Tipo Amortización	<i>Cuota Decreciente</i>	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	<i>Anual</i>	Fecha Simulación	2020-10-27

*Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.
No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.*

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	2832.00			
1	1888.00	944.00	433.30	1377.30
2	944.00	944.00	288.86	1232.86
3	0.00	944.00	144.43	1088.43

Figura 55. Tabla de amortización

Anexo 5: Informe de Urkund

URKUND

Document Information

Analyzed document	CAPÍTULOS 1,2,3,4 Y 5 .pdf (D86273331)
Submitted	11/23/2020 2:20:00 AM
Submitted by	
Submitter email	dchicaizat@utn.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	mgarciniegas.utn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Simbaña, Tituaña.pdf Document Tesis Simbaña, Tituaña.pdf (D82341537) Submitted by: djsimbanai@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.orkund.com	2
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Narváez Evelin C..docx Document Narváez Evelin C..docx (D84867613) Submitted by: eanarvaezc@utn.edu.ec Receiver: lrcastro.utn@analysis.orkund.com	14
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / GUZMÁN CAROLINA-VARELA CRISTIAN.docx Document GUZMÁN CAROLINA-VARELA CRISTIAN.docx (D61316521) Submitted by: scguzmang@utn.edu.ec Receiver: mgarciniegas.utn@analysis.orkund.com	42
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Andino Kevin Proyecto figuras de gelatina.pdf Document Andino Kevin Proyecto figuras de gelatina.pdf (D63930375) Submitted by: leandinoc@utn.edu.ec Receiver: alarciniegas.utn@analysis.orkund.com	3
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Estudio de factibilidad para la creación de una libro-cafetería.docx Document Estudio de factibilidad para la creación de una libro-cafetería.docx (D60374905) Submitted by: mafuentesm@utn.edu.ec Receiver: mgarciniegas.utn@analysis.orkund.com	20
W	URL: https://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/en/agenda/pdf/study_tourism_e ... Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	1
W	URL: https://www.bomberosotavalo.gob.ec/services/atencion-usuarios/ Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	1
W	URL: https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos ... Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	2
W	URL: https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-g ... Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	1
W	URL: https://doi.org/10.23857/pc.v4i3.927 Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	1

1/181

Figura 56. Informe de Urkund

Anexo 6: Informe Urkund

URKUND

W	URL: https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/7957/1_1453206771-primasocia ... Fetched: 11/23/2020 3:55:00 AM	 1
SA	PROYECTO FINAL DE TITULACION DR. BILLY DUARTE.docx Document PROYECTO FINAL DE TITULACION DR. BILLY DUARTE.docx (D80802076)	 2
W	URL: https://core.ac.uk/download/pdf/200330093.pdf Fetched: 7/4/2020 4:21:41 AM	 1

2/181

Figura 57. Urkund