



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS
CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN
DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD
DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA”**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
COMERCIALES**

AUTORAS: Johana, P. Castro,
Paulina, A. Farinango, M.

DIRECTOR: Eco. Diego Taboada

Ibarra, Julio 2.013

RESUMEN EJECUTIVO

El “Estudio de Factibilidad para la creación de una Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota de la Comunidad del Chota”; se inició realizando el diagnóstico situacional, mediante el cual permitió conocer aspectos geográficos, demográficos, económicos y sociales, culturales, de la Parroquia Ambuquí y de la Comunidad del Valle del Chota. El segundo capítulo se trata del marco teórico, mediante el cual se sustenta científicamente la investigación. Se analizó el estudio de mercado en el cual se estableció que si existe demanda de los servicios culturales por parte de la población y no existe oferta alguna en la Comunidad del Valle del Chota, por tal razón hay una demanda insatisfecha de la será cubierta en un 88% por parte del Corporación. En el estudio técnico se estableció las instalaciones físicas que tendrá la Corporación, el flujograma de los procesos de los servicios que se ofrecerá; y finalmente se estableció la inversión total de \$ 71972.65, del cual el 40% (\$28789.06), será financiado con un crédito otorgado Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 15%, la diferencia es decir el 60% (\$ 43183.59), será mediante aportes de los socios. En la evaluación de la inversión se obtuvo lo siguiente: un costo de oportunidad de 14.38%, un VAN positivo de \$ 17.746.94, una TIR del 24.47%, el Beneficio- Costo de 1.58.y un período de recuperación de la inversión es en 4 años 11 meses. En la organización de empresa se estableció un organigrama adecuado para este tipo de empresas, así como se detalló cada una de las funciones del personal de la misma. La aplicación del proyecto genera impactos tales como: económico, social, cultural y ambiental, siendo éstos positivos medios.

EXECUTIVE SUMMARY

The Study of Feasibility for the creation of a Corporation that he administers the cultural resources for the rescue, formation and diffusion of the cultural collective memory in the Community of the Chota of the Community of the Chota; he began carrying out the situational diagnosis, by means of which allowed to know geographical, demographic, economic and social, cultural aspects, of the Parish Ambuquí and of the Community of the Valle of the Chota. The second chapter is the theoretical mark, by means of which is sustained the investigation scientifically. The market study was analyzed in which settled down that if demand of the cultural services exists on the part of the population and offer doesn't exist some in the Community of the Valle of the Chota, for such a reason there is an unsatisfied demand of it will be covered it in 88% on the part of the Corporation. In the technical study the physical facilities that he will have the Corporation, the flowchart of the processes of the services that will offer settled down; and finally the total investment settled down of \$71972.65, of the one which 40% (\$28789.06), it will be financed with a credit granted National Bank of Development to an interest rate of 15%, the difference that is to say 60% (\$43183.59), it will be by means of the partners' contributions. In the evaluation of the investment the following thing an opportunity cost was obtained it is of 14.38%, they go positive of \$17746394, a TIR of 24.47%, the Benefit - Cost of 1.58.y a period of recovery of the investment is in 4 years 11 months. In the company organization an appropriate flowchart settled down for this type of companies, as well as each one of the functions of the personnel of the same one was detailed. The application of the project generates such impacts as: economic, social, cultural and environmental, being these positive means.

AUTORÍA

Nosotras, Johana Paulina Castro Benavides con, C.I. N° 1003003561, y Paulina Alexandra Farinango Montaluiza, con C.I. N° 1002840922 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Johana Paulina Castro Benavides
C.I. N° 1003003561



Paulina Alexandra Farinango Montaluiza
C.I. N° 1002840922

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por las egresadas Johana Paulina Castro Benavides y Paulina Alexandra Farinango Montaluiza, para optar el título de Ingenieras Comerciales, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA”**, considero que el mencionado trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de julio del 2013.

Atentamente,



Eco. Diego Taboada

CI. 100232331-7

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, Johana Paulina Castro Benavides, con cédula de ciudadanía N° 1003003561 y Paulina Alexandra Farinango Montaluiza, con cédula de ciudadanía N° 1002840922, respectivamente manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA", que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingenieras Comerciales en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejecutar plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de julio del 2013

(Firma):.....
Nombre: Johana Paulina Castro Benavides
Cédula: 1003003561

(Firma):.....
Nombre: Paulina Alexandra Farinango Montaluiza
Cédula: 1002840922



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	1003003561 1002840922		
APELLIDOS Y NOMBRES:	JOHANA PAULINA CASTRO BENAVIDES PAULINA ALEXANDRA FARINANGO MONTALUIZA		
DIRECCIÓN:	RICARDO SANCHEZ Y EUGENIO ESPEJO, CIUDADELA FERRONORTE, TRAS EL ESTADIO SAN MIGUEL. PEDRO MONCAYO 13-65 Y FRAY VACAS GALINDO.		
EMAIL:	jopaully8317@hotmail.es fpaulina2008@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	S/N	TELÉFONO MOVIL:	0979511814 0990684472

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA”
AUTORAS:	JOHANA PAULINA CASTRO BENAVIDES PAULINA ALEXANDRA FARINANGO MONTALUIZA
FECHA:	2013-07-31
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO: X POSGRADO:
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERAS COMERCIALES.
ASESOR/DIRECTOR:	ECO. DIEGO TABOADA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Johana Paulina Castro Benavides y Paulina Alexandra Farinango Montaluiza, portadoras de la cédula de ciudadanía N° 1003003561 y 1002840922, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 31 días del mes de julio del 2013

LAS AUTORAS:

(Firma).....

Nombre: Johana Paulina Castro Benavides

C.C: 1003003561

(Firma):.....

Nombre: Paulina Alexandra Farinango Montaluiza

C.C: 1002840922

ACEPTACIÓN:

(Firma):.....

Nombre: Ing. Betty Chávez

CARGO:JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Dios por su infinito amor, por darme salud y vida para lograr cumplir mis metas, gracias por todas las bendiciones recibidas.

A mi madre, que con su bendición, amor incondicional, palabras de aliento no ha dejado de confiar en mí y ha sido un motor importante para culminar esta importante meta de mi vida, a mi esposo que con su amor me impulsó día a día a alcanzar mis sueños, haciéndome ver que las cosas que se realizan con esfuerzo y dedicación se consiguen a pesar de los obstáculos que se encuentren en el camino y por último a mis hermanos quienes con su apoyo moral me han motivado para no darme por vencida, a todos ellos gracias por formar parte de mi vida.

Johana Castro

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer; por ello, con toda la humildad de mi corazón dedico esta tesis.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

A mi madre Mercedes Caluquí, y a mi padre Segundo Miguel Farínango, que han sabido formarme con buenos valores y sentimientos, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles y guiarme para culminar mi carrera profesional.

Al hombre que Dios ha puesto en mi camino como esposo Jaime Andrés Tapía, compañero y amigo de mi vida, quien ha contribuido mucho para la culminación de este trabajo de grado.

A mis hijos: Poletó Violeta y Matías Andrés, porque son los amores de mi vida, mi fortaleza y razón de vivir para salir adelante y con quienes comparto buenos y malos momentos a diario.

Paulina A. Farínango M.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar mi sincero agradecimiento a La Universidad Técnica del Norte y de manera especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, lugar donde sus catedráticos nos impartieron los más sabios conocimientos y sobre todo quienes guiaron nuestro camino hasta culminar tan anhelada carrera profesional.

A nuestro asesor Economista Diego Taboada, quien con su paciencia, dedicación y colaboración, supo guiarnos durante todo el proceso de la elaboración del trabajo de grado.

Johana Castro

Agradecimientos en mi proyecto...

Agradezco en primer lugar a Dios, ya que con El todo y sin El nada... por iluminarnos y fortalecer nuestro espíritu para emprender este camino hacia el éxito.

Gracias al personal docente que me han fortalecido en conocimiento durante toda mi vida estudiantil en la universidad, a mi asesor Econ. Diego Taboada, Dr. Otto Ayala, Dr. Cesar Cervantes y Ing. Ligia Beltrán.

A mi compañera de tesis Johana Castro que ha estado en este último esfuerzo para el trabajo de grado.

Paulina Farinango

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de una Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del Chota, se desarrolló una vez determinada la demanda potencial insatisfecha, manifestada en las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, caracterizada en la necesidad de disfrutar de un turismo cultural con características típicas y originales de la comunidad Valle del Chota.

Las bases teóricas que sustentaron las variables de investigación fueron: Corporación, recursos turísticos, recursos culturales, mercado, estructura orgánica, estudio técnico, estudio económico, fuentes de financiamiento, indicadores financieros y evaluación económica.

El estudio de mercado determinó la demanda potencial insatisfecha, que justifica la creación de la Corporación Cultural Valle del Chota S.A., en la parroquia Ambuquí.

En el estudio técnico se analizó la Macro y Micro localización del proyecto, que comprende la ubicación, diseño y distribución de la planta, presupuesto técnico, inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo, financiamiento, talento humano y tamaño del proyecto.

En la evaluación financiera se determinó los ingresos, el costo del servicio turístico cultural, depreciaciones de activos fijos y diferidos, balance inicial, flujo de efectivo, evaluación financiera a través del VAN, TIR y B/C.

En la estructura organizacional se analizó la situación legal de la Corporación Cultural, nombre, base filosófica, misión, visión, objetivos, políticas, y valores corporativos, organigrama, manual de funciones.

En la evaluación de impactos del proyecto, se espera tener resultados positivos en el aspecto económico, social, cultural y ambiental.

ÍNDICE

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CORPORACIÓN QUE ADMINISTRE LOS RECURSOS CULTURALES PARA EL RESCATE, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA CULTURAL EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA”	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE	xiv
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	xix
INTRODUCCIÓN.....	24
JUSTIFICACIÓN.....	26
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	27
OBJETIVO GENERAL	27
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
CAPÍTULO I.....	29
1.DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO.....	29
1.1. ANTECEDENTES	29
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	32
1.2.1.GENERAL	32
1.2.2.ESPECÍFICOS	32
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS	33
1.4. INDICADORES DIAGNÓSTICOS.....	33
1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	35
1.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	36
1.6.1. INFORMACIÓN SECUNDARIA	36
1.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA	36
1.7.1.PARROQUIA AMBUQUI.....	36
1.7.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.....	38
1.8. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	38
1.8.1. POBLACIÓN URBANA Y RURAL DE LA PARROQUIA.....	38
1.8.2. AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL	39

1.8.3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	40
1.9. SITUACIÓN SOCIAL	41
1.9.1. EDUCACIÓN	41
1.9.2. SERVICIOS BÁSICOS.....	42
1.10. ASPECTOS ECONÓMICOS.....	45
1.10.1. AGRICULTURA	45
1.10.2. CULTURA.....	46
1.10.3. TURISMO	47
1.11. ASPECTOS CULTURALES	48
1.12. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.....	49
1.13. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO EXTERNO Y OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	51
CAPÍTULO II.....	53
2.MARCO TEÓRICO.....	53
2.2. CORPORACIÓN	53
2.2.1.DEFINICIÓN.....	53
2.3. ADMINISTRACIÓN.....	54
2.3.1 DEFINICIÓN	54
2.3.2.OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN.....	54
2.3.3.FASES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	55
2.3.4.NIVELES ADMINISTRATIVOS	56
2.4.MISIÓN.....	57
2.5. VISIÓN	57
2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
2.6.1. ORGANIGRAMAS	58
2.6.2.TIPOS DE ORGANIGRAMAS	59
2.6.3.CLASIFICACIÓN DE LOS ORGANIGRAMAS	61
2.7. TURISMO.....	62
2.7.1.TIPOS DE TURISMO	62
2.8. RECURSOS TURÍSTICOS.....	63
2.8.1.RECURSOS O ATRACTIVOS NATURALES.....	63
2.9. RECURSOS CULTURALES.....	65
2.10. RECURSOS GASTRONÓMICOS, FOLCLÓRICOS Y ARTESANALES ...	66
2.11. FIESTAS Y EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	67
2.12. LEGISLACIÓN QUE AFECTA A LOS RECURSOS TURÍSTICOS.....	68

2.13. MERCADO	70
2.13.1. SEGMENTACIÓN	70
□ OFERTA.....	71
□ DEMANDA.....	71
□ EL PRECIO	71
2.14. ESTUDIO TÉCNICO.....	72
2.14.1. LOCALIZACIÓN	73
2.14.2. TAMAÑO.....	74
2.14.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO	75
2.15. ESTUDIO ECONÓMICO	76
2.15.1. COSTOS	76
2.15.2. GASTOS	77
2.16. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	78
2.16.1. OBJETIVOS	78
2.16.2. ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO	79
2.16.3. CLASIFICACIÓN.....	79
CAPÍTULO III.....	86
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	86
3.1. PRESENTACIÓN	86
3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	87
3.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	87
3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	87
3.3. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	88
3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	90
3.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	93
3.5.1. GEOGRÁFICA.....	93
3.5.2. DEMOGRÁFICA.....	93
3.6. MERCADO META	93
3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA	94
3.8. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	95
3.8.1. ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	96
3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA.....	105
3.9.1. DEMANDA	105
3.9.2. OFERTA.....	106
3.10. BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	108

3.11. DETERMINACIÓN DE PRECIOS.....	110
3.12. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	111
3.13. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	112
3.13.1. SERVICIO	112
3.13.2. PRECIO	113
3.13.3. PLAZA.....	113
3.13.4. PROMOCIÓN.....	113
3.14. CONCLUSIONES DE ESTUDIO DE MERCADO	113
CAPÍTULO IV	115
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	115
4.1. PRESENTACIÓN	115
4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	116
4.3. MACRO LOCALIZACIÓN	116
4.4. MICRO LOCALIZACIÓN.....	117
4.4.1. FACTORES PARA REALIZAR LA MICROLOCALIZACIÓN	118
4.5. UBICACIÓN DE LA PLANTA.....	123
4.6. TAMAÑO DEL PROYECTO	124
4.7. INFRAESTRUCTURA FÍSICA.	125
4.7.1. DISEÑO DE INSTALACIONES.....	125
4.7.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	126
4.8. INGENIERÍA DEL PROYECTO	128
4.8.1. PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO CULTURAL	129
4.8.2. TECNOLOGÍA.....	134
4.9. INVERSIÓN DEL PROYECTO	135
4.9.1. TERRENO.....	135
4.9.2. OBRA CIVIL	135
4.9.3. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	136
4.9.4. MUEBLES Y ENSERES	137
4.9.5. MAQUINARIA Y EQUIPO	138
4.10. CAPITAL DE TRABAJO.....	139
4.10.1. RECURSO HUMANO	139
4.10.2. HONORARIOS	140
4.10.3. CAPITAL DE TRABAJO NETO.....	141
4.11. INVERSIÓN DIFERIDA.....	141
4.12. RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL.....	142

CAPÍTULO V	144
5. ESTUDIO ECONÓMICO.....	144
5.1. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	144
5.1.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS	144
5.1.2 PRESUPUESTOS DE GASTOS.....	146
5.2. ESTADOS FINANCIEROS	155
5.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	155
5.2.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	157
5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA INVERSIÓN	158
5.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD.....	158
5.3.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	159
5.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	160
5.3.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	161
5.3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO	162
5.3.6. RELACIÓN COSTO - BENEFICIO.....	163
CAPÍTULO VI.....	165
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	165
6.1. RAZÓN SOCIAL.....	165
6.2. MARCO LEGAL.....	165
6.2.1. CULTURA:	166
6.2.2. TRABAJO Y PRODUCCIÓN:	166
6.3. BASE FILOSÓFICA.....	166
6.3.1. MISIÓN.....	166
6.3.2. VISIÓN	167
6.3.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	167
6.3.4. POLÍTICAS.....	167
6.3.5. PRINCIPIOS.....	168
6.3.6. VALORES CORPORATIVOS	169
6.3.7. MEDIOS DE PREVENCIÓN	170
6.4. ORGANIGRAMA	172
6.5. MANUAL DE FUNCIONES.....	173
6.5.1. GERENTE	173
6.5.2. CONTADOR.....	174
6.5.4. GUIA DE EXPOSICIONES	176
6.6. PROPUESTA DE VALOR.....	177

6.6.1 PLAN DE COMUNICACIÓN GERENCIAL.....	177
7.IMPACTOS DEL PROYECTO.....	180
7.1. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS.....	181
7.1.1. IMPACTO ECONÓMICO	181
7.1.2 IMPACTO SOCIAL	182
7.1.3 IMPACTO CULTURAL	183
7.1.4 IMPACTO AMBIENTAL	184
7.1.5.IMPACTO GENERAL	185
CONCLUSIONES.....	187
RECOMENDACIONES.....	189
BIBLIOGRAFÍA.....	190
LINCOGRAFIA	191
ANEXOS	192

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
TABLA N° 2: POBLACIÓN PARROQUIA AMBUQUÍ	38
TABLA N° 3: POBLACIÓN URBANA RURAL	39
TABLA N° 4: AUTO IDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL	39
TABLA N° 5: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	40
TABLA N° 6: NIVEL DE EDUCACIÓN	41
TABLA N° 7: RECOLECCIÓN DE LA BASURA	42
TABLA N° 8: ABASTECIMIENTO DE AGUA	43
TABLA N° 9: SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	43
TABLA N°10: ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS	44
TABLA N°11: TELÉFONO CONVENCIONAL	45
TABLA N°12: CONSTRUCCIÓN MATRIZ A-O, O-R	50
TABLA N°13: PAQUETE DE SERVICIOS DE LA COMUNIDAD	89
TABLA N°14: ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR	91
TABLA N°15: INGRESO DE TURISTAS A IMBABURA	92
TABLA N°16: TURISTAS QUE HAN INGRESADO AMBUQUÍ	92
TABLA N°17: LUGAR DE PROCEDENCIA	96
TABLA N°18: PREFERENCIA POR EL TIPO DE TURISMO	97
TABLA N°19: TIEMPO QUE VA A PERMANECER EN EL SECTOR	98
TABLA N°20: NÚM. DE PERSONAS QUE ACOMPAÑAN AL TURISTA	99
TABLA N°21: TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL	100
TABLA N°22: ATRACTIVOS CULTURALES QUE VISITARÍA	101
TABLA N°23: FRECUENCIA DE VISITA ATRACTIVO CULTURAL	102
TABLA N°24: DINERO A PAGAR POR EL SERVICIO CULTURAL	103
TABLA N°25: MEDIOS DE INFORMACIÓN SOBRE EL SERVICIO	104
TABLA N°26: DEMANDA POTENCIAL	105
TABLA N°27: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	105
TABLA N°28: SERVICIOS TURÍSTICOS CULTURALES	108
TABLA N°29: PROYECCIÓN OFERTA PAQUETES TURÍSTICOS	108
TABLA N°30: BALANCE OFERTA-DEMANDA	109
TABLA N°31: CAPACIDAD DEMANDA DE TURISTAS	109
TABLA N°32: INFLACIÓN	110

TABLA N°33: PROYECCIÓN DE PRECIOS DEL SERVICIO TURÍSTICO	111
TABLA N°34: FACTORES Y PUNTOS PONDERADOS	119
TABLA N°35: FACTORES Y PUNTOS PONDERADOS	120
TABLA N°36: CAPACIDAD DE SERVICIOS CULTURALES	124
TABLA N°37: DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS	128
TABLA N°38: PAQUETE TURÍSTICO CULTURAL	132
TABLA N°39: TERRENO	135
TABLA N°40: EDIFICIO	136
TABLA N°41: EQUIPO DE COMPUTACIÓN	136
TABLA N°42: MUEBLES Y ENSERES	137
TABLA N°43: MAQUINARIA Y EQUIPO	138
TABLA N°44: INVERSIONES FIJAS	139
TABLA N°45: RECURSO HUMANO	139
TABLA N°46: HONORARIOS	140
TABLA N°47: CAPITAL DE TRABAJO NETO	141
TABLA N°48: INVERSIÓN DIFERIDA	142
TABLA N°49: INVERSIÓN TOTAL	142
TABLA N°50: INFLACIÓN	145
TABLA N°51: PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADOS	145
TABLA N°52: PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADOS	146
TABLA N°53: RESUMEN DE LOS INGRESOS	146
TABLA N°54: SUELDOS	147
TABLA N°55: ROL DE PAGOS(Año1)	148
TABLA N°56: ROL DE PAGOS(Año2)	148
TABLA N°57: ROL DE PAGOS(Año3)	148
TABLA N°58: ROL DE PAGOS(Año4)	149
TABLA N°59: ROL DE PAGOS(Año5)	149
TABLA N°60: HONORARIOS PROFESIONALES PROYECTADOS	149
TABLA N°61: SERVICIOS BÁSICOS	150
TABLA N°62: GASTOS GENERALES	150
TABLA N°63: GASTOS DE VENTAS	150
TABLA N°64: AMORTIZACIÓN GASTOS CONSTITUCIÓN	151
TABLA N°65: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	152
TABLA N°66: TABLA DE AMORTIZACIÓN	152
TABLA N°67: RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN	154

TABLA N°68: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	155
TABLA N°69: ESTADO DE RESULTADOS	156
TABLA N°70: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	157
TABLA N°71: COSTO DE OPORTUNIDAD	158
TABLA N°72: FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	159
TABLA N°73: FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	160
TABLA N°74: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	162
TABLA N°75: PUNTO DE EQUILIBRIO	163
TABLA N°76: RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	164
TABLA N°77: ESCALA DE VALORACIÓN	180
TABLA N°78: IMPACTO ECONÓMICO	181
TABLA N°79: IMPACTO SOCIAL	182
TABLA N°80: IMPACTO CULTURAL	183
TABLA N°81: IMPACTO AMBIENTAL	184
TABLA N°82: IMPACTO GENERAL	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1:MAPA DE LA PARROQUIA AMBUQUÍ	37
GRÁFICO N°2:RÍO CHOTA	48
GRÁFICO N°3:ARTESANÍAS	49
GRÁFICO N°4:LUGAR DE PROCEDENCIA	96
GRÁFICO N°5:PREFERENCIA POR EL TIPO DE TURISMO	97
GRÁFICO N°6:TIEMPO QUE VA A PERMANECER EN EL SECTOR	98
GRÁFICO N°7:NÚMERO DE PERSONAS	99
GRÁFICO N°8:TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL QUE CONOCE	100
GRÁFICO N°9:ATRATIVOS CULTURALES QUE VISITARÍA	101
GRÁFICO N°10:FRECUENCIA DE VISITA ATRACTIVO CULTURAL	102
GRÁFICO N°11:DINERO A PAGAR POR EL SERVICIO CULTURAL	103
GRÁFICO N°12:MEDIOS DE INFORMACIÓN POR EL SERVICIO	104
GRÁFICO N°13:PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	106

GRÁFICO N°14: PROYECCIÓN OFERTA PAQUETES TURÍSTICOS	108
GRÁFICO N°15: PROYECCIÓN CAPACIDAD DEMANDA	109
GRÁFICO N°16:MAPA POLÍTICO PROVINCIA DE IMBABURA	116
GRÁFICO N°17:MAPA SATELITAT UBICACIÓN IBARRA Y CHOTA	117
GRÁFICO N°18:MAPA DEL VALLE DEL CHOTA	119
GRÁFICO N°19:UBICACIÓN DE LA PLANTA	123
GRÁFICO N°20:DISEÑO DE INSTALACIONES	125
GRÁFICO N°21:DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	126
GRÁFICO N°22:PROCESO PRESTACIÓN DE SERVICIO CULTURAL	133
GRÁFICO N°23:LOGOTIPO CORPORACIÓN CULTURAL DEL CHOTA	165
GRÁFICO N°24:ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	172
GRÁFICO N°25:PLAN DE COMUNICACIÓN GERENCIAL	177

INTRODUCCIÓN

La comunidad del Chota, está situada al noreste de Ibarra y al oeste de la parroquia Ambuquí, a orillas del río Chota. La población negra llegada al valle, desde la época de la colonia para trabajar en la cosecha de la caña de azúcar, mantiene algunos rasgos culturales innatos. Gusta mucho del baile y la música, entre los que se destaca "la bomba", melodía alegre interpretada con instrumentos confeccionados con hojas de naranja, mandíbulas de burro y semillas.

Las mujeres se destacan por su singular equilibrio, ya que pueden llevar sobre su cabeza diferentes cosas sin necesidad de usar sus manos.

Al arribar a este valle, encontrará a los costados de la carretera sitios de venta de uvas y vinos, cosechados y elaborados por los habitantes del lugar.

Situado a 34 Km. al norte de Ibarra, habitada por la comunidad afroecuatoriana con interesantes manifestaciones culturales representadas en su música y danza. Valle regado sus tierras por el río Chota que las hace fértiles y aptas para el cultivo de frutas tropicales, su clima es recomendado para las enfermedades artríticos reumatoides.

Los afroecuatorianos asentados en el área denominada Valle del Chota y cuenca del río Mira, se sitúan geográficamente en las provincias de Imbabura y Carchi, región de caracterizada por ser un asentamiento histórico del pueblo afro descendiente y cuyo poblamiento está ligado a las haciendas coloniales que concentraron importante población esclavizada.

En el valle del Chota la presencia de los descendientes de africanos fue mucho más importante que en cualquier otra parte del Ecuador, luego de

Esmeraldas. En el periodo de la transición de las plantaciones de algodón a las haciendas azucareras se dan importantes introducciones de esclavizados a esta fértil región del norte ecuatoriano.

Durante el siglo XVII, luego de la disminución de la población indígena con los sistemas de explotación de la mita y la encomienda, los Jesuitas buscan importar esclavos en gran cantidad, la cual fue tan intensa, que según cálculos hechos en 1780, 13 años luego de la expulsión de los jesuitas del Ecuador, en esta región habían al menos de 2615 esclavos de todas las edades.

En el Valle del Chota (que comparte territorio con la provincia de Imbabura) y en la población de Juncal, habitan comunidades negras que conservan sus tradiciones ancestrales. Manifestaciones populares como La Banda Mocha y el Baile de la Botella, alegran a los visitantes. La actual población descende de los moradores de la época colonial, que llegaron a este sector para trabajar en la cosecha de la caña de azúcar”

JUSTIFICACIÓN

Es importante el proyecto ya que pretende rescatar los valores culturales de un grupo étnico, cuya presencia data aproximadamente hace más de 500 años, aun cuando no existía la República del Ecuador como tal, y era conocida como la Real Audiencia de Quito. Desde entonces han aportado con su cultura, arte y costumbres heredadas por sus ancestros africanos, tomando matices y adopciones de culturas americanas nativas. De esta manera ayudan a enriquecer la diversidad cultural del Ecuador, que lo caracterizan como un país pluricultural.

Los afroecuatorianos son sujetos emergentes, que desde su propia diversidad, comparten estructuras de pensamiento y una filosofía propia y generan al mismo tiempo interacciones sociales que tienen incidencia en lo político, económico, social y cultural.

Los beneficiarios directos, constituyen los habitantes de la comunidad del Chota de la provincia de Imbabura, que son reconocidos por su alegría, naturalidad propia y sus costumbres, por lo que serán capacitados en las disciplinas culturales como: Danza, música, artesanía, gastronomía, expresiones teatrales y literarias para producir y difundir la cultura ancestral a lo largo y ancho de la provincia.

Es factible la realización del proyecto, ya que existen los recursos humanos y económicos necesarios, pero sobre todo la decidida participación de los habitantes de la Comunidad del Chota, la Dirección de Turismo, y el Gobierno Provincial, que en sus agendas de planificación y desarrollo pretenden potenciar el turismo a nivel mundial.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del Chota, cantón Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la Comunidad del Chota para determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del presente proyecto
- Elaborar las bases teóricas mediante investigación bibliográfica documental para sustentar las variables del proyecto.
- Realizar el estudio de mercado para conocer la oferta, demanda y demanda potencial insatisfecha.
- Elaborar un estudio técnico para conocer la posibilidad de ejecutar el proceso de servicio cultural de la comunidad del Chota.
- Realizar el estudio financiero mediante costos y gastos para determinar valores de inversión, fijación de precios y rentabilidad.
- Elaborar la estructura organizacional mediante una propuesta estratégica para establecer diferentes actividades y funciones del personal involucrado en el proyecto.

- Determinar los principales impactos mediante indicadores en los ámbitos económico, social, ético, ambiental y cultural para medir las consecuencias que tendrá la implementación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO

1.1. ANTECEDENTES

Esta comunidad de afroecuatorianos llegó de África a Ecuador en el siglo XVII traídos por los jesuitas y mercedarios para trabajar como esclavos en las minas y en las plantaciones de caña de azúcar. Este valle y el de Salinas durante la Colonia fueron conocidos con el nombre de “Coangue o de la Muerte” debido al clima seco de la región. Los jesuitas toman estas tierras y se establecen en ellas en 1659.

En esa época la región era insalubre por el paludismo y las fiebres malignas. La mita de los trapiches diezmó a los indígenas que luego fueron sustituidos por esclavos negros, origen de la población negra actual. De este valle han salido varios deportistas destacados en el ámbito nacional e internacional.

Se sabe que en el siglo XV en las tierras pertenecientes a los caciques de Chota y Mira se producía coca y algodón. En 1550, los primeros hacendados españoles intentaron traer más indígenas, con el objeto de cultivar uvas, olivo, algodón y caña de azúcar. Al parecer, estos esfuerzos fueron productivos; porque en el año 1570 se dio un aumento de los cultivos de coca y algodón. El censo del pueblo de Pimampiro dio como resultado la existencia de 738 indígenas.

Ante el fracaso de la explotación al indígena en las mitas, se introdujeron esclavos negros para los trabajos agrícolas.

Los traficantes negreros desconocían los nombres de los esclavos que llegaban a América, y tampoco entendían los idiomas africanos; por lo tanto, daban a los esclavos nombres que pertenecían al grupo étnico y al punto de origen; se puede citar algunos de ellos: Mina, Minda, Anangonó, Chalá, Carabalí, Matamaba, etc. Algunos de estos nombres son propios de las costas de Guinea, de África Occidental; otros del río Congo, del África Central; de Kenya, del Sudán, Nigeria, Angola, etc.

Los jesuitas eran dueños de grandes extensiones de tierra en este sector, poseían trapiches, sus terrenos iban desde el río Mira hasta el páramo y sus tierras no podían medirse del todo por lo extensas que eran. La presencia de estos dos latifundios en manos Jesuitas obligó a que éstos hicieran una nueva importación de esclavos. Desde 1690 trajeron a varios Carabalíes, (grupo de negros), los cuales eran importados por los ingleses desde el Golfo de Biafra. Cinco años más tarde, los Jesuitas trajeron los primeros Congos (otro grupo de negros) a Imbabura. Estos esclavos eran traídos por compañías portuguesas, francesas e inglesas de la región de Luanda, que comprendía Angola y las orillas del Río Congo en el África Central.

Este valle fue conocido en la antigüedad como **Coangué** o valle de la muerte debido a su clima y al paludismo. Sus primeros pobladores eran indígenas los cuales morían trabajando en las minas lo que motivó la traída de esclavos negros.

Los afroecuatorianos asentados en el área denominada Valle del Chota y cuenca del río Mira, se sitúan geográficamente en las provincias de Imbabura y Carchi, a 35 Km. de Ibarra y 89 Km. de Tulcán; situada al noreste de Ibarra y al oeste de la parroquia Ambuquí, a orillas del Río

Chota, región caracterizada por ser un asentamiento histórico del pueblo afro descendiente y cuyo poblamiento está ligado a las haciendas coloniales que concentraron importante población esclavizada.

El Valle del Chota comprende las comunidades de Ambuquí, Chalguayacu, Juncal, Carpuela. En este territorio habitan comunidades negras que conservan sus tradiciones ancestrales a través de manifestaciones populares como: La Banda Mocha, Baile de la Botella, la Bomba del Chota, Danza y otros Bailes.

El chota es una región pobre de mayores carencias del Ecuador, constituyen economías campesinas, cuyo eje principal constituyen las siembras a medias las que permiten una rotación de tierra, trabajo y capital que se integran para un monocultivo comercial: el tomate. La población negra desde la época de la colonia ha trabajado en la cosecha de la caña de azúcar, como principal cultivo. Las tierras del valle del chota están regadas por el río chota que las hace fértiles y aptas para el cultivo de frutas tropicales. (<http://www.visitaecuador.com>)

Esta comunidad también dispone de atractivos turísticos como el Puente colgante peatonal sobre el Río Chota, en la comunidad de Pusir Grande, con una extensión aproximada de 200 metros; el Museo Honka Monka está ubicado a 2 Km, al lado este de la Panamericana, después del valle del chota; y la Playa del Río Chota que ofrece un amplio espacio para los bañistas, para diversas actividades.

A pesar de que la comunidad del Chota dispone de recursos culturales de gran valor no han sido adecuadamente potenciados como generadores de empleo, como parte de una actividad socio económica como el Turismo. Cabe resaltar que durante los últimos años, en el país se han diversificado la oferta de servicios y actividades turísticas, naciendo un nuevo enfoque y modalidad operativa que busca salir de los esquemas tradicionales y

encuentra un acercamiento e intercambio cultural entre turistas y pobladores locales.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional mediante el cual permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del Chota, cantón Ibarra.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- Analizar la ubicación geográfica de la Comunidad del Chota.
- Estudiar los principales aspectos demográficos de la Comunidad del Chota.
- Realizar el análisis de la situación social de la Comunidad del Chota.
- Determinar los aspectos económicos más importantes de la Comunidad del Chota.
- Identificar los recursos culturales que permita rescatar la identidad en la comunidad.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Una vez analizado cada uno de los objetivos es necesario determinar las principales variables y sus respectivos indicadores:

- Ubicación geográfica
- Aspectos demográficos
- Situación social
- Aspectos económicos
- Aspectos Culturales

1.4. INDICADORES DIAGNÓSTICOS

- **Ubicación geográfica**
 - Parroquia Ambuquí
 - Organización territorial
- **Aspectos demográficos**
 - Población
 - Étnico racial
 - Población económicamente activa
- **Situación Social**
 - Educación
 - Servicios básicos existentes
- **Aspectos económicos**
 - Agricultura
 - Cultura
 - Turismo

- **Aspectos Culturales**
 - Música y Danza
 - Artesanías
 - Gastronomía

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

TABLA N° 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	PÚBLICO META
Analizar la ubicación geográfica de la Comunidad del Chota.	Ubicación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Parroquia de Ambuquí • Organización territorial 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentales • Observación • Datos estadísticos 	Población de la Comunidad el Chota
Estudiar los principales aspectos demográficos de la Comunidad del Chota.	Aspectos demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Étnico racial • Población económicamente activa 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documentales • Datos estadísticos 	Población de la Comunidad el Chota
Realizar el análisis de la situación social de la Comunidad del Chota.	Situación social	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Datos estadísticos 	Población de la Comunidad el Chota.
Determinar los aspectos económicos más importantes de la Comunidad del Chota.	Aspectos económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura • Cultura • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documentales • Datos estadísticos 	Población de la Comunidad el Chota
Identificar los recursos culturales que permita rescatar la identidad en la comunidad.	Aspectos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Música y Danza • Artesanías • Gastronomía 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documentales 	Población de la Comunidad el Chota

Fuente: Ministerio de Turismo, Internet.

Elaborado por: Las Autoras

1.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la realización del diagnóstico se utilizó fuentes de información secundaria.

1.6.1. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria se obtuvo de Banco Central del Ecuador, Encuesta Nacional de empleo, subempleo y desempleo INEC 2012, Ministerio de Educación, INDEX MUNDO, Constitución del Ecuador 2008, Plan Nacional del Buen Vivir, Tesis de repositorios de universidades, Ministerio de Turismo, INTERNET, Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador PDRN, Departamento de Rentas Municipio Ibarra, entre otras.

1.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

1.7.1. PARROQUIA AMBUQUÍ

La Parroquia Ambuquí se ubica al norte de la ciudad de Ibarra. Limita con la provincia del Carchi por el norte y las lomas de Soca pamba por el sur. Tiene una extensión aproximada de 2188 hectáreas.

Es un valle que posee tierras cálidas y variados microclimas. En la parte baja hay pequeñas llanuras que son atravesadas por varias quebradas que desembocan en el río Chota y sus afluentes, el cual cruza por este valle dando lugar a la formación de grandes orillas. La estructura geológica está constituida por depósitos volcánicos y sedimentarios.

En el Valle del Chota predomina la vegetación xerofítica de chaparro (monte espinoso - subtropical).

En este valle se puede observar un paisaje muy cambiante en razón de las circunstancias climáticas, puesto que en épocas de invierno el río crece en forma desmesurada y produce una variación permanente de sus orillas, ya que las agua arrasan con todo lo que encuentran. Esto causa alteraciones en el clima y la vegetación circundante Por otro lado, los cultivos son múltiples y ofrecen a la vista de quien lo mira un panorama cada vez diferente. La zona es muy seca, por lo que existen tres tipos de climas: seco, periódicamente seco y el clima de “páramo frío”.

Una de las características de estos valles es que gracias al calor y abrigo que brindan, la humedad no llega a las partes más bajas. La temperatura media es de 19,5° C con variaciones mínimas, durante el año.

GRÁFICO N° 1: MAPA DE LA PARROQUIA AMBUQUÍ



Fuente: www.visitaecuador.com

1.7.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

En la Parroquia Ambuquí se encuentran ubicados las comunidades de Carpuela, **Chota**, El Juncal y Chalguyaco.

El Valle del Chota es una región ecuatoriana, que se encuentra en medio de la sierra andina, caracterizada por tener una población aproximada de 2.000 habitantes de origen africano y por ser cuna de muchos jugadores de la Selección nacional de fútbol de Ecuador.

TABLA N° 2: POBLACIÓN PARROQUIA AMBUQUÍ

Género	Población		
	2010	2011	2012
Hombre	2.707	2748	2790
Mujer	2.770	2748	2790
Total	5.477	5.496	5.580

Fuente: INEC 2010, www.hoy.com.ec

Elaborado por: Las Autoras

1.8. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

1.8.1. POBLACIÓN URBANA Y RURAL DE LA PARROQUIA

Según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, se obtuvo la siguiente población dividida en urbano y rural de la Parroquia Ambuquí:

TABLA N° 3: POBLACIÓN URBANA RURAL

PARROQUIAS	URBANO	RURAL	TOTAL
AMBUQUÍ	-	5.477	5.477
TOTAL	-	5.477	5.477

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

El total de la población de la Parroquia Ambuquí se encuentra ubicado en el área rural, esto es por dicha Parroquia es considerada rural, según datos obtenidos en el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo).

1.8.2. AUTO IDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL

En base al censo de población y vivienda realizado en el año 2010, la auto identificación étnico racial de la Parroquia Ambuquí es la siguiente:

TABLA N° 4: AUTO IDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL

PARROQUIAS	INDÍGENA	AFROECUA-TORIANO	MONTUBIO	MESTIZO	BLANCO	OTRO	Total
AMBUQUÍ	405	2.981	8	1.999	83	1	5.477

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: Las Autoras

En Ambuqui hay 5.477 habitantes de los cuales el 54.43% corresponde a los afroecuatorianos, siendo esta la población que predomina en dicho sector, seguido por los mestizos con el 36.50%.

1.8.3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios, éstos se agrupan en los siguientes: actividades agropecuarias, industrias y de servicios.

TABLA N° 5: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

PARROQUIA	GÉNERO	PEA	PEI	PET
AMBUQUI	Hombre	1.385	738	2.123
	Mujer	841	1.382	2.223
	Total	2.226	2.120	4.346

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: Las Autoras

La población económicamente activa se concentra más en el género masculino con un 62.22%, esto es porque los hombres se dedican a la agricultura por lo que son considerados como la cabeza de la familia, de igual manera la población económicamente activa es mayor que la inactiva, ya que las mujeres en un porcentaje menor del 37% se dedican a las tareas domésticas o la lavandería en el río y los niños principalmente los adolescentes, terminadas las jornadas escolares, tratan de encontrar en el fútbol disputado en las polvorientas canchas del pueblo una alternativa económica para su futuro o simplemente buscan divertirse sanamente.

1.9. SITUACIÓN SOCIAL

1.9.1. EDUCACIÓN

El nivel de educación existente en la Parroquia Ambuquí se muestra en el cuadro siguiente, cuyos datos se obtuvo del último censo de población y vivienda realizado en el año 2010:

TABLA N° 6: NIVEL DE EDUCACIÓN

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	410	8
Centro de Alfabetización	55	1
Preescolar	51	1
Primario	2337	47
Secundario	1040	21
Educación Básica	496	10
Bachillerato - Educación Media	187	4
Ciclo Pos bachillerato	26	1
Superior	181	4
Postgrado	10	0
Se ignora	153	3
Total	4946	100

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

El 47% del total de la población tiene el nivel primario, seguido por el 21% que corresponde al nivel secundario, siendo estos los más altos, es preocupante que en dicha Parroquia el 4% tienen la educación superior,

esto se da ya que la mayoría de personas desde muy jóvenes se dedican a trabajar sea en la agricultura, el turismo y otros se vuelven futbolistas.

Los indicadores de educación confirman los bajos logros de desarrollo que pueden alcanzar los afro ecuatorianos, factor que incide fuertemente en las oportunidades en el mercado laboral en los ingresos e incluso en el autoestima.

1.9.2. SERVICIOS BÁSICOS

En la Parroquia Ambuquí cuenta con los siguientes servicios básicos, cuyos datos se obtuvo del último censo de población y vivienda realizado en el año 2010:

TABLA N° 7: RECOLECCIÓN DE LA BASURA

Parroquias	Por carro recolector	La arrojan en terreno baldío o quebrada	La queman	La entierran	La arrojan al río, acequia o canal	De otra forma	Total
AMBUQUÍ	959	325	111	31	29	11	1.466

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

En la Parroquia Ambuquí en su mayoría tienen el servicio de recolección de basura, esto es el 65.42%, siendo esto muy importante para que los habitantes de la Parroquia tengan donde depositar la basura ocasionada en el transcurso de la vida cotidiana.

TABLA N° 8: ABASTECIMIENTO DE AGUA

Parroquias	De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	De carro repartidor	Otro (Agua lluvia/albarrada)	Total
AMBUQUÍ	666	81	672	5	42	1.466

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

En la Parroquia Ambuquí el 45.84% adquieren el agua mediante el río, vertiente; es decir aquí no existe para el total de la población el servicio de agua potable solo para el 45.43%, que los porcentajes casi son el mismo; sin embargo es importante que el líquido vital sea adquirido por el total de la población, esto es signo de desarrollo.

- **SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

El servicio de energía eléctrica es necesario para el buen vivir de las personas en un lugar determinado.

TABLA N° 9: SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Parroquias	Red de empresa eléctrica de servicio público	Panel Solar	Generador de luz (Planta eléctrica)	Otro	No tiene	Total
AMBUQUÍ	1.391	-	3	4	68	1.466

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

El 98.88% de la población encuestada en el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 tienen energía eléctrica, esto es muy importante ya que de esta manera se logrará el desarrollo de la Comunidad del Chota.

- **ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS**

La eliminación de las aguas servidas es de vital importancia ya que mediante esto se logrará eliminar y contrarrestar muchas enfermedades en la Comunidad, por lo que a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA N° 10: ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS

Parroquias	AMBUQUÍ
Conectado a red pública de alcantarillado	741
Conectado a pozo séptico	151
Conectado a pozo ciego	54
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	35
Letrina	58
No tiene	427
TOTAL	1466

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

El 50.55% la eliminación de las aguas servidas lo realizan por medio de la red de alcantarillado público, el 10.30% conectado a un pozo séptico, el 3.97% aún poseen letrinas; es importante recalcar que a pesar que el 100% de la población no posee el servicio de alcantarillado público la mayoría si lo tiene, siendo esto muy bueno para el desarrollo de la Comunidad.

- **TELÉFONO CONVENCIONAL**

En la actualidad el uso de un teléfono convencional es de vital importancia, siendo este el medio de comunicación más eficaz en el Ecuador; sin embargo con el uso de la telefonía celular ha disminuido considerablemente su uso.

TABLA N° 11: TELÉFONO CONVENCIONAL

Parroquias	Si	No	Total
AMBUQUÍ	389	1.089	1.478

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: INEC Censo 2010

El 73.68% del total de los habitantes de la comunidad del Chota no poseen teléfono convencional, esto se da por la existencia de la telefonía celular que tienen cada vez más acogida a nivel nacional.

1.10. ASPECTOS ECONÓMICOS

1.10.1. AGRICULTURA

La población negra desde la época de la colonia ha trabajado en la cosecha de la caña de azúcar, como principal cultivo. Las tierras del valle del chota están regadas por el río chota que las hace fértiles y aptas para el cultivo de frutas tropicales: plátano, uvas, mango, fresas, aguacates, chirimoyas, babaco, y el legendario ovo. La producción de la caña y sus derivados: Azúcar, aguardiente, raspadura, miel.

Todos estos derivados constituyen el eje alrededor del cual se organiza una eficiente empresa económica, controlando el agua y la fuerza del

trabajo, producida para el autoconsumo así como también hacia los diferentes mercados de la región. Existen también cultivos de yuca, tomate, guandul, etc. Además existe la tuna y cochinilla, insecto que se lo utiliza para la elaboración de pigmentos en los cosméticos.

La mayor parte de habitantes se dedican a la comercialización de sus cultivos, distribuidos en diferentes ferias que se organizan en varias ciudades cercanas.

1.10.2. CULTURA

La principal manifestación es la música y su destreza para bailar y tocar la bomba, el tambor y otros instrumentos muy rudimentarios. A continuación se detalla los principales expresiones de cultura existente en el lugar:

- **La Bomba del Valle del Chota:** Es una manifestación dancística, poética, musical, tradicional de las comunidades afro descendientes de Carpuela y el Juncal en el Valle del Chota. La bomba viene desde épocas ancestrales y es parte de la cultura negra, expresión del ritmo y la música que llevan en las venas. La bomba es interpretada por la Banda Mocha.
- **La Banda Mocha:** Está generalmente conformada por 14 músicos, y el conjunto de instrumentos que conforman han sido elaborados con los materiales de su entorno ecológico, tradicionalmente han utilizado instrumentos en “puros” (calabazos silvestres secos) a los que vacían y cortan por un extremo dejándolos “ mochos” de ahí su nombre, los soplan como una tuba; con las ramas del penco han hecho una trompeta, con los carrizos flautas transversas, la calanguana es una calabaza con incisiones amanera de huiro. La bomba esta echo en caña guadua o tronco de árbol de bolsa y pie de chivo. Los instrumentos de la Banda Mocha son bomba, tambor, por platillos de

las bandas de procedencia occidental; la flauta transversa y vertical del carrizo (pingullo) semejantes a las usadas por poblaciones indígenas de la Sierra Norte

- **Danza:** Otra característica de la música negra del Chota en su íntima relación con la coreografía, presente en muchas de sus manifestaciones musicales, como: “El Caderazo” que es un baile de pareja, la mujer persigue al hombre buscando golpearle con su cadera, si esto sucede el hombre sale avergonzado.
- **Otros bailes tradicionales:** son “la angara”, “el puro”, “la zafra”, “el bundi” y el famosísimo “ baile de la botella” que es un baile de pareja en el que la mujer lleva una botella en la cabeza con perfecto equilibrio y sin perder la armonía y el movimiento.

1.10.3. TURISMO

En la actualidad el Chota ofrece a sus visitantes lo mejor de sus tradiciones con su música alegre y bailes típicos entre los que se destaca "la bomba", además de lo antes mencionado también el Valle del Chota ofrece a los turistas las siguientes alternativas:

- **Puente colgante peatonal sobre el Río Chota:** En la comunidad de Pusir Grande está ubicado el puente colgante, con una extensión aproximada de 200 metros, da servicio a los moradores de las comunidades negras del valle, conecta las provincias de Carchi e Imbabura, es un lugar de atracción turística.
- **Museo Honka Monka:** Para conocer la cultura de los habitantes del Chota pueden visitar el museo de Honka Monka que se ubica al lado este de la Panamericana, a 2 Km. después del valle del chota.

- Playa del Río Chota: Ofrece un amplio espacio para los bañistas, para diversas actividades, la playa está compuesta por una gran extensión de cantos rodados y arena.

GRÁFICO N° 2: RÍO CHOTA



Fuente: www.visitaecuador.com

1.11. ASPECTOS CULTURALES

- **Música y Danza:** La salsa y la bomba marcan el ritmo del pueblo afro. La bomba viene desde épocas ancestrales y es parte de la cultura negra, el ritmo y la música lo llevan en la sangre. El Baile de la Bomba, consiste en hacer desafíos entre algún hombre y una mujer que baila con una botella de puro sobre la cabeza. Sus polleras plisadas y su blusa de colores llamativos forman un cuadro lleno de colorido y ritmo alegre. Las letras de ésta contagiosa música se inspira en el río, en las mujeres, en los amores, en las frutas. Es una manifestación dancística, poética, musical, tradicional de las comunidades negras del Valle del Chota.
- **Artesanías:** La rama artesanal ha cobrado gran importancia siendo muy apreciados los trabajos en mascarás de acilla, trapiche, mundialmente conocidos.

GRÁFICO N° 3: ARTESANÍAS



Fuente: www.visitaecuador.com

- **Gastronomía:** La succulenta gastronomía son los principales atractivos de la zona, como el guandul, plato típico de la región, pondrán el toque de identidad y serán parte de la oferta gastronómica que degustarán los visitantes en las chozas de caña guadua y paja, construidas para la ocasión. Son más de 60 familias de la zona que se dedicarán durante los tres días al expendio de fritada con yucas, guandul con carne asada y arroz, caldos de gallina criolla, entre otros.

1.12. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOD

A continuación se presenta la matriz AOOD, en la cual se presentan, los aliados, oportunidades, oponentes y los riesgos a los cuales está expuesto la puesta en marcha del presente proyecto.

TABLA N° 12: CONSTRUCCIÓN MATRIZ A-O, O-R

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto dirigido a toda la población sin distinción de posición social • Ubicación apropiada de acuerdo al requerimiento de los clientes • Infraestructura adecuada para el desarrollo de las diferentes actividades • Contar con talento humano capacitado en atención al cliente • Turismo en el Ecuador • Disponibilidad de Recursos Naturales en el Valle del Chota. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de cultura, provoca que algunas personas no prefieran visitar Corporación Cultural sino en lugares establecidos. • Ausencia de infraestructura relacionada con el turismo de recursos culturales: centros de información y servicios básicos deficientes. • Ausencia de técnicos especializados en turismo cultural y ausencia de emprendimientos. • Falta de proyectos culturales que permitan el desarrollo de la provincia y del país. • Limitado conocimiento de los recursos naturales que posee la Comunidad del Chota
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el servicio de la Corporación a través de alianzas estratégicas con grupos de turismo y cadenas productivas. • Explotar los atractivos culturales de la Comunidad Valle del Chota. • Lograr eficiencia y competitividad en la Corporación, con base a la administración por competencias. • Anclar los actos culturales de la Corporación a la Feria textil (Atuntaqui), Fiesta del Inti Raymi, Feria del Cuero en Cotacachi y fiestas populares de Imbabura • Calidad de servicio al turista con base a la capacitación del Talento Humano en administración y competencias del turismo cultural. • Posicionar en el mundo los recursos culturales del Valle del Chota, con base a la puesta en operación de la Corporación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios turísticos culturales ya posicionados en el Ecuador. • Disminución de la motivación por conocer los recursos culturales a la población en general. • Contaminación de ríos, y deforestación. • No adaptabilidad de la población de la calidad del servicio al turista. • Transferencia de malas costumbres a la comunidad. • Cambios adversos culturales de la demanda. • Fuga de talento humano a otros países.

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Las Autoras

1.13. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO EXTERNO Y OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

Una vez realizado el análisis del diagnóstico situacional se identificó que existen necesidades y oportunidades de inversión.

Las necesidades más importantes de la población del Valle del Chota constituyen, la limitada cultura empresarial expresada en la ausencia de técnicos especializados en turismo cultural, lo que dificultaría realizar alianzas estratégicas con grupos de turismo comunitario y cadenas productivas, lo que no permitirá competir con servicios turísticos culturales ya posicionados en el país.

La ausencia de servicios básicos e infraestructura turística cultural, dificultaría la adaptación y confortabilidad de los turistas a los recursos culturales del Chota y su entorno. Lo que también podría suceder es que estos no se adapten a las necesidades de calidad del servicio del turista.

La alternativa para dar solución a las necesidades de los turistas y aprovechar la oportunidad de inversión, constituye la creación de una Corporación que administre los Recursos Culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota, ya que dispone de aliados importantes como: Ubicación, infraestructura adecuada, turismo y la disponibilidad de los recursos naturales en el Valle del Chota que nos permitirán una buena instalación y desarrollo de la corporación en la comunidad ya que tendrán acceso tanto turistas nacionales como extranjeros.

El proyecto cuenta con algunas oportunidades, las mismas que son: potenciar el servicio de la corporación para la explotación de los atractivos culturales que ayudaría brindando una excelente calidad en el servicio

para los turistas en general, de esta manera, de esta manera se contribuiría al desarrollo cultural.

Los oponentes para este proyecto son: la falta de cultura, ausencia de infraestructura y técnicos especializados que influiría en poca concurrencia de visitantes a la comunidad.

Como en todo proyecto existen riesgos, tales como: falta de motivación, no adaptabilidad de la calidad del servicio a los turistas, contaminación del medio ambiente y fuga de profesionales a otros países.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según el diccionario de informática (2012): Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Por lo tanto el estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.2. CORPORACIÓN

2.2.1. DEFINICIÓN

Conjunto de personas que pertenecen a un mismo cuerpo o institución que se dedican a realizar diversos trabajos y servicios de manera independiente con el fin de conseguir un enriquecimiento común. (www.deconceptos.com/ciencias-juridicas)

Es decir que la Corporación es un Contrato de hecho o de derecho por el cual dos o más personas unen sus capitales, bienes o industrias para emprender, bajo ciertas condiciones, en actividades mercantiles, comerciales o de servicio con fines de lucro.

2.3. ADMINISTRACIÓN

2.3.1 DEFINICIÓN

Según ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Manifiesta: “La administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos. Para ello se vale de ciertas labores esenciales como la planeación, la organización, la dirección y el control”.

La administración también se puede definir como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Para una correcta administración es necesario tener un proceso administrativo el cual consiste en la planeación, organización, dirección y control.

2.3.2. OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN

(MUNCH Lourdes, 2010). Menciona que los objetivos de la administración son:

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.

- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

2.3.3. FASES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

(ANZOLA ROJAS Sérvulo, 2010), manifiesta que: La administración presenta cinco fases que constituye el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma continua:

- **Planeación:** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyecto de acción futuros de entre alternativas
- **Organización:** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración:** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas
- **Dirección:** Es la función de administrar los recurso de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.

- **Control:** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

2.3.4. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Según el autor (KOONTZ, 2008). Presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la empresa

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.
- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.
- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas.
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

2.4. MISIÓN

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”.

La misión persigue un propósito general para la empresa u organización, a través de la presentación de su producto poniendo a disposición de los consumidores potenciales del mercado.

2.5. VISIÓN

Para D´ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: “*La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo*”.

El objetivo de la visión es proporcionar una guía acerca del futuro y el progreso de la empresa, donde se propone un alcance en reconocimiento como llegar hacer el mejor en sus actividades

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

KAST y Rosenzweig, (2005), “La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos”.

Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal que incluye todo lo que está previsto en la organización, como la estructura informal que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella, dando lugar a la estructura real de la organización.

2.6.1. ORGANIGRAMAS

ENRIQUE B. Franklin, (2005), afirma que el organigrama es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen”.

La finalidad del organigrama es proporcionar información por medio de representaciones gráficas de los aspectos fundamentales de los cuales se conforma la estructura organizacional, permitiendo entender en lo general la relación e integración de los elementos que la conforman.

2.6.2. TIPOS DE ORGANIGRAMAS

Los organigramas pueden existir algunos tipos; sin embargo se consideran los más comunes como son:

a) ORGANIGRAMA VERTICAL

En los organigramas verticales, cada puesto subordinado a otro se representa por cuadros en un nivel inferior, ligados a aquel por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad. De cada cuadro del segundo nivel se sacan líneas que indican la comunicación de autoridad y responsabilidad a los puestos que dependen de él y así sucesivamente.

b) ORGANIGRAMA HORIZONTAL

Representan los mismos elementos del organigrama anterior y en la misma forma, sólo que comenzando el nivel máximo jerárquico a la izquierda y haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia la derecha.

c) ORGANIGRAMA CIRCULAR

Formados por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo derredor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización. En cada uno de esos círculos se coloca a los jefes inmediatos, y se les liga con líneas, que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

d) ORGANIGRAMA ESCALAR

Señala con distintas sangrías en el margen izquierdo los distintos niveles jerárquicos, ayudándose de líneas que señalan dichos márgenes.

e) ORGANIGRAMA MIXTO

En este tipo de organigramas usted puede mezclar los tres tipos de organigramas anteriores (Vertical, Horizontal, Circular) en uno sólo, cada empresa, cada organización utiliza este tipo de organigramas debido a su alto volumen y complejidad de puestos que tienen bajo su administración y con ello buscan la optimización del espacio en el que se encuentran trabajando, tome en cuenta que la mayoría de los documentos con los cuales se labora son de tipo tamaño carta por lo que se hace imprescindible el utilizar este tipo de herramienta para poder reconocer los diversos puestos que utiliza la organización.

2.6.3. CLASIFICACIÓN DE LOS ORGANIGRAMAS

Los organigramas se clasifican de la siguiente manera: según el Autor Terry George:

- Estructurales, muestran solo la estructura administrativa de la empresa.
- Funcionales, indican en el cuerpo de la gráfica, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de los departamentos.
- Generales, facilita una visión muy amplia de la organización, se limita a las unidades de mayor importancia presentes en toda la organización; se llaman también cartas maestras.
- Departamentales, representan la organización de un departamento o sección.
- Esquemáticos, contienen solo los órganos principales, se elaboran para el público, no contienen detalles.
- Analíticos, son los organigramas más específicos, los cuales suministran una información detallada y técnica, incluso se complementan con informaciones anexas y por escrito, símbolos convencionales de referencia con datos circunstanciados. Se destinan al uso de directores, expertos y personal de estado mayor.
- Suplementarios, se utilizan para mostrar una unidad en forma analítica o más detallada, tales unidades pueden ser una dirección, un departamento, una gerencia entre otros. Son complemento de los analíticos.

2.7. TURISMO

El turismo es el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y se detiene en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

2.7.1. TIPOS DE TURISMO

En la actualidad es posible determinar la existencia de varios tipos de turismo según los gustos de los viajeros y las actividades que pueden realizarse durante la estancia, sin embargo aquí se mencionan los principales:

a) Turismo de compras, se caracteriza por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.

b) Turismo cultural, se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita.

c) Turismo gastronómico, tiene como objetivo que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.

d) Agroturismo, consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y puede participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas.

e) Ecoturismo, es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a

los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza.

f) Turismo de aventura, consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico.

2.8. RECURSOS TURÍSTICOS

Para los autores Koontz Harold y Cyril O'Donnell (2008). Los recursos turísticos básicos son aquellos que producen atracción por si solos y suponen la consecución de estancias, caso de las playas, parques o parajes naturales, ríos, etc. Es importante una valoración global de todos los factores y variables que los componen, para facilitar la puesta en valor del conjunto o en su caso la reactivación, los objetivos que nos debemos marcar parten de la utilización general del recursos básicos y sus características para posteriormente alcanzar su utilidad o posible uso turístico de ocio o de recreación (actividades ligadas a la actividad principal, caso de sedentarismo, turismo, cicloturismo, navegación de ocio, etc.).

2.8.1. RECURSOS O ATRACTIVOS NATURALES

a) VALLE DEL CHOTA

Es un valle de clima cálido y paisajes desérticos que contrastan con el resto de la provincia. Está ubicado en la parte norte de la provincia al límite con la provincia del Carchi. Lo curioso de esta pequeña ciudad es que está poblada por gente negra, es por ello que con sus costumbres

ancestrales y su baile nos recuerdan a un pedacito de África en el Ecuador.(www.ecuador.rutasturisticas.com).

El Valle del Chota comprende las comunidades de:

- **Ambuquí:** Se ubica a 34 Km. al noreste de Ibarra, dentro del Valle del Chota, a una altura de 1500 m.s.n.m. de clima seco. Sus habitantes se dedican a la agricultura y con sus productos elaboran varios productos como vinos y mermeladas. Es la única población del Valle del Chota que está habitada por personas mestizas.
- **Chalguayacu:** Los choteños se dedican a la agricultura, así como también elaboran varios productos como vinos y mermeladas. La población de la Hoya del Chota se dedica mayormente a la elaboración de las conocidas mascararas de arcilla, igual que a la manufactura de otros diversos productos de arcilla. Al arribar a este valle, se puede encontrar a los costados de la carretera sitios de venta de uvas y vinos, cosechados y elaborados por los habitantes del lugar.
- **Juncal:** Ubicado a 49 Km. al noreste de Ibarra, está poblado en su mayoría por afroecuatorianos que se dedican a la agricultura y disfrutan más que el resto de comunidades del popular “**Baile de la Bomba**”. Es conocido por ser el semillero de grandes jugadores de fútbol que pertenecen a la selección nacional.
- **Carpuela:** Este pequeño poblado se dedica mayormente a la elaboración de las conocidas máscaras de arcilla, igualmente a la agricultura y a la manufactura de otros diversos productos de arcilla. Este pueblo pertenece al grupo afro-ecuatoriano del Valle y es conocida además por su producción de tomates y ovos

Este valle se ha desarrollado en la cuenca del río del Chota. La vegetación a orillas del río contrasta con los áridos terrenos de las laderas erosionadas. Tiene un clima tropical seco con una temperatura promedio de 24° C.

b) RÍO CHOTA

El río Chota marca el límite entre las provincias de Imbabura y del Carchi en su recorrido existe gran variedad de plantaciones especialmente de ovitos, los afluentes más importantes de este río son: el Salinas, el Salado y el Pisque.

c) RÍO MATAQUI

El río Mataqui, en la zona de Pimampiro. Rodeado de un buen paisaje, con aguas claras y una temperatura agradable. Este río le permite disfrutar de un saludable baño en sus cristalinas aguas y, además practicar la pesca en abundancia.

2.9. RECURSOS CULTURALES

Se considera un recurso cultural a todo vestigio del trabajo humano que constituya evidencia de la diversidad y variabilidad de las actividades y relaciones de individuos o sociedades y sus interrelaciones con el medio ambiente natural, en una perspectiva espacial y temporal. La designación de un recurso cultural se fundamentará principalmente en su valor histórico, derivado de su asociación a un aspecto de la historia humana y su evolución. (www.visitiecuador.com)

Los recursos culturales arqueológicos, históricos o antropológicos pueden comprender paisajes, yacimientos, sitios, estructuras y materiales culturales.

Hay tres tipos de recursos culturales: arqueológicos, históricos y etnológicos.

- **LOS RECURSOS ARQUEOLÓGICOS:** Son los restos materiales de origen indígena que datan de tiempos prehispánicos, o sea desde hace unos doce mil años hasta el siglo XVI.
- **LOS RECURSOS HISTÓRICOS:** Son las manifestaciones culturales que corresponden a tiempos coloniales y republicanos, principalmente edificios civiles, militares y religiosos, y diversas formas de arte como la literatura, pintura, escultura y orfebrería.
- **LOS RECURSOS ETNOLÓGICOS:** Son los que están vinculados con las poblaciones actuales y que se expresan a través de las costumbres, el lenguaje, el folklore y las actividades productivas tradicionales.

2.10. RECURSOS GASTRONÓMICOS, FOLCLÓRICOS Y ARTESANALES

La gastronomía del valle del Chota es variada en razón de los productos con los que se preparan diversos platos como sancocho de verde, caldo de gallina con yuca, arroz con guandul o fréjol y otros más. . Por ello se emplea una variedad de fréjol llamada guandul, así como plátano verde, yuca, arroz, fréjol.

En cuanto a bebidas tenemos las puntas (licor de caña). En la actualidad se está fabricando vino de ovo.(Ibarra, 2.013).

2.11. FIESTAS Y EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

- a) Carnaval Coangue el mes de febrero
- b) Olas del Río' en el Juncal mes de febrero
- c) Las Fiestas del Ovo en el mes de marzo
- d) Semana Santa en el mes de abril
- e) Fiesta de la Inmaculada Concepción en el mes de diciembre.

- **Carnaval Coangue**

Turistas nacionales y extranjeros, ya esperan esta fiesta que año tras año se ha convertido en el referente de la cultura negra y la tradición. El caluroso Valle del Chota se presta a recibir a los visitantes que disfrutarán de tres días de celebración por la temporada de carnaval.

Se esperan la visita de aproximadamente 50 mil personas quienes podrán degustar de la gastronomía, cultura, danza, peinados afros, elección de la reina y shows artísticos con artistas locales y nacionales. El río Chota está listo para recibir a los turistas que llegarán a disfrutar de los carnavales de Coangue.

Jorge Lara, representante de la Fundación Piel Negra, dijo que las comunidades del sector esperan estas fiestas que reactivan la economía local y dan a conocer su riqueza cultural. Al compás de la bomba y la salsa, los anfitriones recibirán a la gente con amabilidad y buenas costumbres.

La economía de más de 200 familias del Valle del Chota y Ambuquí se reactivarán este año. Además de los más de 100 vendedores de comida que se ubicarán en el canchón ubicado a las orillas del río Chota.

- **‘Olas del Río’ otra alternativa cultural**

La fiesta afro que se realiza en la comunidad de El Juncal, también se verá beneficiada con la realización de las actividades por el feriado de carnaval. Son más de 60 familias de la zona que se dedicarán durante los tres días al expendio de fritada con yucas, guandul con carne asada y arroz, caldos de gallina criolla, artesanías, ropa y demás productos. Pedro Julio, organizador de la fiesta, señaló que para las comunidades afros, esta es una temporada alta sobre todo para la economía del sector.

Esta fiesta tendrá para este año gran cantidad de actividades durante los tres días, además de la presentación de artistas locales y nacionales. La comunidad se presta a recibir a los turistas con su mejor sonrisa y un cálido ambiente que se conjuga con la temporada de carnaval.

La fiesta inicia el 10 y culmina el 12 de febrero en la provincia de Imbabura. Los turistas podrán hospedarse en Ambuquí, Pimampiro o Ibarra.

2.12. LEGISLACIÓN QUE AFECTA A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Ecuador ha emprendido un proceso ampliamente participativo que involucra a los actores directamente relacionados con el turismo de los sectores privado, comunitario y público, para juntos y de manera estratégica lograr que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado, con equidad, eficacia y eco-eficiencia.

OBJETIVOS:

- Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
- Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada

La Asamblea Nacional del Ecuador inició el primer debate sobre el proyecto de Ley Orgánica de Turismo, que busca establecer un marco legal para la promoción y el desarrollo de esta importante actividad económica en el país, además de la regulación de este sector, las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y usuarios.

(Constitución del Ecuador, 2.008). Art. 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las

sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

(Constitución del Ecuador, 2.008). Art. 58. Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

2.13. MERCADO

2.13.1. SEGMENTACIÓN

- **GEOGRÁFICA**

Según NICOLÁS, José. 2.009, afirma que: “Requiere la división de mercados en diferentes unidades geográficas como: países, Estados, regiones, condados, ciudades, vecindarios, etc.”. También se puede dividir el mercado en áreas geográficas más pequeñas, según el tipo de empresa y el tipo de producto”.

- **DEMOGRÁFICA**

El Mercado se divide en grupos de acuerdo con variables demográficas como: edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida de la familia, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad. Las variables demográficas son las bases más populares para distinguir a los grupos de personas, pues los deseos del consumidor, su preferencia e índices de uso con frecuencia están muy relacionadas con las variables demográficas.

- **OFERTA**

Mientras la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, la expectativa de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de los nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.

- **DEMANDA**

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participar del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

- **EL PRECIO**

Es quizás el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que éste será, en último término, el que defina el nivel de los ingresos.

- **COMPETENCIA**

La competencia es el verdadero motor de un gran número de actividades. La competencia se asocia, con frecuencia, a la idea de rivalidad u oposición entre dos o más sujetos para el logro de un objetivo, como la utilidad personal o la ganancia económica privada.

En economía, esta concepción se ha visto complementada por aquella otra que considera a la competencia como un mecanismo de la organización de la producción y de la determinación de precios y rentas.

2.14. ESTUDIO TÉCNICO

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes en esta área.

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

Las conclusiones del estudio es que deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

2.14.1. LOCALIZACIÓN

La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e, incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

La localización puede tener un efecto condicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas con cada ubicación posible.

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas típicas de los proyectos. Una clasificación más concentrada debería incluir por lo menos los siguientes factores globales.

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de los desechos.

2.14.2. TAMAÑO

En esta parte de la metodología de evaluación de proyectos es dónde más se requiere de ingenieros. Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y de ciertas técnicas. Si no se conoce estos elementos, el diseño de la planta viene a ser un arte más que un acto de ingeniería.

Es imposible desarrollar un método estandarizado para determinar de manera óptima la capacidad de una planta productiva, dada la complejidad del proceso y la enorme variedad de procesos productivos. Sin embargo, se intentará proporcionar una guía para realizar tal determinación.

Para determinar y optimizar la capacidad de la planta, es necesario conocer en detalle la tecnología que se empleará. Después de esto se entra a un proceso interactivo donde intervienen los siguientes factores:

- La cantidad que se desea producir, depende de la demanda potencial que se calculó en el estudio de mercado y de la disponibilidad de capital. Además, determina en gran medida el proceso de manufactura a seleccionar.
- La intensidad del uso de la mano de obra que se quiera adoptar: procesos automatizados, semiautomatizados o con abundante mano de obra en las operaciones.
- La optimización de la mano de obra. Con una estimación habrá gente ociosa; si sucede lo contrario, los trabajadores no alcanzarán a cubrir

las tareas que es necesario realizar, lo que retrasaría el programa de producción.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyectos de que se trata. Es decir, el tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

2.14.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

El proceso de producción 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 terminados mediante una determinada función de manufactura.

En el momento de elegir la tecnología que se empleará, hay que tomar en cuenta la investigación de mercado, pues esto dictará las normas de calidad y la cantidad que se requieren, factores que influyen en la decisión.

Otros aspectos que se deben considerar son la flexibilidad de los procesos y los equipos para procesar varias clases de insumos, lo cual ayudará a evitar tiempos muertos y a diversificar fácilmente la producción en un momento dado.

2.15. ESTUDIO ECONÓMICO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas preliminares para elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada, continua con la depreciación y amortización de toda la inversión inicial.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación ni amortización, dada su naturaleza líquida.

2.15.1. COSTOS

La estimación de costos futuros constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto, como por la variedad de elementos sujetos a valoración como desembolsos del proyecto.

Aunque diversos términos, conceptos y clasificaciones se han desarrollado e incorporado a la contabilización de los costos tradicionales para que proporcionen información válida y oportuna para la toma de decisiones, los costos no contables siguen siendo los más utilizados cuando debe optarse por uno o varios cursos alternativos de acción.

Mientras los costos contables son útiles en ciertos campos de la administración financiera de una empresa o para satisfacer los requerimientos legales y tributarios, los costos no contables buscan medir el efecto neto de cada decisión en el resultado.

- **COSTOS FIJOS**

Cuando varían los costos fijos, el punto de equilibrio cambia en la misma dirección; es decir si los costos fijos aumentan, el punto de equilibrio aumenta, por cuanto se requiere vender más unidades para cubrir el incremento de los costos fijos; si los costos fijos disminuyen, el punto de equilibrio también disminuye, por cuando se requiere vender menos unidades para cubrir los costos fijos menores.

- **COSTOS VARIABLES**

Según ZATAPA, Pedro, 2008, "Supone que únicamente se pueden considerar como costos del producto los que varían directamente con el volumen, considerando todos los demás como costos del período". Puesto que los materiales y mano de obra directos tienen carácter variable, la estimación de costos variables los trata, y también a los gastos generales variables, como costos de producto; todos los demás se consideran gastos del periodo en el que se incurrió en ellos.

2.15.2. GASTOS

Son desembolsos que se realizan en las funciones de financiamiento, administración y ventas para cumplir con los objetivos de la empresa.

BRAVO, Mercedes, 2009, señala que: "El sacrificio realizado (costo y gasto) se mide en unidades monetarias, mediante la reducción de activos o el aumento de pasivos en el momento en que se obtiene el beneficio". En momento de la adquisición se incurre en el costo, el cual puede beneficiar al período en que se origina o a uno o varios periodos posteriores a aquel en que se efectuó. Por tanto, costo y gasto es lo mismo, pero las diferencias fundamentales son:

- a) La función a la que se les asigna los costos se relacionan con la función de producción, mientras que los gastos lo hacen con las funciones de distribución, administración y financiamiento.

- b) Tratamiento contable. Los costos se incorporan a los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo dentro del Balance General; (Estado de Situación Financiera) los costos de producción se llevan al Estado de Resultados (Estado de Situación Económica) mediata y paulatinamente; es decir, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, lo cual afecta el renglón costo de los artículos vendidos.

Los gastos de distribución, administración y financiamiento no corresponden al proceso productivo; es decir, no se incorporan al valor de los productos elaborados, sino que se consideran costos de periodo; por ello, se llevan al estado de resultados inmediato e integralmente en el periodo en que se incurran.

2.16. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

2.16.1. OBJETIVOS

Existen algunos objetivos de financiamiento que a continuación se describen:

- Crear valor a partir de las decisiones del presupuesto de capital a través de financiamiento.

- Proveer de fondos a las actividades de las empresas sujetas de crédito.

- Brindar información precisa y actualizada de la oferta crediticia existente en el mercado para las empresas interesadas en obtener financiamiento.

2.16.2. ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para determinar cuál es la rentabilidad que obtendrá el inversionista por los recursos propios aportados para la materialización del proyecto, se debe efectuar una corrección al flujo de caja que mide la rentabilidad del proyecto, se debe efectuar una corrección al flujo de caja que mide la rentabilidad del total de la inversión, mediante la incorporación del efecto del financiamiento externo en la proyección de caja efectuada anteriormente, ya que la obtención de un préstamo o por la contratación de un leasing.

2.16.3. CLASIFICACIÓN

Las fuentes de financiamiento son:

➤ FUENTES INTERNAS

a) UTILIDADES NO REPARTIDAS

La utilización de reservas y utilidades no repartidas para financiar un proyecto suele formalizarse mediante su conversión en acciones liberadas.

(Stephen Ross, 2.009). Una vez que una empresa paga de sus utilidades netas como dividendos; el resto se retiene dentro del negocio y se denomina utilidades retenidas.

b) DEPRECIACIÓN

Los fondos de depreciación están destinados a la renovación de activos necesarios. Los excedentes de estos fondos, que se convierten en créditos sin impuestos, se pueden emplear para financiar otras necesidades de la empresa.

c) VENTAS DE ACTIVOS

Puede ser venta de activos, o de la cartera, o disminución de existencias o inventarios. No son muy convenientes, pueden poner en peligro la operación de la empresa.

➤ FUENTES EXTERNAS

El financiamiento externo necesario y el crecimiento están obviamente relacionados. Si todas las demás cosas se mantienen igual, entre más alta sea la tasa de crecimiento de ventas o activos, mayor será la necesidad de financiamiento externo.

Es necesario destacar que el interés en el crecimiento no radica en que éste sea una meta apropiada; en lugar de ello. Para los propósitos de esta exposición, el crecimiento es simplemente una forma conveniente de examinar las interacciones entre las decisiones de inversión y de financiamiento.

Entre las fuentes de financiamiento externo están las acciones que son títulos nominativos, representativos de la propiedad de una parte proporcional de una empresa y como tal identifican a su poseedor como propietario de terrenos, edificios, maquinaria y demás activos que

componen el patrimonio de la misma. También están los bonos, sobregiro Bancario, cartas de crédito, descuento de títulos y valores, titularización de activos, anticipo sobre contratos, créditos de fomento, Leasing o arrendamiento financiero, crédito de proveedores.

➤ **FINANCIACIÓN SEGÚN SU PLAZO DE VENCIMIENTO**

Según el plazo de vencimiento la financiación se estructura de la siguiente manera:

- a. **FINANCIACIÓN A CORTO PLAZO:** Es aquella cuyo vencimiento o el plazo de devolución es inferior a un año. Algunos ejemplos son el crédito bancario, línea de descuento, financiación espontánea, etc.

- b. **FINANCIACIÓN A LARGO PLAZO:** Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año, o no existe obligación de devolución (fondos propios). Algunos ejemplos son las ampliaciones de capital, autofinanciación, fondos de amortización, préstamos bancarios, emisión de obligaciones, entre otros.

2.17. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros permiten examinar y evaluar la situación económica de la empresa y tomar decisiones adecuadas con el fin de lograr propósitos y metas establecidas en un plazo determinado.

a) BALANCE GENERAL

El Balance General es un documento que muestra la situación financiera de una entidad económica a una fecha fija. El balance proporciona

información sobre los activos, pasivos y el patrimonio neto de la empresa en un periodo determinado.

b) ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados se indica los resultados de las actividades de una empresa dirigidas al logro de utilidades durante un periodo determinado. Indica los ingresos, gastos, ganancias, pérdidas y la utilidad (o pérdida) neta resultante.

c) FLUJO DE CAJA

Mediante el flujo de caja se ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes.

2.18. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Para realizar esta evaluación existen algunas técnicas tales como: el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Periodo de recuperación del capital, costo beneficio, punto de equilibrio.

a) VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un método de evaluación de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor presente de los flujos futuros de un negocio, usando la

tasa de redescuento acorde al rendimiento mínimo esperado, para que un proyecto sea factible el valor del VAN debe ser positivo lo que significa que se logra recuperar la inversión en el tiempo determinado.

Para su cálculo se usa la siguiente fórmula:

$$VAN = -II + \frac{FE}{(1+r)^1} + \frac{FE}{(1+r)^2} + \frac{FE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FEn}{(1+r)^n}$$

De donde:

I = Inversión inicial

FE= Flujo de efectivo

r= Tasa de redescuento

b) TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es aquella tasa de descuento que al utilizarla para actualizar los flujos futuros de ingresos netos de un proyecto de inversión, hace que su valor presente neto sea igual a cero.

Es decir, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de la rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias.

La fórmula para calcular la TIR es la que se muestra a continuación:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

De donde:

TRI= Tasa de redescuento inferior

TRS= Tasa de redescuento superior

VANI= Valor actual neto inferior

VANS= Valor actual neto superior

c) PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este método de evaluación de proyectos indica el plazo en que la inversión original se recupera con las utilidades futuras. El principio en que se basa este método es que, en tanto más corto sea el plazo de recuperación y mayor la duración del proyecto, mayor será el beneficio que se obtenga.

d) COSTO-BENEFICIO

La relación Costo - Beneficio, es la existente entre los ingresos y los gastos generados en un proyecto, para que un proyecto sea rentable es necesario que dicha relación sea mayor que uno, siendo de esta manera atractivo para los inversionistas.

Una vez obtenido tanto los ingresos y gastos actualizados con la tasa de redescuento es necesario aplicar la siguiente fórmula:

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

e) PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.

Existen muchas fórmulas para su cálculo; sin embargo se ha tomado en cuenta la siguiente:

$$PE\$ = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}}$$

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El propósito del estudio de mercado fue analizar la factibilidad de instalar una Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota, considerando las necesidades del mercado.

La primera parte del proyecto comprende el estudio de mercado del servicio cultural. Por ello se analiza la definición misma del servicio, el análisis de la demanda, oferta y sus proyecciones; así como el análisis de precios, hasta estructurar las políticas de comercialización del servicio.

Una vez conocido estos parámetros, se tendrá un panorama de las condiciones de mercado para el servicio cultural; lo que permitirá decidir si es conveniente la creación de la Corporación, considerando sobre todo la demanda potencial insatisfecha.

Como toda empresa que desea establecerse en el sector servicios, se fijó como mercado meta los turistas que ingresan al Ecuador y los Turistas nacionales que visitan Ibarra y la Comunidad Valle del Chota. Por ello se diseñó los instrumentos de investigación, considerando los objetivos del estudio de mercado, sus variables e indicadores, las mismas que contribuyeron a medir las preferencias por el servicio turístico cultural, precio, plaza y los canales de distribución para llegar al cliente. La información recopilada se procesó, clasificó, tabuló y graficó de los datos provenientes de la oferta, demanda y precios.

Una vez determinada la factibilidad del proyecto en base al informe de oferta y demanda, correspondió fijar las estrategias para diferenciar el

servicio de empresas turísticas de la naturaleza y aventura; considerando sobre todo las necesidades del cliente.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar el nivel de oferta y demanda del servicio cultural para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva en la comunidad del Chota, cantón Ibarra

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la oferta del servicio cultural en la comunidad Valle del Chota.
- Definir la demanda del servicio cultural en la comunidad Valle del Chota.
- Determinar la demanda potencial insatisfecha del servicio cultural.
- Determinar el precio de preferencia por los futuros usuarios del servicio cultural.
- Determinar los canales de difusión del servicio cultural de la Corporación.

3.3. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El servicio turístico como rescate, formación y difusión de la memoria cultural colectiva en la Comunidad Valle del Chota, será caracterizado como un proceso social que tendrá como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que se denominará cultura, así como a sus productos y servicios; ya que el concepto de cultural está fuertemente vinculado a una idea de patrimonio, como uso de bienes y servicios producidos como consecuencia de ciertos procesos culturales e históricos.

De este modo, la conjunción entre lo turístico y lo cultural implica la creación de espacios de interacción donde los turistas nacionales y extranjeros y la gente de la comunidad del Valle del Chota puedan dialogar y participar en los eventos culturales que disponga la Comunidad como patrimonio.

La cultura al turismo, implicará dar a conocer los procesos históricos que se expresan en instituciones y prácticas sociales siempre cambiantes y contingentes, intentando trascender la visión que postula la cultura como un producto acabado definido desde una concepción inmóvil.

La Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del Chota, se caracterizará a través de las siguientes actividades culturales:

TABLA N° 13: PAQUETE DE SERVICIOS CULTURALES COMUNIDAD DEL CHOTA

ACTIVIDADES CULTURALES	DESCRIPCIÓN
Historia del Valle del Chota	Relato contado
Leyendas	El culebrón La mujer de Punta Surco El murcielaguero
Arquitectura Vernácula	Observación de las casas de la comunidad
Música	Banda Mocha
Bailes Tradicionales	Bomba del Chota La angara El Puro La Zafra El Bundy El baile de Botella
Danza	El Caderazo
Festividades y Eventos	Chigualos Grupo de música
Artesanías del Valle	Caretas de arcilla
	Trapiche
	Horno
	Puente de Pusir
	Playa de Ambuquí
Museo Honka Monka	Carpuela (Visita)
Gastronomía	Sancocho de Carne de Chancho
	Guandul con arroz, carne de res, pollo, chanco y huevo
	Yuca con carne de chancho
	Molo (Puré de papa)
	Trago de Ovo
	Vino de Ovo
	Chicha de arroz
Tradiciones	Inocentes
Fiestas religiosas y cívicas	Carnaval
	San Valentín
	Fiesta de Ovo
	Semana Santa
	Mes de María
	Día de la Madre
	San Pedro
	Fiesta de la Parroquia
	San Francisco
	Finados
	Navidad

Elaborado por: Las Autoras

Una vez determinado el detalle del paquete turístico a continuación programaremos el recorrido del mismo, el cual tendrá una duración de 8 horas diarias.

Se contará con la presencia del guía de exposiciones iniciando el evento con la historia del Valle del Chota y sus leyendas mediante un relato contado, observando al mismo tiempo su arquitectura vernácula; teniendo la presentación de la banda mocha alegrándonos con su música y bailes tradicionales como la bomba del chota, el baile de la botella, el Caderazo, y para quienes gusten de la música contaremos con la presentación del grupo Chigualos.

Además existirá la venta de artesanías que serán recuerdo de la visita al Valle del chota, sin olvidar de su exquisita gastronomía brindada especialmente en las fiestas del Carnaval del Coangue.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para determinar la población de análisis, se utilizó la información proporcionada por el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Imbabura y el Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador (PDRN), detallado en el cuadro siguiente:

TABLA N° 14: ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

MES	2011	2012	2013
ENERO	105.541	117.151	130.271
FEBRERO	86.424	95.931	106.675
MARZO	87.486	97.109	107.986
ABRIL	87.509	97.135	108.014
MAYO	82.811	91.920	102.215
JUNIO	99.944	110.938	123.363
JULIO	117.997	130.977	145.646
AGOSTO	98.987	109.876	122.182
SEPTIEMBRE	80.083	88.892	98.848
OCTUBRE	88.338	98.055	109.037
NOVIEMBRE	92.566	102.748	114.256
DICIEMBRE	113.292	125.754	139.839
TOTAL	1.140.978	1.266.486	1.408.332

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Las Autoras

Se han identificado 1.140.978 turistas internacionales que han visitado el Ecuador en el año 2011. La cantidad de visitas se han incrementado un 11% en el año 2012, es decir 1.266.486 y un estimado del 11,20% de crecimiento para el 2013, obtenida en el Ministerio de Turismo dando un total de 1.408.332 turistas.

TABLA N° 15: INGRESO DE TURISTAS A IMBABURA

CANTONES	AÑOS			%
	2011	2012	2013	
Otavalo	275000	305250	339438	35%
Ibarra	180000	199800	222177	23%
Cotacachi	120000	133200	148118	15%
Antonio Ante	100000	111000	123432	13%
Urcuquí	100000	111000	123432	13%
Pimampiro	8000	8880	9875	1%
Total	783.000	869130	966472	100%

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Proyectado por las autoras

Una vez proyectado los datos estimados de ingresos de turistas a los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, correspondió determinar la cantidad de turistas para el año 2012 con un incremento del 11% y para el año 2013 está tomado como referencia la tasa de crecimiento del 11.20% obtenida por el Ministerio de Turismo, dando un total de 966472.

TABLA N°16: TURISTAS QUE HAN INGRESADO AMBUQUÍ

	TURISTAS		
	2011	2012	2013
TOTAL	30.069	33.377	37.115

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Las Autoras

Algunas instituciones públicas como el Ministerio de Turismo (MINTUR), Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), han hecho sondeos de mercado especialmente en los días de feriados, como en Carnaval del año 2011

en el cual visitaron la provincia alrededor de 30.069 visitantes, de los cuales el 48% proviene de Pichincha, 49% proviene del Carchi, 3% Tungurahua, Guayas, Loja y otros, para año 2012 se consideró el incremento del 11% dando un total de 33.377 y para el 2013 se utilizó la tasa de crecimiento del 11.20% estimada por el Ministerio de Turismo dando como resultado 37.115.

3.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.5.1. GEOGRÁFICA

En la investigación se consideró la segmentación geográfica, ya que los turistas son de diferentes regiones del Ecuador y de diferentes países del mundo que han visitado la ciudad de Ibarra y en especial la Parroquia de Ambuquí, donde se encuentra la comunidad del Valle del Chota.

3.5.2. DEMOGRÁFICA

En la investigación de mercado se analizó las variables demográficas, como el tamaño de las familias, la nacionalidad, edad, educación, ubicación, entre otras.

3.6. MERCADO META

El mercado meta para la Corporación de recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva en la Comunidad Valle del Chota, constituirán los turistas nacionales y extranjeros que visiten la Comunidad del Chota.

3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo se trabajó con la fórmula de la muestra para población finita, con la finalidad de obtener mayor confiabilidad en la recopilación de información.

FORMULA DE CÁLCULO:

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

NOMENCLATURA:

n = muestra

N = tamaño de la población 37.115 turistas nacionales y extranjeros

Z = nivel de confianza 1,96

e = error 0,05

δ^2 = error muestral del 0,25

$$n = \frac{37.115 * (1,96^2)(0,25)}{(0,05^2)(37.115 - 1) + (1,96^2)(0,25^2)}$$

n = 383 Turistas

El tamaño de la muestra de la población, con la que se trabajará en el Proyecto, es de 383 personas sobre las que se aplicará las encuestas respectivas, las mismas que ayudará para la obtención de información necesaria para establecer si es factible o no dicho proyecto de investigación. Con la aplicación de estas encuestas se podrá establecer si los servicios que ofrece un centro cultural es aceptado o no por los posibles consumidores, lo que da un punto de partida para los análisis siguientes como son: el estudio técnico y económico.

3.8. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recopilación de información del estudio de mercado se utilizó fuentes primarias, a través de una encuesta aplicada a turistas nacionales e internacionales que visitan la comunidad Valle del Chota. Para cuantificar la necesidad del servicio de turismo cultural se utilizó un cuestionario.

3.8.1. ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

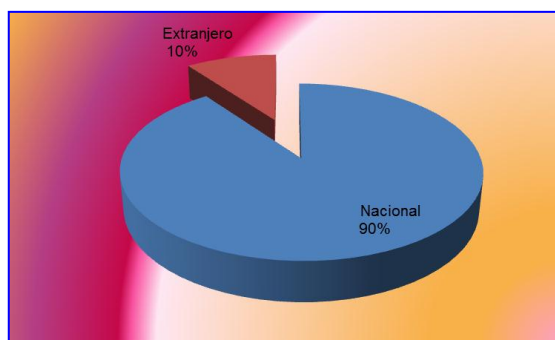
Objetivo: Cuantificar la demanda de servicio turístico memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota.

1. ¿Cuál es el lugar de procedencia?

TABLA N° 17: LUGAR DE PROCEDENCIA

Turistas	Total	Porcentaje
Nacional	345	90%
Extranjero	38	10%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 4: LUGAR DE PROCEDENCIA



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

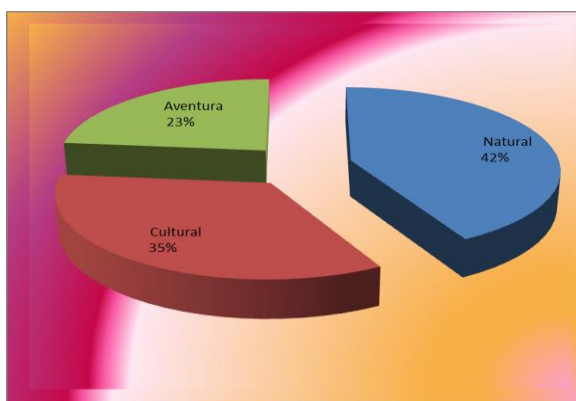
El estudio de mercado determinó que la tendencia de los turistas que visitan la comunidad del Valle del Chota, mayoritariamente provienen de las diferentes provincias del país ya que posee un clima favorable que hace que su visita sea una experiencia inolvidable y en menor significación turistas extranjeros ya que por falta de información no tienen conocimiento de los atractivos turísticos que tiene el Valle del Chota en sí, lo que garantiza la demanda interna en favor de la Corporación Cultural.

2. ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia?

TABLA N° 18: PREFERENCIA POR EL TIPO DE TURISMO

Alternativas	Total	Porcentaje
Cultural	160	42,1%
Natural	131	34,5%
Aventura	92	24%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 5: PREFERENCIA POR EL TIPO DE TURISMO



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

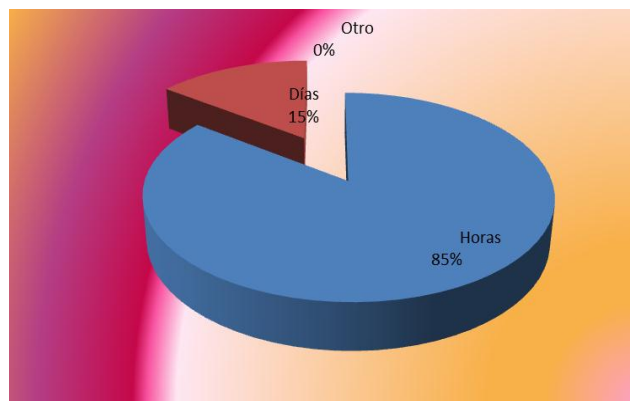
El tipo de turismo que tiene la tendencia de mayor importancia para la gente que visita Ibarra y el Valle del Chota es el turismo cultural, por conocer las diferentes costumbres y tradiciones que ofrece esta comunidad, seguido del ambiente natural que garantiza una satisfacción a todos quienes tienen el agrado de visitar y disfrutar de este valioso lugar, y por último el turista opta por el turismo de aventura.

3. ¿Cuánto tiempo tiene previsto permanecer en el sector?

TABLA N° 19: TIEMPO QUE VAN A PERMANECER EN EL SECTOR

Variables	Total	Porcentaje
Horas	324	85%
Días	59	15%
Otro	0	0%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 6: TIEMPO QUE VAN A PERMANECER EN EL SECTOR



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

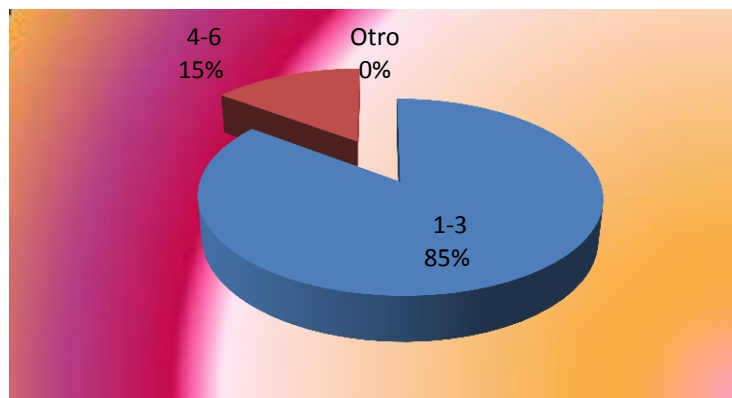
El tiempo de permanencia de los turistas en el Valle del Chota, mayoritariamente es por horas ya que el lugar es adecuado para un excelente esparcimiento sin necesidad de optar por una estadía permanente que interfiera en sus labores cotidianas, es por esto que el turista prefiere visitar en su tiempo libre varios lugares atractivos turísticos en diferentes partes de la provincia y del país.

4. ¿Cuántas personas le acompañan en su visita al Valle del Chota?

TABLA N° 20: NÚMERO DE PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN AL TURISTA

Personas	Total	Porcentaje
1-3	327	85,3%
4-6	56	14,7%
Otro	0	0,0%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 7: NÚMERO DE PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN AL TURISTA



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

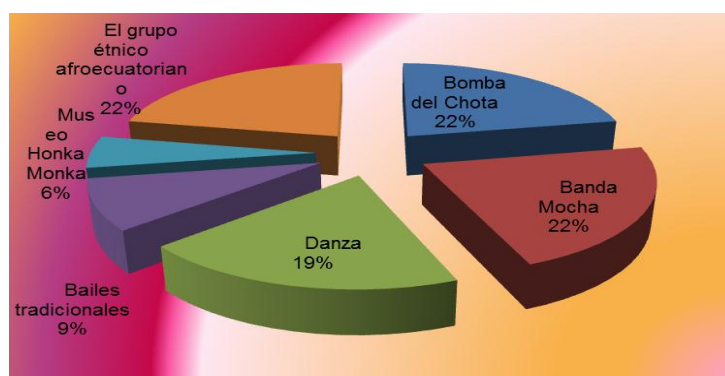
Según la encuesta realizada a los turistas se estableció que el número de personas que le acompañan al turista es de 1 – 3 personas, porque en la actualidad las familias están constituidas máximo de 2 a 3 cargas familiares, es por ello que resulta más fácil acceder a conocer la diversidad cultural de la comunidad del Valle del Chota, y de 4 – 6 miembros tiene una tendencia baja muchas veces por motivos económicos.

5. ¿Qué tipo de atractivo cultural es de su preferencia?

TABLA N° 21: TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL

Atractivos Culturales	Total	Porcentaje
Bomba del Chota	129	22%
Banda Mocha	129	22%
Danza	114	19,5%
Bailes tradicionales	52	8,9%
Museo Honka Monka	33	5,6%
El grupo étnico afroecuatoriano	129	22%
Total	586	100%

GRÁFICO N° 8: TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL QUE CONOCE



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

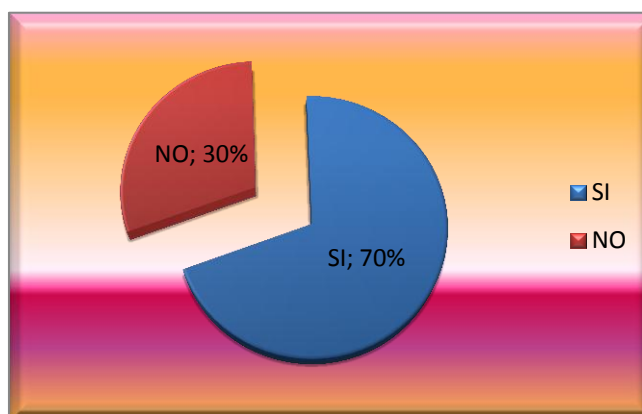
Determinamos que los turistas que visitan Ibarra y el Valle del Chota conocen con mayor predominio el grupo étnico, la Banda Mocha y la Bomba del Chota, es decir han tenido la oportunidad de conocer y disfrutar en algunos eventos sus magníficas presentaciones que llenan de alegría y entusiasmo en las fiestas más tradicionales como es el carnaval “Coangue”, “las olas del Río”, “la fiesta del ovo”, entre otras; en menor porcentaje la danza, los bailes tradicionales y el museo Honka Monka.

6. ¿Si hubiera una Corporación que administre los atractivos culturales en la Comunidad del Chota, los visitaría?

TABLA N° 22: ATRACTIVOS CULTURALES QUE VISITARÍA

Alternativas	Total	Porcentaje
SI	952	70%
NO	408	30%
Total	1360	100%

GRÁFICO N° 9: ATRACTIVOS CULTURALES QUE VISITARÍA



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

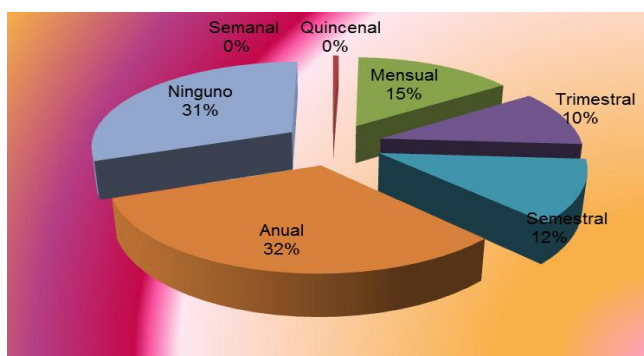
El estudio de mercado determinó que un grupo significativo de turistas manifestaron que definitivamente si visitarían la Corporación en la Comunidad Valle del Chota gracias a la calidez y amabilidad de su gente y sus novedosos atractivos culturales que hacen que se viva un ambiente lleno de diferentes costumbres y un grupo de menor significación manifestó que no lo visitaría, lo que quiere decir que a medida que se vaya posicionando la Corporación, será visitada por más personas.

7. ¿Con qué frecuencia visitarías los atractivos culturales en el Valle del Chota?

TABLA N° 23: FRECUENCIA DE VISITA ATRACTIVO CULTURAL

Variables	Total	Porcentaje
Semanal	0	0%
Quincenal	2	0,5%
Mensual	57	15%
Trimestral	40	10,5%
Semestral	44	11,6%
Anual	122	31,8%
Ninguno	116	30,5%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 10: FRECUENCIA DE VISITA ATRACTIVO CULTURAL



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

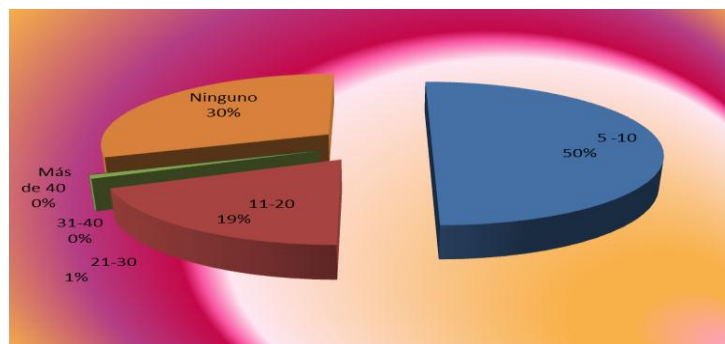
La frecuencia con que visitarían los turistas a la Corporación en la Comunidad Valle del Chota en mayor porcentaje sería anual ya que esta comunidad es más conocida por su popular fiesta tradicional “Carnaval del Coangue”, que gracias a la difusión realizada en diferentes medios de comunicación auspiciados por el Gobierno Provincial se han ganado el reconocimiento de quienes visitan este acogedor lugar.

8. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural en el Valle del Chota?

TABLA N° 24: DINERO A PAGAR POR EL SERVICIO CULTURAL

Dinero a pagar	Total	Porcentaje
5 -10	192	50%
11-20	73	18,9%
21-30	3	0,8%
31-40	0	0%
Más de 40	0	0%
Ninguno	115	30,3%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 11: DINERO A PAGAR POR EL SERVICIO CULTURAL



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

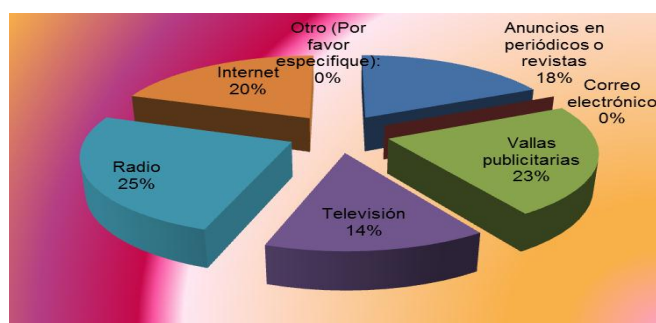
Según la encuesta realizada se determinó que la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar en mayor número los turistas, sería de 5 a 10 dólares, porque es un valor accesible que le permitirá pasar momentos inolvidables con toda la familia en un evento único lleno de música, danza, teatro y una variedad de platos típicos de la región y de esta manera enriqueciendo cada vez más la cultura en dicha comunidad

9. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

TABLA N° 25: MEDIOS POR LOS QUE PODRÍA INFORMARSE SOBRE EL SERVICIO

Medios de comunicación	Total	Porcentaje
Anuncios en periódicos o revistas	69	18,2%
Correo ordinario	0	0%
Vallas publicitarias	86	22,6%
Televisión	55	14,5%
Radio	98	25%
Internet	75	19,7%
Otro (Por favor especifique):	0	0%
Total	383	100%

GRÁFICO N° 12: MEDIOS POR LOS QUE PODRÍA INFORMARSE SOBRE EL SERVICIO



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Los medios por los que le gustaría recibir información a los turistas en general sobre los recursos culturales del Valle del Chota, sería en más alto porcentaje a través de la radio, porque la mayoría de sus habitantes prefiere este medio de comunicación, seguido de vallas publicitarias, INTERNET, anuncios en periódicos, revistas y televisión. Por lo que el presupuesto de publicidad se canalizará a estas actividades.

3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

3.9.1. DEMANDA

Para determinar la demanda del uso del servicio que ofrece la Corporación Cultural, se tomó en cuenta la población que ingresa a Ambuquí del año 2013 con una estimación de 37115 turistas en el cual se aplicó el 42.10% que manifestaron en la encuesta tener preferencia por el turismo cultural, dándonos como resultado 15625 turistas que visitarían Ambuquí.

A continuación se muestra la demanda encontrada según las encuestas realizadas:

TABLA N° 26: DEMANDA POTENCIAL

Año	Turistas que visitan Ambuquí año 2013	% de preferencia	Demanda Potencial
2013	37.115,00	0,421	15.625,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

Para la proyección de la demanda se realizó en base la tasa de crecimiento que es del 11.20% según el Ministerio de Turismo del Ecuador. A continuación se muestra la proyección de la demanda para cinco años.

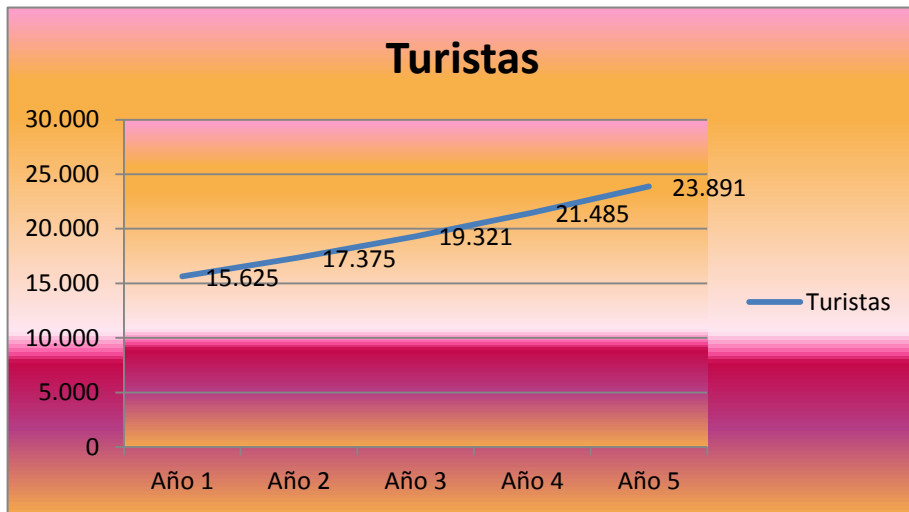
TABLA N° 27: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	15.625,00	17.375,00	19.321,00	21.485,00	23.891,00
TOTAL	15.625,00	17.375,00	19.321,00	21.485,00	23.891,00

Fuente: MINTUR

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 13: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: MINTUR

Elaborado por: Las Autoras

3.9.2. OFERTA

Para establecer la oferta se tomó en cuenta la información de los diferentes lugares existentes en la ciudad que realizan eventos culturales como es en el Teatro del Ministerio de Turismo, la Casa de la Ibarreñidad, la Casa de la Cultura, Gobierno Provincial de Imbabura, la Ruta del tren, donde se hizo una relación entre todos para establecer la oferta del proyecto determinando tomar como base los 1298 servicios turísticos realizados, a continuación se muestra en la siguiente tabla:

TABLA N° 28: SERVICIOS TURÍSTICOS CULTURALES

Detalle	Personas que visitan al año
Teatro del Ministerio de Turismo	194,7
Casa de la Cultura	259,6
Gobierno Provincial de Imbabura	324,5
Casa de la Ibarreñidad	129,8
Ruta del Tren	389,4
TOTAL	1298

Fuente: Investigación de Mercado, MINTUR

Elaborado por: Las Autoras

Para la proyección de la oferta de servicios turísticos culturales se utilizó la tasa de crecimiento económico del Ecuador que en el año 2012 fue del 4.80%, según el Banco Central del Ecuador. En el cuadro siguiente se muestra la proyección de la oferta para cinco años, tiempo estimado de recuperación de la inversión.

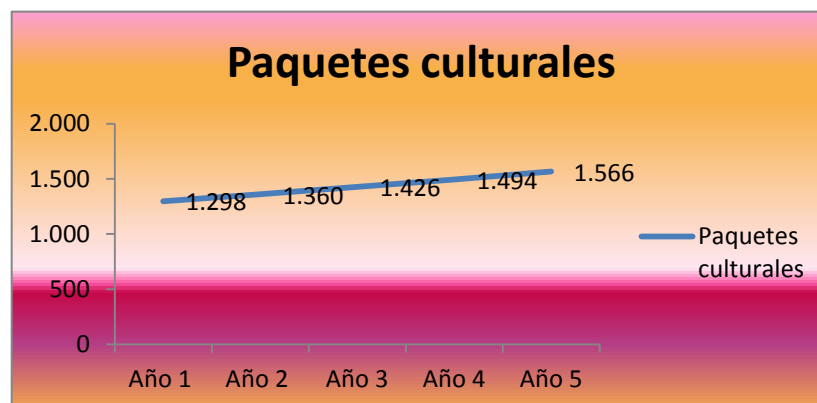
TABLA N° 29: PROYECCIÓN OFERTA PAQUETES TURÍSTICOS CULTURALES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquetes culturales	1298	1.360	1.426	1.494	1.566

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 14: PROYECCIÓN OFERTA PAQUETES TURÍSTICOS CULTURALES



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

3.10. BALANCE OFERTA-DEMANDA

Una vez obtenidos los datos tanto de la oferta como de la demanda, se hace necesario verificar si hay o no demanda insatisfecha, es decir que los centros Culturales existentes no logran cubrir toda la demanda requerida por los consumidores para este servicio.

TABLA N° 30: BALANCE OFERTA- DEMANDA

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2013	1.298,00	15.625,00	-14.327,00
2014	1.360,00	17.375,00	-16.015,00
2015	1.425,00	19.321,00	-17.896,00
2016	1.494,00	21.485,00	-19.991,00
2017	1.565,00	23.891,00	-22.326,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

Como se puede observar en el cuadro anterior si existe una demanda insatisfecha, la misma que será cubierta en un 46% por el proyecto, se ha tomado en cuenta este porcentaje, ya que las instalaciones de la Corporación Cultural abastecen al número de personas equivalentes a ese porcentaje, como mostramos en el cuadro siguiente:

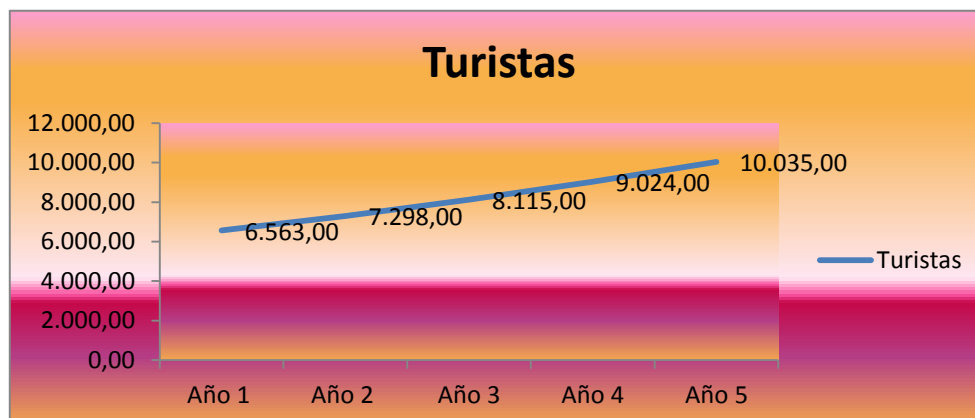
TABLA N° 31: CAPACIDAD DEMANDA DE TURISTAS

46% demanda insatisfecha que cubre el proyecto	0,46	11.20%			
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	6.563	7.298	8.115	9.024	10.035
TOTAL	6.563	7.298	8.115	9.024	10.035

Fuente: MINTUR

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 15: PROYECCIÓN CAPACIDAD DEMANDA DE TURISTAS



Fuente: MINTUR

Elaborado por: Las Autoras

La demanda potencial de proyecto es de 6563 turistas que visitarían la Corporación Cultural durante un año calendario, siendo esto más común en las festividades más relevantes, como se observa es un número alto de personas a los cuales se va a satisfacer las necesidades, proporcionando eventos de calidad y para todo público, ya que será la única organización que produciría este tipo de servicio turístico cultural. Para la proyección de los cinco años se tomó como referencia la tasa de crecimiento que es del 11.20% según el Ministerio de Turismo del Ecuador.

3.11. DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Para determinar los precios con los que operará la empresa se decidió considerar los expresados en la investigación de mercado por los posibles beneficiarios del servicio turístico cultural, precio de arranque de USD. 9.50, expresado por el 50%, con asignación de 8 horas en promedio por paquete de servicio turístico cultural. Para su proyección se utilizó el crecimiento promedio que tuvo una inflación en los últimos años de 5.21%, conforme se muestra el cuadro siguiente:

TABLA N° 32: INFLACIÓN

Años	%
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
Total	26,04
Promedio	5,21

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 33: PROYECCIÓN DE PRECIOS DEL SERVICIO TURÍSTICO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio por paquete	9,50	9,99	10,52	11,06	11,64

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Las Autoras

Cabe indicar que el precio de USD. 9.50, cubre únicamente el derecho de participar en el paquete de servicios turísticos que organizará la Corporación Cultural Valle del Chota.

3.12. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El reto de la Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del Chota, será ofrecer un servicio de calidad que genere ventajas competitivas sostenibles que garanticen la continuidad de su relación con los turistas nacionales e internacionales. Este servicio cultural estará caracterizado por:

- La creación de un vínculo de confianza entre Guía de exposiciones y Turistas nacionales e internacionales, a través de la fluidez de comunicación y accesibilidad a la información.
- La capacidad de transformar las percepciones del cliente en especificaciones de calidad del servicio Turístico Cultural.
- Rescatar, formar y difundir la memoria colectiva cultural de la Comunidad Valle del Chota.

- Tener acceso a información actualizada para poder analizar alternativas y alianzas para la diversificación del Turismo Cultural con el Turismo Natural y de Aventura.
- Dar cumplimiento a la oferta solución del servicio turístico cultural que es requerido por los turistas.

3.13. ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.13.1. SERVICIO

El propósito de la Corporación Cultural Valle del Chota es ofrecer un servicio de calidad que genere ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Por ello su caracterización se regirá en:

- Creación de un vínculo de confianza entre el turista y el guía de exposiciones de los paquetes turísticos y culturales, para conocer las verdaderas necesidades del turista.
- El personal de la Corporación Cultural debe tener la capacidad de transformar las percepciones del turista en especificaciones de calidad del servicio turístico cultural.
- Adecuar las actividades turísticas culturales a las necesidades del turista. (Socializar).
- Informar al turista en forma permanente sobre las promociones (eventos especiales), que son periódicos en el año.
- Informar oportunamente al turista la oferta del paquete turístico cultural.

3.13.2. PRECIO

El precio del servicio turístico cultural, se determinó tomando en consideración la competencia y los costos de operación de la Corporación Valle del Chota. Una vez conocido los costos y el precio del servicio determinado en el año 2013; seguidamente se determinó como precio base USD. 9.50 para el año 2013. Los precios calculados y proyectados en el período de evaluación del proyecto, permitirán a los inversionistas obtener la rentabilidad estimada.

3.13.3. PLAZA

Para suministrar el servicio turístico cultural a los turistas se utilizará los siguientes canales de distribución:

- Corporación Cultural Valle del Chota – Turista.
- Corporación Cultural Valle del Chota – Guía de Exposiciones –Turista.
- Corporación Cultural Valle del Chota – Internet (Página Web)– Turista.

3.13.4. PROMOCIÓN

La promoción del Servicio Turístico Cultural se realizará a través de un presupuesto de publicidad asignando en: Prensa Escrita, Radio, Trípticos y Folletos de la Memoria Colectiva Cultural. Estas actividades permitirán posicionar el nombre de Corporación en la mente de la gente que tiene preferencia por el turismo cultural; pero sobre todo se pondrá énfasis en la calidad y calidez del servicio cultural en todas sus necesidades.

3.14. CONCLUSIONES DE ESTUDIO DE MERCADO

Luego de realizar el estudio de mercado se determinó que es factible la creación de una Corporación Cultural ubicado en la Comunidad del Valle del chota que administre los recursos culturales para

el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural, ya que de esta manera se conservaría las costumbres, tradiciones y cultura de la región, incentivando así a la población a tener intereses culturales que tanta falta hace en la sociedad actual.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. PRESENTACIÓN

El estudio de viabilidad técnica evaluó si era físicamente posible hacer el proyecto. Por lo tanto el objetivo del estudio técnico dentro de la viabilidad económica del proyecto es netamente financiera. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Por ello, en este estudio se busca determinar de la composición óptima de los recursos que harían que la producción del servicio cultural se logre eficaz y eficientemente.

Las necesidades de inversión, los costos de operación del servicio turístico cultural y la decisión que se tome respecto al tamaño o capacidad de la Corporación, determinará el nivel de operación y estimación de los ingresos por ventas.

Uno de los factores que delimitará la capacidad de atención a los turistas culturales será la demanda potencial insatisfecha de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

En esta fase de estudio del proyecto también se calculó la inversión fija, diferida y el capital de trabajo; con la finalidad de cuantificar la inversión total en activos fijos y diferidos. También se calcula la TMAR (Costo de Capital o Tasa mínima aceptable de rendimiento), el tipo de financiamiento y el porcentaje de aporte el inversionista y el banco.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La selección de la localización de la Corporación Valle del Chota se definió en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona; y el de la microlocalización, que determina el lugar específico dónde se instalará e iniciará las operaciones del proyecto.

4.3. MACRO LOCALIZACIÓN

Constituye la selección del área dónde se ubicará la Corporación. Por lo que se tomará en cuenta los factores que incidirán en el mercado de uso del servicio e insumos, disponibilidad de mano de obra, infraestructura física y servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible e internet. Un factor importante a considerar es el marco jurídico económico e institucional del país, de la región o localidad.

GRAFICO N° 16: MAPA POLÍTICO PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: www.maps.google.com.ec/

Elaborado por: Google

4.4. MICRO LOCALIZACIÓN

Para la Micro localización o localización urbana, o suburbana o rural , es importante considerar el transporte para turistas, Policía y bomberos; costo de terrenos, cercanía a carreteras, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico, internet); tipo de drenajes, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, disponibilidad de restaurantes y hoteles, recolección de basura y residuos, restricciones legales, impuestos, tamaño del lugar, características topográficas del sitio, condiciones del suelo en el lugar, entre otras.

GRAFICO N° 17: MAPA SATELITAL UBICACIÓN IBARRA Y VALLE DEL CHOTA



Fuente: <http://maps.google.com.ec/>

4.4.1. FACTORES PARA REALIZAR LA MICROLOCALIZACIÓN

- **DATOS GENERALES DE LA COMUNIDAD VALLE DEL CHOTA.**

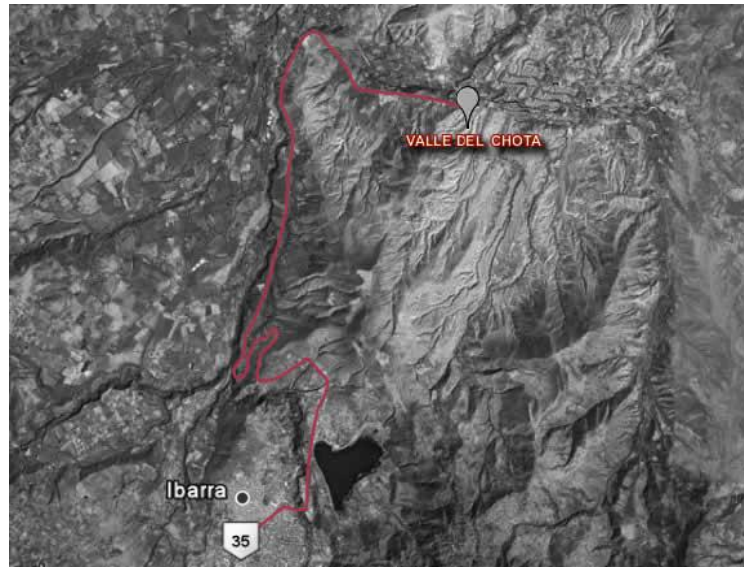
- a) Comunidades del Chota: Ambuquí y Carpuela, Juncal, Salinas
- b) Número de habitantes: 5.451
- c) Habitantes de clase media: 4654
- d) Habitantes de clase baja: 797
- e) Temperatura media: 19,5⁰C
- f) Altitud: 1500 m.s.n.m.

- **FACTORES QUE INCIDEN EN LA UBICACIÓN DE LA CORPORACION**

Los principales factores que a continuación se detallan, influyeron en la ubicación de la Corporación Cultural Valle del Chota:

- Transporte y accesibilidad de los turistas,
- Regulaciones legales,
- Viabilidad técnica,
- Viabilidad ambiental,
- Costos y disponibilidad de terrenos adecuados a las características del proyecto,
- Clima
- Estimulaciones fiscales
- Disponibilidad de servicios básicos
- Disponibilidad de mano de obra calificada

GRAFICO N° 18: MAPA DEL VALLE DEL CHOTA



Fuente: <http://www.google.com.ec/>

Para la aplicación de este método se siguió el siguiente procedimiento:

- **IDENTIFICACIÓN DE FACTORES**

TABLA N° 34: FACTORES Y PUNTOS PONDERADOS

	Factores	Peso
A	Transporte y accesibilidad de los turistas	5%
B	Regulaciones legales	5%
C	Viabilidad técnica	10%
D	Viabilidad ambiental	5%
E	Costos y disponibilidad de terrenos adecuados a las características del proyecto	5%
F	Clima	10%
G	Estimulaciones fiscales	5%
H	Disponibilidad de servicios básicos	20%
I	Disponibilidad de mano de obra calificada	15%
j	Hotelería y Turismo	20%
	Total	100%

Fuente: Observación Personal

Elaborado por: Las Autoras

- **LUGARES**

- Juncal
- El Chota
- Carpuela
- Ambuquí
- Salinas

- **PONDERACIÓN DE FACTORES**

TABLA N° 35: FACTORES Y PUNTOS PONDERADOS

Factor	Peso	Calificación					Calificación Ponderada				
		El Juncal	El Chota	Carpuela	Ambuquí	Salinas	El Juncal	El Chota	Carpuela	Ambuquí	Salinas
A	5%	9	9	9	10	8	0,45	0,45	0,45	0,5	0,4
B	5%	9	9	9	9	9	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
C	10%	9	8	8	10	7	0,9	0,8	0,8	1	0,7
D	5%	9	8	8	10	8	0,45	0,4	0,4	0,5	0,4
E	5%	9	8	8	10	8	0,45	0,4	0,4	0,5	0,4
F	10%	10	10	10	10	10	1	1	1	1	1
G	5%	10	10	10	10	10	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
H	20%	9	8	8	10	6	1,8	1,6	1,6	2	1,2
I	15%	8	8	8	8	7	1,2	1,2	1,2	1,2	1,05
J	20%	5	5	5	10	5	1	1	1	2	1
Total	100%						8,20	7,80	7,80	9,65	7,10

Elaborado por: Las Autoras

- **DECISIÓN**

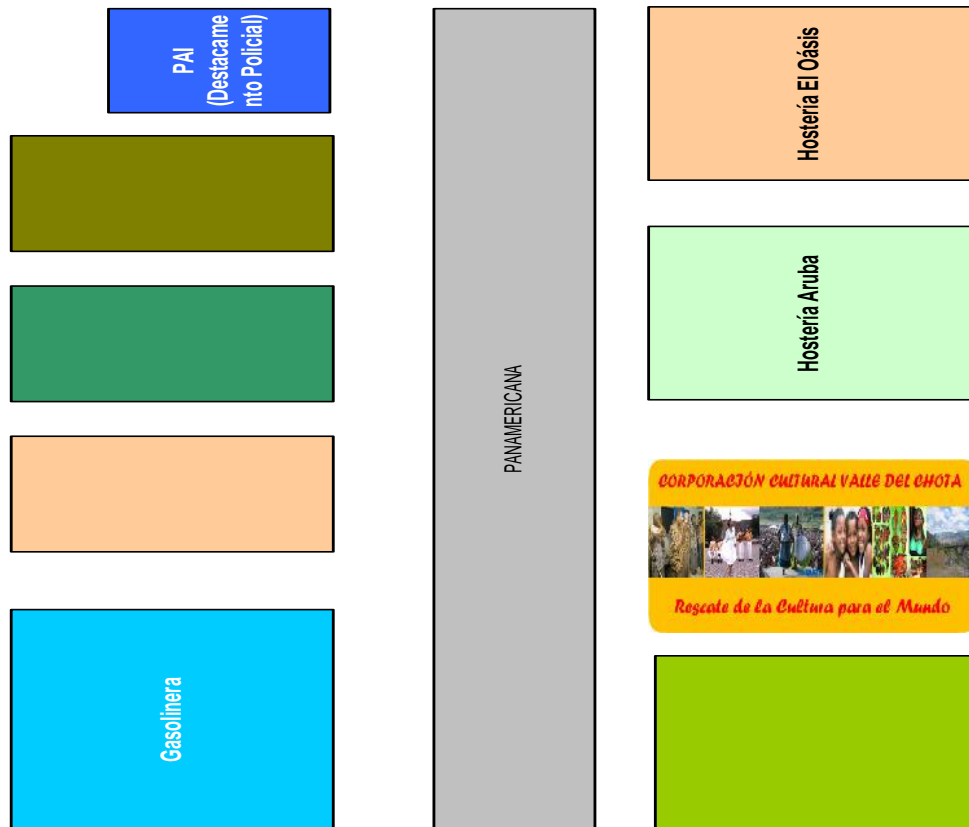
- Transporte y accesibilidad de los turistas: Tienen un peso del 5%, ya que todos los lugares tienen las mismas características de accesibilidad a los turistas. Sin embargo en cada sector se puede establecer diferencias por la mayor presencia de vehículos de servicio de cada comunidad y lugares paisajísticos
- Regulaciones legales: Las regulaciones legales también se consideraron para todos los sectores de la Comunidad Valle del Chota.
- Viabilidad técnica: Tiene un peso del 10% ya que comprende factores de diseño, procesos, economía, viabilidad comercial. Por ello se establecieron diferencias en la calificación, Ambuquí tiene una puntuación mayor y Salinas una puntuación menor.
- Viabilidad ambiental: Tiene un peso del 5%, ya que analiza factores que tiene que cumplir el proyecto en cualquier lugar de la Comunidad Valle del Chota. Se ha dado mayor puntuación al sector Ambuquí, ya que tiene mayor cultura por la experiencia en la administración de Hoteles y restaurantes.
- Costos y disponibilidad de terrenos adecuados a las características del proyecto: Tiene un peso del 5%, ya que existe disponibilidad de espacios en todos los sectores; sin embargo Ambuquí tiene mayores características adecuadas a las necesidades del proyecto.
- Clima: Tiene un peso del 10%, a pesar de que todo el sector dispone de un clima satisfactorio, sin embargo existe diferencia en el ambiente. Por lo que Ambuquí presenta una mejor ventaja cualitativa de percepción.

- Estimulaciones fiscales: Tiene un peso del 5%, el Estado Otorga incentivos (tributarios y no tributarios) a las inversiones en el territorio ecuatoriano. Como la reducción de 3 puntos del Impuesto a la Renta (IR) de sociedades (progresivo). En el año 2013 el IR será de 22%, reducción de 10 puntos al IR por reinversión de utilidades en activos productivos, entre otras.
- Disponibilidad de servicios básicos: Se ha dado una puntuación del 20%, ya que tiene mucho impacto en el desarrollo de nuevos proyectos. Por ello Ambuquí tiene mayor puntuación y Salinas tiene menor puntuación.
- Disponibilidad de mano de obra calificada: Se ha dado una puntuación del 15%, ya que tendrá mucho impacto en las operaciones de la Corporación; sin embargo en ausencia de personal en la zona, es posible reclutar personal calificado en la ciudad de Ibarra que se encuentra a 30 minutos.
- Hotelería y Turismo: Se ha dado una ponderación del 20%, será un medio de apoyo estratégico para la Corporación Valle del Chota. Por ello se ha asignado al sector de Ambuquí una puntuación de 10 puntos, frente a 5 puntos asignados a otros lugares de análisis.

Luego de la ponderación y asignación de puntos de 1 a 10 a cada sector, la localización del proyecto se realizará en el sector de Ambuquí en la panamericana, cerca de la Hostería Aruba.

4.5. UBICACIÓN DE LA PLANTA

GRÁFICO N° 19: UBICACIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Elaboración Personal

Elaborado por: Las Autoras

La ubicación de la planta también obedece al posicionamiento estratégico que tiene este sector en la panamericana, junto a las principales Hosterías de Ambuquí.

Además del paso obligado de los vehículos que circulan de norte a sur y de sur a norte.

4.6. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, entre otros.

TABLA N° 36: CAPACIDAD DE SERVICIOS CULTURALES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	6.563,00	7.298,00	8.115,00	9.024,00	10.035,00
TOTAL	6.563,00	7.298,00	8.115,00	9.024,00	10.035,00

Fuente: Investigación de mercados

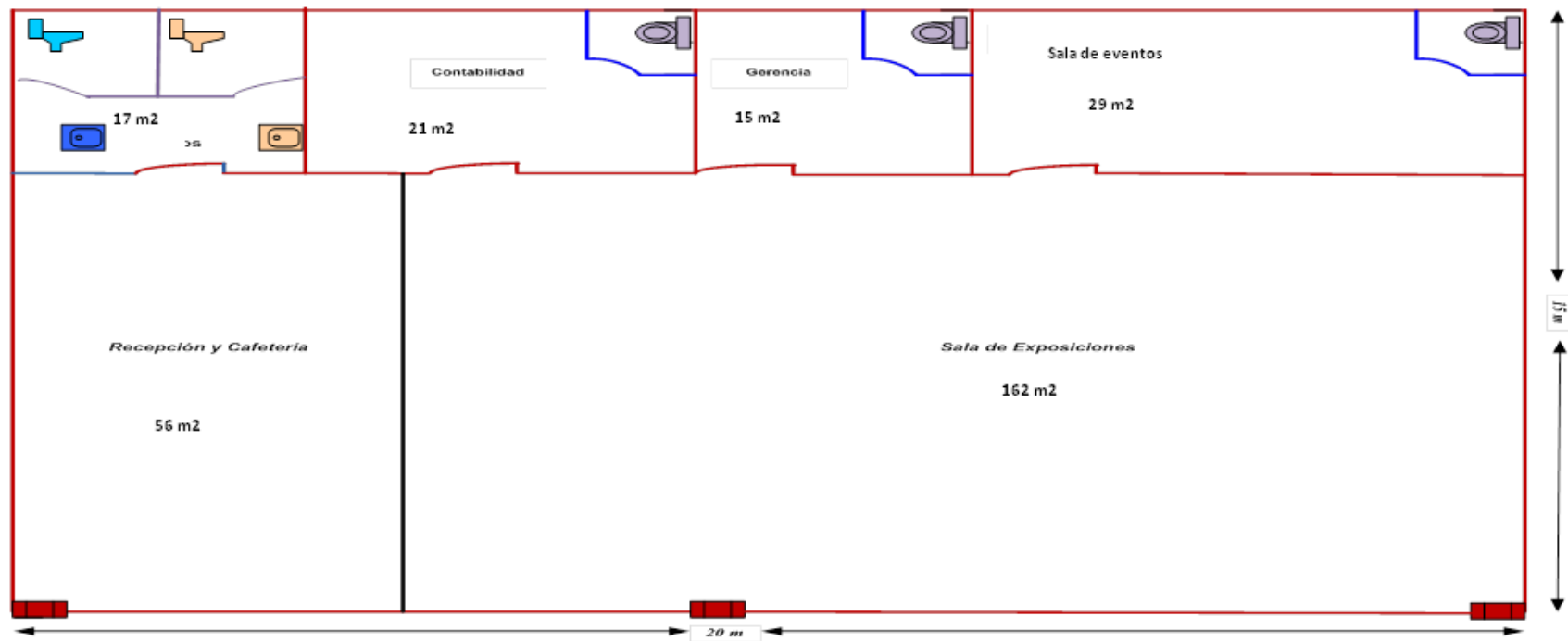
Elaborado por: Las Autoras

La capacidad de la planta se estimó en función del número de turistas que visitarían dicha corporación, del total de la demanda insatisfecha que es de 15625 turistas se tomó que el proyecto va a cubrir el 45% dando como resultado 6.563 personas que visitarían a la Corporación de manera anual, cuyo porcentaje se tomó de acuerdo a la capacidad instalada de la Corporación, tanto en infraestructura física como del personal que laborará dentro de la misma.

4.7. INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

4.7.1. DISEÑO DE INSTALACIONES

GRAFICO N° 20: DISEÑO DE INSTALACIONES

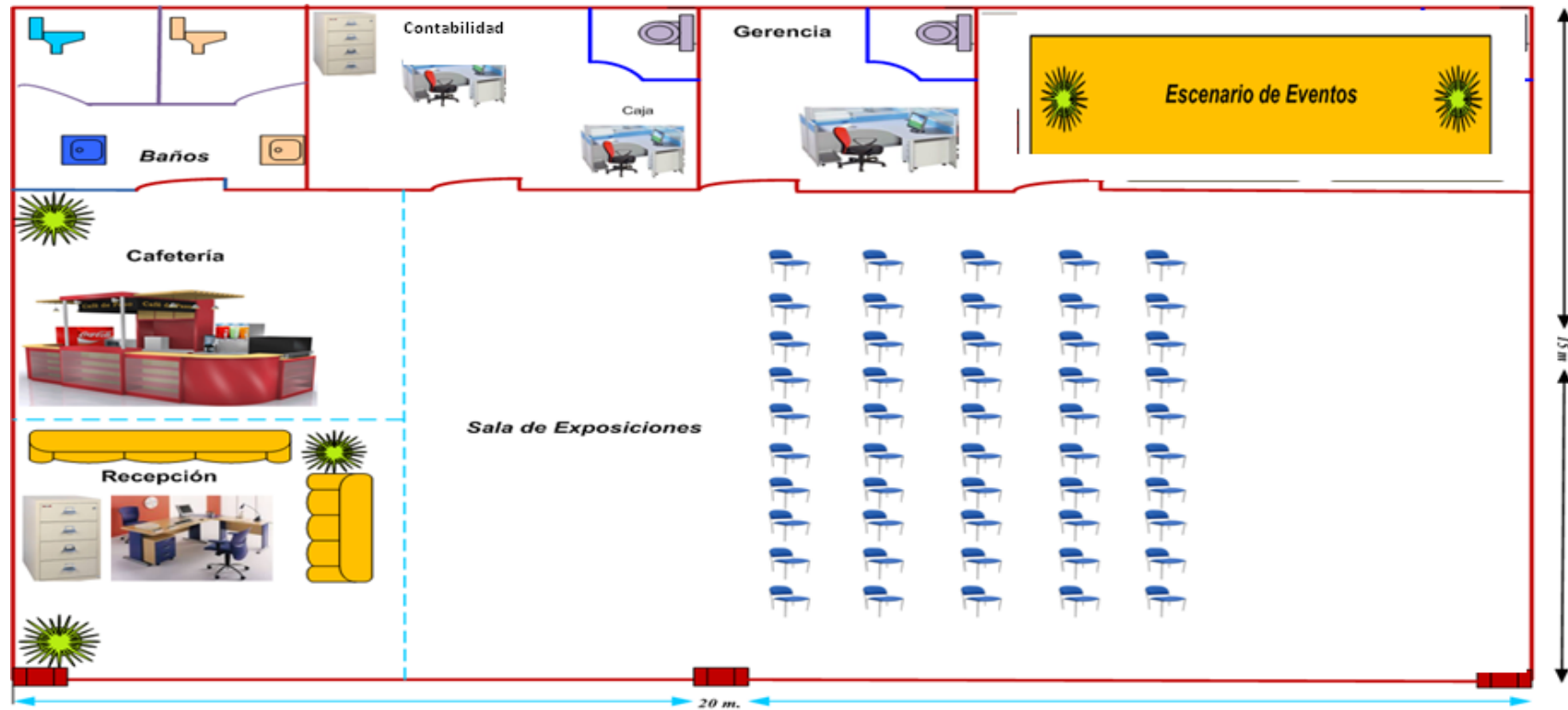


Fuente: Observación Personal

Elaborado por: Las Autoras

4.7.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

GRAFICO N° 21: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Observación Personal

Elaborado por: Las Autoras

La distribución de las áreas de trabajo de la Corporación Cultural Valle del Chota, está estructurada en función a las necesidades de la prestación del servicio cultural:

- a) **GERENCIA:** En esta área se tomara las decisiones en función de la planeación gerencial con el equipo de trabajo.

- b) **CONTABILIDAD:** En la dirección se planeará las actividades contables y financieras de la Corporación. Aquí trabajará el contador , para lo que dispondrán de un escritorio personal y una computadora individual.

- c) **RECEPCIÓN Y CAFETERÍA:** Es el lugar dónde atenderá la recepcionista a los turistas; y, dónde podrán disfrutar de un café o una agua aromática.

- d) **SALA DE EXPOSICIONES:** en esta área se realizará tanto las exposiciones de obras de arte, pintura, etc., la misma que contará con todos los andenes necesarios para tener una exposición de calidad y que cumpla con las expectativas tanto de los turistas como del expositor, ya que de eso depende que el expositor vuelva a las instalaciones.

- e) **SALA DE EVENTOS:** se realizarán eventos tales como: teatro, danza, música, etc., en las cuales disfrutarán de espectáculos extraordinarios que hacen la diferencia de otros lugares culturales existentes en la Provincia, por la variedad de eventos, los cuales no serán comunes si no espectaculares para que se deleiten todos los turistas.

- f) **BAÑOS:** constituye un área para uso de damas y caballeros.

TABLA N° 37: DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS

Áreas	Unidad de Medida	Especificaciones Técnicas	Tamaño
Gerencia	m ²	Moderna	15
Contabilidad	m ²	Moderna	21
Recepción y Cafetería	m ²	Moderna	56
Sala de Exposiciones	m ²	Moderna	162
Sala de Eventos	m ²	Moderna	29
Baños	m ²	Moderna	17
Total			300

Fuente: Observación Personal

Elaborado por: Las Autoras

4.8. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La función de la ingeniería del proyecto consistirá en producir el servicio turístico cultural, mediante la participación de una determinada tecnología; es decir, la combinación de mano de obra, maquinaria, equipos y procedimientos operativos para la obtención del servicio deseado.

Por ello se analizó las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores de prestación del servicio cultural, identificando a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos e ingresos de operación asociados con cada una de las alternativas de prestación del servicio y/o producción.

El proceso de prestación del servicio cultural, se realizará en la planta de la Corporación Cultural Valle del Chota, cuyas características se ajustan a

las necesidades de ergonomía y sobre todo a salvaguardar la seguridad de los turistas y trabajadores. Existen actividades que se realizarán en diferentes lugares de la Comunidad, de acuerdo a las necesidades del servicio turístico cultural y al itinerario.

4.8.1. PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO CULTURAL

La importancia del proceso radica en dar el servicio cultural de acuerdo a las preferencias del turista nacional y extranjero. El proceso de prestación del servicio, se apoya en los siguientes elementos:

- Turista.
- Necesidad de turismo cultural
- Corporación Cultural Valle del Chota.
- Contrato del Servicio.
- Uso de servicio Cultural.
- Paquete Turístico Cultural.

El proceso de prestación de Servicio Cultural constituye el disfrute de un conjunto de actividades y eventos que se realizaran en compañía de un Guía de exposiciones, de acuerdo al itinerario planificado, El Servicio cultural estará compuesto por la sumatoria de actividades y eventos en los diferentes lugares de la Comunidad Valle del Chota:

a) La historia contada del Valle del Chota y leyendas

- Relato contado
- El culebrón
- La mujer de Punta Surco
- El murcielaguero

b) La música producida por los músicos de la banda mocha

- Banda Mocha
- c) Los bailes tradicionales como la bomba del Chota, la danza, el Caderazo
- Bomba del Chota
 - La angara
 - El Puro
 - La Zafra
 - El Bundy
 - El baile de la Botella
- d) Danza
- El Caderazo
- e) Festividades y Eventos,
- Chigualos
- f) Artesanías del Valle del Chota,
- Caretas de arcilla
 - Trapiche
 - Horno
 - Puente de Pusir
 - Playa de Ambuquí
- g) Visita al Museo Honka Monka,
- Carpuela (Visita)
- h) Gastronomía,
- Sancocho de Carne de Chancho
 - Guandul con arroz, carne de res, pollo, chanco y huevo
 - Yuca con carne de chancho

- Trago de Ovo
 - Vino de Ovo
 - Chicha de arroz
- i) Fiestas religiosas y cívicas.
- Carnaval
 - San Valentín
 - Fiesta de Ovo
 - Semana Santa
 - Fiesta de la Parroquia

A continuación se describe un sinnúmero de actividades que podrían conformar el paquete turístico cultural:

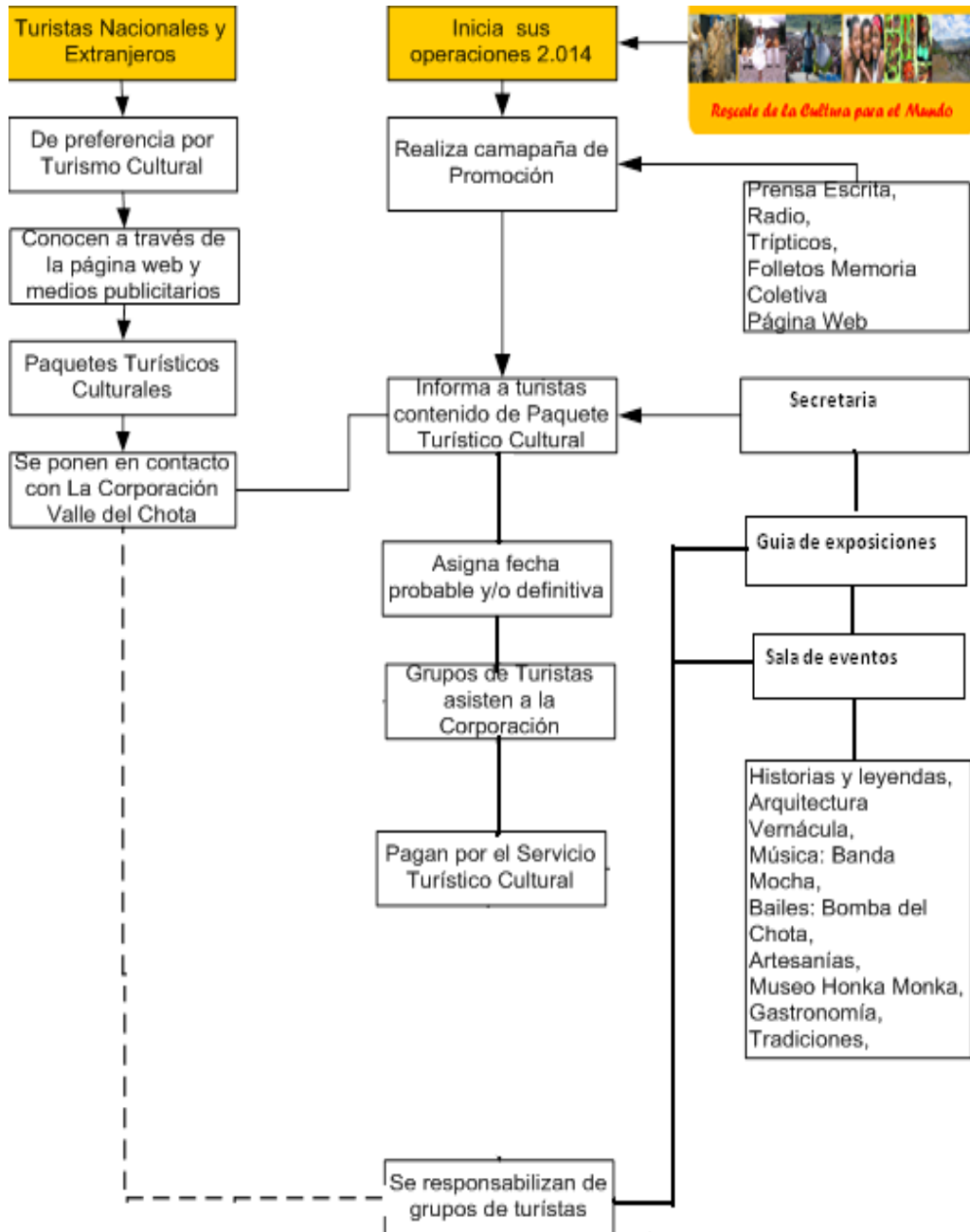
TABLA N° 38: PAQUETE TURÍSTICO CULTURAL

N°	Actividad	Tiempo
1	Historia del Valle del Chota y Leyendas	1
2	Grupo Étnico del Chota	0
3	Arquitectura Vernácula	0
4	Música	2
5	Bailes Tradicionales	0
6	Danza	1
7	Festividades y Eventos	1
8	Artesanías del Valle	1
9	Museo Honka Monka	1
10	Gastronomía	1
11	Trago de Ovo	0
12	Tradiciones	0
13	Fiestas religiosas y cívicas	0
	Total	8

Fuente: Observación

Elaborado por: Las Autoras

GRAFICO N°22: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIO CULTURAL



Fuente: Observación Personal
 Elaborado por: Las Autoras

4.8.2. TECNOLOGÍA

El factor tecnológico será de mucha importancia en la Corporación Valle S.A. del Chota para la prestación del servicio cultural. Por ello se requerirá tecnología de punta; ya que, a más de la utilización de sistemas computacionales para llevar las finanzas y comercialización; también será necesario que el personal que labore, tenga conocimientos de procedimientos, leyes y reglamentos que regirán el normal funcionamiento de la institución.

Para la generación del servicio cultural se necesitará tecnología tradicional como los instrumentos de música, de danza, vestimenta, accesorios, entre otros. La tecnología que básicamente se utilizará en la Corporación, se detalla a continuación:

- Sistema Contable.
- Computadoras.
- Impresoras.
- Copiadora
- Entre otras.

Cabe indicar que la tecnología que se seleccione influirá directamente sobre la cuantía de las inversiones, los costos y los ingresos del proyecto. Por ello se tomará en cuenta la cantidad y calidad de maquinarias y equipos, herramientas, mobiliario de planta y otras inversiones que dependerán del proceso del servicio Cultural.

4.9. INVERSIÓN DEL PROYECTO

4.9.1. TERRENO

El terreno que se pretende adquirir para la construcción de la Planta de la Corporación Valle del Chota es de una superficie de 300 m²; con dimensiones de 20 m. de largo por 15 m. de ancho, su área satisface las necesidades del proyecto. El costo por m² es de USD 35. Su ubicación es a doscientos metros de la Hostería Aruba, al frente de la Gasolinera. Su precio es sumamente cómodo; logrado por un parentesco de los propietarios con los inversionistas. Con todas estas características, el costo total asciende a la cantidad de USD. 10500.

TABLA N° 39: TERRENO

m2	Detalle	costo Unitario	Costo Total
300,00	Terreno	35,00	10.500,00
	TOTAL		10.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.9.2. OBRA CIVIL

La obra civil será construida en una área de 300 m², lugar dónde operará la planta de la Corporación Cultural Valle del Chota S.A.”, la misma que dispondrá de una Sala de Exposiciones, Recepción y Cafetería, Baños, Oficinas para la Gerencia, Director de Finanzas, Director Comercial, y Director de Eventos. La construcción de la obra civil será en ladrillo, concreto, techo en eternit, de acuerdo a las especificaciones técnicas del Departamento de Construcciones de Ilustre Municipio de Ibarra.

TABLA N° 40: EDIFICIO

Áreas	Unidad de medida	Especificaciones técnicas	Tamaño	Costo unitario	Costo total
Sala de Exposiciones	m ²	Moderna	162	140	22617
Gerencia	m ²	Moderna	15	140	2105
Recepción y Cafetería	m ²	Moderna	56	140	7867
Dirección Eventos	m ²	Moderna	29	140	4086
Contabilidad	m ²	Moderna	21	140	2972
Baños	m ²	Moderna	17	140	2353
Total			300,000		42.000

Fuente: Cotización Ing. Civil Luis Barahona

Elaborado por: Las Autoras

4.9.3. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

TABLA N° 41: EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Cantidad	Detalle	costo Unitario	Costo Total
	Área administrativa		
3	Computadora	625,00	1.875,00
3	Impresora láser	105,00	315,00
1	Sistema contable	336,00	336,00
	Sala de eventos		
1	Computadora	625,00	625,00
	TOTAL		3.151,00

Elaborado por: Las Autoras

4.9.4 MUEBLES Y ENSERES

TABLA N° 42: MUEBLES Y ENSERES

Cantidad	Detalle	costo Unitario	Costo Total
	Sala de exposiciones		
3	Vitrina	130,00	390,00
1	Mostrado empotrado	260,00	260,00
1	Estanterías	165,42	165,42
	Sala de eventos		
120	Sillas	35,00	4.200,00
3	Vitrales 2m	300,00	900,00
2	Basureros	15,00	30,00
	Área administrativa		
6	Sillas pequeñas	35,00	210,00
3	Sillas secretaria	65,00	195,00
3	Escritorios	180,00	540,00
3	Archivadores	80,00	240,00
2	Dispensador de papel higiénico	25,00	50,00
2	Dispensador de jabón líquido	25,00	50,00
3	Basureros	15,00	45,00
	TOTAL		7.275,42

Elaborado por: Las Autoras

4.9.5 MAQUINARIA Y EQUIPO

TABLA N° 43: MAQUINARIA Y EQUIPO

Cantidad	Detalle	costo Unitario	Costo Total
	Sala de exposiciones		
1	Equipo de sonido de alta potencia	850,25	850,25
	sala de eventos		
1	Amplificador	1.100,00	1.100,00
1	Caja Registradora	210,00	210,00
1	Teléfono	80,00	80,00
1	Micrófono inalámbrico bk profesional	178,00	178,00
1	Proyector	900,00	900,00
	Área administrativa		
3	Teléfonos	80,00	240,00
1	Telefax Panasonic	170,00	170,00
2	Sumadoras	60,00	120,00
3	Grapadoras	15,00	45,00
3	Perforadoras	10,00	30,00
3	Papelera	25,00	75,00
	TOTAL		3.998,25

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 44: INVERSIONES FIJAS

Detalle	valor
Terreno	10.500,00
Edificio	42.000,00
Equipo de computación	3.151,00
Muebles y enseres	7.275,42
Maquinaria y equipo	3.998,25
Total inversiones fijas	66.924.67

Elaborado por: Las Autoras

4.10. CAPITAL DE TRABAJO

4.10.1. RECURSO HUMANO

TABLA N°45: RECURSO HUMANO

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	334,86	4.018,32	488,23	334,86	318,00			429,95
Contador	1	328,12	3.937,44	478,40	328,12	318,00			421,83
Guía exposiciones	1	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318,00			409,64
Secretaria	1	323,06	3.876,72	471,02	323,06	318,00			415,73
TOTAL	4	1.304,04	15.648,48	1.901,29	1.304,04	1.272,00	0,00	0,00	1.677,15

Elaborado por: Las Autoras

4.10.2. HONORARIOS

TABLA N° 46: HONORARIOS

Detalle	Cantidad	Subtotal	IVA 12%	Total factura	Mensual
Museógrafo	1,00	300,00	36,00	336,00	28,00
Expositores	3,00	300,00	36,00	1.008,00	84,00
Grupo étnico Valle del Chota	1,00	300,00	36,00	336,00	28,00
Arquitectura vernácula	2,00	300,00	36,00	672,00	56,00
Grupo de Danza	3,00	250,00	30,00	840,00	70,00
Teatro de calle	1,00	800,00	96,00	896,00	74,67
TOTAL	11,00	2.250,00	270,00	4.088,00	340,67

Elaborado por: Las Autoras

Los honorarios se paga a las personas que realicen los eventos, exposiciones, músicos, grupos de danza, los mismos que al ser eventuales su pago se realiza mediante honorarios profesionales, en el cuadro anterior se detalla cada uno de los grupos que se van a presentar en la Corporación, los mismos que son todos los que se van a presentar durante un año.

4.10.3. CAPITAL DE TRABAJO NETO

TABLA N° 47: CAPITAL DE TRABAJO NETO

Detalle	Valor mensual	Capital de trabajo
Sueldos personal		1.677,15
Gerente	429,95	
Contador	421,83	
Guía exposiciones	409,64	
Secretaria	415,73	
Honorarios		340,67
Museógrafo	28,00	
Expositores	84,00	
Grupo étnico Valle del Chota	28,00	
Arquitectura vernácula	56,00	
Grupo de Danza	70,00	
Teatro de calle	74,67	
Servicios básicos		105,16
Luz eléctrica	35,00	
Agua potable	10,00	
Cable	15,00	
Internet	20,16	
Teléfono	25,00	
Gastos generales		50,00
Suministros de oficina	30,00	
Útiles de aseo	20,00	
Gasto de ventas		975,00
Publicidad	800,00	
Logística	175,00	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		3.147,98

Elaborado por: Las Autoras

4.11. INVERSIÓN DIFERIDA

Los gastos de constitución constituyen la inversión diferida, los cuales son aquellos gastos que se realiza para la puesta en marcha de la empresa.

TABLA N° 48: INVERSIÓN DIFERIDA

Detalle	Valor
Planeación e Integración del Proyecto	600,00
Página Web	500,00
Escritura Pública	300,00
Marcas y Patentes	500,00
TOTAL	1.900,00

Elaborado por: Las Autoras

4.12. RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

La inversión total se refiere al total de activos fijos, capital de trabajo, inversión diferida que va poseer la empresa, los activos fijos y la inversión diferida según la Ley de Régimen Tributario Interno vigentes deben ser depreciados y amortizados respectivamente conforme a los porcentajes expuesto en dicha Ley.

TABLA N° 49: INVERSIÓN TOTAL

Detalle	valor
Inversión fija	
Equipo de computación	3.151,00
Muebles y enseres	7.275,42
Maquinaria y equipo	3.998,25
Edificio	42.000,00
Terreno	10.500,00
Total Inversión fija	66.924,67
Capital de Trabajo mensual	3.147,98
Inversión diferida	
Gastos constitución	1.900,00
TOTAL INVERSIÓN	71.972,65

Elaborado por: Las Autoras

El proyecto contará con una inversión total de USD 71.972.65, de los cuales el 40% (USD 28.789.06), será mediante aporte de socios y la diferencia que es el 60% (USD 43.183.59), se acudirá a una Institución Financiera que para el proyecto se decidió por el Banco Nacional de Fomento (BNF).

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

Para determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto, primeramente se observó que exista viabilidad de mercado y técnica. Ahora corresponde determinar la factibilidad financiera; que satisfaga las expectativas de los inversionistas.

El análisis económico contribuyó a determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, que en este caso constituye las inversiones y el costo total de operación de la Corporación (que abarque las funciones de prestación del servicio cultural, de administración y ventas), apoyados en indicadores que aporten a la evaluación de la parte final y definitiva del proyecto.

Para iniciar el análisis, primeramente se considerará los resultados del estudio de mercado que son los servicios culturales y el precio; con el propósito de determinar los ingresos del proyecto y su proyección.

5.1. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

5.1.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos se calcularon en base al estudio de mercado en el cual se obtuvo una demanda insatisfecha de 15.625 turistas que si visitaría la Corporación, de los cuales el proyecto está en la capacidad de cubrir el 42% que es 6.563 turistas, las mismas que serán proyectada para cinco años en base a la tasa de crecimiento del turismo que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de 11.20%.

En lo que se refiere al precio de los paquetes, los costos y gastos que genere el proyecto su proyección se realizará en base al promedio de inflación de los últimos años que es de 5.21%, como se muestra en el cuadro siguiente:

TABLA N° 50: INFLACIÓN

Años	%
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
Total	26,04
Promedio	5,21

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: BCE 2008-2012

A continuación se muestra el presupuesto de ingresos proyectado para cinco años:

TABLA N° 51: PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	6.563,00	7.298,00	8.115,00	9.024,00	10.035,00
Precio	9,50	9,99	10,52	11,06	11,64
Total ingresos	62.348,50	72.943,15	85.334,80	99.837,51	116.807,05

Fuente: BCE

Elaborado por: Las Autoras

A más de los ingresos propios de la corporación, también se tendrá un ingreso adicional por concepto de arriendo de un local que está destinado

al centro gastronómico, del cual se recibirá un valor de USD 300 dólares mensuales, como se muestra en el cuadro que a continuación se detalla:

**TABLA N° 52: PRESUPUESTO DE INGRESOS ADICIONALES
PROYECTADOS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo local gastronomía	3.960,00	4.166,32	4.383,38	4.611,76	4.852,03
Total ingresos	3.960,00	4.166,32	4.383,38	4.611,76	4.852,03

Fuente: BCE

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 53: RESUMEN DE LOS INGRESOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	62.348,50	72.943,15	85.334,80	99.837,51	116.807,05
Otros ingresos	3.960,00	4.166,32	4.383,38	4.611,76	4.852,03
Total ingresos	66.308,50	77.109,46	89.718,18	104.449,27	121.659,08

Fuente: BCE

Elaborado por: Las Autoras

En el cuadro anterior se muestra el total de ingresos con que cuenta la Corporación, los mismos que son registrados en base a la venta de paquetes a las familias que van a visitar la Corporación y también un ingreso adicional por el arriendo de un local destinado para un centro gastronómico.

5.1.2 PRESUPUESTOS DE GASTOS

El presupuesto de gastos es aquel en cual constan todos y cada uno de los gasto necesarios para el normal desenvolvimiento de la Corporación, los mismos que deben ser proyectados para cinco años en base al

crecimiento promedio de la inflación de los últimos cinco años que es de 5.21%.

En lo que se refiere a la proyección de los sueldos y salarios del personal de la empresa se realizará en base al crecimiento promedio de los sueldos de los últimos años que según el Ministerio de Relaciones Laborales son los siguientes:

TABLA N° 54: SUELDOS

Años	Valor	% crecimiento
2009	218,00	-
2010	240,00	10,09
2011	264,00	10,00
2012	292,00	10,61
2013	318,00	8,90
Total	1.332,00	39,60
Promedio		7,92

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: MRL 2009-2013

La tasa de crecimiento promedio de los últimos años de los sueldos es del 7.92%, porcentaje con el cual se proyectará los sueldos y salarios de la empresa.

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Los gastos administrativos son todos los gastos que se realizan en la parte administrativa de la empresa, los mismos que son de vital importancia para que la corporación logre cumplir con los objetivos trazados.

**TABLA N° 55: ROL DE PAGOS
(Año 1)**

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	334,86	4.018,32	488,23	334,86	318,00			5.159,41
Contador	1	328,12	3.937,44	478,40	328,12	318,00			5.061,96
Guía exposiciones	1	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318,00			4.915,64
Secretaria	1	323,06	3.876,72	471,02	323,06	318,00			4.988,80
TOTAL	4	1.304,04	15.648,48	1.901,29	1.304,04	1.272,00	0,00	0,00	20.125,81

Elaborado por: Las Autoras

**TABLA N° 56: ROL DE PAGOS
(Año 2)**

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	361,38	4.336,57	526,89	361,38	343,19	361,38	180,69	6.110,10
Contador	1	354,11	4.249,29	516,29	354,11	343,19	354,11	177,05	5.994,03
Guía exposiciones	1	343,19	4.118,23	500,36	343,19	343,19	343,19	171,59	5.819,74
Secretaria	1	348,65	4.183,76	508,33	348,65	343,19	348,65	174,32	5.906,88
TOTAL	4	1.407,32	16.887,84	2.051,87	1.407,32	1.372,74	1.407,32	703,66	23.830,75

Elaborado por: Las Autoras

**TABLA N° 57: ROL DE PAGOS
(Año 3)**

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	390,00	4.680,03	568,62	390,00	370,37	390,00	195,00	6.594,02
Contador	1	382,15	4.585,83	557,18	382,15	370,37	382,15	191,08	6.468,75
Guía exposiciones	1	370,37	4.444,39	539,99	370,37	370,37	370,37	185,18	6.280,66
Secretaria	1	376,26	4.515,11	548,59	376,26	370,37	376,26	188,13	6.374,71
TOTAL	4	1.518,78	18.225,36	2.214,38	1.518,78	1.481,46	1.518,78	759,39	25.718,15

Elaborado por: Las Autoras

**TABLA N° 58: ROL DE PAGOS
(Año 4)**

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	420,89	5.050,69	613,66	420,89	399,70	420,89	210,45	7.116,27
Contador	1	412,42	4.949,03	601,31	412,42	399,70	412,42	206,21	6.981,08
Guía exposiciones	1	399,70	4.796,39	582,76	399,70	399,70	399,70	199,85	6.778,09
Secretaria	1	406,06	4.872,71	592,03	406,06	399,70	406,06	203,03	6.879,59
TOTAL	4	1.639,07	19.668,80	2.389,76	1.639,07	1.598,80	1.639,07	819,53	27.755,03

Elaborado por: Las Autoras

**TABLA N° 59: ROL DE PAGOS
(Año 5)**

Detalle	Cantidad	RMU	Anual	IESS 12.15%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	454,22	5.450,70	662,26	454,22	431,36	454,22	227,11	7.679,88
Contador	1	445,08	5.340,99	648,93	445,08	431,36	445,08	222,54	7.533,98
Guía exposiciones	1	431,36	5.176,26	628,92	431,36	431,36	431,36	215,68	7.314,92
Secretaria	1	438,22	5.258,62	638,92	438,22	431,36	438,22	219,11	7.424,45
TOTAL	4	1.768,88	21.226,57	2.579,03	1.768,88	1.725,42	1.768,88	884,44	29.953,23

Elaborado por: Las Autoras

También se pagará honorarios profesionales a los artistas que van a realizar los distintos eventos, exposiciones que se van a realizar en la Corporación.

TABLA N° 60: HONORARIOS PROFESIONALES PROYECTADOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Honorarios	4.088,00	4.411,77	4.761,18	5.138,27	5.545,22
TOTAL	4.088,00	4.411,77	4.761,18	5.138,27	5.545,22

Elaborado por: Las Autoras

Los gastos administrativos son los sueldos y salarios, pero también existen otros gastos como: pago de servicios básicos, gastos generales, entre otros.

TABLA N° 61: SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz eléctrica	420,00	441,88	464,90	489,12	514,60
Agua potable	120,00	126,25	132,83	139,75	147,03
Cable	180,00	189,38	199,25	209,63	220,55
Internet	241,92	254,52	267,78	281,73	296,41
teléfono	300,00	315,63	332,07	349,37	367,57
TOTAL	1.261,92	1.327,66	1.396,83	1.469,60	1.546,16

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 62: GASTOS GENERALES

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	360,00	378,76	398,49	419,25	441,09
Útiles de aseo	240,00	252,50	265,66	279,50	294,06
TOTAL	600,00	631,26	664,15	698,75	735,15

Elaborado por: Las Autoras

- **GASTOS DE VENTAS**

Los gastos de ventas son todos los ocasionados en la venta o la prestación del servicio, en este caso se ha considerado como gasto de venta primordial es la publicidad, la misma que para el proyecto es de vital importancia tener una adecuada publicidad.

TABLA N° 63: GASTO DE VENTAS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	9.600,00	10.100,16	10.626,38	11.180,01	11.762,49
Logística	2.100,00	2.209,41	2.324,52	2.445,63	2.573,05
TOTAL	11.700,00	12.309,57	12.950,90	13.625,64	14.335,54

Elaborado por: Las Autoras

Los gastos de publicidad son aquellos gastos necesarios para dar a conocer sobre los servicios que brinda la Corporación, también se tendrá el de logística o transporte, esto es ya que la corporación es quien debe cubrir todo los gastos relacionado con el transporte de los artistas a la corporación.

- **GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

Los gastos constitución son aquellos gastos que se realizó para la puesta en marcha de la empresa, los mismos que serán amortizados para cinco años como se muestra en el cuadro siguiente:

TABLA N° 64: AMORTIZACIÓN GASTOS CONSTITUCIÓN

Detalle	%	Valor nominal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor libros
Gastos constitución	20%	1.900,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	-
Total		1.900,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	0,00

Elaborado por: Las Autoras

- **GASTO DEPRECIACIÓN**

Toda empresa que tenga activos fijos, estos deben ser depreciados conforme a la Ley de Régimen Tributario Interno vigente, la misma que especifica el método de depreciación, los porcentajes que aplica a cada uno de los tipos de activos fijos.

Para la presente investigación se aplicará el método de depreciación de línea recta, en el cuadro siguiente se muestra los porcentajes de depreciación de cada uno de los activos fijos, su respectiva depreciación y el valor en libros:

TABLA N° 65: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Detalle	%	Valor nominal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor libros
Equipo de computación	33,33%	3.151,00	1.050,23	1.050,23	1.050,23	1,00	1,00	1,00
Muebles y enseres	10%	7.275,42	727,54	727,54	727,54	727,54	727,54	3.637,71
Maquinaria y equipo	10%	3.998,25	399,83	399,83	399,83	399,83	399,83	1.999,13
Edificio	5%	42.000,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	31.500,00
Total		56.424,67	4.277,60	4.277,60	4.277,60	3.228,37	3.228,37	37.137,84

Elaborado por: Las Autoras

- GASTOS FINANCIEROS**

El presente proyecto tiene una inversión total de \$71.972.65, de los cuales el 40% (\$.28.789.06), es mediante un préstamos otorgado por la Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 15%.

Se realizarán pagos mensuales, a una cuota fija ajustable trimestralmente, según las tasas vigentes dictadas por el Banco Central del Ecuador. A continuación se muestra la tabla de amortización:

TABLA N° 66: TABLA DE AMORTIZACIÓN

Valor del préstamo	28.789.06
Tiempo	5 años
Tasa de interés	15%

CUOTA	VALOR PRESENTE	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA	SALDO FINAL
0					28.789,06
1	28.789,06	359,86	325,03	684,89	28.464,03
2	28.464,03	355,80	329,09	684,89	28.134,94
3	28.134,94	351,69	333,20	684,89	27.801,74
4	27.801,74	347,52	337,37	684,89	27.464,37
5	27.464,37	343,30	341,59	684,89	27.122,79
6	27.122,79	339,03	345,85	684,89	26.776,93
7	26.776,93	334,71	350,18	684,89	26.426,75
8	26.426,75	330,33	354,56	684,89	26.072,20
9	26.072,20	325,90	358,99	684,89	25.713,21
10	25.713,21	321,42	363,47	684,89	25.349,74
11	25.349,74	316,87	368,02	684,89	24.981,72
12	24.981,72	312,27	372,62	684,89	24.609,10
13	24.609,10	307,61	377,28	684,89	24.231,83
14	24.231,83	302,90	381,99	684,89	23.849,83
15	23.849,83	298,12	386,77	684,89	23.463,07
16	23.463,07	293,29	391,60	684,89	23.071,47
17	23.071,47	288,39	396,50	684,89	22.674,97
18	22.674,97	283,44	401,45	684,89	22.273,52
19	22.273,52	278,42	406,47	684,89	21.867,05
20	21.867,05	273,34	411,55	684,89	21.455,49
21	21.455,49	268,19	416,70	684,89	21.038,80
22	21.038,80	262,98	421,90	684,89	20.616,89
23	20.616,89	257,71	427,18	684,89	20.189,71
24	20.189,71	252,37	432,52	684,89	19.757,20
25	19.757,20	246,96	437,92	684,89	19.319,27
26	19.319,27	241,49	443,40	684,89	18.875,87
27	18.875,87	235,95	448,94	684,89	18.426,93
28	18.426,93	230,34	454,55	684,89	17.972,38
29	17.972,38	224,65	460,23	684,89	17.512,14
30	17.512,14	218,90	465,99	684,89	17.046,16
31	17.046,16	213,08	471,81	684,89	16.574,34
32	16.574,34	207,18	477,71	684,89	16.096,63
33	16.096,63	201,21	483,68	684,89	15.612,95
34	15.612,95	195,16	489,73	684,89	15.123,22
35	15.123,22	189,04	495,85	684,89	14.627,37
36	14.627,37	182,84	502,05	684,89	14.125,33
37	14.125,33	176,57	508,32	684,89	13.617,00
38	13.617,00	170,21	514,68	684,89	13.102,33
39	13.102,33	163,78	521,11	684,89	12.581,21
40	12.581,21	157,27	527,62	684,89	12.053,59
41	12.053,59	150,67	534,22	684,89	11.519,37
42	11.519,37	143,99	540,90	684,89	10.978,47
43	10.978,47	137,23	547,66	684,89	10.430,81
44	10.430,81	130,39	554,50	684,89	9.876,31
45	9.876,31	123,45	561,44	684,89	9.314,87
46	9.314,87	116,44	568,45	684,89	8.746,42

47	8.746,42	109,33	575,56	684,89	8.170,86
48	8.170,86	102,14	582,75	684,89	7.588,11
49	7.588,11	94,85	590,04	684,89	6.998,07
50	6.998,07	87,48	597,41	684,89	6.400,65
51	6.400,65	80,01	604,88	684,89	5.795,77
52	5.795,77	72,45	612,44	684,89	5.183,33
53	5.183,33	64,79	620,10	684,89	4.563,23
54	4.563,23	57,04	627,85	684,89	3.935,38
55	3.935,38	49,19	635,70	684,89	3.299,69
56	3.299,69	41,25	643,64	684,89	2.656,04
57	2.656,04	33,20	651,69	684,89	2.004,35
58	2.004,35	25,05	659,84	684,89	1.344,52
59	1.344,52	16,81	668,08	684,89	676,43
60	676,43	8,46	676,43	684,89	0,00
		12.304,32	1.146,03		

Fuente: CFN, BCE

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 67: RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital	4.179,96	4.851,90	5.631,87	6.537,22	7.588,11
Interés	4.038,72	3.366,77	2.586,81	1.681,46	630,57
TOTAL	8.218,68	8.218,68	8.218,68	8.218,68	8.218,68

Fuente: CFN BCE

Elaborado por: Las Autoras

5.2. ESTADOS FINANCIEROS

5.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

En el Balance General, el activo corriente está representado por capital de trabajo, los activos fijos y diferidos. El pasivo incluye el préstamo a cinco años y el capital social, que representa el aporte del inversionista al proyecto.

TABLA N° 68: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL					
Año 1					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTE		3.147,98	PASIVO A LARGO PLAZO		
Caja - Bancos	3.147,98		Préstamo bancario	28.789,06	
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES		56.424,67	TOTAL PASIVOS		28.789,06
Equipo de computación	3.151,00				
Muebles y enseres	7.275,42				
Maquinaria y equipo	3.998,25		PATRIMONIO		
Edificio	42.000,00		Capital socios	43.183,59	43.183,59
ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES		10.500,00			
Terreno	10.500,00				
ACTIVOS INTANGIBLES		1.900,00			
Gasto constitución	1.900,00				
TOTAL ACTIVOS		71.972,65	TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO		71.972,65

Elaborado por: Las Autoras

5.2.2. ESTADO DE RESULTADOS

En el estado de resultados se muestra los resultados que se obtuvo de la relación de los ingresos y gastos ocasionados dentro de la empresa, en este caso desde el primer años se obtiene una utilidad.

TABLA N° 69: ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingresos	62.348,50	72.943,15	85.334,80	99.837,51	116.807,05
Otros ingresos	3.960,00	4.166,32	4.383,38	4.611,76	4.852,03
Total ingreso	66.308,50	77.109,46	89.718,18	104.449,27	121.659,08
GASTOS					
(-) Gasto sueldos y salarios	20.125,81	23.830,75	25.718,15	27.755,03	29.953,23
Gerente	5.159,41	6.110,10	6.594,02	7.116,27	7.679,88
Contador	5.061,96	5.994,03	6.468,75	6.981,08	7.533,98
Guía exposiciones	4.915,64	5.819,74	6.280,66	6.778,09	7.314,92
Secretaria	4.988,80	5.906,88	6.374,71	6.879,59	7.424,45
(-) Honorarios	4.088,00	4.411,77	4.761,18	5.138,27	5.545,22
Museógrafo	336,00	362,61	391,33	422,32	455,77
Expositores	1.008,00	1.087,83	1.173,99	1.266,97	1.367,31
Grupo étnico Valle del Chota	336,00	362,61	391,33	422,32	455,77
Arquitectura vernácula	672,00	725,22	782,66	844,65	911,54
Grupo de Danza	840,00	906,53	978,33	1.055,81	1.139,43
Teatro de calle	896,00	966,96	1.043,55	1.126,20	1.215,39
(-) Gastos de ventas	11.700,00	12.309,57	12.950,90	13.625,64	14.335,54
Publicidad	9.600,00	10.100,16	10.626,38	11.180,01	11.762,49
Logística	2.100,00	2.209,41	2.324,52	2.445,63	2.573,05
(-) Gastos generales	600,00	631,26	664,15	698,75	735,15
Suministros de oficina	360,00	378,76	398,49	419,25	441,09
Utiles de aseo	240,00	252,50	265,66	279,50	294,06
(-) Servicios Básicos	5.919,52	5.985,26	6.054,43	5.077,97	5.154,53
Luz eléctrica	420,00	441,88	464,90	489,12	514,60
Agua potable	120,00	126,25	132,83	139,75	147,03
Cable	180,00	189,38	199,25	209,63	220,55
Internet	241,92	254,52	267,78	281,73	296,41
teléfono	300,00	315,63	332,07	349,37	367,57
(-) Depreciaciones	4.277,60	4.277,60	4.277,60	3.228,37	3.228,37
(-) Gastos constitución	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
(-) Gastos financieros	4.038,72	3.366,77	2.586,81	1.681,46	630,57
Intereses bancarios	4.038,72	3.366,77	2.586,81	1.681,46	630,57
TOTAL GASTOS	51.129,64	55.192,98	57.393,21	57.585,48	59.962,60
UTILIDAD ANT. PART. TRAB	15.178,86	21.916,48	32.324,97	46.863,79	61.696,48
(-) 15% Part. Trabajadores	2.276,83	3.287,47	4.848,75	7.029,57	9.254,47
UTILIDAD ANT. IMPUESTOS	12.902,03	18.629,01	27.476,23	39.834,22	52.442,01
(-) Impuesto a la Renta 22%	2.838,45	4.098,38	6.044,77	8.763,53	11.537,24
UTILIDAD NETA	10.063,58	14.530,63	21.431,46	31.070,69	40.904,77

Elaborado por: Las Autoras

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones aprobado por la Asamblea Nacional y publicado en el registro oficial en el año 2010, en su disposición transitoria primera dice que “La reducción de la tarifa del impuesto a la Renta de Sociedades contemplada en la reforma al Art. 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se aplicará en forma progresiva en los siguientes términos”:

- Durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%.
- Durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva será del 23%.
- A partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante la tarifa impositiva será del 22%.

5.2.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El estado de flujo de efectivo o flujo de caja ayuda a descubrir la real situación financiera de la empresa, ya que excluye de sus cálculos partidas contables que no significan un real desembolso de efectivo y por tanto influyen decisivamente en el comportamiento financiero.

TABLA N° 70: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		10.063,58	14.530,63	21.431,46	31.070,69	40.904,77
(+) Depreciaciones		4.277,60	4.277,60	4.277,60	3.228,37	3.228,37
(+) Gastos constitución		380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
FLUJO DE CAJA		14.721,18	19.188,22	26.089,05	34.679,06	44.513,13
Inversión	-71.972,65					
Préstamo	28.789,06					
(-) Cuota del Préstamo		4.179,96	4.851,90	5.631,87	6.537,22	7.588,11
(+) Valor residual						40.285,81
FLUJO NETO	-43.183,59	10.541,22	14.336,32	20.457,18	28.141,84	77.210,84

Elaborado por: Las Autoras

Las depreciaciones y gastos constitución se suman en el estado de flujo de efectivo, la razón es que estos valores no constituyen salida de

efectivo, por lo que en este estado se le suma; sin embargo si están considerados en el estado de resultados.

5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA INVERSIÓN

5.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad es aquella tasa que revela el rendimiento mínimo que se espera del proyecto, para su cálculo se toma en cuenta la tasa de interés activa y pasiva vigente en el Banco Central del Ecuador.

TABLA N° 71: COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PROMEDIO	VALOR PROMEDIO
Inversión propia	43.183,59	60,00	4,53	271,80
Inversión Financiada	28.789,06	40,00	15,00	600,00
TOTAL	71.972,65	1,00		871,80

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: BNF, BCE

- ✓ Tasa Referencial Pasiva = 4,53 (Banco Central julio 2013)
- ✓ Tasa activa préstamo comercial 15% Banco Nacional de Fomento.

$$\text{Costo de oportunidad} = \frac{871.80}{100.00}$$

$$\text{Costo de oportunidad} = 8.72\%$$

$$\text{Costo de oportunidad con inflación} = (1+CK)*(1+I)-1$$

$$= (1+0.0872)*(1+0.0521)-1$$

$$\text{Costo de oportunidad} = 14.38\%$$

La tasa de descuento es de 14.38% sirve para actualizar los flujos de efectivo, con la finalidad de comparar con la inversión del proyecto y este porcentaje es el rendimiento mínimo esperado por el proyecto.

5.3.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor presente neto (VAN), balancea los flujos de efectivo actualizados del proyecto a valor presente, a través de la Tasa de Descuento de 14.38%.

La fórmula de aplicación para su cálculo es la siguiente:

$$VAN = -I.I + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

De donde:

I = Inversión inicial

FE= Flujo de efectivo

r= Tasa de redescuento

Una vez aplicado la fórmula antes indicada se obtiene los siguientes flujos de efectivo, que restados de la inversión total, obtenemos el VAN:

TABLA N° 72: FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJOS DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	10.541,22	0,87426	9.215,79
2	14.336,32	0,76433	10.957,73
3	20.457,18	0,66823	13.670,06
4	28.141,84	0,58421	16.440,64
5	77.210,84	0,51075	39.435,37
TOTAL	150.687,41		89.719,58

Elaborado por: Las Autoras

VAN= Flujos actualizados – Inversión Inicial

VAN= 89.719.58 - 71.972.65

VAN= 17.746.94

5.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es aquella tasa que expresa la rentabilidad del proyecto, en primer lugar se debe establecer un VAN positivo y otro negativo, para con eso aplicar la fórmula siguiente:

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \left[\frac{VANI}{VANI - VANS} \right]$$

De donde:

TRI= Tasa de redescuento inferior

TRS= Tasa de redescuento superior

VANI= Valor actual neto inferior

VANS= Valor actual neto superior

TABLA N° 73: FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	TASA DE REDESCUENTO	
		0,1400	0,400
0	-71.972,65	-71.972,65	-71.972,65
1	10.541,22	9.246,69	7.529,44
2	14.336,32	11.031,33	7.314,45
3	20.457,18	13.808,01	7.455,24
4	28.141,84	16.662,23	7.325,55
5	77.210,84	40.100,89	14.356,15
TOTAL	150.687,41	90.849,15	43.980,84
VAN		18.876,51	-27.991,81
TIR			0,2447

Elaborado por: Las Autoras

VAN= Flujos actualizados – Inversión Inicial

VAN= 90.849.15 - 71.972.65

VAN= 18.876.51

VAN= Flujos actualizados – Inversión Inicial

VAN= 43.980.84 - 71.972.65

VAN= (27.991.81)

A continuación se reemplaza los datos en la fórmula antes descrita, utilizando la tasa superior de 40% y la tasa inferior de 14%, cuyos porcentajes ayudaron a obtener un VAN positivo y un VAN negativo, como se muestra a continuación:

$$TIR = 0.14 + (0.4 - 0.14) \left[\frac{18.876.51}{18.876.51 - (27.991.81)} \right]$$

TIR= 24.47%

La tasa interna de retorno es 24.47%, es mayor que el costo de oportunidad que es 13.48%, esto significa que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas.

5.3.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda en ser recuperada la inversión inicial, basándose en los flujos de que se generan en cada periodo de la vida útil de proyecto, para este caso se obtiene el siguiente cálculo:

TABLA N° 74: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUM. ACTUALIZADOS
0	71.972,65		
1		9.215,79	9.215,79
2		10.957,73	20.173,52
3		13.670,06	33.843,58
4		16.440,64	50.284,22
5		39.435,37	89.719,58

Elaborado por: Las Autoras

El presente proyecto se logra recuperar la inversión en 4 años 6 meses y 18 días, como se observa se recupera la inversión en el tiempo determinado para la misma.

5.3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquel nivel en donde los ingresos se igualan a los costos, sirve como parámetro de referencia para determinar el nivel de ventas en unidades y en cantidades para comenzar a generar utilidades.

La fórmula de cálculo del punto de equilibrio que utilizaremos es la siguiente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

TABLA N° 75: PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
Gastos administrativos	20.125,81	23.830,75	25.718,15	27.755,03	29.953,23
Honorarios	4.088,00	4.411,77	4.761,18	5.138,27	5.545,22
Gasto de ventas	11.700,00	12.309,57	12.950,90	13.625,64	14.335,54
Depreciaciones	4.277,60	4.277,60	4.277,60	3.228,37	3.228,37
Amortización	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
TOTAL COSTOS FIJOS	40.571,41	45.209,69	48.087,83	50.127,30	53.442,35
COSTOS VARIABLES					
Servicios básicos	1.261,92	1.327,66	1.396,83	1.469,60	1.546,16
Gastos generales	600,00	631,26	664,15	698,75	735,15
Gastos financieros	4.038,72	3.366,77	2.586,81	1.681,46	630,57
TOTAL COSTOS VARIABLES	5.900,64	5.325,69	4.647,79	3.849,81	2.911,88
TOTAL COSTOS	46.472,04	50.535,38	52.735,61	53.977,11	56.354,23
Ventas	66.308,50	77.109,46	89.718,18	104.449,27	121.659,08
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	44.534,42	48.563,83	50.715,09	52.045,61	54.752,85
PUNTO EN UNIDADES	4.688	4.859	4.823	4.704	4.704

Elaborado por: Las Autoras

La empresa debe vender USD 44.534.42 y en unidades 4.688 paquetes, que corresponde al 46% de la capacidad instalada para poder cubrir todos sus costos y gastos, a partir de esto la organización empieza a generar utilidades para la misma, el porcentaje de utilidad generado por la corporación es del 29.92%.

5.3.6. RELACIÓN COSTO - BENEFICIO

Se define como el cociente entre la sumatoria de los flujos Actualizados entre el valor de la inversión inicial, la regla de decisión al emplear este indicador es el siguiente:

- ✓ Si $R (B/C) \geq 1$ Resulta conveniente emprender el proyecto
- ✓ Si $R (B/C) < 1$ Es inconveniente.
- ✓ Si $R (B/C) = 1$ Es indiferente

TABLA N° 76: RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	66.308,50	51.129,64	57.970,99	44.700,69
2	77.109,46	55.192,98	58.937,37	42.185,86
3	89.718,18	57.393,21	59.952,19	38.351,74
4	104.449,27	57.585,48	61.019,90	33.641,79
5	121.659,08	59.962,60	62.137,27	30.625,84
	459.244,49	281.263,90	300.017,71	189.505,92

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Gastos actualizados}}$$

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{300.017.71}{189.505.92}$$

RELACIÓN COSTO BENEFICIO **1.58**

La relación Costo - Beneficio es de 1,58, la interpretación es que de cada dólar de inversión, se recupera 0,58 centavos. Lo que quiere decir que el proyecto cumple con las exigencias del inversionista.

Con el apoyo los indicadores VAN, TIR, B-C, PRI, queda sustentada la viabilidad del proyecto turístico cultural.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. RAZÓN SOCIAL

GRAFICO N° 23: LOGOTIPO CORPORACIÓN CULTURAL VALLE DEL CHOTA



Fuente: Imágenes web en línea

Elaborado por: Las Autoras

6.2. MARCO LEGAL

Según la Ley de Compañías, la Corporación Cultural Valle del Chota que administre los recursos culturales y difunda la memoria colectiva cultural, como una empresa de derecho privado adoptará la razón social de Sociedad Anónima.

La característica de esta unidad de servicio será de capital por excelencia, ya que el elemento confianza no es importante para su formación. El capital social será dividido en alícuotas representadas en títulos valores, llamadas acciones; donde los socios responden únicamente por el pago del valor de sus respectivas acciones.

En esta sociedad pueden participar un número ilimitado de socios, que ponen en común su patrimonio para alcanzar su objetivo común, el lucro.

6.2.1. CULTURA:

Art. 377 de la Constitución del Ecuador.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales, incentivar la libre creación artística y la producción, difusión y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

6.2.2. TRABAJO Y PRODUCCIÓN:

Art 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

6.3. BASE FILOSÓFICA

- Rescate de la cultura del Chota para el Mundo
- Rescate: Cultura de la Comunidad del Chota
- Para el mundo: El Chota es la puerta de ingreso del mundo a la Cultura del Ecuador

6.3.1. MISIÓN

“Somos una Corporación dedicada administrar los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva, brindando a nuestros clientes un servicio de calidad, identificando las costumbres y tradiciones de la comunidad, generando un alto grado de compromiso de sus colaboradores”.

6.3.2. VISIÓN

Hasta el año 2018 la Corporación Cultural Valle del Chota, será líder en el rescate, formación y difusión de la Memoria Colectiva Cultural, a través de un sistema gerencial con pensamiento estratégico, acorde a las necesidades del turista nacional e internacional, cuya diferencia competitiva constituya la calidad y calidez de atención al turista como componente clave del desarrollo económico de la comunidad.

6.3.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Rescatar, formar y difundir la memoria colectiva cultural de la Comunidad del Chota
- Satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros y sus expectativas de los recursos culturales.
- Mantener un índice de rentabilidad que satisfaga el crecimiento sostenido de la Corporación Cultural Valle del Chota.

6.3.4. POLÍTICAS

- **POLÍTICA DE PROMOCIÓN:** Se va a realizar la publicidad a través de la prensa, radio, trípticos, folletos para difundir la Memoria Colectiva Cultural, para dar a conocer a todos los turistas sobre los paquetes turísticos y eventos a realizarse.
- **POLÍTICA DE TALENTO HUMANO:** Un proceso de reclutamiento y selección de personal acorde a las competencias de los puestos de trabajo; que permita la selección de los mejores trabajadores, músicos, bailarines.

- **POLÍTICA DE REALIZACIÓN DE SERVICIO CULTURAL:** Esmerada participación de los involucrados en la realización del servicio cultural: historia del Valle del Chota y Leyendas, gastronomía, música, danza, bailes tradicionales, festividades y eventos, artesanías del valle, tradiciones, fiestas religiosas y cívicas.
- **POLÍTICA FINANCIERA:** La Corporación Cultural Valle del Chota operará con capital propio y financiado, y pondrá énfasis en el control interno, estructura de costos, gastos y maximización de rentabilidad.
- **POLÍTICA AMBIENTAL:** Impartir y compartir la cultura de un ambiente limpio y libre de contaminación, a través de políticas internas de reciclaje y cultura de ambiente limpio.

6.3.5. PRINCIPIOS

- **APRENDIZAJE:** El equipo de trabajo de la Corporación Cultural Valle del Chota, estará en capacidad de aprender día a día a crear un agregado al servicio cultural, a través de la capacitación y aprendizaje de nuevos métodos, necesidades de la gente y experiencia.
- **COMPROMISO SOCIAL:** Con la creación de la Corporación Cultural Valle del Chota, se contribuirá a mejorar la calidad de vida de las familias de la comunidad; a través de la creación de fuentes de empleo y sobre todo a crear pertinencia en la realización del recurso cultural para la satisfacción de turistas nacionales e internacionales.
- **CRITICIDAD:** Para el mejoramiento de la calidad del servicio cultural se aceptará críticas constructivas de turistas y público en general, cuyo propósito será de beneficio mutuo.

- **CULTURA:** En la prestación del servicio de recursos culturales, se transmitirá un mensaje, cuyos significados y conocimientos sean llevados de padres a hijos y de generación en generación.

6.3.6. VALORES CORPORATIVOS

- **CALIDAD:** En la Corporación Cultural Valle del Chota, la calidad del servicio cultural será vista como una estrategia que contenga un conjunto de propiedades encaminadas a posicionarse en el mercado y lograr un índice de rentabilidad satisfactorio para su crecimiento.
- **HONESTIDAD:** Los miembros del equipo de trabajo de la Corporación Cultural Valle del Chota, serán transparentes y modestos en su accionar cotidiano, cuyo resultado se verá reflejado en la satisfacción del turista, en calidad, precio del servicio y beneficio mutuo.
- **RESPECTO:** En la Corporación se fomentará una sana convivencia entre directivos y trabajadores, a través de una adecuada asignación de funciones y delimitación de responsabilidades; acatando siempre los deseos y necesidades de los turistas.
- **RESPONSABILIDAD:** La Corporación Cultural Valle del Chota, será responsable de todo lo que hagan o dejen de hacer sus autoridades y trabajadores respecto a la ejecución de las actividades sobre el rescate y difusión de los recursos culturales.
- **LABORIOSIDAD:** El trabajador de la Corporación Cultural Valle del Chota, será un individuo que perfeccione su destreza en el desempeño de varias actividades. Al formar parte de un equipo de trabajo que rescata y difunde actividades culturales para turistas nacionales y extranjeros.

- **CREATIVIDAD:** El personal que labore en La Corporación Cultural Valle del Chota, debe practicar la creatividad e innovación como estrategia para afrontar la competitividad en el sector Turístico y lograr su posicionamiento.
- **MEJORAMIENTO CONTINUO:** Si el secreto de las compañías de mayor éxito en el mundo radica en poseer altos estándares de calidad para sus productos, servicios y empleados. En la Corporación Cultural Valle del Chota, el mejoramiento continuo será la filosofía que se practique para el mejoramiento permanente de su gestión.

6.3.7. MEDIOS DE PREVENCIÓN

a) CONOCER LA INFRAESTRUCTURA DE LA PLANTA Y LUGARES DE OPERACIÓN

- Planos de redes de luz, agua y teléfono de la planta
- Lugares donde realizará las actividades de la Corporación de Recursos Culturales (Aliados, Restaurantes, Hotelería, SPA).
- Disponibilidad de baños para damas y caballeros.
- Lugares de escape en caso de siniestros

b) IDENTIFICAR LOS MEDIOS DE PROTECCIÓN DISPONIBLES

- Servicio de agua potable
- La ergonomía y el factor humano
- Personal capacitado
- Temperatura adecuada
- Vías de acceso a los centros turísticos culturales
- Señalización de tránsito

c) IDENTIFICAR LAS CARENCIAS QUE DEBEN SER ATENDIDAS

- Seguridad en el desplazamiento de los grupos de turismo
- Revisión periódica del vehículo de transporte de turistas que se encuentre en perfecto funcionamiento

d) IDENTIFICAR LOS PROCESOS

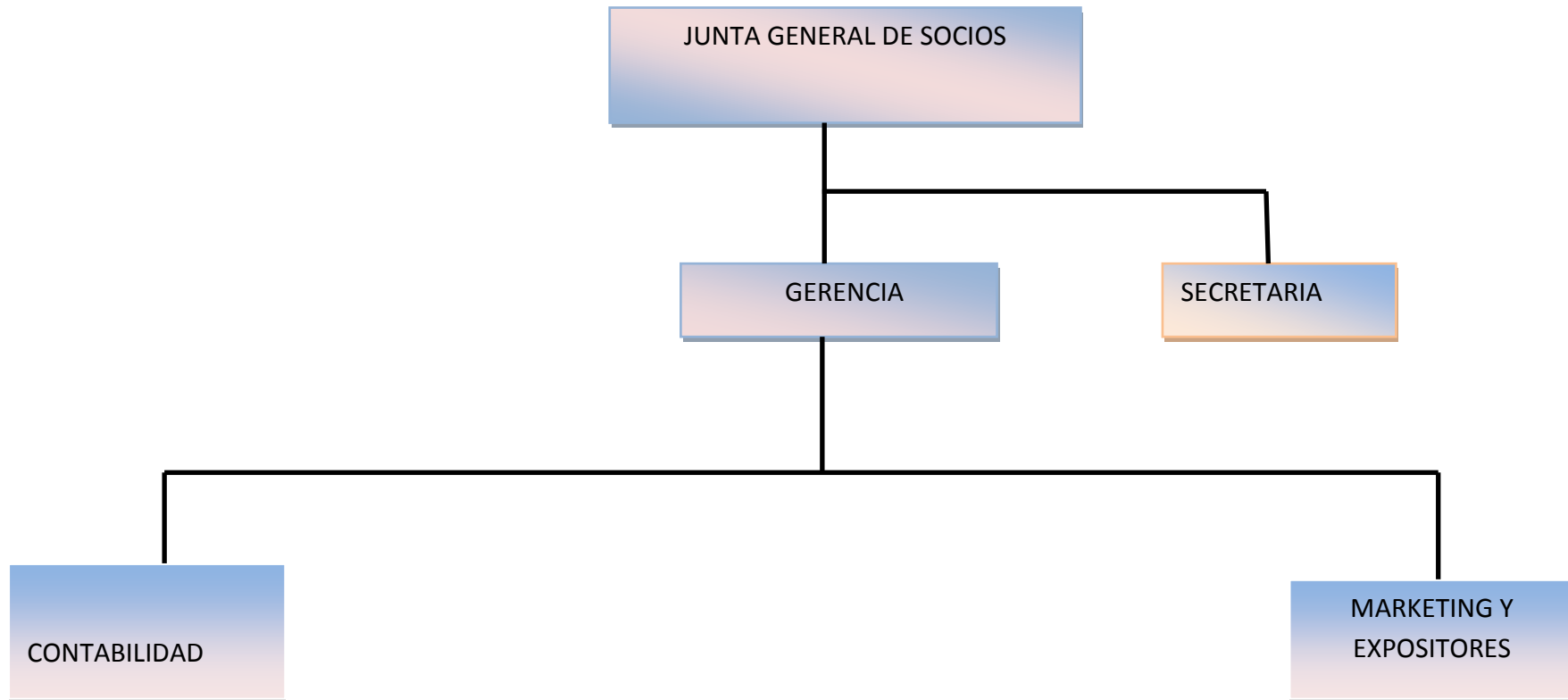
- Proceso de servicio de Recursos Culturales

e) NORMAS DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

- Reglamento de Seguridad y Salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

6.4. ORGANIGRAMA

GRAFICO N°24: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Observación Personal
Elaborado por: Las Autoras

6.5. MANUAL DE FUNCIONES

6.5.1. GERENTE

PERFIL GERENTE
TÍTULO: Título de Tercer nivel en Administración de Empresas, Administración Turística, Ingeniería en Finanzas. EXPERIENCIA: Un año en actividad afines
OBJETIVO
Administrar las actividades de la Corporación Cultural Valle del Chota a través de las diferentes jefaturas.
FUNCIONES GENERALES
<ul style="list-style-type: none">• Implementar una estructura organizacional que permita coordinar las actividades de las diferentes áreas de trabajo.• Fijar objetivos y metas de cada área de la Corporación Cultural.• Determinar estándares en tiempo en la prestación de servicio cultural.• Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos propuestos.• Evaluar los resultados y realizar un feedback, si las necesidades lo ameritan.

6.5.2. CONTADOR

PERFIL CONTADOR
TÍTULO: Título de Contador CPA EXPERIENCIA: Dos años en actividades similares
OBJETIVO
Administrar los recursos económicos de la Corporación Cultural Valle del Chota.
FUNCIONES GENERALES
<ul style="list-style-type: none">• Recibir, manejar y custodiar el dinero o documentos relacionados, tales como cheques, tickets de tarjeta de crédito, resultante de las transacciones diarias de venta de servicios (Paquete Turístico Cultural) de la Corporación Valle del Chota.• Administrar el fondo de Caja Chica para gastos diarios de las actividades de la Corporación.• Mantener un adecuado surtido de menudo para dar vueltos a los turistas.• Conciliar, clasificar y realizar el depósito de los valores recaudados en el día.• Entregar en informe al Gerente los movimientos económicos por día.

6.5.3. SECRETARIA

PERFIL SECRETARIA
TÍTULO: Título de Secretaria Ejecutiva EXPERIENCIA: Un año en actividad afines
OBJETIVO
Administrar la documentación, archivo y comunicación entre los diferentes departamentos de la Corporación Cultural.
FUNCIONES GENERALES
<ul style="list-style-type: none">• Vincular al turista con el Director comercial para información del paquete turístico cultural y legalización del contrato.• Atender con calidad y calidez a turistas nacionales y extranjeros.• Coordinar el proceso de documentación y comunicación con las diferentes dependencias de la Corporación.• Llevar un registro y control de las actividades en cada área de la Corporación.• Atender el teléfono, realizar informes, transcribir oficios, entre otras.

6.5.4. GUIA DE EXPOSICIONES

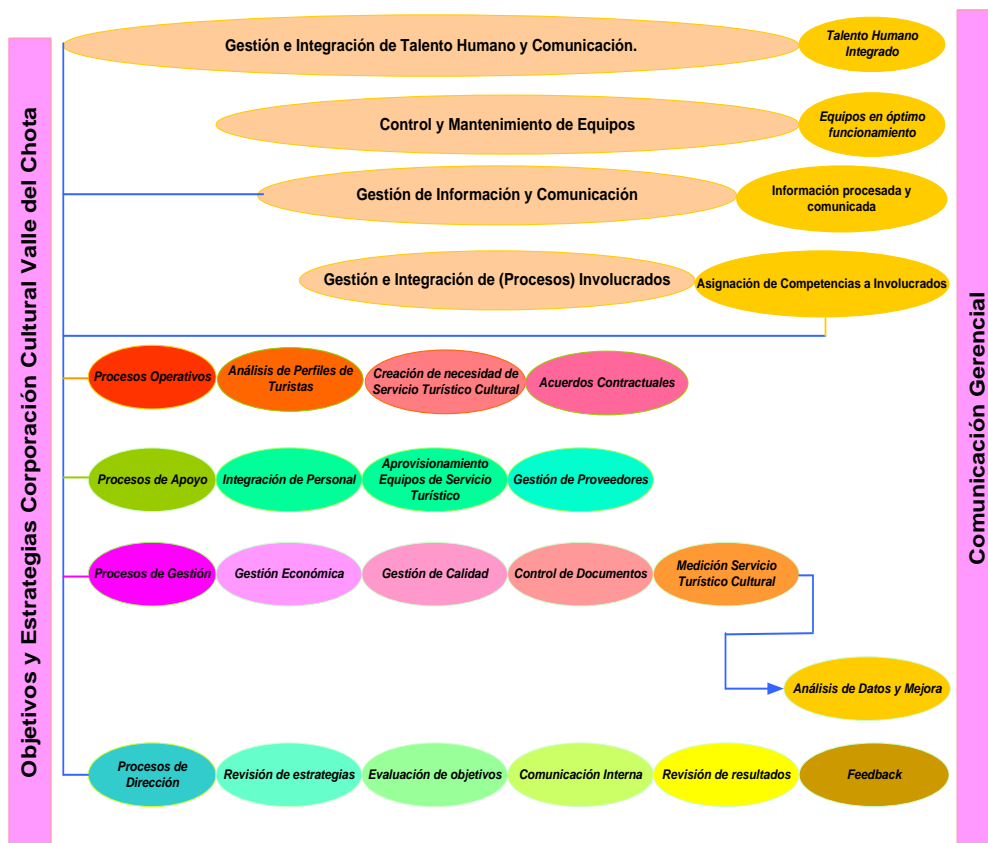
PERFIL GUÍA DE EXPOSICIONES
TÍTULO: Título de Licenciado en Ciencias Sociales, Tecnólogo en Turismo. EXPERIENCIA: Un año en actividad afines
OBJETIVO
Realizar las presentaciones a cada grupo de turismo cultural sobre temáticas como el Relato contado, El culebrón, La mujer de Punta Surco y el murcielaguero.
FUNCIONES GENERALES
<ul style="list-style-type: none">• Preparar los diferentes temas culturales con apoyo de relatos, videos y demostraciones.• Realizar las exposiciones a los turistas nacionales y extranjeros, además de explicar brevemente el itinerario y descripción del servicio cultural.

6.6. PROPUESTA DE VALOR

La Corporación Cultural Valle del Chota, diferenciará la calidad del servicio turístico cultural en relación a otras empresas que presten servicios similares en Ecuador, a través de la propuesta de valor; caracterizada en un plan de comunicación gerencial.

6.6.1 PLAN DE COMUNICACIÓN GERENCIAL

GRAFICO N° 25: PLAN DE COMUNICACIÓN GERENCIAL



Fuente: Observación y Aporte Personal

Elaborado por: Las Autoras

El plan de comunicación gerencial sistematizará la información empresarial a una base de datos, que contenga la planificación de las diferentes actividades de la Corporación; cuya información será

administrado por el gerente y tendrá la característica de confidencial y para uso exclusivo de la entidad.

- **GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y COMUNICACIÓN**

La gestión de talento humano será un factor importante para la Corporación Valle del Chota S.A., a través de la capacitación y evaluación permanente de desempeño, que se verá reflejada en la integración de personal, en la mejora de calidad de servicio al turista, en la fluidez de la comunicación y en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

- **CONTROL Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS**

El control y mantenimiento de equipos, constituirá un factor importante de apoyo a la calidad de prestación del servicio turístico cultural; ya que evitará contratiempos en el cumplimiento del paquete de turismo cultural a los clientes.

- **GESTIÓN DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

La gestión de la información permitirá canalizar en forma eficiente y oportuna la toma de decisiones a través del plan de comunicación gerencial, que contendrá la base de planificación para dar cumplimiento a todas las actividades de la Corporación.

- **GESTIÓN E INTEGRACIÓN DE (PROCESOS) INVOLUCRADOS**

Corresponde la integración de todos los involucrados en la prestación del servicio cultural a turistas nacionales e internacionales en la Corporación Valle del Chota.

a) OPERATIVO

El proceso operativo iniciará con la visita de los turistas a la Corporación Cultural, se acordará el itinerario de acuerdo a las necesidades del cliente y a la disponibilidad de tiempo (capacidad) de la institución.

b) APOYO

El proceso de apoyo corresponde a la integración de personas internas (Talento Humano empresa) y externas (Clientes y proveedores), a través de los diferentes canales de comunicación.

c) PROCESOS DE GESTIÓN

Esta fase corresponde a la gestión económica de la organización a través del análisis de los estados financieros y los indicadores respectivos. La gestión de calidad constituye la forma de producir el servicio cultural de acuerdo a los indicadores de calidad y socialización con los turistas; el control de documentos estará en función de las técnicas de documentación y archivo, la confidencialidad y seguridad; la medición de la satisfacción del turista se realizará a través de entrevistas individuales y grupales; el análisis de datos y mejora continua corresponderá al conocimiento de la situación actual de la empresa y a los agregados que se le incorpore como la necesidad de innovar el servicio turístico, una vez socializado con turistas y expertos.

d) PROCESOS DE DIRECCIÓN

El proceso de dirección se realizará la revisión de estrategias, evaluación de objetivos, evaluación de la comunicación interna, revisión de resultados para implementar los ajustes correspondientes.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos esperados constituyen los posibles efectos que puede causar la implementación del proyecto. Por lo que se evaluaron de manera cualitativa los impactos: económico, cultural y ambiental; que sin duda afectará al sector y entorno de la Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la comunidad del chota, cantón Ibarra, en forma positiva y negativa.

Para expresar los resultados de los impactos, es importante valorar cada variable a través de indicadores, asignando un parámetro de valoración cuantitativa y cualitativa a cada una. Por ello que se utilizará la siguiente escala:

TABLA N° 77: ESCALA DE VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

Impacto	Valoración
Positivo Alto	3
Positivo Medio	2
Positivo Bajo	1
No hay Impacto	0
Negativo Bajo	-1
Negativo Medio	-2
Negativo Alto	-3

Fuente: Ing. Walter Jácome

Elaborado Por: Las Autoras

7.1. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS

7.1.1. IMPACTO ECONÓMICO

TABLA N° 78: IMPACTO ECONÓMICO

N°	Impacto	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Generación de ingresos						x		2
2	Desarrollo local							x	3
3	Desarrollo actividades empresariales						x		2
TOTAL							4	3	7

Fuente: Estudio de Factibilidad

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{2+3+2}{3} = \frac{7}{3} = 2.33 \text{ POSITIVO MEDIO}$$

Como resultado de la implementación de la Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota. Con la generación de nuevas fuentes de empleo, de ingresos, la Comunidad obtendrá su desarrollo, ya que los turistas que visiten la Corporación Cultural son quienes provocan el desarrollo local, ya que vienen con dinero y lo gastan en el lugar.

7.1.2 IMPACTO SOCIAL

TABLA N° 79: IMPACTO SOCIAL

N°	Impacto	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Capacidad económica de las familias						x		2
2	Mejorar la Calidad de vida					x			1
3	Generación de empleo						x		2
TOTAL						1	4		5

Fuente: Estudio de Factibilidad

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{2+1+2}{3} = \frac{5}{3} = 1.67 \text{ POSITIVO MEDIO}$$

Al tener ingresos económicos mayores a los habituales, esto significa que mejorará la calidad de vida de las personas dentro del área de afluencia del proyecto, esto es bueno porque no solo se logra el desarrollo del Cantón en sí, sino de la Provincia y del País

7.1.3 IMPACTO CULTURAL

TABLA N° 80: IMPACTO CULTURAL

N°	Impacto	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Conocimiento de cultura						x		2
2	Impulsar la cultura							x	3
3	Educación cultural						x		2
TOTAL							4	3	7

Fuente: Estudio de Factibilidad

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{2+3+2}{3} = \frac{7}{3} = \mathbf{2.33 \text{ POSITIVO MEDIO}}$$

Como resultado de la implementación de la Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota, se espera lograr un Impacto de Turismo Cultural positivo alto que se verá reflejado en la afluencia de turistas nacionales y extranjeros hacer uso del servicio; las tradiciones no serán guardadas en el baúl de los recuerdos de la comunidad y sus habitantes, ya que serán contados a los turistas que visiten la Corporación; las relaciones humanas de la gente de la Comunidad Valle del Chota y su entorno mejorarán; la participación para sacar adelante el proyecto no únicamente dependerá de los involucrados en forma directa en el proyecto, sino también de la gente que es propietaria de bienes y servicios del sector.

7.1.4 IMPACTO AMBIENTAL

TABLA N° 81: IMPACTO AMBIENTAL

N°	Impacto	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Cultura ambiental						x		2
2	Reciclar los desechos						x		2
3	Incentivar al cuidado del recurso natural							x	3
TOTAL							4	3	7

Fuente: Estudio de Factibilidad

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{2+2+3}{3} = \frac{7}{3} = 2.33 \text{ POSITIVO MEDIO}$$

La corporación cultural deberá procurar producir el mínimo de residuos; para lo re-usará el papel, los plásticos, vidrios, etc.; en relación a los orgánicos se procurará sacar lo menos posible los desperdicios para esta manera contribuir a la protección del ambiente

7.1.5. IMPACTO GENERAL

TABLA N° 82: IMPACTO GENERAL

N°	IMPACTOS	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto social						x		2
2	Impacto económico						x		2
3	Impacto cultural						x		2
4	Impacto ambiental						x		2
TOTAL							8		8

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{2+2+2+2}{4} = \frac{8}{4} = 2 \text{ POSITIVO MEDIO}$$

El impacto General que se espera lograr como resultado de la implementación de la Corporación que administre los recursos culturales para el rescate, formación y difusión de la memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota, está en función del análisis de los indicadores económico, social, cultural y ambiental.

- El impacto económico prevé la minimización de costos y maximizar los ingresos y las utilidades.
- El impacto social se verá reflejado en el acceso a la vivienda a través del financiamiento, creación de fuentes de empleo a través de la operación de la Corporación. Además del mejoramiento de la calidad de vida y salud a través del servicio médico del Seguro Social.

- El impacto cultural se verá reflejado en la promoción y posicionamiento del turismo cultural en la mente de turistas nacionales y extranjero; las tradiciones formarán parte de la cultura de la Comunidad Valle del Chota y sus habitantes que serán contados a los turistas que visiten la Corporación; las relaciones humanas de la gente de la Comunidad Valle del Chota y su entorno se verán mejoradas; y, la participación para sacar adelante el proyecto dependerá de todos los involucrados.
- El Impacto Ambiental será resultado de la cultura adquirida por el talento humano a través de políticas de capacitación en reciclaje de desechos; y, monitoreo y control como parte de la obtención de resultados sobre la conservación del ambiente en forma permanente.

CONCLUSIONES

1. Una vez analizada todas las variables que incluyen en el diagnóstico situacional se llega a la conclusión que en el Valle del Chota es el lugar idóneo para implantar la Corporación, ya cuenta con todas las características necesarias como son: servicios básicos, un turismo sustentable, cultura de los mismo habitantes.
2. El estudio de mercado, para lo cual se ha hecho encuestas, para determinar la viabilidad del proyecto. Una vez aplicado todas las técnicas de investigación se pudo concluir que existe una demanda potencial de los servicios de 6563 turistas que requieren de los servicios a ofertarse y una oferta de cero en el año 2013, dándonos una demanda insatisfecha de 6563 turistas lo que significa que si existe personas que les interesa este tipo de servicios, por lo que el proyecto es aceptado por la población.
3. En el estudio técnico se concluyó que la ubicación de la Corporación es adecuada, ya que si cuenta con todos los requerimientos tanto de espacio físico como de localización necesarios para dar un buen servicio a los clientes. La inversión total del proyecto es de \$ 71972.65 de los cuales el 60% es mediante aporte de socios y la diferencia préstamo otorgado por el Banco Nacional de Fomento.
4. Mediante el análisis de cada uno de las técnicas de evaluación financiera se puede concluir que el proyecto es viable financieramente ya que se obtuvo los siguientes resultados: Valor Actual neto (VAN) es de 17746.94, una tasa interna de retorno (TIR) 24.47%, el costo -beneficio 1.58 se logra recuperar la inversión a los 4 años y 6 meses 18 días.

5. Se estableció que el centro cultural se constituirá como una Sociedad Anónima, bajo las normas y reglas dictadas para la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, así mismo se analizó la estructura organizacional adecuada para este tipo de empresas.

6. Los impactos generados por el proyecto son: económico, social, cultural y ambiental, dándonos un impacto general positivo medio, esto significa que aportará significativamente al área social, económica y sobre todo a dar conocimientos de cultura a la sociedad.

RECOMENDACIONES

1. Si se cuenta con la infraestructura necesaria y con la aceptación de los consumidores se recomienda implantar la Corporación, en la Comunidad del Valle del Chota.
2. Se recomienda a al Municipio de Ibarra, poner más énfasis en lo que a cultura se refiere, ya que existen muchos lugares que pueden ser explotados culturalmente.
3. La inversión es un poco alta, por tal razón se recomienda acudir al Banco Nacional de Fomento para adquirir un préstamo, para poder poner en marcha dicho proyecto.
4. Según el estudio de mercado existe demanda insatisfecha alta de los servicios a ofertarse en Corporación, por razón se hace necesario poner en marcha el proyecto, ya que lo posibles consumidores ven con agrada este tipo de servicios por ser educativos para los niños, jóvenes y adultos.
5. Una vez analizado las técnicas de evaluación financiera, se recomienda ejecutar dicho proyecto ya que se comprueba que es rentable y se logra recuperar la inversión en el tiempo establecido.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA ROJAS Sérvulo, 2010. Administración de pequeñas empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México DF.
- BRAVO Mercedes, 2009. Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador.
- BACA Gabriel. 2.010. Demanda. Evaluación de Proyectos. : McGrawHill, Mexico.
- HERNÁNDEZ Ricardo, 2.008. Manual para elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, Mc Graw Hill, México DF.
- GALINDO, R. Carlos J. 2008. Manual para la creación de empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.
- KONTZ Harold y WEIHRICH, Heinz 2008 Administración Una Perspectiva Global y Empresarial. Décimo Tercera Edición, McGrawHill, Mexico.
- MUNCH Lourdes, 2010. Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.
- PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA Vicente, 2009. Administre sus recursos humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC.
- SÁNCHEZ GÓMEZ, 2012. Pequeñas empresas, Tercera Edición, Editorial McGrawHill, Mexico.

LINCOGRAFIA

- <http://visitiecuador.com>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Grupos-Etnicos-De-Ecuador>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador>
- <http://wwwi.mbaburaturismo.gov.ec>
- <http://www.ecuador.rotaturisticas.com>
- <http://www.ecostravel>
- <http://www.books.google.com.ec/>
- <http://www.microempresa.blogdiario.com>

ANEXOS

Anexo N° 1: Encuesta a Turistas
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Objetivo: Cuantificar la demanda de servicio turístico memoria colectiva cultural en la Comunidad del Chota.

Datos informativos:

Sexo Masculino (), Femenino ()

Edad:

18 – 30 (), 31 – 43 (), 44 – 56, 57 – 69(), más de + 56

Nivel de escolaridad: Primaria (), Secundaria (), Superior ()

Cuestionario

1. ¿Cuál es el lugar de procedencia?
 - Nacional
 - Extranjero
2. ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia?
 - Natural
 - Cultural
 - Aventura
 - Otro
3. ¿Cuánto tiempo tienen previsto permanecer en el sector?
 - Horas
 - Días
 - Otro
4. ¿Cuántas personas le acompañan en su visita al Valle del Chota?
 - 1-3
 - 4-6
 - Otro
5. ¿Qué tipo de atractivo cultural es de su preferencia?
 - Bomba del Chota
 - Banda Mocha
 - Danza
 - Bailes tradicionales
 - Museo Honka Monka
 - El grupo étnico afroecuatoriano

6. ¿Si hubiera una Corporación que administre los atractivos culturales en la Comunidad del Chota, los visitaría?
- Sí
 - No
7. ¿Con qué frecuencia visitaría el atractivo cultural en el Valle del Chota?
- Semanal
 - Quincenal
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual
8. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural en el Valle del Chota?
- 5 -10
 - 11-20
 - 21-30
 - 31-40
 - Más de 40
9. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?
- Anuncios en periódicos o revistas
 - Correo ordinario
 - Vallas publicitarias
 - Televisión
 - Radio
 - Internet
 - Otro (Por favor especifique)

¡Gracias por su colaboración!