



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

TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA
EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE
IMBABURA.”**

**Previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría, C.P.A.**

Autora:

Arias Benalcázar María Gabriela

Asesor:

Dr. Roberto Lara

Ibarra, Marzo, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se ha elaborado con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa que comercialice servicios turísticos comunitarios en la Parroquia Eugenio Espejo del cantón Otavalo. El proyecto nace de la necesidad de diseñar una alternativa de desarrollo comunitario basada en el aprovechamiento sustentable de los recursos, con el fin de aportar al perfeccionamiento socioeconómico y humano del área de influencia del proyecto. La investigación se enfocó en el análisis de la oferta, cuantificándola, en la determinación de la demanda, realizando sus proyecciones mediante el método exponencial; para lo cual se utilizó fuentes de información primaria y secundaria; siendo las principales, el Ministerio de Turismo-Imbabura y la Oficina de información turística de Otavalo, las que permitieron obtener una visión amplia de la actividad turística en el cantón Otavalo. Con los datos obtenidos se desarrolló el estudio de mercado, el mismo que dio como resultado la factibilidad del proyecto, debido a que existe una demanda de turistas con expectativas de utilizar servicios de turismo comunitario y los establecimientos no cubren esta demanda en su totalidad. Con los datos analizados, se pudo observar que en la Provincia de Imbabura la oferta de servicios de turismo comunitario se concentra en el cantón Cotacachi, mientras que en el cantón Otavalo es extremadamente limitada, lo que mejora las oportunidades de desarrollar el proyecto; ya que se busca crear nuevas fuentes de empleo y dinamizar la economía de las familias locales ya que es un proyecto que presenta impactos sociales, económicos, ambientales y culturales positivos tanto para la comunidad como para los turistas.

ABSTRACT SUMMARY

The present study has been elaborated with the purpose of determine the feasibility of the creation a micro company that markets community tourist services in the Eugenio Espejo Parish in Otavalo city. The project is born of the necessity of designing a based community development alternative in the sustainable use of the resources with the purpose of contributing to the socioeconomic and human improvement of the area of influence of the project. The investigation was focused in the analysis of the offer, quantifying it, in the determination of the demand, carrying out its projections by means of the exponential method; for that which was used primary and secondary sources of information; being the main ones, the Ministry of Tourism-Imbabura and the Office of tourist information of Otavalo, those that allowed to obtain a wide vision of the tourist activity in the Otavalo city. With the obtained data of the market study, the same one was developed that gave the feasibility of the project as a result, because a demand of tourists exists with expectations of using services of community tourism and the establishments don't cover this demand in its entirety. With the analyzed data, one could observe that in the County of Imbabura the offer of services of community tourism concentrates on the canton Cotacachi, while in the canton Otavalo is extremely limited, what improves the opportunities to develop the project; since it is looked for to create new employment sources and to energize the economy of the local families since it is a project that it presents positive social, economic, environmental and cultural impacts as much for the community as for the tourists.

AUTORÍA

Yo, **MARÍA GABRIELA ARIAS BENALCÁZAR**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100346970-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** es de mi autoría 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.

.....
Gabriela Arias Benalcázar

C.I. 100346970-5

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada María Gabriela Arias Benalcázar, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes marzo del año 2012.

Dr. Roberto Lara.

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

Yo, Arias Benalcázar María Gabriela, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100346970-5, manifiesto la 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 autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad en la facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes marzo del año 2012.

.....
María Gabriela Arias Benalcázar

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Reposición 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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la información siguiente:

DATOS DEL CONTACTO

APELLIDOS Y NOMBRES: ARIAS BENALCÁZAR MARÍA GABRIELA

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 100346970-5

AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD

Yo, ARIAS BENALCÁZAR MARÍA GABRIELA, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100346970-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso de 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 143.

CONSTANCIAS

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

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes marzo del año 2012.

LA AUTORA

Firma:

Nombre: ARIAS BENALCÁZAR MARÍA GABRIELA

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

De manera especial a mis padres, por su apoyo incondicional, por ser para mí un ejemplo de fe y responsabilidad.

A mis maestros, quienes fueron la base estructural para la elaboración del presente trabajo.

Gabriela.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento sincero a quien guió paso a paso la elaboración del presente proyecto, Dr. Roberto Lara, por compartir desinteresadamente sus conocimientos y coadyuvar a la conclusión exitosa de este proyecto.

Quiero agradecer de igual forma a mis profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por compartir sus conocimientos de una manera profesional y ética.

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

Gabriela

PRESENTACIÓN

La industria del turismo presenta un claro crecimiento a nivel mundial durante las últimas décadas, llegando a convertirse en un motor de desarrollo económico para muchos países, principalmente para los que se encuentran en vías de desarrollo. Esto impulsado por algunos factores como la globalización, la cultura del ocio, el cuidado de la salud, la tendencia a la protección ambiental, el auge de la economía mundial, entre otros.

El ecoturismo es la actividad que presenta mayor dinamismo dentro de la industria, debido al crecimiento de la conciencia del cuidado ambiental por causa del calentamiento global, siendo el turismo comunitario una diversificación de este.

El turismo comunitario es una actividad de muy rápido crecimiento, ya que muchos turistas están en busca de atractivos naturales diferentes de los convencionales, a más de lo anterior, este tipo de propuestas contribuyen al desarrollo del medio en que se implantan.

De tal manera que se hace necesario el emprendimiento en iniciativas que permitan aprovechar el crecimiento de esta industria y el potencial turístico del cantón Otavalo.

El presente proyecto radica en la evaluación del nivel de factibilidad que tendría el establecimiento de una microempresa de turismo comunitario en la parroquia Eugenio Espejo del cantón Otavalo, lugar que por su gran cantidad de atractivos naturales, culturales y patrimoniales se encuentra ubicada dentro de los cinco principales destinos turísticos del Ecuador.

El estudio de factibilidad consta de siete capítulos que comprenden lo siguiente:

Capítulo I, hace referencia al diagnóstico situacional, en el cual se establecen las características generales de la Parroquia Eugenio Espejo, la forma en la que se realizó investigación, los instrumentos de recolección de información y su evaluación; los mismos que contribuyeron a establecer la oportunidad central del proyecto.

Capítulo II, conformado por las bases teóricas que sustentan la realización de la investigación, obtenidas mediante la utilización de técnicas de recolección de información primaria y secundaria.

Capítulo III, detalla el estudio de mercado; el mismo es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Este capítulo contiene los resultados y análisis de las encuestas aplicadas tanto a los habitantes de la parroquia Eugenio Espejo, como a los turistas extranjeros que visitan Otavalo.

Capítulo IV, contiene el estudio técnico que detalla lo referente al tamaño y localización, mismos que se definieron tomando en cuenta variables que permitan ubicar al proyecto con bastante precisión; la ingeniería del proyecto describe los servicios a ofertarse, detalla mediante un diagrama las actividades a realizarse, así como la inversión necesaria para realizarlas, su valoración y las fuentes de financiamiento necesarias para poner en marcha el proyecto.

Capítulo V, compuesto por la evaluación económica-financiera, en la cual se determina la inversión del proyecto, los ingresos y egresos, el capital de trabajo y el juego completo de estados financieros. Adicionalmente se presenta una evaluación financiera mediante índices como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), y el Beneficio Costo, para a través de estos establecer el nivel de rentabilidad del proyecto.

Capítulo VI, hace referencia a la propuesta de estructura organizacional y funcional de la microempresa, en cuanto a su organización administrativa, aspectos legales y estrategias operacionales.

Por último se concluye estableciendo un análisis de los impactos que la implantación del proyecto generará en su área de influencia una vez puesto en marcha; así como también las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado una vez finalizada la investigación.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
PRESENTACIÓN	x
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	Xx
INTRODUCCIÓN	21
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes	25
Objetivos del diagnóstico	25
Variables	26
Indicadores	26
Matriz de relación diagnóstica	28
Mecánica operativa	30
Población y Muestra	30
Información secundaria	31
Información primaria	31
Diagnóstico externo	48
Determinación de la oportunidad	51
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
El turismo	53
Definición de turismo	53
Historia del turismo	54
Macro tendencias futuras del Turismo	56
Turismo en Otavalo	57
Modalidades del turismo	58
Tipos de turismo.	58
Componentes de la actividad turística	59
El turismo comunitario	61
Características del turismo Comunitario	61
El Ecoturismo Comunitario	62
El turismo sostenible	62

Turismo rural	63
Razones Explicativas de la aparición y auge del turismo rural comunitario	63
Consecuencias derivadas del desarrollo turístico en el medio rural	64
LA MICROEMPRESA	
Concepto	66
Clasificación de las Microempresas	66
La microempresa turística	67
ESTUDIO DE MERCADO	
Definición	68
Objetivos y generalidades del estudio de mercado	69
El producto	69
El Servicio	69
La Demanda	69
La Oferta	69
El precio.	70
Comercialización	70
Canales de distribución	70
ESTUDIO TÉCNICO	
Definición	71
Objetivos y generalidades del Estudio Técnico	71
Localización del Proyecto	71
Ingeniería del proyecto	72
Capital de trabajo	72
ESTUDIO ECONÓMICO	
Definición	72
Inversiones	73
Determinación de los costos	73
Ingresos	73
Egresos	73
Costos de Producción	74
Gastos Generales de Fabricación	75
Gastos de Administración	75
Gastos de Venta	75
Estructura de los costos	76
Punto de equilibrio	76
Estados proforma	77
Indicadores para la evaluación	77
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	
Introducción	81
Descripción del servicio	82
Mercado meta	82

Análisis de la demanda	83
Análisis de la oferta	88
Balance oferta demanda	91
Análisis de precios	92
Canales de distribución	92
Promoción y publicidad	93
Conclusiones del estudio de mercado	94

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización del proyecto	97
Macro localización	98
Micro localización	99
Matriz de factores	99
Selección de lugares	99
Selección de factores	99
Definición de la matriz básica	100
Priorización de factores y ponderación	102
Diagramas de procesos	103
Ingeniería del proyecto	108
Distribución de la planta	108
Distribución de los hospedajes	109
Requerimiento de personal	112
Determinación del presupuesto técnico	112
Inversiones	112
Inversión fija	112
Capital de trabajo	117
Inversión total del proyecto	118
Financiamiento	118
Amortización de la deuda	119

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA

Resumen de la inversión	121
Resumen de costos y gastos del proyecto	122
Proyección de costos y gastos	123
Tasa de rentabilidad mínima aceptable	125
Ingresos por ventas	126
Proyección de los ingresos	126
Estado de resultados proyectado	128
Punto de equilibrio	129
Balance de apertura	132
Flujo de efectivo	133
Valor actual neto	133
Tasa interna de retorno	134

Relación costo beneficio	136
Tiempo de recuperación de la inversión	136
Análisis de sensibilidad del proyecto	138
Análisis comparativo	145

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Nombre o razón social	147
Misión	147
Visión	148
Políticas	148
Objetivos	149
Valores institucionales	150
Organización estructural	151
Estructura funcional	153
Base legal	156
Trámites para la creación de la compañía	157
Minuta de constitución de la compañía	169

IMPACTOS	179
-----------------	-----

CONCLUSIONES	186
---------------------	-----

RECOMENDACIONES	188
------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	189
---------------------	-----

ANEXOS	191
---------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Matriz de relación diagnóstica	28
Cuadro N° 2	Población	30
Cuadro N° 3	Importancia del Turismo	31
Cuadro N° 4	Tipos de productos comercializados	32
Cuadro N° 5	Nivel de producción	33
Cuadro N° 6	Materia prima	34
Cuadro N° 7	Procedencia de los turistas	35
Cuadro N° 8	Comercialización	36
Cuadro N° 9	Rentabilidad	37
Cuadro N° 10	Mano de obra	38
Cuadro N° 11	Interés en formar la Microempresa	39
Cuadro N° 12	Status de los turistas	40
Cuadro N° 13	Participación en la microempresa	41
Cuadro N° 14	Capacidad de alojamiento	42
Cuadro N° 15	Actividades productivas	43
Cuadro N° 16	Espacio físico	44
Cuadro N° 17	Capacidad de mejorar la vivienda	45
Cuadro N° 18	Descripción del servicio	83
Cuadro N° 19	Arribos históricos de turistas	85
Cuadro N° 20	Tasa de crecimiento	86
Cuadro N° 21	Demanda proyectada	87
Cuadro N° 22	Turistas Atendidos por la competencia	89
Cuadro N° 23	Oferta histórica	89
Cuadro N° 24	Tasa de crecimiento de la oferta	90
Cuadro N° 25	Oferta Futura	92
Cuadro N° 26	Balance Oferta-Demanda	91
Cuadro N° 27	Análisis de precios	92
Cuadro N° 28	Matriz de factores	100
Cuadro N° 29	Priorización de factores y priorización	102
Cuadro N° 30	Elementos del diagrama de flujo	103
Cuadro N° 31	Distribución de la oficina	109
Cuadro N° 32	Requerimiento de personal	112
Cuadro N° 33	Infraestructura civil	112
Cuadro N° 34	Presupuesto de construcción	113
Cuadro N° 35	Muebles y enseres	115
Cuadro N° 36	Equipo de computo	116
Cuadro N° 37	Equipo operativo	116
Cuadro N° 38	Menaje y lencería	116
Cuadro N° 39	Capital de trabajo	118
Cuadro N° 40	Inversión total del proyecto	118
Cuadro N° 41	Distribución porcentual de la inversión	119
Cuadro N° 42	Financiamiento	119
Cuadro N° 43	Amortización de la deuda	120

Cuadro N° 44	Resumen de la inversión	122
Cuadro N° 45	Resumen de costos y gastos del proyecto	122
Cuadro N° 46	Proyección de costos y gastos	124
Cuadro N° 47	Resumen de la proyección de costos y gastos	125
Cuadro N° 48	Tasa de rentabilidad mínima aceptable	125
Cuadro N° 49	Costo de los servicios	126
Cuadro N° 50	Precio de los servicios	126
Cuadro N° 51	Proyección de ventas	127
Cuadro N° 52	Proyección de ingresos	127
Cuadro N° 53	Estado de resultados proyectados	129
Cuadro N° 54	Punto de equilibrio año 1	130
Cuadro N° 55	Punto de equilibrio año 2	130
Cuadro N° 56	Punto de equilibrio año 3	131
Cuadro N° 57	Punto de equilibrio año 4	131
Cuadro N° 58	Punto de equilibrio año 5	132
Cuadro N° 59	Balance de apertura	132
Cuadro N° 60	Flujo de caja	133
Cuadro N° 61	Relación costo-beneficio	136
Cuadro N° 62	Resumen flujos de efectivo	137
Cuadro N° 63	Estado de resultados proyectados-escenario positivo	139
Cuadro N° 64	Estado de flujos de efectivo-escenario positivo	140
Cuadro N° 65	Análisis de beneficio/costo-escenario positivo	141
Cuadro N° 66	Estado de resultados proyectados-escenario negativo	142
Cuadro N° 67	Estado de flujos de efectivo-escenario negativo	143
Cuadro N° 68	Análisis de beneficio/costo-escenario negativo	144
Cuadro N° 69	Análisis comparativo de escenarios propuestos	145
Cuadro N° 70	Estructura funcional	153
Cuadro N° 71	Escala de valoración de impactos	179
Cuadro N° 72	Impactos en el medio físico	180
Cuadro N° 73	Impactos en el medio físico	181
Cuadro N° 74	Impactos en el medio físico	181
Cuadro N° 75	Impactos en el medio biótico	182
Cuadro N° 76	Impacto Socio Cultural	183
Cuadro N° 77	Impacto empresarial	184
Cuadro N° 78	Matriz General de Impactos	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Importancia del Turismo	32
Gráfico N° 2	Tipos de productos comercializados	33
Gráfico N° 3	Nivel de producción	34
Gráfico N° 4	Materia prima	35
Gráfico N° 5	Procedencia de los turistas	35
Gráfico N° 6	Comercialización	36
Gráfico N° 7	Rentabilidad	37
Gráfico N° 8	Mano de obra	38
Gráfico N° 9	Interés en formar la Microempresa	39
Gráfico N° 10	Status de los turistas	40
Gráfico N° 11	Participación en la microempresa	41
Gráfico N° 12	Capacidad de alojamiento	42
Gráfico N° 13	Actividades productivas	43
Gráfico N° 14	Espacio físico	44
Gráfico N° 15	Capacidad de mejorar la vivienda	45
Gráfico N° 16	Proceso de comercialización del servicio	93
Gráfico N° 17	Croquis de microlocalización	98
Gráfico N° 18	Flujograma de proceso de investigación y desarrollo	104
Gráfico N° 19	Flujograma de proceso de mercadeo	105
Gráfico N° 20	Flujograma de proceso de ventas	106
Gráfico N° 21	Flujograma de proceso de prestación del servicio	107
Gráfico N° 22	Distribución de la Oficina	108
Gráfico N° 23	Fachada de los hospedajes	109
Gráfico N° 24	Distribución interna habitación simple	110
Gráfico N° 25	Distribución interna habitación doble	111

INTRODUCCIÓN

La Parroquia Eugenio Espejo perteneciente al Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura, está ubicada a 2325 msnm al sur de la ciudad de Otavalo, cuenta con 6.066 habitantes y una superficie territorial de 24.050 metros cuadrados, está conformada por doce comunidades y ocho barrios ubicados dentro del casco urbano, habitados por ciudadanos indígenas en un 82% y mestizos el 18%, todos pertenecientes a la clase media baja; su paisaje está adornado por un sinnúmero de accidentes geográficos, muchos de los cuales constituyen atractivos turísticos por explotar. El mayor privilegio de esta Parroquia es estar ubicado en la Cuenca del Lago San Pablo, un hermoso paraje asentado en el valle que se forma en los Montes de Imbabura y Mojanda en sentido Norte-Sur y el Cusín y Rey Loma en sentido Este-Oeste.

En su mayoría los habitantes de la Parroquia Eugenio Espejo se dedican a actividades ajenas a las turísticas, desaprovechando de esta manera la gran cantidad de recursos naturales que poseen y que podrían ser determinantes en el impulso de su desarrollo por la gran acogida de la cual el turismo comunitario goza en la actualidad.

Los aspectos identificados como causas de la problemática planteada son principalmente el distanciamiento existente entre la población y las autoridades locales y seccionales, dada primordialmente por la ausencia de acuerdos estratégicos bilaterales que permitan superar deficiencias como la falta de educación y capacitación de los habitantes locales en asuntos turísticos; la escases de propuestas innovadoras y participativas que coadyuven al desarrollo turístico de la parroquia y a su vez contribuyan a sobrellevar en sus habitantes la fuerte presencia de una actitud conformista ante su actual situación, que desencadena en la

generación de factores negativos para la imagen de la parroquia como el desempleo, la migración de sus habitantes en busca de nuevas oportunidades, el estancamiento de la industria turística, la sub explotación de los recursos naturales y la pérdida de beneficios económicos, mismos que estancan el progreso local.

El desarrollo sostenible del turismo comunitario, con un rostro más humano, exige la participación directa de las comunidades indígenas anfitrionas, mostrando al turista una forma de vida auténtica que se nutre de una visión del cosmos diferente a otras existentes. El fin último de la implantación de la microempresa de turismo comunitario es propiciar un encuentro que le permita al huésped experimentar un contacto directo con la naturaleza y, sobre todo, enriquecerse de una vivencia intercultural, compartiendo múltiples actividades con las familias indígenas. En otras palabras, se ofrece una grandiosa oportunidad de aprendizaje mutuo, al tiempo que se garantiza servicios turísticos de calidad.

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo comunitario representa una base fundamental para establecer la oportunidad de solucionar un problema social latente, puesto que el turismo es una herramienta para frenar la pobreza, un ladrillo más en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de la calidad vida de todos los sectores de la parroquia Eugenio Espejo. Entendamos entonces, que el turismo es un gran pilar de la economía y que su desarrollo da la oportunidad de un crecimiento paulatino apoyado en el enorme capital humano y natural del cual esta localidad es poseedora.

La propuesta planteada es de interés tanto local como regional, ya que su aplicación incidirá tanto a nivel de la Parroquia Eugenio Espejo, al ser sus habitantes los principales gestores e involucrados en la establecimiento de la microempresa, como a nivel regional ya que se dará a conocer a la

provincia como una alternativa turística consciente y preocupada del desarrollo sostenible de los recursos.

La elaboración del presente trabajo tiene por objetivos los siguientes:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo comunitario en la Parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo; que permita explotar los recursos con que cuenta este sector mediante un enfoque de desarrollo sostenible, procurando así mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia Eugenio Espejo, para identificar posibles aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que influyan en la implementación de una microempresa de turismo comunitario.
- Establecer las bases teóricas–científicas que permitan sustentar de manera adecuada el proyecto.
- Formular un estudio de mercado de tipo exploratorio y descriptivo que provea información concreta y confiable con la finalidad de determinar aspectos importantes del comportamiento de la demanda y oferta del turismo en la ciudad de Otavalo y sus sectores de influencia.
- Elaborar un estudio técnico que refleje con precisión la localización del proyecto, para evitar problemas posteriores referentes a abastecimiento de materia prima, oferta de mano de obra, facilidad de acceso al mercado, obras básicas de infraestructura, entre otros.

- Desarrollar el estudio financiero acorde a los resultados obtenidos en la investigación de mercados, con la finalidad de conocer la rentabilidad del proyecto.
- Estructurar el marco legal de la microempresa en base a la legislación ecuatoriana y a una planificación estratégica organizada sobre las expectativas y necesidades del sector.
- Analizar los impactos que la implantación del proyecto generaría en los ámbitos social, económico, ambiental y cultural de la Parroquia Eugenio Espejo.

Una vez concluido con el proceso de diagnóstico y en base a la información primaria y secundaria recopilada, se presenta el informe del proyecto; el que en su contenido responde en su totalidad a los objetivos propuestos, ya que se enfoca en el análisis, cuantificación de la demanda y oferta turística así como en sus proyecciones y consiguientes análisis; los que sirvieron como base para definir estrategias de comercialización para los servicios ofertados por la microempresa.

La investigación se la realizará bajo un enfoque cualitativo, apoyado por la investigación bibliográfica-documental y de campo.

Cada uno de estos tipos de investigación, son las que regirán todo el proceso de recopilación de datos, tabulación, análisis, interpretación y conclusiones.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Para el desarrollo del presente proyecto es de suma importancia realizar un diagnóstico situacional que permita establecer las características del área de influencia del proyecto, que para esta investigación se ha determinado como tal a la parroquia Eugenio Espejo del cantón Otavalo, ubicado en la provincia de Imbabura; para ello fue necesario acudir a fuentes de información primaria y secundaria que permitan la obtención de datos útiles y reales, mediante la aplicación de técnicas como la encuesta, entrevista y observación directa; mismas que fueron aplicadas durante el primer semestre del año 2011 a los habitantes que realicen actividades productivas relacionadas al turismo en la Parroquia Eugenio Espejo y a las Autoridades de este sector.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia Eugenio Espejo, para identificar posibles aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que influyan en la implementación de una microempresa de turismo comunitario.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar la producción artesanal y gastronómica que existen en la zona.

- Conocer las formas de comercialización de los productos y servicios que se ofertan en la Parroquia.
- Identificar el talento humano que labora en el sector productivo de la Parroquia.
- Analizar la Normativa Legal con relación al Ambiente y Turismo que rige para la actividad productiva de la Parroquia.
- Determinar el interés de los habitantes de la Parroquia Eugenio Espejo en formar de una microempresa de turismo comunitario.
- Evaluar los atractivos turísticos que existen en la parroquia Eugenio Espejo.

1.3. VARIABLES

- Producción gastronómica y artesanal
- Comercialización
- Talento Humano
- Normativa Legal
- Atractivos Turísticos
- Interés de la población

1.4. INDICADORES

- Bienes y servicios
- Calidad
- Tecnología
- Procesos
- Determinación de Precios

- Tamaño de Mercado
- Canales de Distribución
- Servicio y atención al cliente.
- Demanda
- Experiencia
- Formación Profesional
- Capacitación
- Ordenanzas Municipales
- Contaminación Ambiental
- Infraestructura
- Capacidad de hospedaje
- Oferta de productos y servicios.
- Disponibilidad de recursos
- Capacitación

**1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA
CUADRO N° 1**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
Identificar la producción artesanal y gastronómica que existen en la zona	Producción gastronómica y artesanal	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y servicios • Calidad • Tecnología • Procesos 	Encuesta Observación Directa	Comerciantes y productores que se asientan en los alrededores de los atractivos turísticos más importantes de E.E. Centros de producción artesanal
Conocer las formas de comercialización de los productos y servicios que se ofertan en la Parroquia.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de Precios • Tamaño de Mercado • Canales de Distribución • Servicio y atención al cliente. • Demanda 	Encuesta Observación Directa	Comerciantes y productores que se asientan en los alrededores de los atractivos turísticos más importantes de E.E.
Identificar el talento humano que labora en el sector productivo de la Parroquia	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Formación Profesional • Capacitación 	Encuesta	Comerciantes que se asientan en los alrededores de los atractivos turísticos más importantes de E.E.

<p>Analizar la Normativa Legal con relación al Ambiente y Turismo que rige para la actividad productiva de la Parroquia.</p>	<p>Normativa Legal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanzas Municipales • Contaminación Ambiental 	<p>Opinión Experto de Entrevista</p>	<p>Miembros de la Junta Parroquial de Eugenio Espejo.</p>
<p>Evaluar los atractivos turísticos que existentes en el medio.</p>	<p>Atractivos Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Capacidad de hospedaje • Oferta de productos y servicios. 	<p>Observación directa.</p>	<p>Centros de atracción turística</p>
<p>Determinar el interés de los habitantes de la Parroquia Eugenio Espejo en formar de una microempresa de turismo comunitario.</p>	<p>Interés de los socios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos • Disponibilidad • Capacitación 	<p>Encuesta</p>	<p>Población económicamente activa de la Parroquia Eugenio Espejo.</p>

ELABORADO POR: La Autora

1.6. MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1. Población y muestra

1.6.1.1. Determinación de la población

Para la realización de la presente investigación se tomó como población a los habitantes que realicen actividades productivas o estén dispuestas a hacerlo y se asienten cerca de los sectores turísticos, así como los miembros de la Junta Parroquial de Eugenio Espejo, de quien se espera obtener información que contribuya a determinar la situación actual del entorno en el cual se implantará en proyecto.

1.6.1.2. Determinación de la muestra

En las poblaciones conformadas por las Autoridades de la Parroquia y los habitantes que realicen actividades productivas o estén dispuestas a hacerlo ya que cuenta con los recursos necesarios y se asienten cerca de los sectores turísticos, se aplicó la técnica del censo, ya que esta no supera los cien componentes.

CUADRO N° 2: Población

POBLACIÓN	N° INTEGRANTES
Autoridades de la Parroquia	3
Habitantes que realicen actividades productivas turísticas	45
TOTAL	48

Fuente: Censo

Elaborado por: La Autora

1.7. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Como información secundaria se utilizarán los boletines estadísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, así como la información brindada por la Oficina de información Turística del Cantón Otavalo, en cuanto a la entrada de turistas al cantón.

1.8. INFORMACIÓN PRIMARIA

1.8.1. Tabulación- análisis e interpretación de la información

1.8.1.1. Encuesta aplicada los microempresarios turísticos de la parroquia Eugenio Espejo del cantón Otavalo.

1. ¿Cree usted que es importante promover la actividad turística de manera sustentable en la Parroquia Eugenio Espejo?

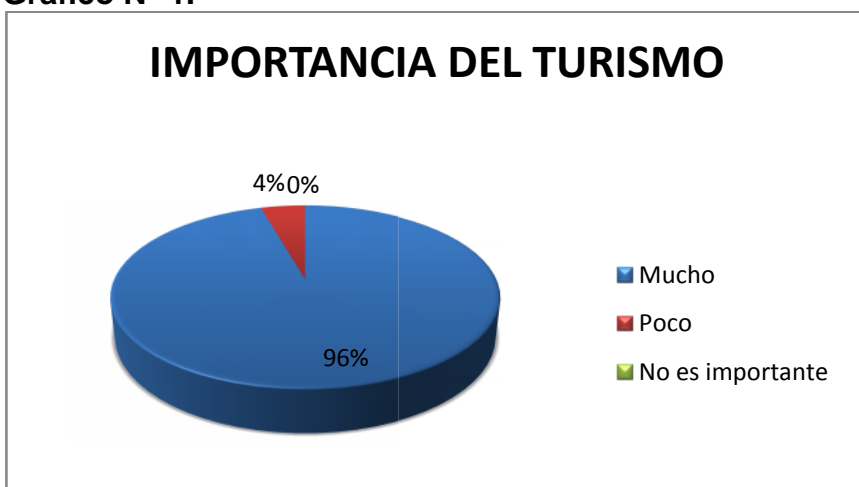
Cuadro N° 3

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	43	95,56%
Poco	2	4,44%
No es importante	0	0,00%
TOTAL	45	10 0,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 1.



Elaborado por: La Autora

Análisis: Es importante determinar si en la población de la Parroquia Eugenio Espejo existe la conciencia sobre la importancia que ha tomado en la actualidad el desarrollo de actividades turísticas sustentables en los sectores rurales, como un medio de progreso no únicamente económico, sino también social; es lo que se evidencia en el gráfico anterior, que en la Parroquia Eugenio Espejo existe, por parte de quienes se encuentran relacionados con las actividades turísticas, un interés latente de que estas actividades sean promovidas y apoyadas, para que se puedan realizar de una manera más organizada y equitativa.

2. ¿Qué tipo de productos o servicios comercializa usted?

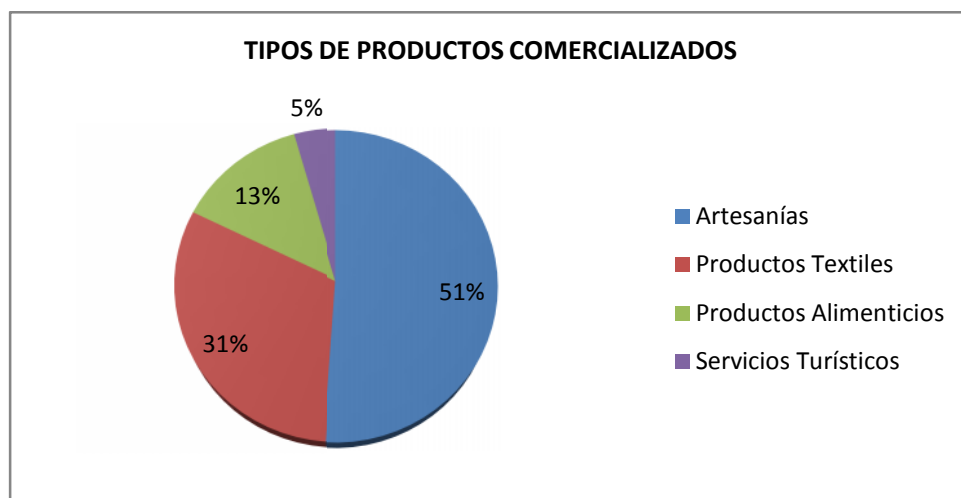
Cuadro N°4

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanías	23	51,11%
Productos Textiles	14	31,11%
Productos Alimenticios	6	13,33%
Servicios Turísticos	2	4,44%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N°2



Elaborado por: La Autora

Análisis: En la mayoría de los centros de atracción turística, el sector de las artesanías ha ganado un gran espacio, centrando toda la atención de los emprendedores turísticos hacia este sector de la economía, dejando espacios vacíos que no satisfacen las necesidades totales de los turistas, como son hospedajes naturales, alimentación o servicios de guías autóctonos, lo que demuestra que existe una gran oportunidad de entrar al mercado turístico con nuevos e innovadores servicios turísticos acordes a las necesidades actuales de los turistas.

3. ¿Usted elabora los productos que vende?

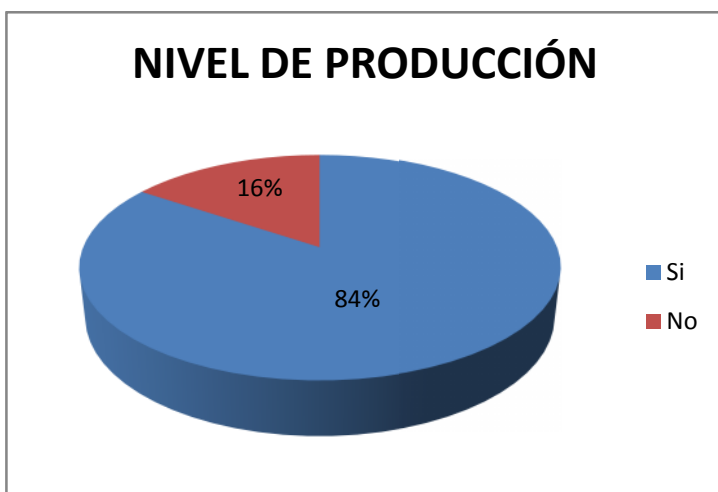
Cuadro N° 5

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	51,11%
No	14	31,11%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Grafico N° 3



Elaborado por: La Autora

Análisis: Un factor importante para brindar un servicio o vender un producto adecuado a los turistas es el controlar y acortar los canales de distribución, ya que únicamente así se puede asegurar que el producto final sea de calidad y llegue al consumidor (turista) a un precio razonable; es esta una fortaleza que muestra los resultados de la encuesta, ya que en su mayoría los comerciantes son a su vez productores.

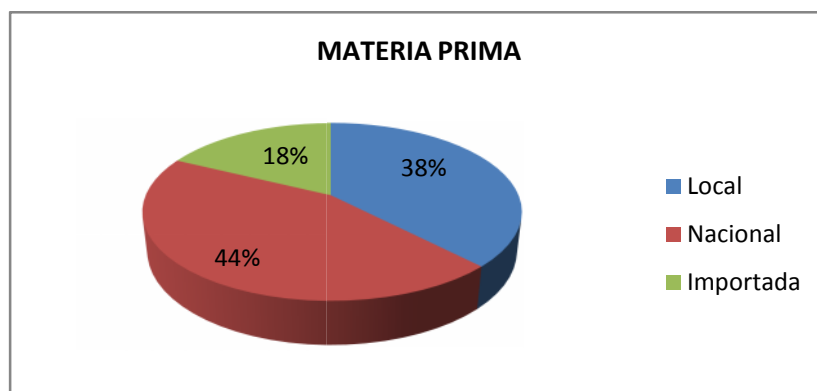
4. ¿Qué tipo de materia prima utiliza?

Cuadro N° 6

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	17	37,78%
Nacional	20	44,44%
Importada	8	17,78%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia
Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 4



Elaborado por: La Autora

5. ¿Quiénes son sus principales consumidores?

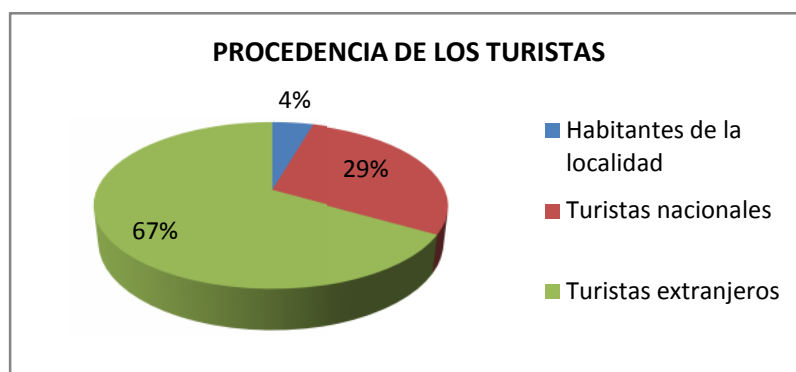
Cuadro N° 7

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Habitantes de la localidad	2	4,44%
Turistas nacionales	13	28,89%
Turistas extranjeros	30	66,67%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 5



Elaborado por: La Autora

Análisis: A los Centros turísticos de la ciudad de Otavalo en su gran mayoría acuden turistas extranjeros, es entonces hacia ellos a quienes se

debe dirigir los esfuerzos, investigando sus gustos y preferencias y buscando satisfacerlas de la mejor manera, para atraer aún más la atención del mercado de turistas internacionales.

6. ¿De qué forma comercializa usted sus productos o servicios?

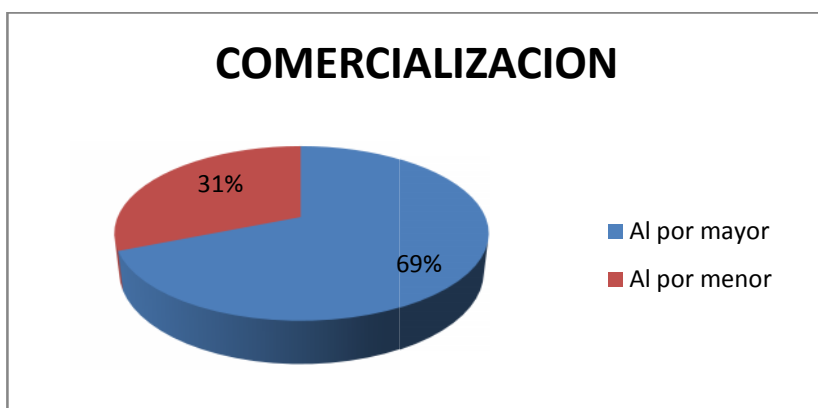
Cuadro N° 8

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al por mayor	31	68,89%
Al por menor	14	31,11%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 6



Elaborado por: La Autora

Análisis: Los productores locales al comercializar sus productos al por mayor pierden la oportunidad de interactuar con los consumidores, se incrementan los precios por el nivel de intermediarios que existe, pero esta es la realidad que se presenta en la Parroquia Eugenio, Espejo ya que según los comerciantes se obtiene más rentabilidad en menos tiempo vendiendo sus productos a mayoristas o a exportadores.

7. ¿En qué medida considera usted que la actividad que realiza es rentable?

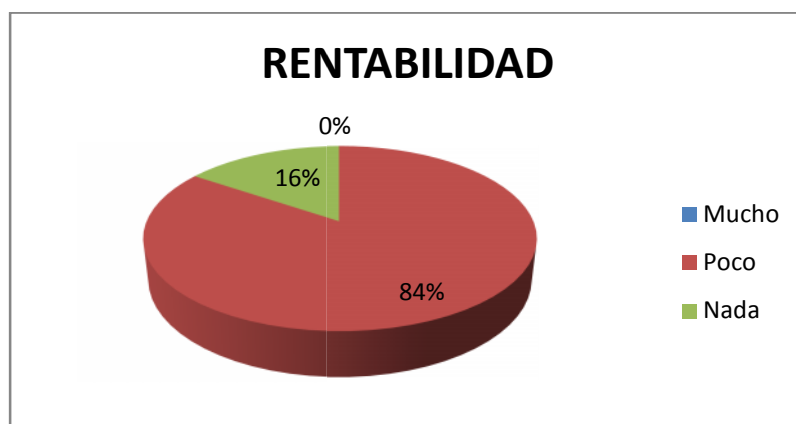
Cuadro N° 9

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	0	0,00%
Poco	38	84,44%
Nada	7	15,56%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 7



Elaborado por: La Autora

Análisis: La poca atención que se da por parte de las Autoridades al mejoramiento de los atractivos turísticos ha hecho que en la actualidad a pesar de que la afluencia de turísticas sigue estando presente estos no permanezcan por mucho tiempo en estos lugares y consuman los servicios o productos ofrecidos. Es lo que con el proyecto se busca mejorar y procurar que las actividades económicas se tornen más productivas.

8. ¿La mano de obra que utiliza en la elaboración de los productos y/o prestación de servicios es?

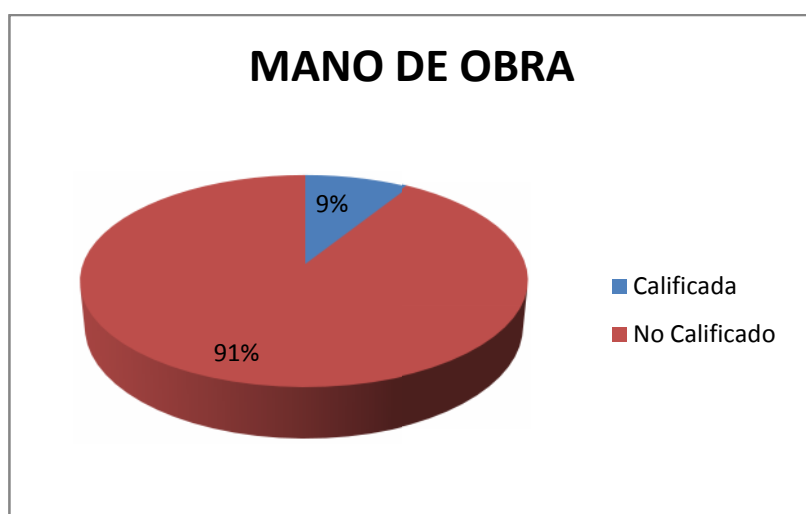
Cuadro N° 10

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calificada	4	8,89%
No Calificado	41	91,11%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 8



Elaborado por: La Autora

Análisis: El que los productores no utilicen mano de obra calificada repercute en el resultado del producto o servicio final, ya que únicamente los conocimientos son empíricos, de lo anterior la importancia de crear medios de capacitación permanentes que permitan mejorar los procesos.

9. ¿Le gustaría formar parte de una microempresa de turismo comunitario en la Parroquia Eugenio Espejo?

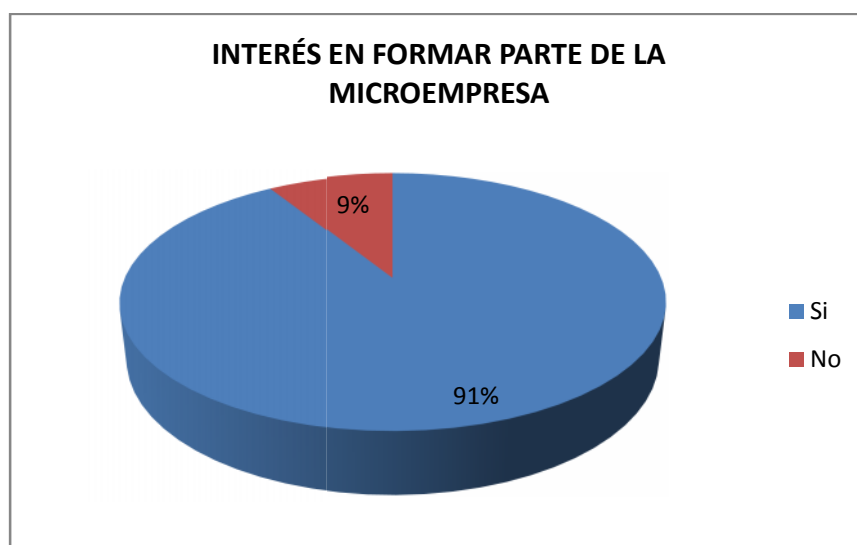
Cuadro N° 11

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	41	91,11%
No	4	8,89%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 9



Elaborado por: La Autora

Análisis: El presente cuadro hace referencia a que si los microempresarios turísticos están interesados o no en formar parte del proyecto, evidenciándose que existe un gran interés en agruparse para potenciar sus capacidades individuales y obtener mayores beneficios.

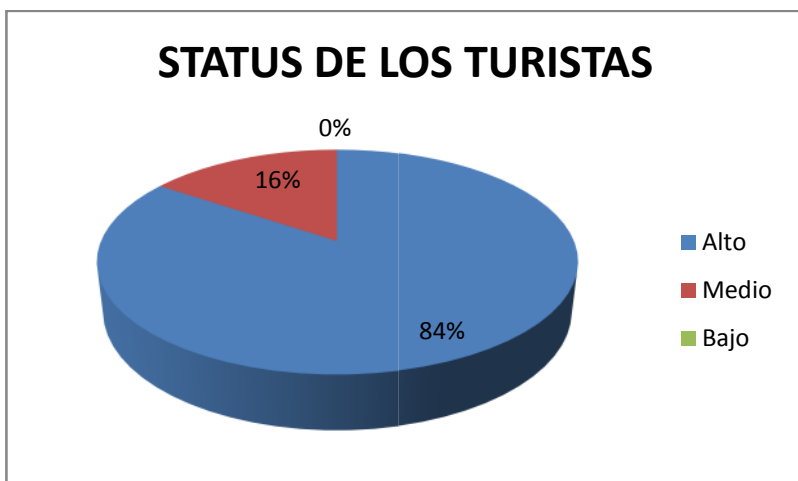
10. De acuerdo a su experiencia, ¿Podría señalar usted el status social que tienen los turistas que visitan los atractivos turísticos de la Parroquia Eugenio Espejo?

Cuadro N° 12

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	38	84%
Medio	7	16%
Bajo	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia
 Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 10



Elaborado por: La Autora

Análisis: Los servicios y productos ofrecidos a los turistas deben estar acorde a su nivel económico, por lo que es importante conocer que en este caso quienes visitan los atractivos turísticos de las cercanías de la Parroquia Eugenio Espejo pertenecen a un nivel económico alto en su mayoría.

1.8.1.2. Encuesta aplicada los posibles integrantes de la Micro empresa de Turismo Comunitario.

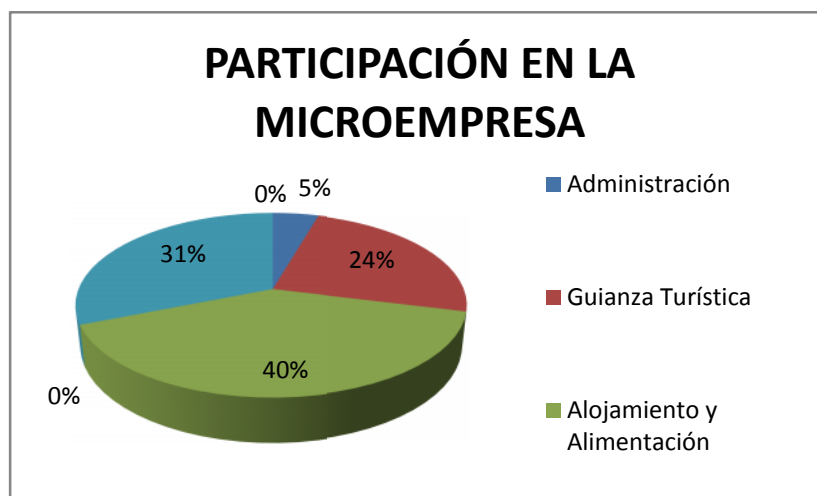
1. ¿Cómo se integraría o participaría en una microempresa de turismo comunitario?

Cuadro N° 13

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Administración	2	4,44%
Guianza Turística	11	24,44%
Alojamiento y Alimentación	18	40,00%
Publicidad y Promoción	0	0,00%
Compartir actividades productivas con los turistas	14	31,11%
Otras	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia
Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 11



Elaborado por: La Autora

Análisis: El presente cuadro denota que a más de existir el interés de los pobladores de la Parroquia de formar parte de la Microempresa, están

inclinados a participar de manera activa en las actividades hacia las cuales el proyecto está encaminado.

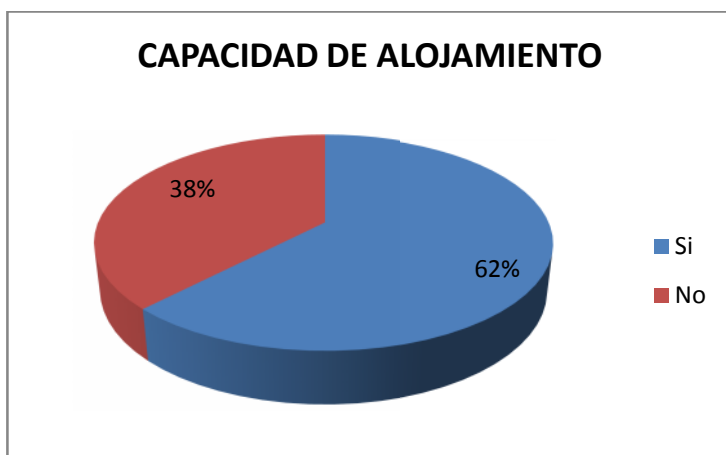
2. ¿Le gustaría ser parte de una familia anfitriona que brinde alojamiento y alimentación a los turistas compartiendo su autenticidad cultural?

Cuadro N°14

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	62,22%
No	17	37,78%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia
Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 12



Elaborado por: La Autora

Análisis: Uno de los propósitos de la microempresa es brindar alojamiento en hogares nativos a los turistas, el cuadro anterior demuestra que existen un gran porcentaje de personajes que pueden brindar sus viviendas como casas anfitrionas para los turistas extranjeros, lo cual denota que la puesta en marcha del proyecto sería factible desde este punto de vista.

3. ¿En su vivienda realiza alguna actividad productiva cuyo proceso se pueda mostrar a los turistas durante sus visitas?

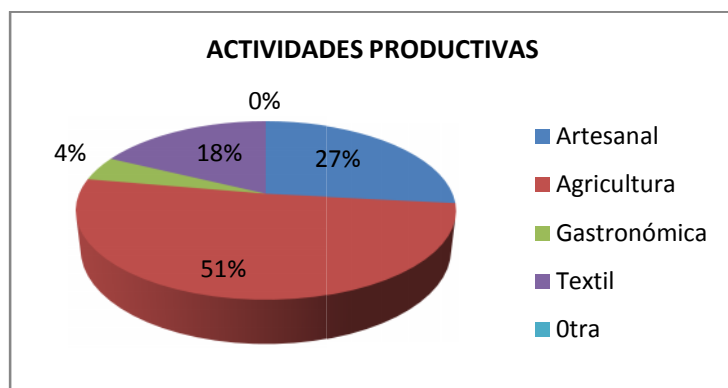
Cuadro N° 15

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanal	12	26,67%
Agricultura	23	51,11%
Gastronómica	2	4,44%
Textil	8	17,78%
Otra	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 13



Elaborado por: La Autora

Análisis: El presente gráfico hace referencia a las actividades con las que los posibles participantes del proyecto están dispuestos a aportar a la iniciativa, lo que su vez corrobora que la iniciativa está bien encaminada hacia el aprovechamiento de los recursos con los que la población cuenta.

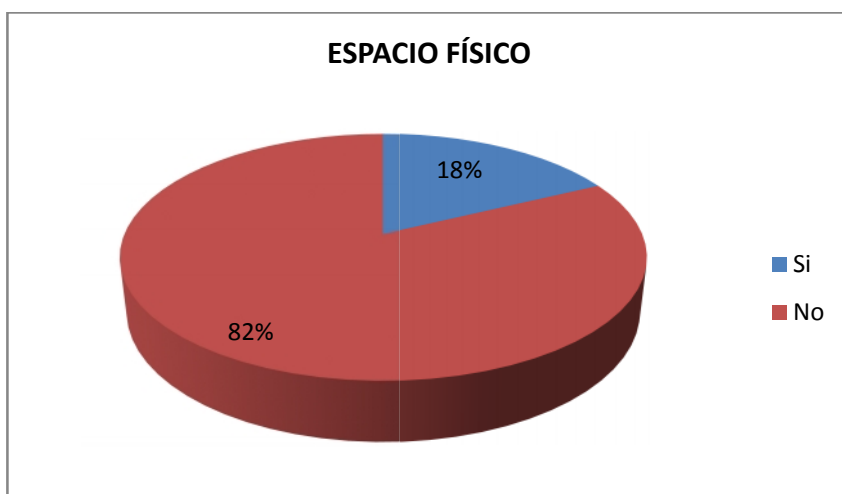
4. En su casa ¿Cuenta con espacio físico en el cual se pueda hospedar a turistas que lleguen a la comunidad?

Cuadro N° 16

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	17,78%
No	37	82,22%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia
Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 14



Elaborado por: La Autora

Análisis: El adecuar un espacio físico para hospedar a turistas en viviendas autóctonas es una de las ofertas de la microempresa, lo cual se vería limitado con los resultados obtenidos en la encuesta que demuestra que en su mayoría las personas no cuentan con un lugar extra para este fin, lo que conllevaría a tener que adaptarlos o construirlos y esto llevaría tiempo y una inversión mayor.

5. ¿En qué grado estaría usted en la capacidad de adecuar la infraestructura de su vivienda para brindar una atención adecuada a los turistas?

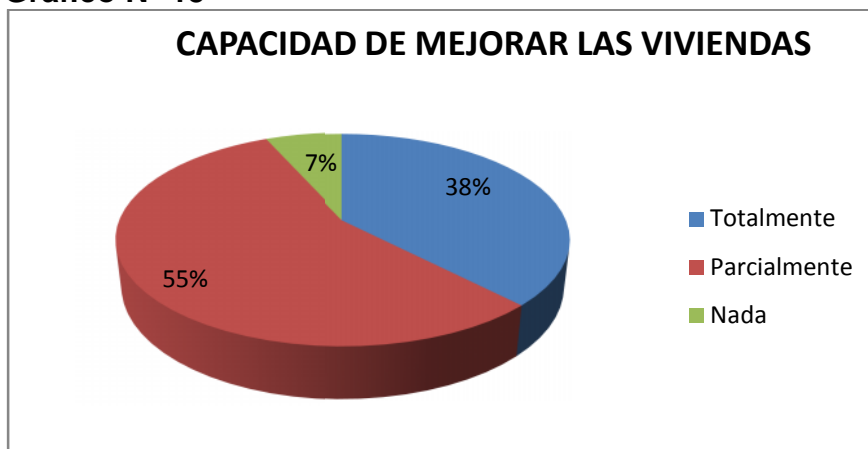
Cuadro N° 17

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente	17	37,78%
Parcialmente	25	55,56%
Nada	3	6,67%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Microempresarios Turísticos de la Parroquia

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Gráfico N° 15



Elaborado por: La Autora

Análisis: El presente cuadro demuestra que los posibles participantes de la microempresa están dispuestos a realizar modificaciones a sus viviendas, con el fin de poner en marcha el proyecto

1.8.1.3. Entrevista

Entrevista dirigida al Licenciado Ramiro Pazmiño, Vocal de la Junta Parroquial de Eugenio Espejo.

Pregunta 1. ¿Piensa usted que Turismo Comunitario es una fuente importante de desarrollo para los pueblos de nuestro Cantón?

El turismo es la industria más grande del mundo; representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial, y se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentará a 1.600 millones de dólares en 2020. El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza.

El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados del turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales y generar desperdicios y contaminación. En contraste, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia y apoyo para la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas a las comunidades.

Pregunta 2. ¿Considera usted que los recursos con los que cuenta la parroquia Eugenio Espejo le permitan desarrollarse como un sector turístico?

Si bien es cierto el cantón Otavalo en general cuenta con diversos atractivos turísticos, como son la Cascada de Peguche, El Lechero, el Parque Cóndor, y algunos de estos se encuentran muy cerca de la Parroquia Eugenio Espejo, la misma que es poseedora del gran atractivo turístico que podría ofrecer el Lago San Pablo si se lo aprovechara adecuadamente. Los recursos están, pero una gestión acertada por parte de las autoridades locales permitiría explotar estos recursos de mejor manera a lo que hasta hoy se está haciendo.

Pregunta 3. Como parte de la administración parroquial, ¿conoce usted sobre algún proyecto que se esté desarrollando en pro de mejorar las condiciones turísticas de la Parroquia Eugenio Espejo?

Los proyectos se deben presentar por parte de los dirigentes locales, en este caso la Junta Parroquial debería empoderarse de estos recursos y presentar un proyecto de factibilidad que permita conocer los beneficios que la inversión de recursos en ese sector brindaría a los habitantes de la Parroquia.

Si el proyecto es factible de realizarse nada más quedaría seguir con los trámites pertinentes para conseguir el presupuesto.

Pero hasta la fecha no se ha presentado ningún proyecto de este tipo de manera formal, han existido muchas iniciativas respecto a este tema pero aún nada se ha concretado.

Pregunta 4. ¿Existe apoyo del la municipalidad de Otavalo hacia los productores y comerciantes de la Parroquia Espejo?

En muchas ocasiones se han realizado talleres, seminarios, se han impulsado ferias libres en pos de incentivar la producción y comercialización de productos que se dan en la parroquias rurales del Cantón, si bien es cierto que ha existido acogida, no ha sido la que se ha esperado, ya que en la actualidad los indígenas que son quienes en su mayoría habitan la Parroquia Eugenio Espejo y las demás parroquias rurales se han encaminado al desarrollo de otras actividades y han descuidado la agricultura y la producción de artesanías autóctonas del sector, lo que impide que los turistas se sientan atraídos hacia estos sectores.

Pregunta 5. ¿Conoce usted qué tipo de productos o servicios se comercializan en la parroquia Eugenio Espejo?

En su mayoría los habitantes de este sector que no han salido hacia otros países, continúan con la agricultura, aunque en un porcentaje mínimo, como lo había dicho anteriormente, así como también la producción de artesanías, pero no en gran escala.

Pregunta 6. ¿Qué tipo de ventajas considera usted que la Parroquia Eugenio Espejo tiene para lograr convertirse en un sector turístico importante del cantón?

En mi opinión la mayor ventaja de esta parroquia es el Lago San Pablo, así como también su ubicación, ya que se encuentra cerca a la Panamericana, de igual manera su cercanía a otros centros turísticos, todo esto la posicionan como un sector digno de ser visitado. Pero lo importante y necesario sería poder brindar servicios con calidez y calidad a los turistas para que así este sector pueda seguir desarrollándose.

Análisis de la Entrevista: Una vez concluida la entrevista diagnóstica al Licenciado Ramiro Pazmiño se llegó a la conclusión de que la Parroquia Eugenio Espejo cuenta con los principales lugares turísticos del cantón Otavalo; sin embargo los artesanos locales no muestran el suficiente interés por emprender actividades relacionadas con el turismo y es por ello que las autoridades tampoco se esfuerzan por contribuir con este sector de la economía.

1.9. DIAGNÓSTICO EXTERNO.

En base al análisis de los resultados obtenidos en la evaluación de la información primaria se determina la influencia de cuatro aspectos

fundamentales para el desarrollo del proyecto, estos son: Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.9.1. Aliados

Para poder llevar a cabo el proyecto se debe contar con aliados que aseguren y fortalezcan el futuro del proyecto, por ello se considera como principales aliados a los miembros de la comunidad, ya que son ellos quienes participarán directamente en la ejecución del proyecto.

Por otro lado se encuentran los turistas que gustan de la actividad del ecoturismo comunitario, que hoy en día ha tomado una gran importancia, ya que son cada vez más las personas que buscan alternativas diferentes de hacer turismo.

Las Autoridades locales al mostrar un interés en mejorar la situación actual del sector turístico de la Parroquia, se convierten en aliados muy importantes que brindarán las facilidades al momento de poner en marcha el proyecto.

1.9.2. Oponentes

Una vez realizada la investigación se ha llegado a establecer que existen mínimos oponentes para poner en marcha el proyecto, que en este caso únicamente se denota la resistencia de los líderes comunitarios por ceder el poder a otras personas que busquen organizar a las comunidades sin buscar réditos económicos injustificados.

1.9.3. Oportunidades

Siendo el Ecuador reconocido mundialmente como uno de los 17 países más biodiversos del mundo existe la oportunidad de que el

ecoturismo comunitario y todas sus formas asociadas con el turismo rural y de naturaleza se conviertan en un gran soporte del sector turístico de nuestro país.

La población local puede ser enormemente beneficiada si se trabaja en el equipamiento de infraestructura básica, como señalización, senderos interpretativos, baterías sanitarias, entre otras.

El turismo interno también es una gran oportunidad de desarrollo, ya que a medida que se incremente el porcentaje de ecuatorianos que viajen y conozcan su patrimonio natural, se incrementará la conciencia y deseo de conservarlo.

La gestión local se ha convertido en una importante iniciativa para reconocer a los atractivos patrimoniales y culturales como estratégicos para el desarrollo local, y también tomar en cuenta a los atractivos naturales como medios de generación de fuentes de trabajo y puntales para el desarrollo socio económico local.

1.9.4. Riesgos

El turismo manejado fuera de la perspectiva de la sostenibilidad se convierte en un riesgo para la conservación de la biodiversidad y los recursos culturales.

La falta de capacitación se convierte en un riesgo, ya que el recurso humano no cuenta con experiencia amplia en esta actividad, en cuanto a procesos y servicios bajo estándares de calidad.

La política pública le asigna poca importancia al turismo en especial al turismo comunitario por ser un sector relativamente joven.

1.10. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

En la Parroquia Eugenio Espejo se evidencia la existencia de atractivos turísticos con grandes potenciales de ser explotados responsablemente, de igual manera la predisposición de los habitantes a formar parte del proyecto con el fin de desarrollar sus potencialidades y las de la Parroquia.

De acuerdo al diagnóstico realizado se determina que existen las condiciones necesarias para continuar con la realización del estudio de factibilidad, ya que existe el apoyo tanto de las Autoridades como de la población para recabar información que sirva de ayuda para comprobar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL TURISMO

2.1.1. Definición de turismo

Existen diversas maneras de definir al turismo, estas van variando según la opinión o el criterio de cada persona o grupo social; por ello es necesario citar una definición legitimada por una organizacional internacional, que nos permita tener una visión exacta del tema a tratar.

Para este efecto la Organización Mundial de Turismo (OMT) manifiesta que el “Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.”

Partiendo de lo expuesto se concluye que el turismo es la suma de fenómenos y relaciones que surgen a raíz del desplazamiento y estancia de personas de manera voluntaria, en lugares en los que no mantengan su residencia permanente y no estén relacionados con actividad lucrativa alguna.

Para facilitar el estudio de esta actividad la OMT ha propuesto el siguiente marco conceptual:

Viajero.- Es la persona entre dos o más países o entre dos o más localidades dentro de su país de residencia habitual.

Visitante.- Son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo. Por lo tanto, visitante representa la unidad básica de la OMT para el conjunto de estadísticas del turismo.

Turista.- Es un visitante que se queda por lo menos una noche en un alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

Excursionista.- Es el visitante del día, que no pernocta.

2.1.2. Historia del turismo

“Las primeras manifestaciones del Turismo la encontramos en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. En la literatura podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la "Cruzadas", peregrinaciones a Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la primera Agencia de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internaciones y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubs

Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental Entre los barcos podemos mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de combustión interna (Henry Ford).

Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación área: 1.919 un NC4 de estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York-Plymouth un avión británico recorre desde Terranova a Irlanda sin escala. Desde la II guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo y se inicia una etapa de avances dentro de la transportación área:

1.944 Creación de la I.A.T.A

1.947 Aparece el Constellation

1.948 Primer vuelo del Vickers Viscount, turbo hélice

1.955 Aparece el Carabelle

1.957 El B-707 terramotor a reacción, El Comet I, El Tupolet.

1.968 Aparece el Concorde, que en vuelo de prueba recorre 1.500 millas por horas. Debido al avance técnico comienza la era de los aviones modernos como por ejemplo: la familia de lo Douglas DC3 hasta DC10 con capacidad para 200 pasajeros; la Boing con sus 707, 727, 747 con

capacidad para más de 300 pasajeros y por últimos los aviones Supersónicos como el Concorde y Tupolet.”

Luque, Yuliana (2009); Historia del Turismo; Recuperado el 28 de Julio de 2011. www.monografias.com

2.1.3. Macro tendencias futuras del Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo, el turismo mundial va a experimentar ciertos cambios en las próximas décadas, los cuales van a venir determinados por una serie de macro tendencias en diversos aspectos, tales como:

a) Sociales

- Cambios demográficos.
- Aumento de las vacaciones pagadas y de flexibilidad del tiempo laborable.
- Jubilación anticipada.
- Mayor conocimiento de las posibilidades en materia de viajes.

b) Tecnológicas

- Tecnología aeronáutica.
- Infraestructura del transporte de mayor calidad: aeropuertos, carreteras, redes ferroviarias.
- Técnicas perfeccionadas en planificación y marketing.

c) Económicas

- Resultados económicos generales.
- Renta personal disponible más alta.
- Auge del comercio internacional.
- Evolución de los precios reales.

d) Políticas

- Movimiento de protección medioambiental.
- Desreglamentación del transporte aéreo.
- Optimización de las formalidades de frontera.
- Mejoras en la seguridad de los viajeros.

2.1.4. Turismo en Otavalo

En la Oficina de Turismo del Municipio de Otavalo señalan que hasta finales de los años 70's el principal motivo de viajes hacia la ciudad de Otavalo, tanto para visitantes nacionales como extranjeros era únicamente el aspecto comercial, ya que los turistas conocían a la ciudad únicamente por sus famosas artesanías y textiles quedando de lado su atractivo cultural y natural.

Con el boom del turismo en el Ecuador a finales de los 90's, Otavalo empieza a ser el centro de atracción para los turistas que gustan de las actividades de recreación natural y de exploración, empezando a posesionarse tanto en la región sierra como a nivel de país como uno de los principales atractivos para los visitantes.

En los últimos años y hasta la actualidad Otavalo mantiene el tercer lugar en el ranking de las ciudades más visitadas en el Ecuador.

Gracias a la gestión de la Oficina de Turismo, el Municipio de Otavalo, y la Oficina regional del Ministerio de Turismo en la ciudad de Ibarra, cada vez se tiene un ingreso mayor de visitantes por motivos de turismo, llegando casi a igualar las entradas por consumo.

De esta forma se ha potenciado la cantidad y calidad de atractivos turísticos de Otavalo tales como: el lago San Pablo, la cascada de

Peguche, la laguna de Mojanda y el parque El Cóndor, los cuales han convertido a la ciudad en un destino obligatorio para cualquier turista.

2.1.5. Modalidades del turismo

Leonard J. Lickorish (2006) manifiesta que “Respecto a un país en concreto, se pueden distinguir las siguientes modalidades:

- Turismo doméstico, referido a los residentes de ese país que viajan solo dentro de sus fronteras.
- Turismo receptor, referido a no residentes que viajan a ese país.
- Turismo emisor, referido a residentes de dicho país que viajan a otro país”. Pág. 15

2.1.6. Tipos de turismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) distingue las siguientes categorías de turismo:

2.1.6.1. Turismo doméstico: Abarca a los residentes de un país que visitan ese mismo país

2.1.6.2. Turismo de entrada: Implica a los no residentes de un país ‘A’ visitando el país ‘A’, por ejemplo turistas japoneses que viajan a España

2.1.6.3. Turismo de salida: Comprende a los residentes de un país que visitan otros países, por ejemplo un residente de Roma, Italia, visitando Bruselas, Bélgica.

Las tres clasificaciones básicas pueden combinarse entre sí para derivar en las siguientes categorías de turismo:

2.1.6.4. Turismo interno: que abarca el turismo doméstico y el turismo de entrada.

2.1.6.5. Turismo nacional: que incluye el turismo doméstico y el turismo de salida.

2.1.6.6. Turismo internacional: que comprende el turismo de entrada y de salida.

Determinados por viajes y destinos fuera de las propias fronteras del país y a cualquier parte del mundo.

2.1.7. Componentes de la actividad turística

2.1.7.1. Oferta Turística

Según **Aguirre, Gonzalo (2008)** “Es el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del Turista”. Pág. 23

Para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es necesario que el consumidor potencial conozca de la existencia del servicio, ya que el desconocimiento por parte de la demanda no producirá el consumo de los servicios.

2.1.7.2. Demanda turística

Aguirre, Gonzalo (2008) manifiesta que la “Son personas que están en posibilidad de solicitar y hacer uso de la oferta turística”. Pág. 24

La demanda turística es la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores en cada uno de los sitios que visita. Pero como no siempre

los turistas encuentran lo que buscan o necesitan, podemos hablar de una demanda actual y una potencial.

2.1.7.3. Producto turístico

Gurría, Manuel (2007) Señala que “El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno solo”. Pág. 49

Dado que al momento en el que el turista en su lugar de origen compra un tour o un viaje no puede ver por adelantado lo que compró, se suele decir que el producto turístico es abstracto, pero esto es transitorio al inicio, ya que se vuelve concreto al llegar al lugar o al hacer uso de los servicios que adquirió.

2.1.7.4. Atractivo Turístico

Para **Gurría, Manuel (2007)** Un atractivo turístico es “Todo lugar que constituya un destino turístico y tenga una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros”. Pág. 48.

Un atractivo turístico es la materia prima de la actividad turística, pueden ser naturales o culturales; ya que ninguna persona viaja a algún lugar por llegar a un hotel o comer en un restaurante, puesto que lo que principalmente motiva el viaje es el visitar un atractivo turístico y como consecuencia de esto debe contratar servicios que le faciliten su estadía en ese lugar.

2.2. TURISMO COMUNITARIO

En el documento titulado “Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario” de la Organización WWF Internacional se hace referencia al Turismo Comunitario como un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

En muchos lugares, especialmente en aquellos habitados por pueblos indígenas, existen derechos colectivos sobre las tierras y los recursos. El ecoturismo comunitario debería fomentar el uso sostenible y la responsabilidad colectiva de éstos, pero igualmente debe aceptar las iniciativas individuales en la comunidad.

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales; surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

2.2.1. Características del Turismo Comunitario

La Asociación Local de Desarrollo Económico de Zacatecas A.C. señala como características del Turismo Comunitario las siguientes:

- Participación de la población local en todas las etapas del proceso de prestación de servicios.
- Repartición de beneficios económicos hacia la comunidad.
- Posibilidad de un verdadero diálogo intercultural (conocimiento mutuo).
- Respeto al medio ambiente y la Biodiversidad.
- Respeto a la identidad y cultura del pueblo.
- Fortalecimiento de las sociedades locales.

2.2.2. El Ecoturismo Comunitario

Según la **Comisión Asesora Ambiental del Ecuador (2007)**, el ecoturismo comunitario es el desplazamiento hacia áreas naturales para entender la cultura y la historia natural del ambiente local, con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas y cultura local y generar oportunidades económicas que permitan que la conservación de las áreas naturales se vuelvan beneficiosas para las poblaciones locales, comprometidas corresponsablemente con operadores y visitantes.

2.2.3. Turismo sostenible

Según la **Organización Mundial del Turismo**, el “Turismo Sostenible es un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad como la de los visitantes dependen”.

2.2.4. Turismo rural

2.2.4.1. Delimitación conceptual del turismo rural.

Mediano, Lucía (2004) manifiesta que “El turismo rural abarca tanto el agroturismo como al turismo en casa del agricultor, como cualquier otra actividad turística que se desarrolle en los medios rurales que cuenten con una baja densidad de población”. Pág. 5

Al referirnos a actividades de turismo rural, se está haciendo referencia a la realización de actividades relacionadas directamente con actividades propias de los sectores rurales, agrícolas.

2.2.4.2. Razones Explicativas de la aparición y auge del turismo rural comunitario.

Mediano, Lucía (2004) señala que “Son varias las razones o factores, que pueden considerarse a la hora de buscar una explicación a la aparición y posterior desarrollo del turismo en el ámbito rural.

En primer lugar, hay que señalar la preocupación de la sociedad en general, y de algunos grupos de turistas, en particular, por las cuestiones ecológicas. El interés del cuidado del medio ambiente y la vuelta a un entorno natural en contraste con la ciudad, hace que nuevas motivaciones incidan en el turista afectando al tipo de viaje que desea realizar. El conocimiento de costumbres o tradiciones, en muchos casos olvidadas, y la tranquilidad de lugares a penas masificados, supone también un atractivo especial y novedoso para un consumidor no habituado e estos elementos”. Pág. 17

2.2.4.3. Consecuencias derivadas del desarrollo turístico en el medio rural.

Mediano, Lucía (2004) manifiesta que los efectos derivados del aprovechamiento del medio rural para la práctica de actividades turísticas pueden ser analizados desde distintos puntos de vista, destacando especialmente las repercusiones de tipo económico, social, cultural y medioambiental.

Aunque la mayoría de estos efectos tienden ser considerados favorables, también existen opiniones contrarias, que ven con reticencia este tipo de actividades.

A continuación se señala algunas de las consecuencias que conlleva el desarrollo del turismo rural:

- Entre los aspectos positivos del turismo rural, uno de los más resaltados es su contribución al desarrollo rural y a mitigar muchos de los problemas derivados de los cambios en la política agrícola o en el aumento de la competencia, permitiendo así:
 - o Obtener rentas adicionales, recordando, sin embargo que este no es el único objetivo de las empresas rurales.
 - o Evitar o reducir la despoblación de zonas rurales, en muchos casos deprimidas.
 - o Conservar tradiciones culturales, gastronomía, folclore, artesanía y oficios, a veces casi desaparecidos.
 - o Recuperar y mantener la arquitectura de la zona.
 - o Impulsar el empleo local.

- El turismo rural contribuye a que su población pueda aumentar su riqueza, al compaginar su habitual actividad productiva primaria con el fortalecimiento de servicios turísticos. Como consecuencia de esto, la

población rural puede continuar habitando su espacio natural, evitando la despoblación y empobrecimiento ecológico de determinadas zonas.

- El turismo rural comunitario es un elemento de unión entre la sociedad rural y la sociedad urbana, desempeñando un papel fundamental en el plano social.
- Otra cuestión que debe considerarse es que entre los servicios y actividades que demanda el turista rural, hay que incluir aquellos relacionados con el conocimiento de las costumbres, cultura e historia de las zonas visitadas. Este hecho supone la conservación de las raíces culturales e históricas propias de cada lugar o región.
- El desarrollo del turismo rural exige también mejorar las infraestructuras existentes para facilitar su acceso, así como las señalizaciones. Esto redundará en una creación de empleo directamente relacionado con las actividades turísticas en el medio rural. Los ingresos económicos que genera se extienden así a muchas personas y empresas sin ninguna relación a priori, con el medio rural. Es, por tanto, un beneficio para la sociedad en general.

A la vista de estos efectos señalados, no se puede hablar de turismo rural como una actividad aislada, sino como una actividad en el engranaje del proceso productivo y directamente ligada a las demás formas de turismo y a los otros sectores productivos sobre los que produce efectos sociales, culturales y económicos específicos.

Se puede también citar ciertos inconvenientes que el turismo comunitario rural puede presentar; sobre todo en dos aspectos:

- El turismo y el ocio en el medio rural exigen un entorno y un paisaje de calidad; una evolución demasiado rápida o desordenada puede acarrear el riesgo de destrucción de las bases en las que se

fundamentan este tipo de turismo, al poder producir daños importantes en el entorno.

- Si la evolución del turismo rural se acelera, las bases de tolerancia y la capacidad de acogida se superan y el desarrollo no puede ser controlado o dominado por la población local, convirtiéndose así en una forma de turismo nuevo, sin relación con el medio rural y sus habitantes.

2.3. LA MICROEMPRESA

2.3.1. Concepto

De acuerdo al Proyecto SALTO/USAID para Ecuador (2006) “Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingreso para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científico, intelectuales, ni peones ni jornaleros.”

Una microempresa es una organización económica jurídica, que puede ser administrada por una o más personas que comparten un mismo emprendimiento, objetivos comunes y los buscan con una inversión mínima y un número reducido de trabajadores.

2.3.2. Clasificación de las Microempresas

Según **Cantos, Enriqueta (2006)** las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser:

2.3.2.1. Producción

Son aquellas que transforman materias primas por productos elaborados.

2.3.2.2. Comercio

Su actividad principal es la compra venta de bienes y productos elaborados.

2.3.2.3. Servicios

La cualidad de estas micro empresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, ya que buscan llenar o satisfacer una necesidad.

2.3.3. La Microempresa Turística

Partiendo de la definición de microempresa se puede concluir que la microempresa turística es aquella organización que proporciona servicios a la colectividad a través de la oferta de productos y servicios intangibles. Por lo general las empresas turísticas están integradas por líneas de alojamiento, alimentación, bebidas, organización de viajes, transportación, diversión, entre otros.

El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán estar sujetas a las normas de uso internacional, para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1. Definición

Córdova, Marcial (2009) señala “El estudio de mercado es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, ya que abarca variables sociales y económicas recopilando y analizando antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad”. Pág. 147.

Realizar el estudio de mercado permite determinar si el servicio que se va a introducir al mercado cuenta con una oferta y demanda adecuada para cada lugar, así como también a estimar el precio que los consumidores estarán dispuestos a pagar.

2.4.2. Objetivos y generalidades del estudio de mercado

Para **Baca, Gabriel (2010)** “Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos o servicios existentes en el mercado
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado”. Pág. 16

2.4.3. El producto

Sarmiento, Rubén (2010) dice “El producto es el resultado natural del proceso productivo” Pág. 16

Un producto es un bien que se oferta al mercado, una vez finalizado un proceso productivo; buscando satisfacer las necesidades del consumidor.

2.4.4. El Servicio

Ojeda, Félix (2006) definen los servicios como “Bienes que consisten en una actividad (o en conjunto de actividades) que alguien (empresa o trabajador independiente) realiza en beneficio de otros (persona natural o empresa). Pág. 361.

2.4.5. La Demanda

LEÓN, Carlos (2007) manifiesta que “La demanda se considera como los requerimientos de bienes o servicios que harán los habitantes o consumidores de alguna zona, que le permite cubrir sus necesidades o resolver una situación de por sí deficiente para su desarrollo.” Pág. 265

La demanda son los bienes o servicios solicitados por el mercado a un precio y en un tiempo determinado para satisfacer sus necesidades.

2.4.6. La Oferta

Baca, Gabriel (2010) manifiesta que “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” Pág. 41.

La oferta son los bienes o servicios puestos por los oferentes en el mercado a disposición de los consumidores.

2.4.7. Precio

Baca, Gabriel (2010) señala que “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. Pág. 44.

El precio es el valor monetario al cual se intercambia un bien o un servicio en el mercado.

2.4.8. Comercialización

Para **Ojeda, Félix (2006)** La comercialización es “Lograr que el público adquiera los bienes producidos a través de la realización de determinadas actividades y aplicación de ciertas técnicas”. Pág. 93.

La comercialización es el medio a través del cual se transfieren los bienes o servicios del productor al consumidor.

2.4.9. Canales de distribución

Baca, Gabriel (2010) señala que “Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detienen en varios puntos de esa trayectoria”. Pág. 49

El canal de distribución es el camino que el producto sigue desde el centro de producción hasta llegar al consumidor final.

2.5. ESTUDIO TÉCNICO

Baca, Gabriel (2010) señala que “El Estudio Técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo, organizativo y legal”. Pág. 7.

Al realizar el estudio técnico se busca cumplir como objetivo el valorar las variables técnicas que permitirán poner en marcha el proyecto, describiendo el lugar en donde se va a desarrollar, su proceso productivo, hasta su inversión.

2.5.1. Objetivos y generalidades del Estudio Técnico

“Los objetivos del análisis técnico- operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.” Pág. 84.

2.5.2. Localización del Proyecto

Córdova, Marcial (2009) señala que “Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo” Pág. 222.

La localización es el lugar más adecuado donde se desarrollará el proyecto permitiendo optimizar todos los recursos para lograr una alta rentabilidad.

2.5.3. Ingeniería del proyecto

Jácome, Walter (2005) señala: “Es el análisis de factibilidad tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deban analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”. Pág. 133.

La ingeniería del proyecto se refiere a la descripción de la infraestructura y el equipamiento que la microempresa requiere para producir un producto o prestar un servicio de excelente calidad, es decir ¿Cómo, cuándo, dónde se va a producir?

2.5.3.1. Capital de Trabajo

Miranda, Juan (2005) manifiesta que “La Inversión en Capital de Trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo”. Pág.181

El capital de trabajo es una parte de la inversión que se destina a financiar todos los costos y gastos que se requieren en la elaboración de un producto o en la prestación de un servicio hasta que este sea vendido.

2.6. ESTUDIO ECONÓMICO

Córdova, Marcial (2009) señala que “En este capítulo se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto”. Pág. 311.

2.6.1. Inversiones

Jácome, Walter (2005) manifiesta que la inversión en un proyecto puede ser fija y variable, la fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, aquí también pueden incluirse los gastos de constitución e investigación, entre otros. La inversión variable es la referente a la que se destina a activos menores y que constituyen el capital de trabajo útil para empezar el proyecto. Pág. 161.

2.6.2. Determinación de los costos

Según **Sarmiento, Rubén (2010)** “El costo es una inversión que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e invertible”. Pág. 11.

2.6.3. Ingresos

Ojeda, Félix (2006) señala que “Los ingresos son toda suma de valor que la empresa obtiene mediante su actividad ordinaria o por alguna actividad extraordinaria”. Pág. 220.

Los ingresos son el dinero que se recibe por la comercialización de un producto o la venta de un servicio, que son la razón de ser de las empresas.

2.6.4. Egresos

León, Carlos (2007) señala que son “Salidas de efectivo ocasionadas por la actividad operativa del proyecto. Estos egresos se originan, principalmente, en los costos de producción (mano de obra, insumos, etc.), administrativos y en el pago de impuestos. Pág. 99

Los egresos son salidas de dinero debido a los costos tanto directos como indirectos de producción, así como:

2.6.4.1. Costos de Producción

Miranda, Juan (2005) considera que “Son aquellos que se vinculan directamente con la elaboración del producto o la elaboración del servicio”. Pág. 186.

Los costos de producción son aquellos en los que se incurren en el proceso de transformación de los materiales en un producto o servicio terminado, utilizando las fuerzas productivas que sean necesarias.

2.6.4.1.1. Materia Prima

Zapata, Pedro (2007) considera que “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien”. Pág. 10.

La materia prima es el elemento básico del bien o servicio último que se espera obtener después de un proceso de transformación, siendo fácilmente identificable.

2.6.4.1.2. Mano de Obra

Zapata, Pedro (2007) señala que “Es la fuerza creativa del hombre, de carácter físico o intelectual, requerida para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos terminados”. Pág. 10.

La Mano de Obra es el recurso humano necesario para elaborar el producto o prestar el servicio, ya sea manualmente u operando alguna maquinaria.

2.6.4.1.3. Gastos Generales de Fabricación

Horngren, Charles y otros (2004) dice que “Son todos los costos de producción que se consideran como parte del objeto de costos, pero que no puede realizarse su seguimiento a ese objeto de costos en forma económicamente factible”. Pág. 42.

Los Gastos Generales de Fabricación son aquellos realizados con el fin de apoyar al proceso de transformación del producto, su principal característica es que son difíciles de cuantificar en el en cada producto o servicio final.

2.6.4.2. Gastos de Administración

Miranda, Juan (2005) señala que “Estos gastos comprenden: sueldos, prestaciones, depreciaciones administrativas, amortizaciones de diferidos, seguros, impuestos, otros”. Pág. 190.

Son gastos propios del área administrativa de la empresa, que se generan por actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de todos los procesos y resultados esperados de la empresa”.

2.6.4.3. Gastos de Venta

Miranda, Juan (2005) señala que “Se pueden clasificar en dos grandes ramas: los de comercialización y los de distribución”. Pág. Pág. 191.

Los gastos de venta ayudan a que el producto sea comercializado, pudiendo contar entre estos el sueldo del personal de ventas, viáticos, investigaciones de mercado, distribución del producto, entre algunos otros.

2.6.5. Estructura de los costos

Jácome, Walter (2005) manifiesta que los costos deben ser clasificados en fijos y variables:

Los costos variables son: Materia Prima, Mano de obra Directa y Gastos Directos de Fabricación.

Los costos fijos se refieren a obligaciones independientes de los niveles de ventas o de producción.

2.6.6. Punto de equilibrio

Sarmiento, Rubén (2010) dice que “El punto de equilibrio económico de una empresa corresponde al nivel en cual los ingresos producidos por sus ventas son iguales a sus costos totales. Es el punto para el cual la empresa no obtiene utilidades o pérdidas. Las utilidades solo empiezan a percibirse cuando los ingresos producidos por las ventas exceden el nivel de ese punto de equilibrio.” Pág. 69

En el punto de equilibrio el proyecto establece el número de productos o servicios que requiere en su operación, para no tener ni pérdidas ni ganancias.

2.6.7. Estados proforma

Se deben proyectar dos estados financieros: el balance general para el año 0 y los de resultados para los próximos 5 años, de esta manera se calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

2.6.8. Indicadores para la evaluación

2.6.8.1. Valor Actual Neto VAN

Sapag, Nassir (2008) señala que “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”. Pág. 321.

El VAN permite valorar una inversión en función de sus ingresos y egresos, calificándola en relación a si su resultado es positivo, la inversión es aconsejable, o si este es negativo el proyecto se rechaza.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - Inversión\ Inicial$$

2.6.8.2. Tasa Interna de Retorno

LEÓN, Carlos (2007) considera que “La tasa interna de retorno puede definirse como el porcentaje de ganancia que obtienen los inversionistas por cada dólar puesto en el negocio o que desea poner como inversión”. Pág. 118

La TIR puede definirse en términos de cálculo financiero, del siguiente modo:

$$\text{Inversión} = \text{Flujo 1} / (1 + \text{TIR})_1 + \text{Flujo 2} / (1 + \text{TIR})_2 + \dots + \text{Flujo n} / (1 + \text{TIR})_n$$

La ecuación anterior señala que la TIR es la tasa a la cual los flujos de caja se hacen equivalentes a la inversión, en buena cuenta la generación de caja del negocio cubre la inversión a una tasa de ganancia que es la TIR.

La TIR es la tasa que aplicada a la actualización de la inversión y de los ingresos netos de cada periodo, igualen a los valores actualizados.

$$\text{TIR} = \sum_{t=1}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

2.6.8.3. Relación Costo-Beneficio

Sapag, Nassir (2008) señala que “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”. Pág. 278.

Con este análisis se podrá analizar el valor de los recursos utilizados en la producción y el valor de los bienes o servicios generados, determinando así si la implantación del proyecto dará o no buenos resultados.

2.6.9. La sensibilidad

Jácome, Walter (2005) explica que “La sensibilidad del proyecto es el análisis del comportamiento del TIR en base a fluctuaciones de precio, volumen de ventas, efecto combinado” Pág. 163.

2.6.10. TIR Social

Jácome, Walter (2005) expresa que “El TIR Social es un nuevo enfoque de la evaluación de un proyecto sobre todo analizando los impactos socio-económicos y ecológicos derivados de la implantación del mismo en especial en los siguientes aspectos:

Mejoramiento de la calidad de vida en sus sub aspectos: nutrición, ingresos, estabilidad de la familia, efecto multiplicador, bienestar comunitario, educación, salud, entre otros.

Ecológico o ambiental referente a: disminución de la polución, uso de energías alternativas, uso racional del suelo, conservación de flora y fauna, entre los más significativos”. Pág. 164.

A través de este análisis se evaluará el impacto que tiene el proyecto hacia afuera, es decir hacia el ambiente en donde este se desarrolla.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Los resultados y su análisis ayudarán a crear las condiciones adecuadas para introducir un nuevo servicio en el mercado.

Uno de los aspectos de suma importancia es la identificación del perfil del turista que visita Otavalo, como elemento que permita establecer las características principales de los demandantes de los servicios ofertados por el proyecto de turismo comunitario planteado; es importante conocer quien visita Otavalo, así: edades, nacionalidades, preferencias, motivaciones, características del viaje, período de estadía promedio en la ciudad, entre otras.

El hecho de tener disponible esta información, facilitará la delimitación de los servicios ofertados, así como de la infraestructura necesaria para la prestación de los mismos; permitirá también orientar acciones y planes de trabajo específicos encaminados a prestar servicios que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros demandantes.

El estudio de mercado es importante en el presente proyecto ya que guiará la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiero y económico, así como también servirá de base para determinar la viabilidad del proyecto.

El estudio de mercado se permitirá probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, representan una demanda que justifican la inversión en la prestación del servicio durante cierto período de tiempo, es decir, facilita concretar quienes van a ser nuestros futuros clientes.

El estudio de mercado ayuda también a determinar la oferta del servicio, para ello es necesario conocer las cantidades que suministran los productores del bien o servicio que se va a ofrecer en el mercado. Analizar las condiciones de producción de las empresas más importantes, tomando como base la situación actual y futura, y de esta forma proporcionar las bases para pronosticar las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes. De esta manera se administrará el proyecto tomando en cuenta los antecedentes de oferta y demanda del servicio ofertado, existentes en el mercado.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El Turismo Comunitario se caracteriza por ser una experiencia diferente en la que el visitante no solamente aprecia la naturaleza, sino las culturas indígenas prevalecientes en las áreas naturales que visita, su educación, sus tradiciones o costumbres; minimizando los impactos negativos en el ambiente tanto ecológico como sociocultural.

El proyecto como tal, propone establecer una microempresa de turismo comunitario que oferte servicios que se enmarquen dentro de los lineamientos de este tipo de empresas; como son:

CUADRO N° 18

N°	SERVICIO	DESCRIPCIÓN
1	Alojamientos rurales:	<p>Se contará con 5 alojamientos rurales en diferentes comunidades indígenas de la Parroquia Eugenio Espejo. Están contruidos con materiales locales tradicionales y está cerca de la vivienda de la familia indígena, garantizando una experiencia autentica y suficiente privacidad para el visitante.</p> <p>Los alojamientos son cómodos, cada uno cuenta con una habitación con capacidad máxima de tres personas, un baño privado con agua caliente y una chimenea de leña.</p>
2	Convivencia con familias:	<p>También el viajero puede participar en las actividades cotidianas de las familias, como la preparación de la comida, trabajo en el campo y recorrer la comunidad. Fácilmente es posible combinar la convivencia en el alojamiento rural con las diferentes opciones de tours ofertados.</p> <p>Además un miembro de la familia anfitriona le acompañara en un paseo por el huerto familiar, identificando todas las plantas que se cultivan allí e informándoles sobre las propiedades, historias y usos que cada una tiene.</p>
		La microempresa contará con un servicio adicional a nuestros clientes, se formarán

3	Servicio de guías nativos profesionales	guías nativos, moradores de las comunidades. Los mismos poseerán la licencia de guía otorgada por el Ministerio de Turismo y con el reconocimiento del Ministerio del Ambiente, con lo cual se garantiza un servicio de calidad. Al ser los guías conocedores de su cultura y tradición, darán un valor adicional a este servicio.
4	Tours:	Se contará con una amplia gama de tours que ofrecen una mezcla de cultura, naturaleza y aventura y tiene una duración que varía de uno hasta cuatro días, con el objetivo de satisfacer las necesidades e intereses de los turistas en nuestro programa de turismo comunitario.

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La Autora

3.3. MERCADO META

El servicio de turismo comunitario está destinado a satisfacer las necesidades de los turistas extranjeros que visitan los atractivos turísticos y sus áreas de influencia en el cantón Otavalo; entre estos se pueden hacer ciertas distinciones como las siguientes:

El tipo de turista de éste grupo meta es una persona que tiene una mentalidad abierta, capacidad económica suficiente y gran interés en que su viaje de vacaciones sea una experiencia auténtica y diferente.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.4.1. DEMANDA HISTÓRICA

Para la demanda histórica se ha tomado como datos referenciales las llegadas de turistas extranjeros al cantón Otavalo, mismas que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 19 - Arribos históricos

AÑO	ARRIBO TURISTAS EXTRANJEROS	TASA DE CRECIMIENTO
2006	168111	
2007	187497	11,53%
2008	201059	7,23%
2009	242125	20,42%
2010	261742	8,10%

FUENTE: Oficina de turismo de Otavalo i Tour-Sondeos turísticos del cantón de Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora.

Las tasas de crecimiento de la demanda, se calculan en base a los arribos de turistas a la ciudad de Otavalo; obteniéndose para el año 2010 una tasa de crecimiento de 8,10%.

3.4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda turística se aplicará la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o(1 + i)^n$$

Donde:

Q_n = Consumo futuro

Q_0 = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual

n = numero de periodos (años)

$$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$$

CUADRO N° 20-Tasa de crecimiento

AÑOS	ARRIBO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TASA DE CRECIMIENTO (i)
2006	168111	
2007	187497	0,1153
2008	201059	0,0723
2009	242125	0,2042
2010	261742	0,0810

$$\bar{i} = 0,4729$$

FUENTE: Oficina de turismo de Otavalo iTour-Sondeos turísticos del cantón Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora.

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,4729}{4}$$

$$\frac{\sum i}{n} = 0,1182$$

La tasa de crecimiento promedio de los arribos de turistas extranjeros al cantón Otavalo es 11, 82% en el año 2010.

CUADRO N° 21-Demanda proyectada.

AÑOS	ARRIBOS FUTUROS	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CAPTACIÓN
2011	292.688	90.733	1.815
2012	327.292	101.460	2.029
2013	365.987	113.456	2.269
2014	365.987	113.456	2.269
2015	365.987	113.456	4.538
TOTAL	1.717.941	532,562	12.920

FUENTE: Oficina de turismo de Otavalo iTour-Sondeos turísticos del cantón de Otavalo- Investigación de campo.

ELABORADO POR: La Autora

El presente cuadro muestra las proyecciones de la demanda de servicios turísticos para los siguientes años, así como la demanda que mediante investigación ha demostrado interés en consumir servicios de turismo comunitario y la capacidad que el proyecto tiene para cubrir esta demanda.

Para proyectar la demanda es necesario considerar condiciones, futuras que pueden influir en esta, entre ellas podemos mencionar el aumento de la población en su ingreso y cambios en su distribución, cambios en el nivel general de precios, cambios en la preferencia de los consumidores, aparición de servicios sustitutos, cambios en la política económica, entre otros.

Por lo que como se muestra en el cuadro N° 21, la Proyección de la demanda se mantiene constante para los tres últimos años de vida del proyecto como una medida de seguridad ante cambios externos difíciles de controlar para la dirección del proyecto.

3.5. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN FUNCIÓN DE LA TENDENCIA DEL MERCADO.

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas (ANEXO F) el 31% de los turistas que arriban al Cantón Otavalo están dispuestos a realizar actividades de turismo comunitario; por lo tanto se pretende cubrir una demanda potencial de 532,562 turistas para los próximos cinco años.

La microempresa de turismo comunitario procura empezar atendiendo 1.815 turistas durante el primer año de operaciones, determinando una tasa de captación del 3%.

3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la provincia de Imbabura existe una amplia oferta de hosterías muy bellas, lujosas y con una notable riqueza arquitectónica e histórica.

La mayoría de estas hosterías son estructuras restauradas de casas de hacienda, que fueron construidas en la época de la colonización. Estas hosterías están diseñadas para un turismo de lujo y su dinámica de funcionamiento se halla muy lejana a la realidad local de las comunidades. Las empresas de Turismo Comunitario no compiten con éste tipo de hosterías, los conceptos turísticos son muy distintos; razón por la cual en el presente proyecto se toma como oferta a los emprendimientos comunitarios de turismo asentados en la Provincia de Imbabura, que ofertan servicios similares o sustitutos a los ofertados por el proyecto.

Esta oferta se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 22-Turistas Atendidos por la competencia.

DESCRIPCIÓN	TURISTAS ATENDIDOS AÑO 2010
CANTÓN COTACACHI	
Runa Tupari	890
Chilcapamba-AYLLU KAWSAY	460
Peribuela	320
Los Manduriacos	300
Junín	300
CANTÓN IBARRA	
San Clemente	400
CANTÓN OTAVALO	
Huarmi Maki	350
CANTÓN PIMAMPIRO	
Nueva América	280
Palauco	200
La Florida	150

FUENTE: "PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA" Ing. Christian Garzón T.-Investigación de campo.

ELABORADO POR: La Autora

3.6.1. OFERTA HISTÓRICA

En base a la información obtenida de la investigación documental y de campo acerca de la oferta turística comunitaria en la Provincia de Imbabura se resume el siguiente cuadro:

CUADRO N° 23-Oferta histórica

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA	TASA DE CRECIMIENTO
2006	2250	
2007	2345	4%
2008	2500	7%
2009	3480	39%
2010	3650	5%

FUENTE: "PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA" Ing. Christian Garzón T.-Investigación de campo.

ELABORADO POR: La Autora

3.6.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta turística comunitaria la siguiente fórmula:



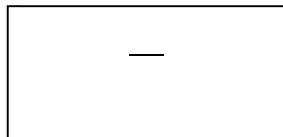
Donde:

Q_n = Consumo futuro

Q_0 = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual

n = numero de periodos (años)



CUADRO N° 24- Tasa de crecimiento de la oferta

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA	TASA DE CRECIMIENTO (i)
2006	2250	
2007	2345	0,0422
2008	2500	0,0661
2009	3480	0,3920
2010	3650	0,0489

$\sum i$ 0,5492

FUENTE: "PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA" Ing. Christian Garzón T.-Investigación de campo.
ELABORADO POR: La Autora



La tasa de crecimiento promedio de la oferta turística comunitaria en la Provincia de Imbabura es de 13,73% en el año 2010.

En el siguiente cuadro se presentan las proyecciones de las estadísticas de oferta turística comunitaria para los siguientes años.

CUADRO N° 25- Oferta Futura

AÑOS	OFERTA FUTURA
2011	4.151
2012	4.721
2013	5.369
2014	5.369
2015	5.369
TOTAL	24.979

FUENTE: "PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA" Ing. Christian Garzón T.- Investigación de campo.

ELABORADO POR: La Autora

La Oferta de servicios turísticos comunitarios en la provincia de Imbabura atendieron en el año 2010 a un total de 3650 turistas extranjeros, información que se obtuvo de la realización de investigación de campo y documental de los destinos turísticos comunitarios existentes; sirviendo como base para elaborar la proyección de la oferta para los próximos cinco años.

3.6.3. BALANCE OFERTA-DEMANDA

CUADRO N° 26-Balance Oferta-Demanda

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA A SATISFACER
2.010	3.650	81.140	77.490
2.011	4.151	90.733	86.582
2.012	4.721	101.460	96.739
2.013	5.369	113.456	108.087
2.014	5.369	113.456	108.087
2.015	5.369	113.456	108.087
TOTAL	28.629	613.702	585.073

FUENTE: Análisis de la oferta y demanda.-Investigación de campo.

ELABORADO POR: La Autora

3.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

Según la investigación realizada los precios de los servicios de turismo comunitario oscilan desde los \$100,00 hasta los \$300,00 por paquete, dependiendo de los servicios que ofrezcan los establecimientos de turismo comunitario, por lo que se ha tomado como base un promedio de estos para realizar el análisis de precios.

CUADRO N ° 27- Análisis de precios.

PRODUCTO	COMPETENCIA	OFERTA
Paquetes turísticos.		
3 días – 2 noches	\$ 120,00	\$ 110,00
4 días – 3 noches	\$ 170,00	\$ 160,00
5 días- 4 noches	\$ 240,00	\$ 230,00
Incluyen (por pareja):		
Alojamientos rurales (Día y noche) -Alimentación		
Guianza turística		
Tours (promedio)		

FUENTE: "PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA" Ing. Christian Garzón T.-Investigación de campo.
ELABORADO POR: La Autora

La microempresa fijará los precios en base a la competencia, tomándolos como referencia para prestar nuestros servicios y fijar precios atractivos a la demanda potencial.

3.8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Partiendo de la base de la comprensión de la demanda del mercado, las expectativas del consumidor y de la forma de ofertar el servicio de manera efectiva en el mercado, se debe considerar cuán importante es la comercialización para que el proyecto se ejecute.

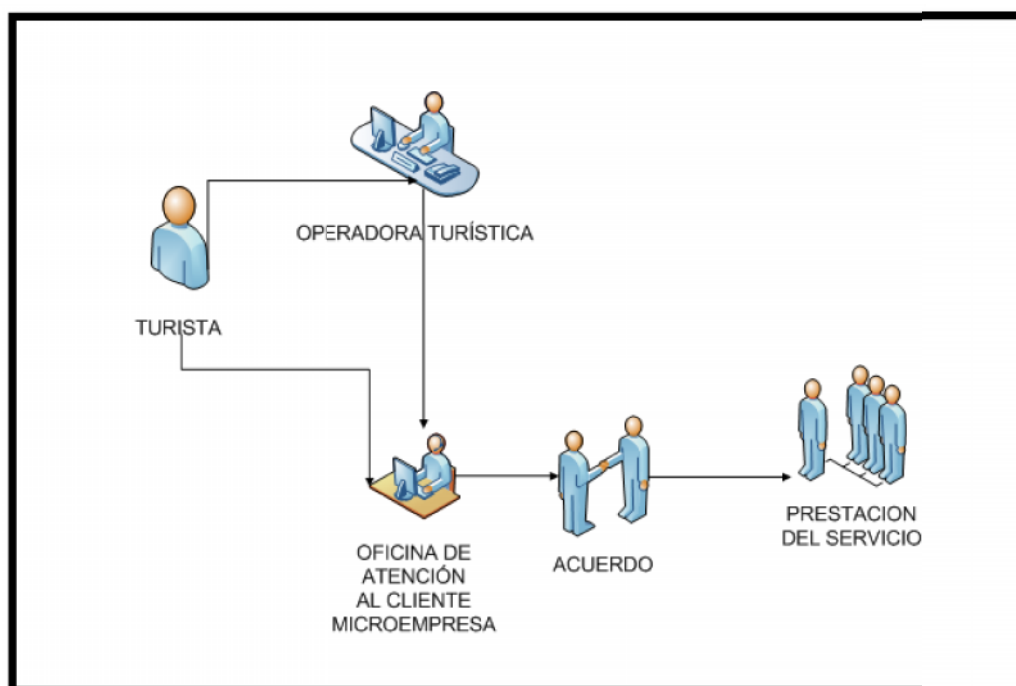
Las encuestas realizadas son la base de la evaluación del mercado turístico, puesto que se conoce los perfiles e intereses de los visitantes al

área turística de la Parroquia Eugenio Espejo, por lo tanto un programa de promoción será de mucha utilidad al momento de comercializar el servicio.

El proyecto de turismo comunitario funcionará únicamente si existen turistas, para ello se instalará una oficina que realice las funciones de una operadora turística y realice la logística de la promoción y el registro de turistas.

El proceso de comercialización se realizará bajo el siguiente esquema:

GRAFICO N° 16



ELABORADO: La Autora

3.9. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Al ser los turistas extranjeros hacia quienes se busca llegar con este tipo de publicidad, se ha evaluado sus estilos de vida, gustos, preferencias y medios de información más utilizados

En cuanto a la promoción del servicio y de acuerdo a la información primaria obtenida de los turistas extranjeros, la microempresa utilizará como medios de promoción los siguientes:

- **Internet**

Dirigir esta publicidad es muy efectivo, y relativamente barato. Se usa una combinación de varias estrategias, incluyendo imágenes y reseñas en páginas Web, que incluyen hipervínculos, grupos de noticias y anuncios particulares.

- **Otras Formas De Promoción**

Dentro de algunas de estas formas de promoción tenemos:

Correo directo: La correspondencia enviada directamente a la casa o a la empresa del cliente es uno de los medios más efectivos para promover la microempresa, sus servicios y sus productos. La correspondencia puede ser de formas diversas.

Presentaciones promocionales: son coordinadas con la oficina de Turismo de las ciudades cuyos destinos se incluyen en los paquetes.

Volantes, trípticos, folletos: Es un instrumento importante de la promoción, su principal objetivo es informar y persuadir hacia el viaje; ya que contiene la información detallada sobre el itinerario de los mismos.

3.10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

La realización del presente estudio de mercado ha servido como base para tomar decisiones importantes en cuanto a demanda,

competencia, canales de distribución y promoción de los servicios ofertados por la microempresa.

Referente a la demanda se ha concluido que la ciudad de Otavalo es uno de los principales destinos turísticos de la Provincia de Imbabura, por lo que hasta este lugar concurren grandes cantidades de turistas extranjeros que han mostrado interés en desarrollar actividades de turismo comunitario similares a las ofertadas por el proyecto.

En cuanto a la oferta, una vez realizada una investigación de campo y documental referente a la oferta turística comunitaria en la Provincia de Imbabura, se concluye que existen un número razonable de centros de turismo comunitario asentados en los diferentes cantones de la provincia; pero en el cantón Otavalo este nicho de mercado aún no está cubierto; por lo que se muestra una demanda insatisfecha, que para el proyecto se refleja en una oportunidad, ya que existen turistas en busca de estos servicios y sus necesidades aún no han sido satisfechas.

Una vez analizadas la demanda, las expectativas del consumidor y la forma de ofertar el servicio de manera adecuada en el mercado, se debe tener presente cuán importante es mantener procesos de comercialización efectivos para que el proyecto funcione satisfactoriamente y se entregue al cliente un servicio de calidad.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

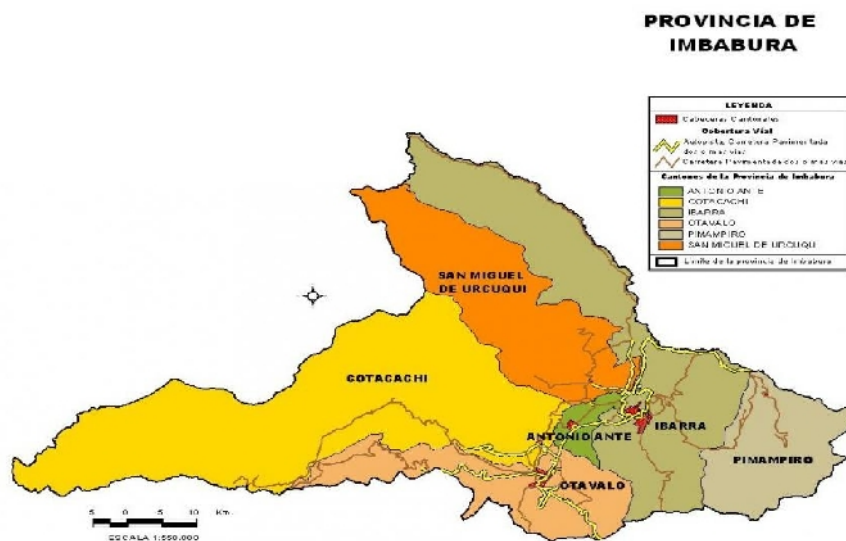
4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El presente proyecto estará ubicado en la Parroquia Eugenio Espejo, situada en Otavalo, cantón de la Provincia de Imbabura; considerado como el centro de desarrollo turístico de la provincia, ya que es muy visitado por turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia.

Otavalo es un cantón diverso y por ello atractivo, en él se puede encontrar una variada riqueza cultural y natural que ha dado renombre a nivel nacional e internacional. Las prácticas sociales, propias del pueblo indígena y mestizo, junto con la variedad paisajística de lagos, cascadas, montañas y otros espacios hacen del Valle del Amanecer un espacio idóneo para ser visitado.

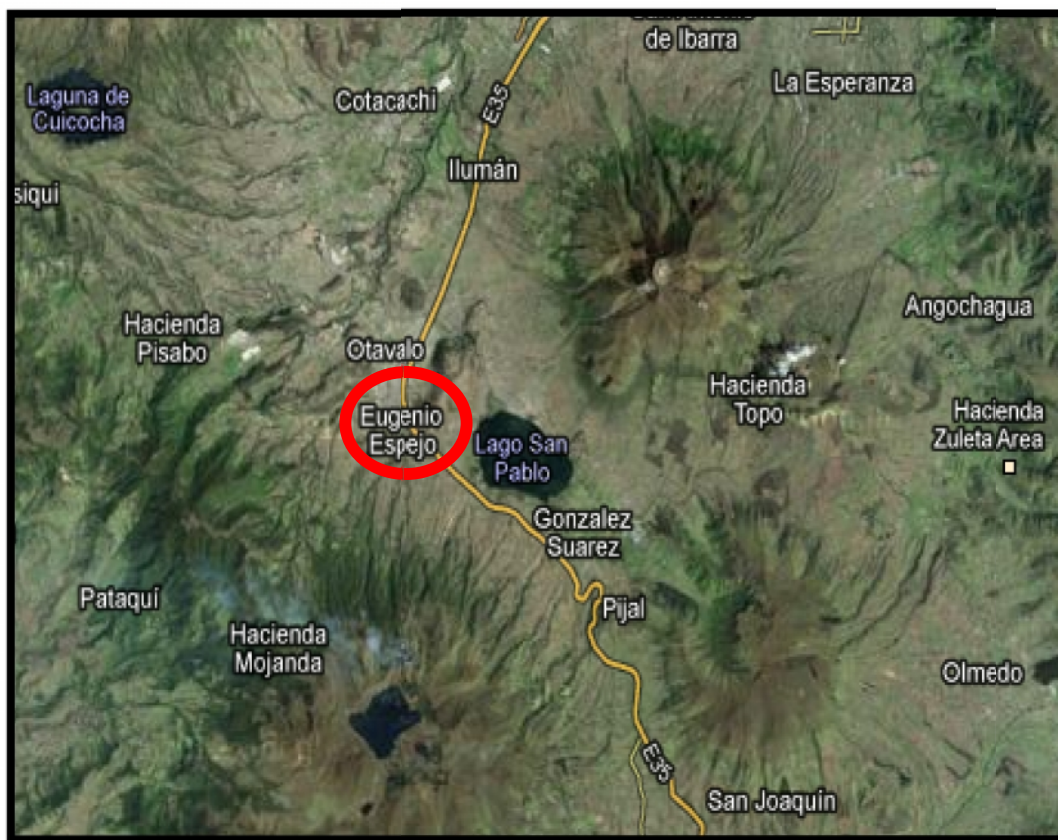
MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN



4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La Microempresa de Turismo Comunitario ubicará una oficina de atención al cliente, desde la cual se ofertarán y contratarán los servicios turísticos; así como también se administrarán y coordinarán las actividades del proyecto; la misma se localizará en el centro de la Parroquia Eugenio Espejo; en las calles Simón Bolívar y José Puente, puesto que es un lugar transitado por turistas extranjeros, ubicado a 1 km del Lago San Pablo.

GRÁFICO N° 17



FUENTE: The GLOBE Holidays

4.2. MATRIZ DE FACTORES

4.2.1. MATRIZ DE SELECCIÓN

Para estudiar la micro localización del proyecto se ha efectuado un análisis de los factores que influyen de manera predominante en la factibilidad de la implementación de la microempresa, los mismos que se exponen a continuación:

4.2.1.1. SELECCIÓN DE LUGARES

POSIBLES SITIOS DE LOCALIZACIÓN

Sector 1. (A) "Parroquia San Pablo" (Otavalo)

Sector 2. (B) "Parroquia San Rafael" (Otavalo)

Sector 3. (C) "Parroquia Eugenio Espejo" (Otavalo)

4.2.1.2. SELECCIÓN DE FACTORES

AMBIENTALES

Desechos

Aguas servidas

Erosión del suelo

Deforestación

Polución del aire

Contaminación auditiva

Perdida del paisaje

Contaminación del entorno

FÍSICOS

Clima

Topografía

Disponibilidad de agua

COMERCIALES

Flujo de personas

Posición estratégica

Disponibilidad de servicios de apoyo

Servicios básicos

Seguridad

Competencia

Vías de transporte

Accesibilidad

Disponibilidad de insumos

4.2.1.3. DEFINICIÓN DE LA MATRIZ BÁSICA

CUADRO N° 28 MATRIZ DE FACTORES

FACTORES	SAN PABLO	SAN RAFAEL	EUGENIO ESPEJO
FÍSICOS	VALORACIÓN		
Clima	90	90	90
Topografía	80	80	90
Disponibilidad de agua	70	80	80
TOTAL PARCIAL	240	250	260

COMERCIALES			
Flujo de personas	70	80	90
Posición estratégica	60	80	90
Disponibilidad de servicios de apoyo	90	60	70
Servicios básicos	90	60	90
Seguridad	80	70	80
Competencia	60	80	70
Vías de transporte	90	80	90
Accesibilidad	80	80	90
Disponibilidad de insumos	80	80	80
TOTAL PARCIAL	700	670	750
AMBIENTALES			
Tratamiento de Desechos	50	50	50
Aguas servidas	50	50	50
Erosión del suelo	80	80	80
Deforestación	50	50	50
Polución del aire	60	60	60
Contaminación auditiva	60	60	60
Perdida del paisaje	60	60	60
Contaminación del entorno	50	50	50
TOTAL PARCIAL	460	460	460
TOTAL	1680	1670	1780

ELABORADO POR: La Autora

En el cuadro anterior se evidencian los factores que influyen en la factibilidad de la implementación del proyecto, los mismos que han sido cuantificados sobre una escala de 1 a 100 puntos que nos permite identificar el espacio geográfico más idóneo para implementar el proyecto.

4.2.1.4. PRIORIZACIÓN DE FACTORES Y PONDERACIÓN

CUADRO N° 29

FACTORES	PONDERACIÓN	SAN PABLO	SAN RAFAEL	EUGENIO ESPEJO
Posición estratégica	0,08	4,8	6,4	7,2
Competencia	0,08	4,8	6,4	5,6
Servicios básicos	0,08	7,2	4,8	7,2
Seguridad	0,08	6,4	5,6	6,4
Accesibilidad	0,06	4,8	4,8	5,4
Disponibilidad de insumos	0,06	4,8	4,8	4,8
Disponibilidad de servicios de apoyo	0,05	4,5	3	3,5
Perdida del paisaje	0,05	3	3	3
Contaminación del entorno	0,05	3	3	3
Tratamiento de aguas servidas	0,05	2,5	2,5	2,5
Tratamiento de Desechos	0,05	2,5	2,5	2,5
Disponibilidad de agua	0,04	2,8	3,2	3,2
Vías de transporte	0,04	3,6	3,2	3,6
Deforestación	0,04	2	2	2
Polución del aire	0,04	2,4	2,4	2,4
Contaminación auditiva	0,03	1,8	1,8	1,8
Clima	0,03	2,7	2,7	2,7
Topografía	0,03	2,4	2,4	2,7
Flujo de personas	0,03	2,1	2,4	2,7
Erosión del suelo	0,03	2,4	2,4	2,4
TOTAL	1	70,5	69,3	74,6





ELABORADO POR: La Autora

En base a los resultados obtenidos en los cuadros anteriores el proyecto estará ubicado en el cantón Otavalo, parroquia Eugenio Espejo.

4.3. DIAGRAMA DE PROCESOS

A continuación se detallan los principales procesos que se realizarán en la microempresa para cumplir con los objetivos propuestos.

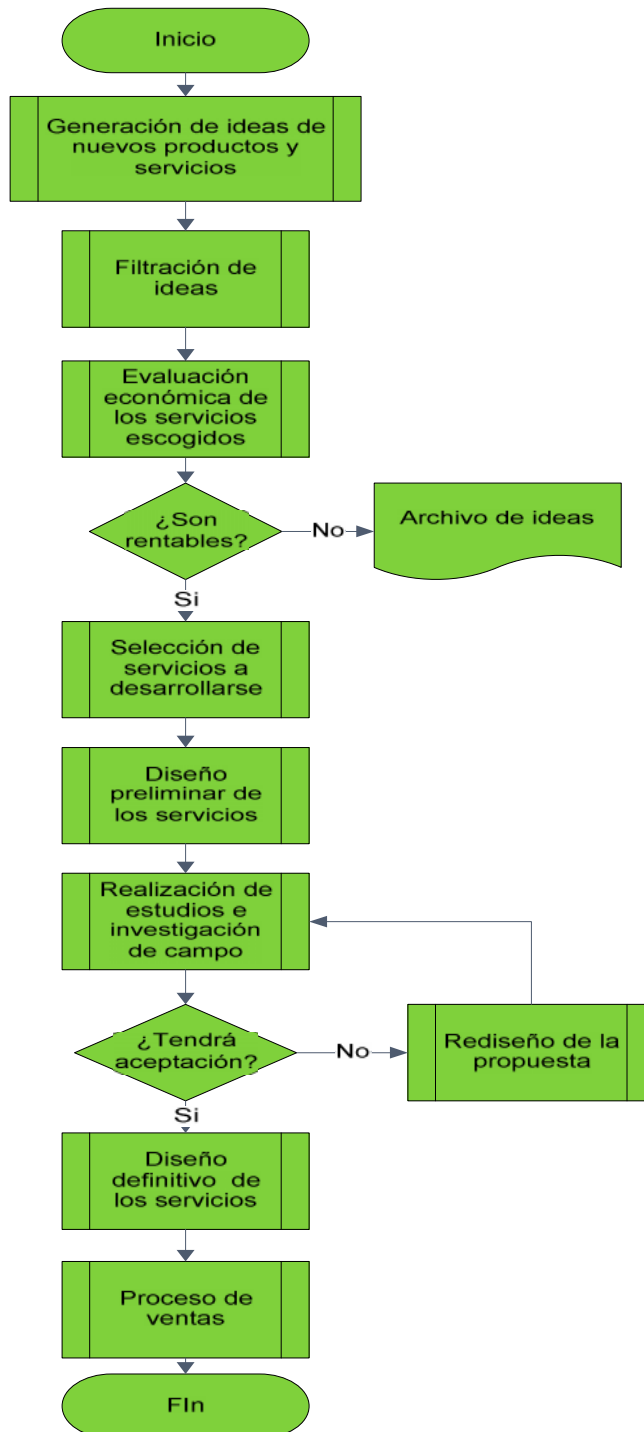
CUADRO N° 30

GRÁFICO	DEFINICIÓN
	Inicio /Fin
	Actividad
	Decisión
	Documento

ELABORADO POR: La Autora

4.3.1. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

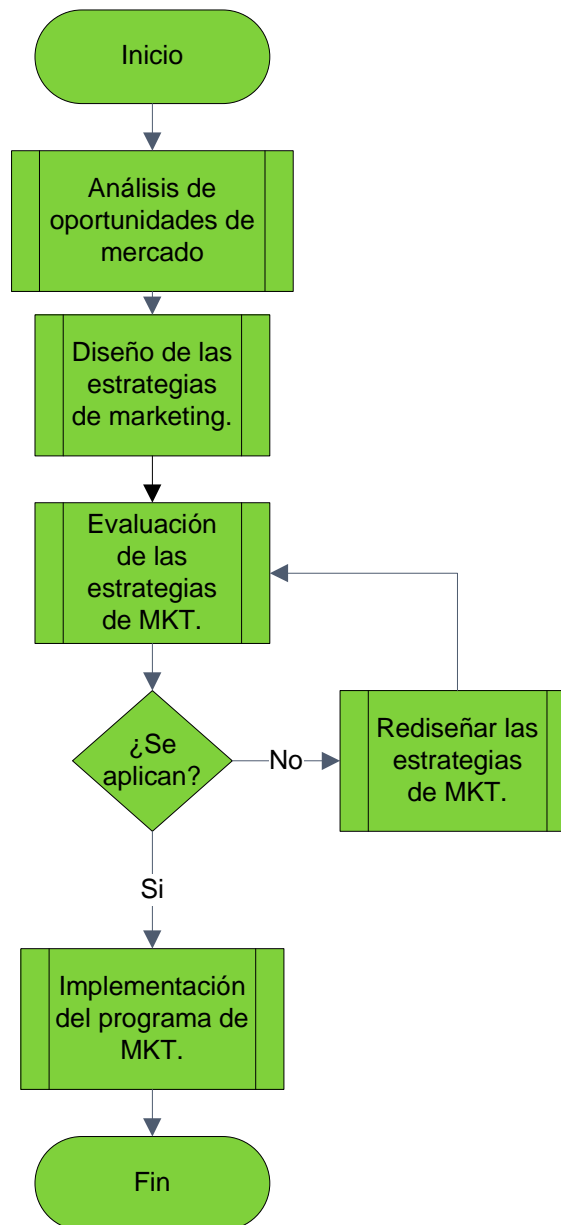
GRÁFICO N° 18



ELABORADO POR: La Autora.

4.3.2. Proceso de Mercadeo

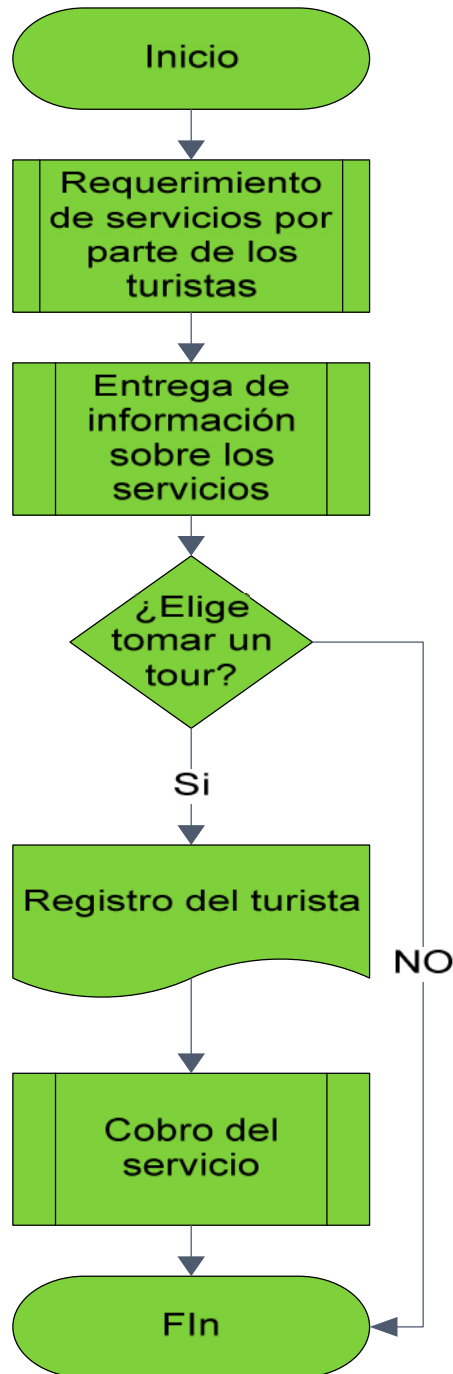
GRAFICO N° 19



ELABORADO POR: La Autora.

4.3.3. PROCESO DE VENTAS

GRÁFICO N° 20



ELABORADO POR: La Autora

4.3.4. PRESTACIÓN DEL SERVICIO

GRÁFICO N° 21



ELABORADO POR: La Autora

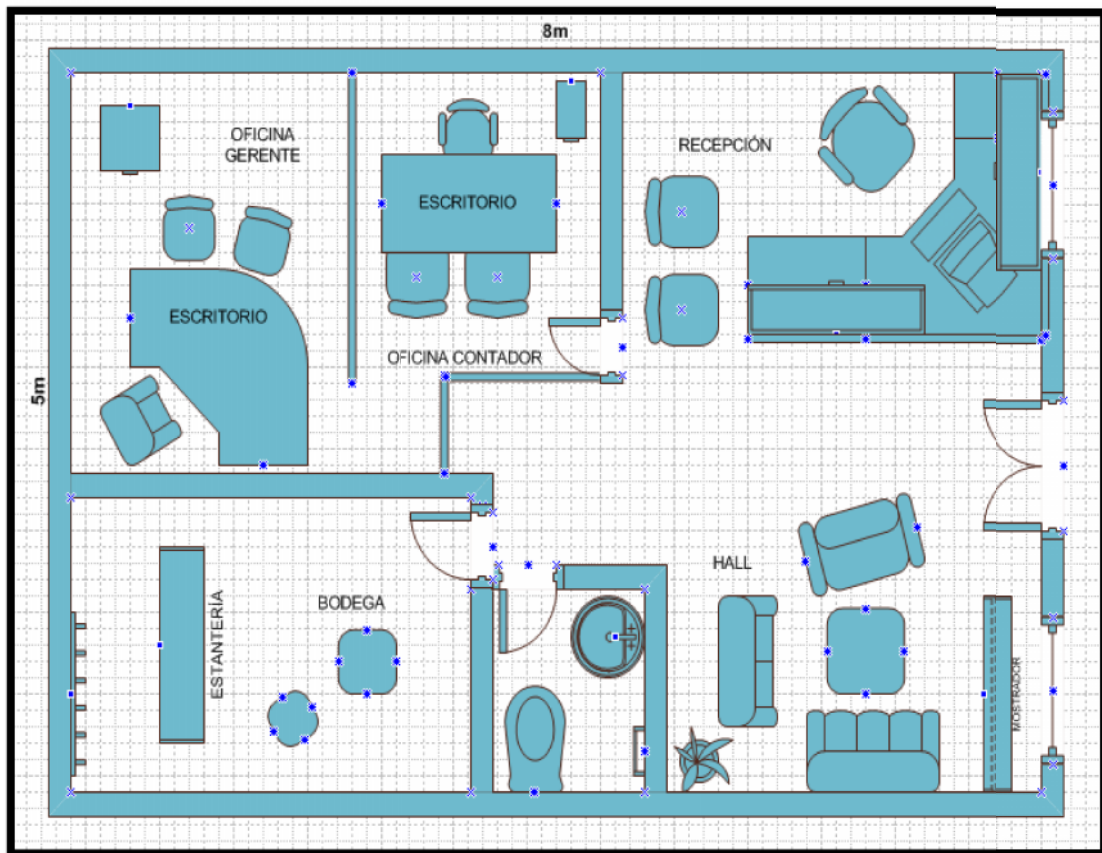
4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.4.1.1. Distribución de la oficina.

Para la ejecución de las actividades administrativas y de promoción, así como de contratación de los servicios turísticos se arrendará una oficina, ubicada en la Parroquia Eugenio Espejo, calle Simón Bolívar s/n. A continuación se presenta la distribución de la oficina de atención al cliente de la Microempresa.

GRÁFICO N° 22



ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.2. Explicación de la planta

CUADRO N° 31

DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA

Superficie	Ambientes	Cantidad	Área m2
Área de recepción	Sala	1	17,5m2
Área de administración	Oficinas	2	13,5m2
Áreas adicionales	Bodega Servicios	2	9 m2
TOTAL ÁREA			40m2

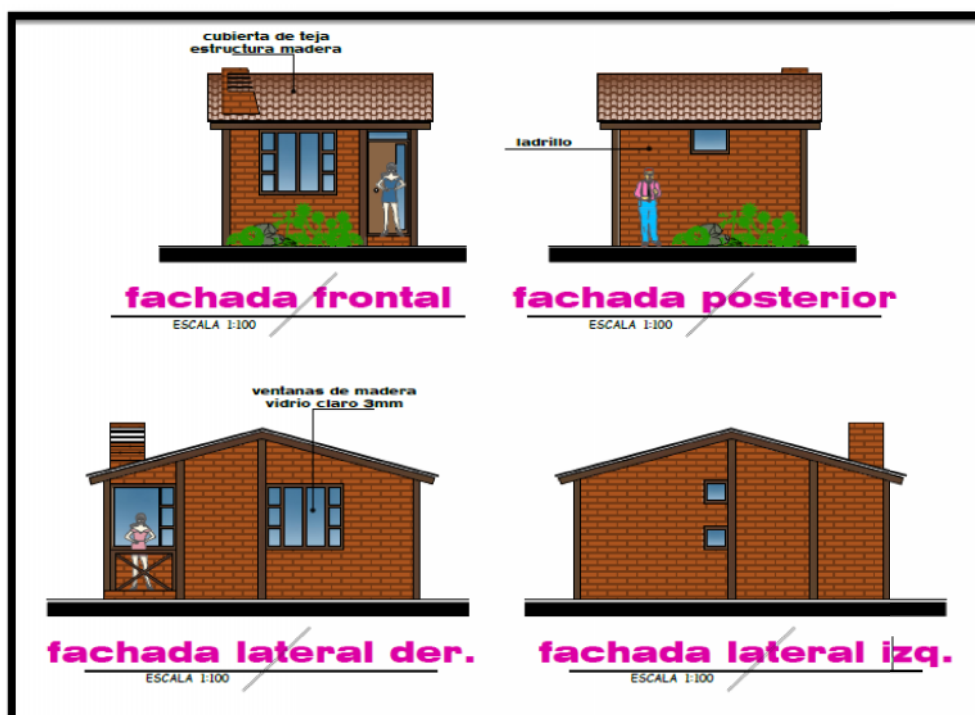
Elaborado por: La Autora

4.4.1.3. Distribución de los hospedajes comunitarios.

La microempresa propone establecer dos tipos de estadías comunitarias que son las que a continuación se detallan.

FACHADA DEL HOSPEDAJE

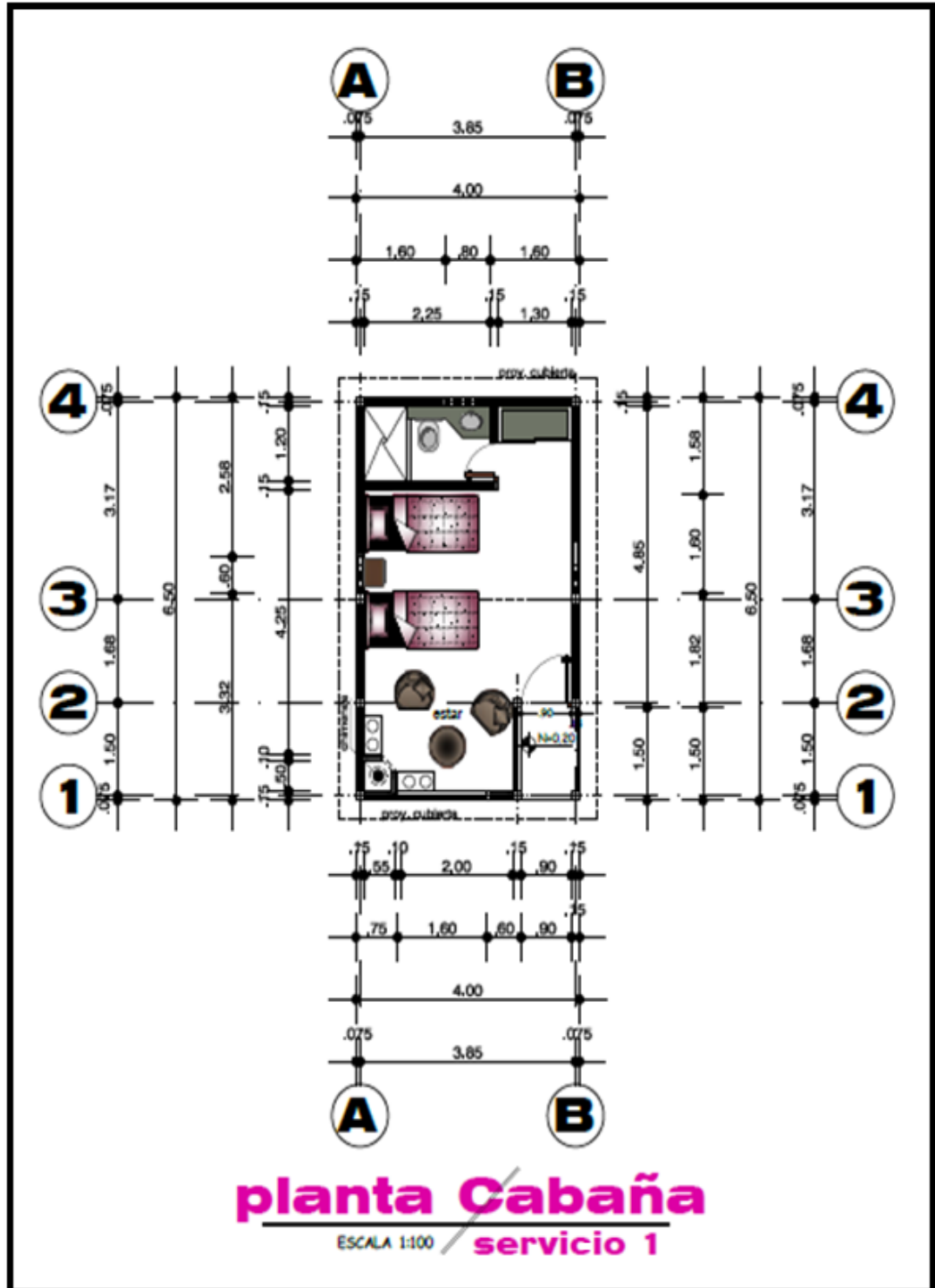
GRÁFICO N° 23



ELABORADO POR: Arq. Mauricio Coello

DISTRIBUCIÓN INTERNA HABITACIÓN DOBLE

GRÁFICO N° 25



ELABORADO POR: Arq. Mauricio Coello

4.5. REQUERIMIENTO DE PERSONAL

CUADRO N° 32

PERSONAL	CANTIDAD
Gerente	1
Contador	1
Secretaria-Recepcionista	1
Guías turísticos	2
Representantes familias anfitrionas	5
Total Equipo Humano	10

ELABORADO POR: La Autora

4.6. DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO TÉCNICO.

4.6.1. INVERSIONES

La inversión corresponde al conjunto de gastos, en los que se debe incurrir en el proyecto desde que se empieza con los estudios preliminares hasta llegar a ejecutar y poner en marcha el proyecto.

4.6.1.1. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está constituida por los bienes de capital o activos fijos necesarios para poner en marcha el proyecto.

A continuación se presenta el detalle de los activos fijos, que se invertirán en la implementación del Proyecto de Turismo Comunitario.

4.6.1.2. INFRAESTRUCTURA CIVIL

CUADRO N° 33

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Hospedajes	5	6694,01	33470,05
TOTAL			

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 34

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

Proyecto: Cabañas comunitarias

Propietario: Microempresa Sacha Sisa

Ubicación: Parroquia Eugenio Espejo

Fecha: 09/08/2011

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	U.	CANTIDAD AD	PRECIO. UNIT.	P. TOTAL
	Cabañas comunitarias				
1	PRELIMINARES				
1,1	Limpieza de terreno	m ²	40,00	0,77	30,60
1,2	Replanteo del Proyecto	m ²	40,00	0,93	37,08
1,3	Excavación de plintos y cimientos	m ³	10,50	3,68	38,65
2	ESTRUCTURA				
2,1	Cimientos de Hormigón Ciclópeo	m ³	4,50	73,81	332,1
2,2	Hormigón Simple en cadenas inferiores	m ³	1,15	115,56	132,8
2,3	Hormigón Simple en pie de columnas	m ³	1,50	115,56	173,3
2,4	Acero de refuerzo	kg	105,00	1,68	176,7
2,5	Estructura de madera	m ²	38,00	17,10	649,8
2,6	Cubierta de madera y teja	m ²	34,00	25,20	856,8
3	MAMPOSTERÍA				
3,1	Mampostería de ladrillo mambón visto y tratado exterior	m ²	48,00	12,07	579,3
4	ENLUCIDOS				
4,1	Enlucido vertical pastado interior	m ²	48,00	5,31	254,8
5	PISOS				
5,1	Contrapiso empedrado, polietileno y H.S.	m ²	26,00	8,69	225,8

5,2	Masillado de pisos	m ²	26,00	3,80	98,75
5,3	Cerámica de piso en baño	m ²	2,80	12,78	35,78
5,4	Cerámica en paredes de baño	m ²	10,00	12,78	127,8
6	REVESTIMIENTOS				
6,2	Piso de media duela de chanul lacado	m ²	18,50	25,62	473,9
7	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
7,1	Instalaciones eléctricas luces	pto	6,00	13,28	79,70
7,2	Instalaciones eléctricas tomas	pto	5,00	15,50	77,49
7,3	Instalaciones especiales	pto	2,00	16,47	32,94
7,4	Cajas de breakers 6 a 12	u	1,00	83,70	83,70
7,5	Breakers 15-20-30 Amp.	u	1,00	9,81	9,81
8	INSTALACIONES SANITARIAS				
8,1	Punto de agua 1/2"	pto	3,00	18,90	56,70
8,2	Rejilla 110mm	u	3,00	4,46	13,37
8,3	Punto de desagüe 110mm	pto	4,00	21,60	86,40
8,4	Cajas de revisión	u	1,00	58,50	58,50
8,5	TC 220mm canalización exterior	ml	6,00	11,25	67,50
9	PIEZAS SANITARIAS				
9,1	Lavamanos	u	1,00	61,20	61,20
9,2	Inodoro	u	1,00	73,80	73,80
9,3	Grifería para ducha f.v.	u	1,00	108,00	108,0
10	CERRAJERÍA				
10,1	Puerta acceso principal laurel panelada y lacada	u	1,00	108,00	108,0
10,2	Puerta de baño laurel panelada y lacada	u	1,00	85,50	85,50
10,3	Ventanas de madera y vidrio claro 4mm	m ²	7,40	78,21	578,7
10,2	Cerradura llave-llave	u	1,00	13,50	13,50

10,3	Cerradura de baño	u	1,00	9,90	9,90
11	PINTURA				
11,1	Pintura vinyl interior	m ²	48,00	3,24	155,5
12	VARIOS				
12,1	Desalojo de escombros a mano y Limpieza	m ³	11,00	2,34	25,74
12,2	Relleno compactado	m ³	12,00	2,88	34,56
12,3	Closet de madera laurel 1,30x,60x2,00m	m ²	2,60	103,50	269,1
12,4	Chimenea	u	1,00	225,00	380,0
Total					6694,0

Son: Seis mil seiscientos noventa y cuatro con 01/100 dólares americanos

ELABORADO POR: Arq. Mauricio Coello

4.6.1.3. MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 35

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escritorio	2	150,00	300,00
Sillas giratorias para oficinas	3	45,00	135,00
Juego Muebles de sala	1	490,00	490,00
Archivadores	2	80,00	160,00
Mostradores	1	100,00	100,00
Estanterías	1	90,00	90,00
Sillas recepción	6	23,00	138,00
TOTAL			1413,00

Elaborado por: La Autora

4.6.1.4. EQUIPO DE COMPUTO

CUADRO N° 36

Descripción	Cantidad	Valor/U	Valor Total
Computador Laptop Dell Inspiron	1	510,00	510,00
Computador de Mesa ALTEK	1	610,00	610,00
Impresora CANON MP190	1	90,00	90,00
TOTAL			1210,00

Elaborado por: La Autora

4.6.1.5. EQUIPO OPERATIVO

CUADRO N° 37

Descripción	Cantidad	Valor/U	Valor Total
Bicicletas	10	350,00	3500,00
Juegos de dormitorio de 1 plaza	4	290,00	1160,00
Juegos de dormitorio 2 plazas	2	460,00	920,00
TOTAL			5580,00

Elaborado por: La Autora

4.6.1.6. MENAJE Y LENCERÍA

CUADRO N° 38

Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor Total
Cobijas	20	8,00	160,00
Edredones	10	15,00	150,00
Juegos de sábanas	20	13,00	260,00
Almohadas	15	2,00	30,00
Armadores	14	0,75	10,50
Alfombras pequeñas	8	5,00	40,00
Toallas	10	5,00	50,00
Floreros	6	3,00	18,00
Manteles	8	4,00	32,00
Juegos de vajilla	5	15,00	75,00
Menaje de cocina, juegos	6	25,00	150,00
Cajas de Cubiertos	6	10,00	60,00
Lámparas de noche	6	10,00	60,00
TOTAL			1095,50

Elaborado por: La Autora

4.6.1.7. CAPITAL DE TRABAJO

Son los activos menores que generalmente deben estimarse para poner en marcha el proyecto, en este caso tomaremos en cuenta el capital de trabajo para un mes, ya que la microempresa prestará servicios que inmediatamente generará ingresos.

CUADRO N° 39

DESCRIPCIÓN	Valor Unitario.	Valor Mensual.
Costos de producción del servicio		
Alimentación	4,60	460,00
Guías Turísticos	285,60	571,20
Salario anfitriones	285,60	1.428,00
Transporte	3,10	558,00
Depreciación hospedajes	139,46	139,46
Depreciación equipo	46,50	46,50
Suministros de aseo y limpieza	50,00	50,00
Beneficios Sociales	657,92	657,92
Servicios básicos hospedajes	75,00	75,00
Depreciación Menaje y lencería	9,13	9,13
Gastos Administrativos		
Sueldo Gerente	400,00	400,00
Sueldo Contador	300,00	300,00
Sueldo Secretaria- Recepcionista	282,85	282,85
Servicios básicos administrativos	60,00	60,00
Gastos de constitución	2.600,00	2.600,00
Depreciación equipo de computación	33,28	33,28
Depreciación Muebles y enseres	10,33	10,33
Gasto arriendo	150,00	150,00
Beneficios Sociales	277,27	277,27
Útiles de Oficina	30,00	30,00
Viáticos	35,00	35,00
Gastos de ventas		
Publicidad	110,00	110,00
Imprevistos	276,27	276,27
TOTAL	6.121,91	8.560,21

ELABORADO POR: La Autora

4.6.1.8. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

CUADRO N° 40

DESCRIPCIÓN	TOTAL
INFRAESTRUCTURA CIVIL	33.470,05
TERRENOS	4.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.240,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.210,00
EQUIPO OPERATIVO	5.580,00
MENAJE Y LENCERÍA	1.095,50
CAPITAL DE TRABAJO	8.560,21
TOTAL	55.155,76

ELABORADO POR: La Autora

La inversión total del proyecto es de \$55.155,76 dólares, distribuyéndose así:

CUADRO N° 41

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN FIJA	46.595,55	84%
CAPITAL DE TRABAJO	8560,21	16%
TOTAL	55.155,76	100%

ELABORADO POR: La Autora

4.6.2. FINANCIAMIENTO

Para que la empresa de turismo comunitario comience sus actividades requiere un capital de \$55.155,76, tomando en cuenta que se dispone con el área del terreno para los hospedajes aportados por los socios, valorados en \$4.000,00, con el equipo de computación valorado en \$1.210,00; para poder solventar el resto de los gastos será necesario solicitar financiamiento por \$49.945,76,00 para iniciar con la construcción de la obra civil, adquirir los implementos necesarios, así como también equipar las instalaciones para brindar los servicios a los turistas.

CUADRO N° 42

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN PROPIA	5.210,00	30%
INVERSIÓN FINANCIADA	49.945,76	70%
TOTAL	55.155,76	100%

Elaborado por: La Autora

El financiamiento para cubrir la Inversión se obtendrá mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional, con una tasa de interés de 9,58% anual a un plazo de 6 años; con pagos semestrales de \$6402,01.

4.6.3. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

CUADRO N° 43

PERIODO	PAGO PROGRAMADO	INTERÉS	CAPITAL	SALDO INICIAL
				49.945,76
1	6.402,41	2.392,40	4.010,00	45.935,76
2	6.402,41	2.200,32	4.202,08	41.733,68
3	6.402,41	1.999,04	4.403,36	37.330,31
4	6.402,41	1.788,12	4.614,28	32.716,03
5	6.402,41	1.567,10	4.835,31	27.880,72
6	6.402,41	1.335,49	5.066,92	22.813,80
7	6.402,41	1.092,78	5.309,63	17.504,18
8	6.402,41	838,45	5.563,96	11.940,22
9	6.402,41	571,94	5.830,47	6.109,75
10	6.402,41	292,66	6.109,75	0,00

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

El presente capítulo tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, como: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación de cada uno de los paquetes turísticos ofertados y el ingreso derivado de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los períodos que comprometen la perspectiva del proyecto.

Como resultado de la identificación y los estudios previos (mercado, técnico) se evaluará financieramente el proyecto, partiendo de un formato de entrada de datos básicos y específicos, determinando así "flujos netos de caja" que permiten analizar la conveniencia o inconveniencia de la propuesta.

5.1. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

El presente cuadro muestra en términos cuantitativos los requerimientos de inversión que demanda el proyecto, los mismos que se resumen a continuación:

CUADRO N° 44

DESCRIPCIÓN	TOTAL
INFRAESTRUCTURA CIVIL	33.470,05
TERRENOS	4.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.240,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.210,00
EQUIPO OPERATIVO	5.580,00
MENAJE Y LENCERÍA	1.095,50
CAPITAL DE TRABAJO	8.560,21
TOTAL	\$55.155,76

ELABORADO POR: La Autora

5.2. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

Durante el período de operación del proyecto se incurrirá en cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados directamente a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la funcionamiento de la micro empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno, el siguiente cuadro muestra el detalle de los mismos.

CUADRO N° 45

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costos de producción del servicio		
Alimentación	460,00	41.745,00
Guías Turísticas	571,20	6.854,40
Salario anfitriones	1.428,00	17.136,00
Transporte	558,00	6.696,00
Depreciación hospedajes	139,46	1.673,50
Depreciación equipo	46,50	558,00
Suministros de aseo y limpieza	50,00	600,00
Beneficios Sociales	657,92	7.895,05
Servicios básicos hospedajes	75,00	900,00
Depreciación Menaje y lencería	9,13	109,55

Gastos Administrativos		
Sueldo Gerente	400,00	4.800,00
Sueldo Contador	300,00	3.600,00
Sueldo Secretaria- Recepcionista	282,85	3.394,20
Servicios básicos administrativos	60,00	720,00
Gastos de constitución	2.600,00	
Depreciación equipo de computación	33,28	403,29
Depreciación Muebles y enseres	10,33	124,00
Gasto arriendo	150,00	1.800,00
Beneficios Sociales	277,27	3.327,26
Útiles de Oficina	30,00	360,00
Viáticos	35,00	420,00
Gastos de ventas		
Publicidad	110,00	1.320,00
Gastos Financieros		
Intereses bancarios		4.592,72
Imprevistos	276,27	5.451,45
TOTAL	8.560,21	114.480,43

ELABORADO POR: La Autora

5.3. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos en los que se incurrirá el proyecto para su puesta en marcha y adecuado funcionamiento son los que se detallan a continuación, los mismos que han sido proyectados en función de su naturaleza, así, para aquellos que dependen directamente de la demanda del servicio se ha tomado como base los datos obtenidos en el estudio de mercado, y aquellos que dependen de factores externos tienen como base la inflación; que se fija en un 4,44% según datos del Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 46

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción del servicio					
Alimentación	41.745,00	46667,00	52187,00	52187,00	52187,00
Guías Turísticos	6.854,40	7158,74	7476,58	7808,54	8155,24
Salario anfitriones	17.136,00	17896,84	18691,46	19521,36	20388,11
Transporte	6.696,00	6993,30	7303,81	7628,09	7966,78
Depreciación hospedajes	1.673,50	1673,50	1673,50	1673,50	1673,50
Depreciación equipo	558,00	558,00	558,00	558,00	558,00
Suministros de aseo y limpieza	600,00	626,64	654,46	683,52	713,87
Beneficios Sociales	7.895,05	8245,59	8611,70	8994,06	9393,39
Servicios básicos hospedajes	900,00	939,96	981,69	1025,28	1070,80
Depreciación Menaje y lencería	109,55	109,55	109,55	109,55	109,55
Gastos Administrativos					
Sueldo Gerente	4.800,00	5013,12	5235,70	5468,17	5710,95
Sueldo Contador	3.600,00	3759,84	3926,78	4101,13	4283,22
Sueldo Secretaria-Recepcionista	3.394,20	3544,90	3702,30	3866,68	4038,36
Servicios básicos administrativos	720,00	751,97	785,36	820,23	856,64
Depreciación equipo de computación	403,29	403,29	403,29		
Depreciación Muebles y enseres	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Gasto arriendo	1.800,00	1879,92	1963,39	2050,56	2141,61
Beneficios Sociales	3.327,26	3474,99	3629,28	3790,42	3958,72
Útiles de Oficina	360,00	375,98	392,68	410,11	428,32
Viáticos	420,00	438,65	458,12	478,46	499,71
Gastos de ventas					
Publicidad	1.320,00	1378,61	1439,82	1503,75	1570,51
Gastos Financieros					
Intereses bancarios	4.592,72	3787,17	2902,58	1931,23	864,59
Imprevistos	5.451,45	5.790,08	6.160,55	6.236,68	6.334,64
TOTAL	114.480,43	121.591,64	129.371,60	130.970,3	133.027,53

ELABORADO POR: La Autora

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de la proyección de gastos del proyecto durante las etapas productivas programadas, agrupados de

acuerdo a su naturaleza, incluyendo también un porcentaje para imprevistos; calculado sobre la base de los gastos proyectados, estimándolo en un 5%.

CUADRO N° 47

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$84.167,50	\$90.869,12	\$98.247,75	\$100.188,91	\$102.216,3
GASTOS ADMINISTRATIVOS	18948,75	19766,67	20620,90	21109,76	22041,53
GASTOS DE VENTAS	1.320,00	1.378,61	1.439,82	1.503,75	1.570,51
GASTOS FINANCIEROS	4.592,72	3.787,17	2.902,58	1.931,23	864,59
IMPREVISTOS	5.451,45	5.790,08	6.160,55	6.236,68	6.334,64
TOTAL	\$114.480,43	\$121.591,64	\$129.371,60	\$130.970,33	\$133.027,53

ELABORADO POR: La Autora

5.4. TASA DE RENTABILIDAD MÍNIMA ACEPTABLE

CUADRO N° 48

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	5.210,00	9%	12	108
INVERSIÓN FINANCIADA	49.945,76	91%	9,58	871,78
TOTAL	55.155,76	100%		979,78

ELABORADO POR: La Autora

COSTO DE CAPITAL= 9,80%

TRMA = $(1+CK)*(1+Inf)-1$

TRMA = 0,1574

TRMA =15,74%

Inflación=5,41%

La Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir la totalidad de la inversión inicial.

5.5. INGRESOS POR VENTAS

5.5.1. Precio de los servicios

La Microempresa ofertará tres paquetes de servicios turísticos comunitarios, los mismos que han sido valorados en base a sus costos de producción, así como también los precios que ofertan la competencia; para de esta manera presentarse como una opción competitiva en el mercado turístico.

CUADRO N° 49

DESCRIPCIÓN	COSTO DIARIO	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
ALIMENTACIÓN	9,20	18,40	27,60	50,00
GUIANZA	3,00	9,00	12,00	15,00
TRANSPORTE	12,00	30,00	44,40	61,20
HOSPEDAJE	7,00	14,00	21,00	28,00
OTROS	4,00	12,00	16,00	20,00
TOTAL	35,20	83,40	121,00	174,20
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		26,69	38,72	55,74
PRECIOS OFERTADOS		\$110,00	\$160,00	\$230,00

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N° 50

DETALLE	VALOR
PAQUETE 1	\$110,00
3 DÍAS 2 NOCHES	Por pax.
PAQUETE 2	\$160,00
4 DÍAS 3 NOCHES	Por pax.
PAQUETE 3	\$230,00
5 DÍAS 4 NOCHES	Por pax.

ELABORADO POR: La Autora

5.5.2. Proyección de Ingresos

Los ingresos que el proyecto recibirá por la prestación de los servicios turísticos comunitarios, se han proyectado tomando como base los datos obtenidos en el estudio de mercado acerca de la demanda, así como también los precios fijados para cada paquete.

Para realizar la proyección de ingresos es necesario dar un porcentaje de participación a cada uno de los paquetes ofertados dentro del total de los ingresos así:

CUADRO N° 51

VOLUMEN DE VENTAS PROYECTADO	PAQUETE 1 (45%)	PAQUETE 2 (30%)	PAQUETE 3 (25%)
1815	817	545	454
2029	913	609	507
2269	1021	681	567
2269	1021	681	567
2269	1021	681	567

ELABORADO POR: La Autora

En el siguiente cuadro se evidencia el total de ingresos q cada uno de los paquetes turísticos ofertados generará para la microempresa de acuerdo a su participación, mostrando como resultados, los siguientes:

CUADRO N° 52

VOLUMEN DE VENTAS PROYECTADO	INGRESOS PAQUETE 1	INGRESOS PAQUETE 2	INGRESOS PAQUETE 3	TOTAL
1815	44921,25	43560,00	52181,25	140662,50
2029	52447,42	50858,10	60923,77	164229,29
2269	61255,27	59399,05	71155,11	191809,42
2269	63975,00	62036,36	74314,39	200325,76
2269	66815,49	64790,78	77613,95	209220,22

ELABORADO POR: La Autora

5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUADRO N° 53

SACHA SISA CIA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.

INGRESOS

INGRESOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$140.662,50	\$164.229,29	\$191.809,42	\$200.325,75	\$209.220,22

COSTOS

COSTO DE VENTAS	84.167,50	90.869,12	98.247,75	100.188,91	102.216,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	56.495,00	73.360,17	93.561,66	100.136,85	107.003,97

GASTOS

GASTOS DE

ADMINISTRACIÓN

Sueldo Gerente	4.800,00	5.013,12	5.235,70	5.468,17	5.710,95
Sueldo Contador	3.600,00	3.759,84	3.926,78	4.101,13	4.283,22
Sueldo Secretaria-Recepcionista	3.394,20	3.544,90	3.702,30	3.866,68	4.038,36
Servicios básicos administrativos	720,00	751,97	785,36	820,23	856,64
Depreciación equipo de computación	403,29	403,29	403,29		
Depreciación Muebles y enseres	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Gasto arriendo	1.800,00	1.879,92	1.963,39	2.050,56	2.141,61
Beneficios Sociales	3.327,26	3.474,99	3.629,28	3.790,42	3.958,72
Útiles de Oficina	360,00	375,98	392,68	410,11	428,32
Viáticos	420,00	438,65	458,12	478,46	499,71
Participación trabajadores	3907,77	6511,40	9118,31	10022,06	11428,90
Imprevistos	5.581,70	5.018,39	7.809,64	8.778,38	6.334,69
	28.438,23	31.296,46	37.548,84	39.910,20	39.805,11

GASTOS DE VENTAS

Publicidad	1.320,00	1.378,61	1.439,82	1.503,75	1.570,51
------------	----------	----------	----------	----------	----------

GASTOS FINANCIEROS

Intereses bancarios	4.592,72	3.787,17	2.902,58	1.931,23	864,59
---------------------	----------	----------	----------	----------	--------

UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS

	22.144,04	36.897,94	51.670,42	56.791,67	64.763,75
IMPUESTO A LA RENTA	5.314,57	8.486,53	11.367,49	12.494,17	14.248,02
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$ 16.829,47	\$ 28.411,41	\$ 40.302,93	\$ 44.297,50	\$ 50.515,72

ELABORADO POR: La Autora

Una vez determinados los montos correspondientes a ingresos, costos y gastos del proyecto se procede a armar el Estado de Resultados, el mismo que permitirá establecer la utilidad o pérdida que se obtendrá cada año de operaciones. Es decir mostrará la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades y los egresos representados por costos de producción del servicio, ventas, administrativos, financieros y otros gastos en cada año.

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio nos permitirá estudiar la relación que existe entre costos fijos, costos variables, volumen de ventas y utilidades; ya que el punto de equilibrio es el nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos con sus ingresos obtenidos.

Las fórmulas para calcular el Punto de Equilibrio son las siguientes:

$$PE = \frac{\text{GASTOS TOTALES FIJOS}}{\text{PVU} - \text{CVU}}$$

$$PE = \frac{\text{GASTOS TOTALES FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

En casos en los cuales las empresas ofertan más de un producto o servicio, el proceso a seguir para calcular el punto de equilibrio varía; ya que se debe ponderar cada uno de los servicios de acuerdo a su importancia, para así obtener un costo marginal total ponderado y aplicar las fórmulas presentadas, de la siguiente manera:

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

CUADRO N° 54

DESCRIPCIÓN	VENTAS EN UNIDADES	% DE PARTICIPACIÓN	MC * % DE PARTIC.	PUNTO DE EQUILIBRIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$
PAQUETE 1	817	0,45	12,01	653	71.837,25
PAQUETE 2	545	0,3	11,62	435	69.482,87
PAQUETE 3	454	0,25	13,94	363	83.360,31
	1815	1	37,56	1450	224.680,43

ELABORADO POR: La Autora

Para el primer año de operaciones de la microempresa, se estima un punto de equilibrio de 1450 paquetes, de esta manera se observa que a partir de este periodo el proyecto generará utilidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2

CUADRO N° 55

DESCRIPCIÓN	VENTAS EN UNIDADES	% DE PARTICIPACIÓN	MC * % DE PARTIC.	PUNTO DE EQUILIBRIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$
PAQUETE 1	913	0,45	12,01	623	68.532,62
PAQUETE 2	609	0,3	11,62	415	66.286,55
PAQUETE 3	507	0,25	13,94	346	79.525,59
	2029	1	37,56	1383	214.344,76

ELABORADO POR: La Autora

En el segundo periodo de operaciones, el proyecto estima un punto de equilibrio en 1383 paquetes, punto a partir del cual el proyecto no generará pérdidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

CUADRO N° 56

DESCRIPCIÓN	VENTAS EN UNIDADES	% DE PARTICIPACIÓN	MC * % DE PARTIC.	PUNTO DE EQUILIBRIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$
PAQUETE 1	1021	0,45	12,01	649	71.407,50
PAQUETE 2	681	0,3	11,62	415	66.286,55
PAQUETE 3	567	0,25	13,94	346	79.525,59
	2269	1	37,56	1410	217.219,64

ELABORADO POR: La Autora

En este periodo se estima un punto de equilibrio en 1410 paquetes, cantidad menor a las ventas proyectadas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4

CUADRO N° 57

DESCRIPCIÓN	VENTAS EN UNIDADES	% DE PARTICIPACIÓN	MC * % DE PARTIC.	PUNTO DE EQUILIBRIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$
PAQUETE 1	1135	0,45	12,01	671	73.878,13
PAQUETE 2	681	0,3	11,62	415	66.286,55
PAQUETE 3	454	0,25	13,94	346	79.525,59
	2269	1	37,56	1432	219.690,27

ELABORADO POR: La Autora

Para el cuarto año, se estima que el proyecto como cantidad mínima debe procurar atender a 1432 turistas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

CUADRO N° 58

DESCRIPCIÓN	VENTAS EN UNIDADES	% DE PARTICIPACIÓN	MC * % DE PARTIC.	PUNTO DE EQUILIBRIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$
PAQUETE 1	1135	0,45	13,34	728	80.112,54
PAQUETE 2	681	0,3	11,62	415	66.286,55
PAQUETE 3	454	0,2	11,15	277	63.620,48
	2269	0,95	36,11	1419	210.019,57

ELABORADO POR: La Autora

En el quinto periodo productivo el punto de equilibrio se calcula en 1419 turistas, manteniéndose de esta manera a lo largo del tiempo utilidades.

5.8. BALANCE DE APERTURA

Partiendo de estos datos se establece el Estado de Situación Financiera o el documento contable que refleja los valores con los que el proyecto arranca sus operaciones, como se indica a continuación:

CUADRO N° 59

SACHA SISA CIA. LTDA.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Expresado en dólares de los Estados Unidos

ACTIVOS		PASIVOS	
CORRIENTES		PASIVO NO CORRIENTE	
CAJA	\$ 8.560,21	DEUDA ALARGO PLAZO	\$ 49.945,76
FIJOS	46.595,55	TOTAL PASIVOS	49.945,76
EDIFICIOS	33.470,05	PATRIMONIO	
TERRENOS	4.000,00	CAPITAL	5.210,00
MUEBLES Y ENSERES	1.240,00	TOTAL PATRIMONIO	5.210,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.210,00		
EQUIPO OPERATIVO	5.580,00		
MENAJE Y LENCERÍA	1.095,50		
TOTAL ACTIVOS	\$ 55.155,76	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 55.155,76

ELABORADO POR: La Autora

5.9. FLUJO DE EFECTIVO

El siguiente estado de flujos de efectivo muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Muestra entradas y salidas de dinero de la empresa durante un período contable.

Para estructurar el estado de flujo de efectivo se debe descontar los rubros de depreciaciones incluidos en el estado de resultados, ya que estos no representan un egreso real de dinero.

CUADRO N° 60

SACHA SISA CIA. LTDA.

FLUJO DE CAJA

Expresado en dólares de los Estados Unidos.

	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	-55.155,76					
Saldo inicial de caja		8.560,21				
INGRESOS						
Ventas		140.662,50	164.229,29	191.809,42	200.325,75	209.220,22
TOTAL INGRESOS		149.222,71	164.229,29	191.809,42	200.325,75	209.220,22
EGRESOS						
Pago a proveedores		123.836,25	135.820,57	151.508,58	156.029,64	135.248,21
Pago Capital Deuda l/p		8.212,09	9.017,65	9.902,23	10.885,39	11.940,22
+ Depreciación		2.868,39	2.868,39	2.868,39	10.873,58	10.873,58
SALDO FINAL DE CAJA		\$ 20.042,76	\$ 22.259,46	\$ 33.266,99	\$ 44.284,31	\$ 72.905,37

ELABORADO POR: La Autora

5.10. VALOR ACTUAL NETO

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. En este caso la tasa de descuento es del 11%.

Se considera un proyecto viable si este valor es mayor que cero. Existe un único VAN para cada proyecto y cuando comparamos dos proyectos se escoge al que tenga mayor VAN.

Este índice considera todos los flujos del proyecto y estos son adecuadamente descontados. Mide la rentabilidad en términos monetarios.

La fórmula de cálculo del Van es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{20.042,76}{(1+0,11)^1} + \frac{22.259,46}{(1+0,11)^2} + \frac{33.266,99}{(1+0,11)^3} + \frac{44.284,31}{(1+0,11)^4} + \frac{72.905,37}{(1+0,11)^5}$$

$$VAN = \$ 77.728,83$$

5.11. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno TIR, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante la vida útil del proyecto, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la TIR, toman como referencia la tasa de descuento. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la TIR es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido; su cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ti} - VAN_{ts}} \right)$$

En donde:

ti= Tasa inferior

ts= Tasa superior

VAN ti= Valor Actual Neto Tasa Inferior

VAN ts= valor Actual Neto Tasa Superior

Para calcular la TIR se utilizará una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

VAN POSITIVO 20%

$$VAN = -I_0 \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{20.042,76}{(1+0,2)^1} + \frac{22.259,46}{(1+0,2)^2} + \frac{33.266,99}{(1+0,2)^3} + \frac{44.284,31}{(1+0,2)^4} + \frac{72.905,37}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = \$ 46911,50$$

VAN NEGATIVO 47%

$$VAN = \$ -500,91$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = 20 + (46 - 20) \left(\frac{46911,50}{46911,50 + 500,91} \right)$$

$$TIR = 47 \%$$

5.12. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Es un análisis entre el valor actual de los ingresos y egresos operacionales. Este coeficiente permite identificar y medir las pérdidas y ganancias generadas.

La relación costo beneficio se determina de la siguiente manera:

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS OPERACIONALES}}{\text{EGRESOS OPERACIONALES}}$$

Si el resultado obtenido es mayor que 1, esto indica que se están cubriendo los gastos de manera adecuada; si el resultado es igual a 1, esto indica que los ingresos obtenidos son suficientes únicamente para cubrir los gastos; y si el resultado obtenido es inferior a 1, la empresa está incurriendo en pérdidas ya que los egresos son superiores a los ingresos.

CUADRO N° 61

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	140.662,50	164.229,29	191.809,42	200.325,75	209.220,22
EGRESOS	123.836,25	135.820,57	151.508,58	156.029,64	135.248,21
RAZÓN B/C	1,14	1,21	1,27	1,28	1,55

ELABORADO POR: La Autora

5.13. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de recuperación de capital consiste en la determinación del tiempo necesario para que los flujos de caja netos sean iguales al capital invertido.

Este método permite al inversionista comparar los proyectos en base al tiempo de recuperación, tomando en cuenta que siempre le dará mayor preferencia a los de menor tiempo de recuperación.

Se considera un proyecto rentable si el período de recuperación de capital es menor al punto o período de corte previamente definido en el proyecto que en este caso son 5 años.

CUADRO N° 62

PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVO
AÑO1	20.042,76
AÑO2	22.259,46
AÑO3	33.266,99
AÑO4	44.284,31
AÑO5	72.905,37

ELABORADO POR: La Autora

Para calcular el Período de Recuperación del Capital con mayor exactitud se procede de la siguiente manera:

- Se toma el período anterior a la recuperación total (2)
- Se calcula el costo no recuperado al final del año dos: \$ 12.853,53
- Se divide el costo no recuperado entre el flujo neto efectivo del año siguiente (3), $12.853,53/33.266,99= 0,38$
- Se suma al período anterior al de la recuperación total (2) el valor calculado en el paso anterior (2,38)
- El período de recuperación de la inversión, para este proyecto y de acuerdo a sus flujos netos de efectivo, es de 2,38 períodos.
- Finalmente se procede a transformarlo en años, meses y días.

Periodo de Recuperación del Capital= 2 años, 6 meses.

5.14. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Consiste en el análisis de los efectos q los cambios de las ventas, los costos y otros elementos, pueden ejercer en la rentabilidad de un proyecto. Se consideraron las ciertas variaciones y se obtuvieron los siguientes resultados:

5.14.1. Escenario Positivo

Para analizar la sensibilidad del proyecto se propone un incremento del 5% en el precio de venta de los servicios sin cambiar las demás variables, mostrándose los siguientes cambios en los estados financieros de la microempresa.

5.14.1.1. Estado de Resultados Proyectado.

CUADRO N° 63**SACHA SISA CIA. LTDA.
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

Expresado en dólares de los Estados Unidos de América

INGRESOS

INGRESOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$147.695,63	\$172.440,75	\$201.399,89	\$210.342,04	\$219.681,23

COSTOS

COSTO DE VENTAS	84.167,50	90.869,12	98.247,75	100.188,91	102.216,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	63.528,12	81.571,63	103.152,14	110.153,14	117.464,98

GASTOS**GASTOS DE****ADMINISTRACIÓN**

Sueldo Gerente	4.800,00	5.013,12	5.235,70	5.468,17	5.710,95
Sueldo Contador	3.600,00	3.759,84	3.926,78	4.101,13	4.283,22
Sueldo Secretaria-Recepcionista	3.394,20	3.544,90	3.702,30	3.866,68	4.038,36
Servicios básicos administrativos	720,00	751,97	785,36	820,23	856,64
Depreciación equipo de computación	403,29	403,29	403,29		
Depreciación Muebles y enseres	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Gasto arriendo	1.800,00	1.879,92	1.963,39	2.050,56	2.141,61
Beneficios Sociales	3.327,26	3.474,99	3.629,28	3.790,42	3.958,72
Útiles de Oficina	360,00	375,98	392,68	410,11	428,32
Viáticos	420,00	438,65	458,12	478,46	499,71
Participación trabajadores	4961,99	7742,50	10556,41	11524,19	15794,54
Imprevistos	5.581,70	5.018,39	7.809,64	8.778,38	6.334,69
	29.492,45	32.527,56	38.986,94	41.412,33	9.732,02

GASTOS DE VENTAS

Publicidad	1.320,00	1.378,61	1.439,82	1.503,75	1.570,51
------------	----------	----------	----------	----------	----------

GASTOS FINANCIEROS

Intereses bancarios	4.597,71	3.791,28	2.905,74	1.933,33	865,53
---------------------	----------	----------	----------	----------	--------

UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS	28.117,96	43.874,19	59.819,64	65.303,73	105.296,92
--	------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------

IMPUESTO A LA RENTA	6.748,31	10.091,06	13.160,32	14.366,82	23.165,32
---------------------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------

UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$21.369,65	\$33.783,12	\$46.659,32	\$50.936,91	\$82.131,59
---------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

ELABORADO POR: La Autora

5.14.1.2. Estado de Flujos de Efectivo

CUADRO N° 64

SACHA SISA CIA. LTDA.

FLUJO DE CAJA

Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.

	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	-55.155,76					
Saldo inicial de caja		8.560,21				
INGRESOS						
Ventas		147.695,63	172.440,75	201.399,89	210.342,04	219.681,23
TOTAL INGRESOS		156.255,84	172.440,75	201.399,89	210.342,04	219.681,23
EGRESOS						
Pago a proveedores		126.325,97	138.657,63	154.740,57	159.405,13	137.549,64
Pago capital Deuda l/p		8.212,09	9.017,65	9.902,23	10.885,39	11.940,22
+ Depreciación		2.868,39	2.868,39	2.868,39	10.873,58	10.873,58
SALDO FINAL DE CAJA		\$ 24.586,16	\$27.633,86	\$39.625,48	\$50.925,11	\$81.064,96

ELABORADO POR: La Autora

5.14.1.3. Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{24.586,16}{(1+0,11)^1} + \frac{27.633,86}{(1+0,11)^2} + \frac{39.625,48}{(1+0,11)^3} + \frac{50.925,11}{(1+0,11)^4} + \frac{81.064,96}{(1+0,11)^5}$$

$$VAN = \$ 100.050,05$$

5.14.1.4. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ti} - VAN_{ts}} \right)$$

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se utilizará una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

VAN POSITIVO 20%

$$VAN = -I_0 \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{24.586,16}{(1+0,2)^1} + \frac{27.633,86}{(1+0,2)^2} + \frac{39.625,48}{(1+0,2)^3} + \frac{50.925,11}{(1+0,2)^4} + \frac{81.064,96}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = \$ 64591,27$$

VAN NEGATIVO 57%

$$VAN = \$ -229,70$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = 20 + (57 - 20) \left(\frac{64591,27}{64591,27 + 229,70} \right)$$

$$TIR = 57\%$$

5.14.1.5. Beneficio Costo

CUADRO N° 65

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	147.695,63	172.440,75	201.399,89	210.342,04	219.681,23
EGRESOS	126.325,97	138.657,63	154.740,57	159.405,13	137.549,64
RAZÓN B/C	1,17	1,24	1,30	1,32	1,60

ELABORADO POR: La Autora

5.14.2. Escenario negativo

Para analizar un posible escenario negativo se propone una reducción del 5% en el precio sin cambiar las demás variables, generando los siguientes efectos en los resultados de las actividades.

5.14.2.1. Estado de Resultados Projectado

CUADRO N° 66

SACHA SISA CIA. LTDA.					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.					
INGRESOS					
INGRESOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$128.842,31	\$150.428,73	\$175.691,24	\$183.491,93	\$191.638,97
COSTOS					
COSTO DE VENTAS	84.167,50	90.869,12	98.247,75	100.188,91	102.216,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	44.674,81	59.559,61	77.443,49	83.303,02	89.422,72
GASTOS					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldo Gerente	4.800,00	5.013,12	5.235,70	5.468,17	5.710,95
Sueldo Contador	3.600,00	3.759,84	3.926,78	4.101,13	4.283,22
Sueldo Secretaria- Recepcionista	3.394,20	3.544,90	3.702,30	3.866,68	4.038,36
Servicios básicos administrativos	720,00	751,97	785,36	820,23	856,64
Depreciación equipo de computación	403,29	403,29	403,29		
Depreciación Muebles y enseres	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Gasto arriendo	1.800,00	1.879,92	1.963,39	2.050,56	2.141,61
Beneficios Sociales	3.327,26	3.474,99	3.629,28	3.790,42	3.958,72
Útiles de Oficina	360,00	375,98	392,68	410,11	428,32
Viáticos	420,00	438,65	458,12	478,46	499,71
Participación trabajadores	2134,00	4440,70	6700,11	7496,67	11588,20
Imprevistos	5.581,70	5.018,39	7.809,64	8.778,38	6.334,69
	26.664,45	29.225,76	35.130,65	37.384,81	9.732,02
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	1.320,00	1.378,61	1.439,82	1.503,75	1.570,51
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	4.597,71	3.791,28	2.905,74	1.933,33	865,53
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS	12.092,65	25.163,97	37.967,29	42.481,14	77.254,66
IMPUESTO A LA RENTA	2.902,24	5.787,71	8.352,80	9.345,85	16.996,02
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$9.190,41	\$19.376,25	\$29.614,48	\$33.135,29	\$60.258,63

ELABORADO POR: La Autora

5.14.2.2. Estado de Flujos de Efectivo

CUADRO N° 67

SACHA SISA CIA. LTDA.

FLUJO DE CAJA

Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.

	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	-55.155,76					
Saldo inicial de caja		8.560,21				
INGRESOS						
Ventas		128.842,31	150.428,73	175.691,24	183.491,93	191.638,97
TOTAL INGRESOS		137.402,53	150.428,73	175.691,24	183.491,93	191.638,97
EGRESOS						
Pago a proveedores		119.651,90	131.052,48	146.076,75	150.356,64	131.380,34
Pago capital Deuda l/p		8.212,09	9.017,65	9.902,23	10.885,39	11.940,22
+ Depreciación		2.868,39	2.868,39	2.868,39	10.873,58	10.873,58
SALDO FINAL DE CAJA		\$12.406,92	\$ 13.226,99	\$22.580,64	\$33.123,48	\$ 59.192,00

ELABORADO POR: La Autora

5.14.2.3. Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{12.406,92}{(1+0,11)^1} + \frac{13.226,99}{(1+0,11)^2} + \frac{22.580,64}{(1+0,11)^3} + \frac{33.123,48}{(1+0,11)^4} + \frac{59.192,00}{(1+0,11)^5}$$

$$VAN = \$ 40.214,77$$

5.14.2.4. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ti} - VAN_{ts}} \right)$$

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se utilizará una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

VAN POSITIVO 20%

$$VAN = -I_0 \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.155,76 + \frac{24.586,16}{(1+0,2)^1} + \frac{27.633,86}{(1+0,2)^2} + \frac{39.625,48}{(1+0,2)^3} + \frac{50.925,11}{(1+0,2)^4} + \frac{81.064,96}{(1+0,2)^5}$$

$$VAN = \$ 17198,09$$

VAN NEGATIVO 31 %

$$VAN = \$ -1342,65$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = 20 + (31 - 20) \left(\frac{17198,09}{17198,09 + 1342,65} \right)$$

$$TIR = 32\%$$

5.14.2.5. Beneficio Costo

CUADRO N° 68

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	128.842,31	150.428,73	175.691,24	183.491,93	191.638,97
EGRESOS	119.651,90	131.052,48	146.076,75	150.356,64	131.380,34
RAZÓN B/C	1,08	1,15	1,20	1,22	1,46

ELABORADO POR: La Autora

5.15. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS ESCENARIOS DEL PROYECTO

CUADRO N° 69

	VAN	B/C	TIR
INCREMENTO DEL 5%	100.050,05	1,33	57%
PRECIO NORMAL	77.728,83	1,29	47%
DISMINUCIÓN DEL 5%	40.214,77	1,22	73%

ELABORADO POR: La Autora

El análisis de sensibilidad determina que el proyecto, en las condiciones dadas es demasiado sensible a los cambios en el precio y por ende en los costos (ya que los costos están en función directa con los precios). Sin embargo un incremento en los precios produciría una mayor rentabilidad para la microempresa.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La Microempresa se dedicará a la prestación de servicios turísticos comunitarios y tendrá como razón social:

“SACHA SISA” TURISMO COMUNITARIO

“Sacha Sisa” es un nombre quechua, que traducido al castellano significa flores del campo; se escogió este nombre por el hecho de que la microempresa ofrece servicios comunitarios en comunidades indígenas y este tipo de nombres suelen ser atractivos para los turistas extranjeros.

6.2. MISIÓN

“Sacha Sisa es una organización que promueve la relación armónica entre las actividades turísticas comunitarias, la conservación ambiental, el rescate de las culturas y tradiciones de las habitantes de las comunidades rurales del Cantón Otavalo y su desarrollo económico bajo términos de sostenibilidad”

6.3. VISIÓN

“En cinco años SACHA SISA será el líder regional en turismo comunitario sostenible, apoyando al desarrollo de la industria turística, la conservación y la cultura, otorgando beneficios a la comunidad en donde nos desarrollamos”.

6.4. POLÍTICAS

Las políticas que se aplican en el desarrollo de las actividades de la Microempresa son las siguientes:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la microempresa es el desarrollo de la comunidad.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer todos los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Todas las actividades son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita.

- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.

6.5. OBJETIVOS

- Contribuir a la preservación y promoción de los sitios turísticos naturales que están incluidos en los paquetes turísticos de la microempresa, así como los atractivos naturales del país, su cultura, costumbres y tradiciones.
- Consolidar la posición de Sacha Sisa en el mercado a través de la calidad del servicio.
- Incorporar y desarrollar personal idóneo para la empresa, ofreciendo todas las seguridades laborales, incentivos y oportunidades de desarrollo empresarial.

- Diversificar y ampliar la gama de productos en base al constante estudio de las necesidades y requerimientos de turistas extranjeros.
- Contribuir a la protección y conservación de los recursos naturales culturales que posee la comunidad, para minimizar los impactos negativos en el ambiente y aumentar la conciencia de conservación en sus habitantes.

6.6. VALORES INSTITUCIONALES

6.6.1. CALIDAD

En todos los ámbitos de cada uno de los servicios que prestamos

6.6.2. JUSTICIA

Hacia nuestro personal, tanto en el trato como en la asignación de actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.

6.6.3. INNOVACIÓN

En nuestras estrategias y de nuestros métodos de trabajo.

6.6.4. PUNTUALIDAD

En la entrega de los servicios solicitados por nuestros clientes.

6.6.5. COHERENCIA

Entre lo que nos comprometemos con nuestro cliente y el trabajo que efectuamos.

6.6.6. COMUNICACIÓN

Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la microempresa, así como con nuestros proveedores y clientes.

6.6.7. CONFIANZA

En que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

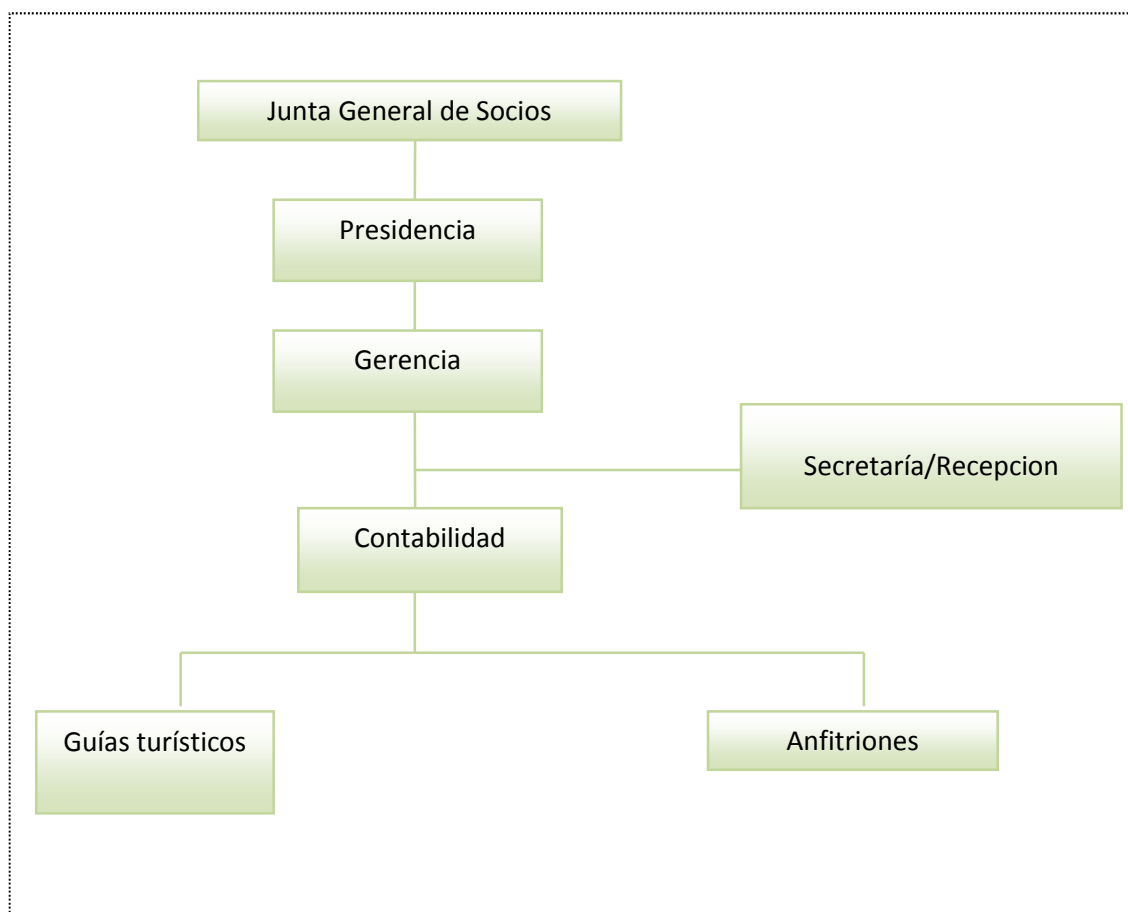
6.6.8. COMPROMISO

Con nuestro clientes, al brindarles un servicio de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias de nuestro personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado de éste.

6.7. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

El siguiente organigrama representa gráficamente la estructura de la mano de obra de la microempresa y como estará distribuida.

GRAFICO N° 26



Elaborado por: La Autora

6.8. ESTRUCTURA FUNCIONAL

CUADRO N° 70

PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS	EVALUACIÓN
1. Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad emocional • Trabajo a presión • Creativo • Trabajo en equipo 	<p>1. ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propositivo • Ético • Capacidad de liderazgo • Compromiso con el ambiente <p>2. LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para la negociación • Saber tomar decisiones en tiempo real (oportuna) • Capacidad para interrelacionarse • Planificador • Manejo idóneo de personal interno y externo 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración Turística (preferencia graduado) • Experiencia 3 años • Hablar mínimo otro idioma • Presencia física • Manejo eficiente de paquetes informáticos • Residir en el lugar de trabajo 	En base a resultados
2. Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad emocional • Trabajo a presión • Creativo 	<p>1. ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visión general de los objetivos y estrategias de una organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Contabilidad Superior • Experiencia 	En base a resultados

	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo 	2. LABORALES <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar sus conocimientos en forma crítica en el análisis e interpretación de estados financieros. • Conducir y participar en grupos multidisciplinarios para fundamentar toma de decisiones • Asesorar en materia contable, fiscal y financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Hablar mínimo otro idioma • Manejo eficiente de paquetes informáticos 	
3. Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad emocional • Trabajo a presión • Creativo • Trabajo en equipo 	1. ESTRUCTURALES <ul style="list-style-type: none"> • Propositivo • Ético • Capacidad de liderazgo • Compromiso con el ambiente 2. LABORALES <ul style="list-style-type: none"> • Atender personal y público en general. • Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración • Hablar mínimo otro idioma • Un año de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de recepción. 	En base a resultados

		<p>oral.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguir instrucciones orales y escritas. • Recibir mensajes. • Tratar en forma cortés al público en general. 		
4. Guías Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio. • Predisposición , sonrisa, amabilidad, lenguaje corporal, disposición a resolver todos los problemas del cliente. • Trabajo en equipo • Formación en valores 	<p>1. ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culturales: datos, fechas, recursos turísticos, temas genéricos, etc. • Prácticos: horarios, cambio de moneda, recorrido coherente, técnicas de comunicación, dinámica de grupos, adecuación a las circunstancias, a las tipologías, etc. <p>3. LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para interrelacionarse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Idiomas: nivel adecuado. El inglés es el idioma fundamental, pero es conveniente conocer cuanto más número de idiomas mejor. También es importante conocer un idioma poco hablado, ya que esto provocará una mayor demanda. 	En base a resultados

ELABORADO POR: La Autora

6.9. BASE LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.9.1. Procedimiento para establecer una compañía.

La base legal es la parte en la que se estudian las diferentes condiciones reglamentarias en que se ve comprometido un proyecto, estas pueden ser con relación a patentes municipales, licencias, impuestos y todos los procesos necesarios para el establecimiento y operación de la microempresa.

Existen ciertos factores que determinan el tipo de empresa y la razón social de la misma, para lo cual es importante seguir una secuencia de pasos legales requeridos, que se detallan a continuación:

6.9.1.1. Decidir la estructura corporativa de la microempresa. La Legislación ecuatoriana establece seis tipos de asociaciones comerciales, las cuales una vez analizadas sus estructuras se ha concluido que se establecerá una Compañía Limitada.

6.9.1.2. Elegir el nombre de la compañía y registrarlo en la Superintendencia de Compañías.

6.9.1.3. Legalizar la documentación para establecer la compañía vía escritura pública; la misma que debe ser ejecutada ante un notario público.

6.9.1.4. Presentar la documentación en la Superintendencia de Compañías, en donde es revisada para su posterior aprobación.

6.9.1.5. Registrar la compañía en la Cámara de Comercio, en la Cámara de la Pequeña Industria y en la Cámara de Turismo, el registro

requiere que se complete un formulario pre impreso, adjuntar la copia de los estatutos y el pago de un valor por el registro y el registro.

6.9.1.6. Registrar la Compañía en el Registro Mercantil.

6.9.1.7. Obtener el número de identificación tributaria (Registro único de contribuyentes o RUC). Una vez registrada la compañía en el Registro Mercantil, el Servicio de Rentas Internas es la entidad encargada de asignar un número de identificación tributaria, este número le permite imprimir y utilizar comprobantes de venta legales para la realización normal de las actividades comerciales.

6.10. TRÁMITES PARA LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

6.10.1. Registro De La Actividad Turística (Ministerio De Turismo)

Obligación: Registro de la actividad turística.

En el Ministerio de Turismo en la Sección de “Recursos Naturales”, se debe presentar una “SOLICITUD DE REGISTRO PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS” dirigida al Ministro de Turismo.

En esta se debe detallar la razón social (persona Jurídica), la denominación, ubicación (especificando: Provincia, Cantón, Calle, número, Transversal, Sector y teléfono), fecha de constitución, fecha de inicio de operaciones, Registro Único de Contribuyentes (RUC), Monto de inversión y Número de empleados.

Además se deben cumplir con ciertos requisitos y formalidades para el registro de la actividad, estos son:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscritos, de la persona jurídica solicitante;
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón social o nombre comercial;
- Registro único de Contribuyentes
- Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidades efectuada por el representante legal de la compañía;
- Hojas de vida de los ejecutivos y nómina del personal administrativo.
- Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas;
- Si el peticionario no cumple con uno o varios de los requisitos establecidos en el reglamento, el Ministerio de Turismo notificará que se deben hacer las correcciones pertinentes en el plazo de treinta días, caso contrario se archivará el expediente, que sólo podrá reabrirse con una petición del interesado.

El plazo máximo para este trámite es de 30 días después del inicio de la actividad.

El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

6.10.2. Inscripción De Compañía (Superintendencia de Compañías)

Obligación: Registro como persona jurídica

Al tratarse el presente proyecto de una compañía de comercio orientada a la oferta y la comercialización de servicios turísticos, la modalidad más adecuada para establecerla es la de compañía de responsabilidad limitada, ya que:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añade, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura

Para conformar el capital de la compañía, los socios deberán realizar sus aportaciones, ya sean numerarias o en especies. Además, estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

6.10.3. Registro Único De Contribuyentes (Servicio De Rentas Internas)

Obligación: Obtener el registro único de contribuyentes (RUC).

El Servicio de Rentas Internas es un organismo Estatal encargado de controlar la declaración tributaria de todas las personas naturales y jurídicas. La microempresa se constituye en una persona jurídica que está obligada a llevar contabilidad y a actuar bajo el control del SRI.

Para obtener el RUC (documento numerado que identifica a las personas naturales y jurídicas prestadoras de servicios y/o agentes de retención de impuestos) se debe presentar los siguientes documentos:

Formulario RUC 01-A lleno y firmado por el representante legal.

Original o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

Identificación del representante legal, que pueden ser:

- Ecuatorianos: original y copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
- Extranjeros residentes: original y copia de la cédula de identidad.
- Extranjeros no residentes: original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 9 -10 o 12 vigente.

Verificación de la dirección de establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita original y copia de planilla de servicio de agua, luz o teléfono actual o del mes anterior, o contrato de arrendamiento con sello del juzgado de inquilinato o pago del impuesto predial del año en curso o inmediato anterior.

Formulario 106 A, por el pago de la multa de inscripción tardía si fuera el caso.

Si presenta más de 8 socios accionistas, se debe presentar cd con el archivo para la carga.

Si el trámite lo hace un tercero, se debe presentar la autorización respectiva firmada por el representante legal con cédula y certificado de votación.

6.10.4. Afiliación a las cámaras (Cámaras de Turismo de Imbabura)

Obligación: Afiliarse a la cámara provincial correspondiente.

Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicadas a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Es obligatorio afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

En el certificado de Afiliación constará el número de registro de la agencia, el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad. Para obtenerlo se debe en primera instancia llenar el "Formulario de Afiliación" en el cual se deben proporcionar, los siguientes datos:

- a.) Identificar si es persona natural o jurídica
- b.) El sector de actividad de acuerdo al registro en el Ministerio de Turismo
- c.) Datos del representante legal o persona natural
- d.) Datos del Establecimiento
- e.) Referencias económicas personales naturales y jurídicas
- f.) Referencias personales naturales y jurídicas
- g.) Actividades Turísticas predominantes
- h.) Modalidad de pago
- i.) Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo de Otavalo

Una vez que la solicitud ha sido aprobada se debe enviar a la Cámara de

Turismo de Imbabura, los siguientes documentos: (como persona jurídica)

- a.) Copia de la escritura de constitución de la compañía o minuta
- b.) Copia del último aumento de Capital (sí hubiese)
- c.) Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente
- d.) Copia del pago al Ministerio de Turismo por el Registro
- e.) Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- f.) Cancelar la cuota de afiliación y tres meses por adelantado (Esta cuota de afiliación será fijada por el Directorio de la cámara, según el capital social o el patrimonio).

La afiliación confiere a su titular la facultad de ejercer las actividades turísticas constantes en su objeto social, registradas en el Ministerio de Turismo.

6.10.5. Patente municipal (Municipio de Otavalo)

Obligación: Obtener la patente.

Todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico deberán obtener una patente municipal.

Los requisitos para la obtención de la patente son los siguientes:

- Formulario de inscripción de patente, al cuál se debe adjuntar copias y originales de la cédula de identidad y de la papeleta de votación del representante legal de la empresa. Además del RUC (Registro Único de Contribuyentes) de la persona jurídica.

- Número de RUC

- Representante legal
- Cédula de identidad
- Dirección (incluyendo número de oficina)
- Certificación catastral
- Número telefónico
- Ubicación (norte, centro, sur, parroquias)
- Dirección de posibles sucursales
- Constitución del capital
- Descripción de la actividad económica principal
- Cuando se iniciaron las actividades
- Nombre y firma del declarante
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.

Si es que los datos proporcionados en el Formulario no son verdaderos o se han ocultado se considera que la patente municipal no ha sido obtenida.

El plazo para obtener y renovar la patente municipal es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

6.10.6. Cuerpo De Bomberos De Otavalo

Obligación: Todos los propietarios de establecimientos comerciales deben obtener y pagar el permiso de funcionamiento anual.

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, se debe comprar la "Solicitud de Inspección" en Tesorería, la misma que será llenada con todos los datos completos, además de un mapa de localización del establecimiento.

Esta Solicitud será presentada en el Departamento de Prevención.

La “Solicitud de Inspección” será dirigida al Señor Comandante General del

Cuerpo de Bomberos del Municipio de Otavalo. En ésta también se incluye: Nombre del local, dirección (incluyendo: parroquia, barrio/urbanización, calle, lote, número, intersección, edificio, piso en que funciona e establecimiento y el número de departamento), el mapa de localización, el nombre y firma del solicitante.

Entre 8 y 10 días después de haber sido presentada la solicitud, se realizará la inspección. Al término de la misma, el inspector encargado entregará al responsable del establecimiento inspeccionado el “Informe de Inspección”, el cual será remitido al Cuerpo de Bomberos junto con la copia y el original de la patente municipal del año.

Entre 8 y 10 días después de realizada la inspección, si el “Informe de Inspección” ha resultado favorable, el Cuerpo de Bomberos concede el permiso de funcionamiento.

El plazo para el pago es hasta el 31 de marzo de cada año.

6.10.7. Licencia Anual De Funcionamiento

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá por una sola vez a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Otavalo y cancelará:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR
- Permiso de Bomberos.

El plazo para este trámite es hasta el 31 de marzo de cada año.

Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico debe acercarse a las ventanillas ubicadas en el municipio a presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

1. Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal;
2. Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
3. Copia del RUC actualizado.

La no renovación de esta licencia se sanciona con clausura del establecimiento.

6.10.8. Contribución 1 X Mil A Los Activos Fijos (FMPTE)

Obligación: Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del 1 por mil a los activos fijos.

Según la Ley de Turismo, se establece que para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, cuyo patrimonio autónomo contará con algunos ingresos, entre ellos la contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo.

Están obligados a realizar este pago todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos; es decir, contribuyentes que explotan establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes (aéreos, terrestres, acuáticos y rentadores de autos) y establecimientos de animación y entretenimiento.

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 369 del Formulario 101 “Declaración del Impuesto a la Renta – Sociedades” se calcula el 1xMil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el Banco.

El plazo para el pago es hasta el 30 de abril de cada año.

La multa aplicable será del 3% del monto de la contribución, por mes o fracción.

6.10.9. Contribución 1 X Mil Activos Reales (Superintendencia De Compañías)

Obligación: Pagar contribución a la Superintendencia de Compañías (1 por mil a los activos reales) al año de funcionamiento.

Requisitos: Luego de que los títulos de crédito han sido repartidos a los establecimientos sujetos al control de la Superintendencia de Compañías, éstos deben depositar el valor que haya sido determinado, en las cuentas designadas por esta entidad.

Las compañías contribuyentes remitirán a la Superintendencia de Compañías el comprobante de depósito.

6.10.10. Uso de Suelo (Municipio de Otavalo)

Obligación: Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Los requisitos son los siguientes:

- Informe de Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente y adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.

- RUC
- Copias de Cédula de Identidad del peticionario.
- Solicitud dirigida al administrador.
- Copia de papeleta de votación actualizada o exención del propietario
- Carta de representación (para Empresas)
- Pago del Impuesto Predial (del año en curso)
- Croquis de ubicación

Plazo: Obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

6.10.11. Presentación De Balances

Obligación: Presentar a la Superintendencia de Compañías Balance Anual, estado de Resultados; memorias e informes de los administradores y de organismos de vigilancia; nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas.

La Ley de Compañías (Art. 20), Reglamento que establece la información y documentos que están obligados a remitir a la Superintendencia de Compañías, las sociedades sujetas a su vigilancia y control.

Las compañías sujetas a control de la Superintendencia de Compañías deben remitir a esta entidad, de conformidad con lo determinado en los artículos 20 y 23 de la Ley de Compañías, la siguiente información:

- a) Estados financieros: de situación (balance general anual) y de resultados (pérdidas y ganancias), debidamente suscritos por el representante legal y el contador;
- b) Informe o memoria presentado por el representante legal, a la junta general de accionistas o socios que conoció y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;
- c) Informe de los comisarios o del consejo de vigilancia presentados a la junta general de accionistas o de socios que conoció y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;
- d) Informe de auditoría externa, si en función del monto total de activos del ejercicio económico anterior están obligados a contratarla, de acuerdo a las resoluciones emitidas por esta Superintendencia;
- e) Nómina de administradores o representantes legales;
- f) Nómina de accionistas o socios inscritos en el libro de acciones y accionistas o participaciones y socios, a la fecha de cierre de los estados financieros; y,
- g) Los demás datos que se establecen en este reglamento.

El plazo para la presentación de balances es hasta el 30 de abril de cada año

6.11. Minuta de Constitución de la Compañía.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA SACHA SISA.

SEÑOR NOTARIO.

En el protocolo de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase incorporar una de Constitución de Compañía Limitada de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Otorgantes.- Comparecen a la celebración de la siguiente escritura los señores: Luzmila Esther Males Maldonado, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo; María Dolores Perugachi Antamba, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo; Tamia Gabriela Pilca Anrango, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo; María Inés Muenala Carvajal, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo; Luis Fernando Conejo Males, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliado en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo; María Gabriela Arias Benalcázar, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la Parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo. Mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, quienes declaran libre y voluntariamente su intención de constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada, que se regirá por las Leyes Ecuatorianas y los Estatutos que constan a continuación:

**ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
" SACHA SISA" CÍA. LTDA.**

Artículo primero. Nombre. La Compañía tendrá la denominación de " **SACHA SISA**" **CÍA. LTDA.** y durará cincuenta años contados a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo prorrogarse por un período igual o disolverse antes del plazo convenido por causa legal o cuando así los decidiera la Junta General de Socios.

Artículo Segundo. Domicilio.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal será la Parroquia de Eugenio Espejo, ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, pudiendo establecer sucursales en uno o varios lugares dentro o fuera de la República.

Artículo Tercero. Objeto Social.- La compañía tendrá como objeto social ofertar servicios de turismo comunitario, que incluyen hospedaje, alimentación, transporte y guianza, para el cumplimiento de sus actividades podrá celebrar toda clase de actos y contratos permitidos por las leyes, que tenga relación con el objeto social, también podrá realizar cuantas operaciones comerciales, industriales o financieras que se relacionen con sus fines y objetivos, comprar y vender inmuebles y en general realizar toda actividad de comercio. La compañía podrá adquirir acciones o participaciones de compañías constituidas o a constituirse que tengan un objeto social igual o complementario.

Artículo Cuarto. Capital Social.- El capital, social de la compañía es de cinco mil doscientos diez dólares, dividido en quinientos veinte y un participaciones sociales de diez dólares de los Estados unidos de América, de valor nominal cada una, integralmente suscrito y pagado por los socios, de acuerdo al detalle constante en la cláusula de integración de capital de estos estatutos y por lo que se expedirán de

inmediato los certificados de aportación respectivos, con sujeción a la Ley de Compañías Vigente.

Artículo Quinto. Todas las participaciones gozarán de iguales derechos.- por cada participación de un mil dolores, el socio tendrá derecho a un voto.- Los beneficios de la Compañía se repartirán a prorrata de la participación social pagada por cada socio, hechas las deducciones para el fondo de reserva legal y las otras previstas por leyes especiales.

Artículo Sexto. En el certificado de aportación de cada uno de los socios se deberá hacer constar su carácter de NEGOCIABLE y el número de participaciones que por su aporte le corresponden.

Artículo Séptimo. Para que los socios cedan sus participaciones así como la admisión de nuevos será 'necesario el consentimiento unánime del capital social y .cumplirse los requisitos puntualizados en el Art. 115 de la Ley de Compañías para la cesión.

Artículo Octavo. La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y Gerente General, quienes tendrán la facultades, .derechos y obligaciones fijados por la ley y los estatutos.

Artículo Noveno. Junta General.- La Junta General legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la Compañía con amplios poderes para resolver todos los asuntos relacionados a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue conveniente en defensa de la misma.

Artículo Décimo. Clases De Juntas.- Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias.- Las Juntas Generales Ordinarias se

reunirán una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico para tratar los asuntos puntualizados en la Convocatoria.

Artículo Décimo Primero. Las Juntas Extraordinarias se reunirán en cualquier época en que fueren convocadas y para tratar los asuntos puntualizados en la Convocatoria.

Artículo Décimo Segundo. Tanto las Juntas Ordinarias como las Extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la Compañía, salvo lo dispuesto en el Art.238 de la Ley de Compañías vigente, referente a las Juntas Universales.

Artículo Décimo Tercero. Convocatorias.- Las Juntas Generales serán convocadas con diez días de anticipación, por lo menos al día fijado para la reunión y por medio de una comunicación firmada por el Presidente y/o Gerente General o por quienes hagan sus veces, la que deberá indicar a más de la fecha, el día, la hora, el lugar y el objeto de la reunión.

Artículo Décimo Cuarto. Podrá convocarse a reunión de Junta General, por simple pedido del o de los socios que completen por lo menos el diez por ciento del capital social, para tratar los asuntos que indique en su petición.

Art. Décimo Quinto. Juntas Universales.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General quedará válidamente constituida en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, aceptan por unanimidad la celebración de la Junta.

Artículo Décimo Sexto. Concurrencia.- Para que la Junta General pueda instalarse a deliberar y considerarse válidamente constituida en primera convocatoria, será necesario que los socios asistentes representen más de la mitad del capital social,- La Junta General se reunirá en segunda convocatoria con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Artículo Décimo Séptimo. Los socios podrán concurrir a las reuniones de la Junta General personalmente o por medio de un representante.- La representación convencional se conferirá con carácter especial para cada Junta, mediante carta poder dirigida al Gerente General de la Compañía o mediante poder notarial general o especial.- No podrán ser representantes convencionales los administradores de la compañía.

Artículo Décimo Octavo. Salvo disposición contraria de la Ley.- las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios presentes.- los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Artículo Décimo Noveno. Dirección y Actas.- Las Juntas Generales serán dirigidas por el Presidente de la Compañía o por quien lo estuviere reemplazando; si así se acordare en ese momento por un socio elegido para el efecto por la misma Junta El acta de las deliberaciones y acuerdos de las Juntas Generalas llevarán las firmas del Presidente y del Secretario de las Junta, función esta que será desempeñada por el Gerente General o por quien le estuviere reemplazarlo, o por un secretario que nombre la junta en ese momento.

Artículo Vigésimo. Si la Junta fuere universal, el acta deberá ser suscrita para todos los asistentes.- Las actas se llevarán en la forma determinada en el artículo 122 de la Ley de Compañías.

Artículo Vigésimo Primero. Atribuciones De La Junta.- Corresponde a la Junta General de Socios, las siguientes atribuciones:

a) Designar presidente y gerente general por el período de dos años, pudiendo ser reelegidos indefinidamente, el Presidente deberá ser socio de la compañía, el Gerente podrá ser Socio o no.

b) Autorizar al Gerente General todo acto o contrato que sobrepase los dos millones de dólares americanos.

c) Autorizar al Gerente General la compra-venta y constitución de gravámenes de bienes inmuebles.

d) Removerlos por mayoría de votos del capital concurrente y por causas legales.

e) Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente.

f) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades liquidas y realizadas y capitalización de reservas.

g) acordar aumentos del capital social.

h) resolver acerca de la fusión, transformación y disolución de la Compañía.

i) en general las demás atribuciones que le concede la ley vigente.

Artículo Vigésimo Segundo. Del Gerente General.- El gerente general es el representante legal de La Compañía en todo acto judicial y extraordinario y gozará de las facultades constantes en la Ley. durará, dos años en su cargo, pero podrá ser indefinidamente

reelegido y no requiere ser socio de la compañía.- sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.

Artículo Vigésimo Tercero. Atribuciones Del Gerente General.- Son atribuciones del Gerente General:

- a) Actuar como secretario de las Juntas Generales.
- b) Convocar a las Juntas Generales.
- c) Organizar y dirigir las dependencias de la Compañía.
- d) Suscribir conjuntamente con el presidente los Certificados de Aportación y las Actas de la Junta General.
- e) Suscribir todo acto o contrato hasta diez mil dólares y en adelante con autorización de la Junta General.
- f) Intervenir en la compra-venta, hipoteca de inmuebles, con autorización de la Junta General.
- g) Cuidar y hacer que se lleven los libros de contabilidad y llevar por sí mismo el libro de actas.
- h) Presentar cada año a la Junta General una memoria razonada acerca de la situación de la Compañía, acompañada del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias.
- i) Informar a la Junta General cuando se le solicite o lo considere necesario o conveniente acerca de la situación administrativa y financiera de la Compañía.

j) Obligar a la Compañía sin más limitaciones que las establecidas por la ley y estos estatutos sin perjuicio de lo que se halla dispuesto en el Art.12 de la Ley de Compañías.

k) Ejercer todas las funciones que le señalare la Junta General; y además todas las que sean necesarias y convenientes para el buen funcionamiento de la Compañía.

Artículo Vigésimo Cuarto. Representación Legal.- La representación legal de la Compañía tanto judicial como extrajudicialmente la tendrá el Gerente General y se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro en operaciones comerciales y civiles, con las limitaciones establecidas por la Ley y los Estatutos.

Artículo Vigésimo Quinto. Utilidades.- las utilidades obtenidas en cada ejercicio anual se distribuirán de acuerdo con la ley y una vez realizadas las deducciones previstas por las leyes especiales.- El ejercicio anual de la compañía se contará del primero de Enero al 31 de Diciembre de cada año.

Artículo Vigésimo Sexto. son causa de la disolución anticipada de la Compañía, todas las que se hallen establecidas en la ley y en la resolución de la Junta General, tomada con sujeción a los preceptos legales.

Artículo Vigésimo Séptimo. En caso de disolución y liquidación de la Compañía, no habiendo oposición entre los socios, asumirá las funciones de liquidador, el Gerente General de haber oposición a ello la Junta General nombrará uno o más liquidadores y señalará sus atribuciones y deberes.

Artículo Vigésimo Octavo. El capital ha sido íntegramente suscrito por los socios y pagado.

NOMBRES DE LOS SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	CAPITAL POR PAGAR	NUMERO DE PARTICIPACIONES	CAPITAL TOTAL
Luzmila Esther Males Maldonado	868	868	0	87	868
María Dolores Perugachi Antamba	868	868	0	87	868
Tamia Gabriela Pilca Anrango	868	868	0	87	868
María Inés Muenala Carvajal	868	868	0	87	868
Luis Fernango Conejo Males	868	868	0	87	868
María Gabriela Arias Benalcázar	868	868	0	87	868
TOTAL	5210	5210		521	5210
Capital aportado en especies					
Terrenos	4000				
Equipo de computo	1210				
	5210				

Artículo Vigésimo Noveno. Disposición Transitoria.- Se faculta al señor Doctor para que solicite a la Superintendencia de Compañías la aprobación de la escritura de constitución y para la práctica de todas las diligencias para su perfeccionamiento con sujeción a la Ley de Compañías vigente y también para que convoque a la primera Junta General que será por él presidida.

Artículo Trigésimo. Respeto a la fiscalización de la compañía la Junta General, nombrará un Comisario que podrá ser socio o no.

Artículo Trigésimo Primero. En todo lo que no estuviere previsto en estos estatutos se sujetará la Compañía a la Ley de Compañías y demás disposiciones vigentes que sean pertinentes.

Ud. señor Notario se dignará agregar las demás cláusulas de estilo.

IMPACTOS

El turismo comunitario demanda paisajes de gran belleza, áreas silvestres, zonas donde se puede apreciar la flora y fauna, y sobretodo lugares con alto interés natural, todo esto permite que se puedan desarrollar actividades turísticas que ayuden a apreciar dichos tesoros naturales, y como cualquier modalidad de turismo si no está bien planificada y controlada, puede destruirse el recurso del cual depende.

A continuación se detalla un estudio de los principales impactos que el proyecto generará, los mismos que son proyecciones subjetivas que serán analizadas mediante la siguiente escala:

CUADRO N° 71

VALOR	DESCRIPCIÓN
3	Alto positivo
2	Medio positivo
1	Bajo positivo
0	Indiferente
-1	Bajo negativo
-2	Medio Negativo
-3	Alto negativo

ELABORADO POR: La Autora

Para evaluar los impactos ambientales que la puesta en marcha del proyecto causará en su área de influencia, se ha tomado en cuenta los principales elementos que forman parte del ecosistema, valorándolos así:

Impactos en el medio físico

CUADRO N° 72

Elemento	Indicador	Ponderación							TOTAL
		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Aire	Ruido			X					1
	Levantamiento de polvo					X			-1
	Emanación de gases					x			-1
	Contaminación del aire.					x			-1
TOTAL									-2

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{-2}{4} = -0,5$$

Impacto ambiental (aire): -1 equivale a bajo negativo

La realización de las actividades turísticas, propias de la razón de ser la microempresa, sin duda generarán efectos en el ecosistema, uno de los elementos que se ve afectado es el aire, como se muestra en el cuadro anterior; así mismo este evidencia que el nivel de afectación no es muy alto, ya que en su mayoría las actividades turísticas se realizan mediante caminatas y ciclismo.

CUADRO N° 73

Elemento	Indicador	Ponderación							TOTAL
		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Suelo	Prevención de erosión en terrenos cultivables			X					1
	Compactación del suelo					X			-1
	Manejo adecuado de desechos	x							3
	Riesgo de incendios				x				0
TOTAL									3

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{3}{4} = 0,75$$

Impacto ambiental (Suelo): 1 equivale a bajo positivo

El cuadro anterior demuestra que el suelo, otro de los elementos del ecosistema, también se ve afectado de cierta manera por la puesta en marcha del proyecto; ya que al entrar los turistas a conocer entornos naturales que en su mayoría han permanecido sin ser visitados, se altera de alguna manera su constitución habitual.

CUADRO N° 74

Elemento	Indicador	Ponderación							TOTAL
		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Agua	Producción de desechos					X			-1
	Contaminación del agua.					X			-1
TOTAL									-2

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{-2}{2} = -1$$

Impacto ambiental: -1 equivale a bajo negativo

Unos de los elementos más apreciados e importantes de la naturaleza, el agua, será sin duda un medio necesario para el desarrollo de las actividades de la microempresa, pero al igual que los demás elementos que conforman el ecosistema puede ser afectado por la incursión de los turistas al entorno natural del área de influencia del proyecto; como muestra el cuadro anterior el impacto hacia este recurso no representa una amenaza importante; pero sin duda son puntos a tomar en cuenta en el desarrollo de las actividades turísticas.

Impactos en el medio biótico

CUADRO N° 75

Elemento	Indicador	Ponderación							TOTAL
		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Flora y fauna	Destrucción de la micro vegetación					X			-1
	Emanación de gases					X			-1
	Derrame de sustancias ajenas al ambiente					X			-1
	Altercación del hábitat animal						X		-2
TOTAL									-5

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{-5}{3} = -1,67$$

Impacto ambiental: -2 equivale a medio negativo.

Como se evidencia en el cuadro anterior, la incursión humana en la naturaleza, causará ciertos impactos negativos en la flora y fauna de los sitios turísticos visitados, los mismos que deberán ser controlados por los responsables del desarrollo de las actividades turísticas.

IMPACTO SOCIO CULTURAL

CUADRO N° 76

Indicador	Ponderación							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Generación de fuentes de empleo.	X							3
Generación de ingresos.	X							3
Revalorización del patrimonio cultural	X							3
Contribución al desarrollo local	x							3
Aprovechamiento del tiempo de ocio	X							3
Generación de actividades productivas	X							3
Intervención de lugares históricos y turísticos		x						2
Intervención en patrones culturales por vender el producto			x					1
TOTAL								20

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{19}{8} = 2,5$$

Impacto socio cultural: 3 equivale a alto positivo

Los impactos sobre el medio social y cultural afectan a distintas dimensiones de la existencia humana, se puede distinguir efectos económicos, tecnológicos y hasta de salud.

Aunque los efectos económicos de la actividad turística suelen ser positivos desde el punto de vista de quienes los promueven, llevan a su vez consigo consecuencias negativas, que pueden llegar a ser predominantes sobre segmentos de población privados de la influencia del proyecto.

Los impactos culturales en centros turísticos suelen ser negativos, ya que la inmersión no planificada de turistas en las comunidades puede alterar sus costumbres, modos de vida y hasta su cultura; pero en el caso del

proyecto de turismo comunitario, motivo de este análisis, no se contempla una inmersión agresiva de los turistas, sino mas bien con miras a desarrollar un aprendizaje y conocimiento cultural mutuo.

En el campo tecnológico, el desarrollo económico puede causar cambios en el modo de vida de la comunidad. Así, por ejemplo, como los efectos se puede mencionar la expansión de la agricultura industrial, la pérdida de saberes tradicionales y la dependencia respecto a “inputs” industriales y agentes de comercialización y distribución.

IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 77

Indicador	Ponderación							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Aplicación de estrategias de mercado		X						2
Identificación de emprendimientos	X							3
Satisfacción de necesidades		X						2
Experiencia y capacitación continua	X							3
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\Sigma = \frac{10}{4} = 2,5$$

Impacto ambiental: 3 equivale a alto positivo

La implantación de iniciativas empresariales en cualquier contexto siempre genera impactos positivos para quienes las proponen, así como también para los habitantes de su área de influencia, puesto que coadyuvan al desarrollo personal y motivan el desarrollo profesional de la sociedad.

MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

CUADRO N° 78

INDICADORES	PONDERACIONES							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
IMPACTO AMBIENTAL								
Aire					x			-1
Suelo			x					1
Agua					x			-1
Flora y fauna						x		-2
IMPACTO SOCIOCULTURAL	x							3
IMPACTO EMPRESARIAL	x							3
TOTAL								3

ELABORADO POR: La Autora.

$$\Sigma = \frac{3}{3} = 1$$

Impacto ambiental: 1 equivale a bajo positivo

El turismo, como actividad dinámica del hombre, genera efectos o impactos de carácter económico, sociocultural, ambiental, entre otros, tanto de naturaleza positiva como negativa; por lo que una vez analizados diversos potenciales impactos de la puesta en marcha del proyecto, el resultado muestra un impacto general alto positivo, siendo los más significativos el aspecto sociocultural y empresarial; ya que generan impactos positivos altos para el área de influencia del proyecto. En cuanto al aspecto ambiental presenta un índice bajo, lo que indica que hay que buscar medios para amortiguar los impactos negativos que la microempresa pueda causar en el medio ambiente.

CONCLUSIONES

- Una vez realizado el diagnóstico se establece que el proyecto cuenta con oportunidades para ser implantado, ya que en la actualidad el turismo comunitario se encuentra en plena expansión y es un gran atractivo para los turistas.
- El marco teórico que fundamenta este proyecto, proporciona una idea clara acerca del tema motivo de investigación, muestra conceptos básicos, complementarios y específicos que han guiado de manera técnica la realización de cada uno de los capítulos que contiene.
- El estudio de mercado demostró que los servicios turísticos comunitarios tienen gran aceptación debido a que se muestra la forma de vida de las poblaciones indígenas, lo que nos garantiza la preferencia del consumidor.
- Efectuado el estudio técnico se concluye que el proyecto es factible técnicamente ya que las condiciones naturales, insumos, y materiales son adecuados para la aplicación del proyecto.
- De acuerdo a la evaluación financiera y económica el proyecto es rentable ya que se recupera la inversión, además al ser un servicio por el cual se cobra de contado se tendrá liquidez inmediata evitando el riesgo del tiempo.
- Una vez analizados los aspectos económicos del proyecto es beneficioso para el sector en el cual se va a implantar.

- La estructura organizacional planteada permite una conexión directa entre las unidades funcionales de la operadora, logrando una optimización en su funcionamiento.
- Mediante la realización de la investigación se pudo determinar que el turismo comunitario debe ser entendido como una estrategia de conservación y desarrollo para la comunidad involucrada; en este sentido, pero mirado como una actividad económica, cabe mencionar que tiene ciertas restricciones ambientales, por lo que es importante que la organización planifique planes que permitan mitigar los impactos negativos que el proyecto pueda generar en su área de influencia.
- Es factible establecer una Microempresa de Turismo Comunitario en la Parroquia Eugenio Espejo del cantón Otavalo, siempre que se mantengan los parámetros establecidos. Las modificaciones que se deseen incluir deberán ser estudiadas para no afectar el nivel de factibilidad.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar constantemente estudios de mercado que permitan ir perfeccionando el delineamiento del perfil del cliente y desarrollando nuevos productos y servicios, logrando así aprovechar de mejor manera el nicho de mercado en el que se ha enfocado la microempresa, a través de la diferenciación.
- Aprovechar el potencial turístico no solo de la ciudad de Otavalo sino de toda la provincia de Imbabura, incluyendo en los paquetes que se diseñen, la mayor cantidad de atractivos naturales, culturales y patrimoniales con que cuentan.
- Mantener e incrementar la calidad en el servicio. Para ello es necesario un compromiso del personal, capacitación e innovación constante en servicios turísticos.
- Desarrollar una adecuada política de contratación y adquisiciones, de manera que se propenda a un aprovechamiento de los recursos y se asegure su calidad.
- Mantener las políticas de cuidado del medio ambiente y no descuidar los daños que se pudieran generar con el desarrollo de nuevos productos, servicios y actividades dentro de los paquetes existentes.
- Empezar en acción conjunta con el municipio de Otavalo este tipo de proyectos, ya que los mismos significan una ayuda económica y una oportunidad para el desarrollo local.

BIBLIOGRAFÍA

- ACENENZA, Miguel (2006); Efectos económicos, socioculturales, y ambientales del turismo, Primera edición, Editorial Trillas, México.
- ARBOLEDA, Germán (2005); Proyectos Formulación, Evaluación y Control, Quinta edición, Cali-Colombia.
- ASCANIO, Alfredo (2009); Turismo Sustentable, Primera edición, Editorial Trillas, México.
- GURRÍA, Manuel (1991); Introducción al turismo, Primera edición, Editorial Trillas, México.
- MEDIANO, Lucía (2004); La Gestión del Marketing en el Turismo Rural, Primera edición. Editorial Pearson, Madrid-España.
- POSSO, Miguel, (2006); Metodología para el trabajo de grado, Tercera edición, Ibarra-Ecuador.
- ROBBINS, (2004), Metodología de la Investigación Científica, Editorial UTPL, Loja, Ecuador,
- SANDOVAL, Ewaldo (2006); Ecoturismo, Primera edición., Editorial Trillas, México.
- ZAMORANO, Francisco (2007); Proyectos, Segunda Edición, Editorial Trillas, México.
- ZAPATA, Pedro (2007); Contabilidad de Costos, Editorial Mc Graw Hill, Bogotá-Colombia.
- HORNGREN, Charles y otros (2004); Contabilidad de Costos un enfoque gerencial, Octava edición, Editorial Pearson, México.
- LEÓN, Carlos (2007); Evaluación de Inversiones: Un enfoque privado y social, Edición electrónica, México.
- OJEDA, Félix (2006); Diccionario de Administración de Empresas, Editorial Claridad, Buenos Aires-Argentina.
- BACA, Gabriel (2010); Evaluación de Proyectos, Quinta edición, Editorial Mc Graw Hill, México.

LEYES Y REGLAMENTOS

- Ley de Cámaras de Turismo
- Ley de Compañías
- Ley de Régimen Municipal de Otavalo
- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo
- Reglamento de Afiliaciones de la Cámara de Turismo de Imbabura

LINCONGRAFÍA

www.miniambiente.gob.co

www.pucei.edu.ec

www.soepa.org

www.ecoturismolatino.com

www.otavalovirtual.com

www.e.libro

ANEXOS

ANEXO A

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MICROEMPRESARIOS TURÍSTICOS DE LA
PARROQUIA EUGENIO ESPEJO DEL CANTÓN OTAVALO**

Objetivo.- La presente encuesta tiene por objeto recopilar información confiable relacionada con el aspecto socio cultural y turístico de la Parroquia Eugenio Espejo, para determinar la factibilidad de la creación de una Micro empresa de Turismo Comunitario.

Instrucciones.- Escoja la respuesta que más se ajuste a su realidad marcándola con una "X".

Datos Generales:

Edad:

Preparación académica:

18 a 25 años	()	Primaria	()
26 a 35 años	()	Secundaria	()
36 a 45 años	()	Bachillerato	()
45 en adelante	()	Otro	()
.....			

1. ¿Cree usted que es importante promover la actividad turística en la Parroquia Eugenio Espejo?

Mucho ()
Poco ()
No es importante ()

2. ¿Qué tipo de productos o servicios comercializa usted?

Artesanías ()
Productos Textiles ()
Productos Alimenticios ()
Servicios Turísticos ()

3. ¿Usted elabora los productos que vende?

Si () No ()

4. ¿Qué tipo de materia prima utiliza?

- Local ()
Nacional ()
Importada ()

5. ¿Quiénes son sus principales consumidores?

- Habitantes de la localidad ()
Turistas nacionales ()
Turistas extranjeros ()

6. ¿De qué forma comercializa usted sus productos o servicios?

- Al por mayor ()
Al por menor ()

7. ¿En qué medida considera usted que la actividad que realiza es rentable?

- Mucho ()
Poco ()
Nada ()

8. ¿En qué se basa usted para fijar el precio de sus productos o servicios?

- Competencia ()
Capacidad adquisitiva del consumidor ()
Margen fijo de utilidad ()
Acuerdo con los demás comerciantes ()

9. ¿La mano de obra que utiliza en la elaboración de los productos y/o prestación de servicios es?

- Calificada ()
No Calificado ()

10. ¿Le gustaría formar parte de una microempresa de turismo comunitario en la Parroquia Eugenio Espejo?

Si ()

No ()

11. De acuerdo a su experiencia, ¿Podría señalar usted el status social que tienen los turistas que visitan los atractivos turísticos de la Parroquia Eugenio Espejo?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO B

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES SOCIOS DE LA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO

Objetivo.- La presente encuesta tiene por objeto determinar las expectativas de los autores del proyecto de turismo comunitario para emprender el desarrollo del mismo.

Instrucciones.- Escoja la respuesta que más se ajuste a su realidad marcándola con una "X".

INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE.....

EDAD.....

OCUPACIÓN/OFICIO.....

1. ¿Cómo se integraría o participaría en una microempresa de turismo comunitaria?

- | | |
|--|-----|
| Administración | () |
| Guianza Turística | () |
| Alojamiento y Alimentación | () |
| Publicidad y Promoción | () |
| Compartir actividades agrícolas con los turistas | () |
| Otras ¿Cuál?..... | |

2. ¿Le gustaría ser parte de una familia anfitriona que brinde alojamiento y alimentación a los turistas compartiendo su autenticidad cultural?

Si () No ()

3. En su casa ¿Cuenta con espacio físico en el cual se pueda hospedar a turistas que lleguen a la comunidad?

Si () No ()

4. ¿En su vivienda realiza alguna actividad productiva cuyo proceso se pueda mostrar a los turistas durante sus visitas?

- Artesanal ()
- Agricultura ()
- Gastronómica ()
- Textil ()
- Otra ¿Cuál?.....

5. ¿En qué grado estaría usted en la capacidad de adecuar la infraestructura de su vivienda para brindar una atención adecuada a los turistas?

- Totalmente ()
- Parcialmente ()
- Nada ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO C

Entrevista dirigida al Licenciado Ramiro Pazmiño, Vocal de la Junta Parroquial de Eugenio Espejo.

Pregunta 1. ¿Piensa usted que Turismo Comunitario es una fuente importante de desarrollo para los pueblos de nuestro Cantón?

Pregunta 2. ¿Considera usted que los recursos con los que cuenta la parroquia Eugenio Espejo le permitan desarrollarse como un sector turístico?

Pregunta 3. Como parte de la administración parroquial, ¿conoce usted sobre algún proyecto que se esté desarrollando en pro de mejorar las condiciones turísticas de la Parroquia Eugenio Espejo?

Pregunta 4. ¿Existe apoyo del la municipalidad de Otavalo hacia los productores y comerciantes de la Parroquia Espejo?

Pregunta 5. ¿Conoce usted qué tipo de productos o servicios se comercializan en la parroquia Eugenio Espejo?

Pregunta 6. ¿Qué tipo de ventajas considera usted que la Parroquia Eugenio Espejo tiene para lograr convertirse en un sector turístico importante del cantón?

ANEXO D

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO

OBJETIVO.- Establecer el perfil de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo, para conocer sus características, necesidades y expectativas referentes a los servicios turísticos ofertados en la ciudad y sus zonas de influencia.

INSTRUCCIONES.- Escoja la respuesta de su preferencia, marcándola con una x.

CUESTIONARIO.

1. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en Otavalo?

- () Turismo Convencional(Visita de playas, centros históricos, centros comerciales)
- () Turismo de aventura
- () Turismo comunitario
- () Turismo religioso

2. ¿Qué motiva su visita a un destino turístico?

- () Descanso y relajación
- () Contacto con la naturaleza
- () Degustación de comida tradicional
- () Conocer nuevas culturas y modos de vida

3. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el caso de de visitar atractivos turísticos naturales?

- () Caminatas por senderos
- () Ciclismo de montaña
- () Actividades culturales
- () Convivencia con familias

4. ¿Durante su visita ah atractivos turísticos que tipo de comida le gustaría degustar?

- () Típica de la zona
- () Nacional
- () Internacional

- 5. ¿En qué lugar prefiere hospedarse durante sus visitas a atractivos turísticos?**
- () Hoteles y hostales
 - () Casas de amigos o familiares
 - () Hospedajes comunitarios
- 6. ¿Qué tiempo de permanencia considera como ideal en un atractivo turístico que ofrece turismo comunitario?**
- () 0-1 días
 - () 1-3 días
 - () 3-5 días
 - () 5 días en adelante
- 7. ¿A través de que medio de comunicación conoce y elige usted los destinos turísticos de su preferencia?**
- () Internet
 - () Agencias de viaje
 - () Guías turísticas impresas
 - () Afiches volantes
 - () Radio
 - () Televisión
 - () Prensa escrita
 - () Revistas
- 8. ¿Cuál es el gasto promedio individual durante su visita a destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?**
- () 60-80 USD
 - () 80-100 USD
 - () 100-120 USD
 - () 120 USD en adelante

GRACIAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CAREER OF ENGINEERING IN ACCOUNTING AND AUDIT
INTERVIEWS DIRECTED TO THE FOREIGN TOURISTS THAT VISIT
OTAVALO CITY

OBJECTIVE. – To establish the profile of the foreign tourists that visit the Otavalo city, to know their characteristics, necessities and relating expectations to the tourist services offered in the city and their influence areas.

INSTRUCTIONS. - Chooses the answer of your preference, marking it with a x.

CUESTIONARE.

1. What type of tourist activities would you like to do in Otavalo?

- () Conventional tourism (Visit of beaches, historical centers, malls)
- () Adventure tourism
- () Community tourism
- () Religious tourism

2. What do you motivate to visit to a tourist destination?

- () Relaxation
- () To know the nature
- () Tasting of traditional food
- () To know new cultures and ways of life

3. What activities would you like to do in the case if you are visiting natural tourist attractiveness?

- () Walks for paths
- () Mountain cycling
- () Cultural activities
- () Coexistence with families

4. During your visit to a tourist attractive what kind of food would you like to prove?

- () Typical of the area
- () National
- () International

- 5. In what place do you prefer to stay during your visit to tourist attractiveness?**
- () Hotels and inns
 - () Friends' houses or family
 - () Community lodgings
- 6. What time of permanency would you like to be in a tourist attractiveness that offers community tourism?**
- () 0-1 days
 - () 1-3 days
 - () 3-5 days
 - () 5 days from now on
- 7. Through that mediate of communication you know and do you choose the tourist destinations of your preference?**
- () Internet
 - () Travel agencies
 - () You guide tourist printed
 - () Flying posters
 - () Radio
 - () Television
 - () News paper
 - () Magazine
- 8. Which is the expense average singular during your visit to tourist destinations for lodging, feeding, entertainment and purchases?**
- () 60-80 USD
 - () 80-100 USD
 - () 100-120 USD
 - () 120 USD from now on

THANK YOU

ANEXO E

CÁLCULO DE LA POBLACIÓN PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

Población:

La población de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo, por ser superiores a 100 unidades se procederá al cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

Cálculo de la muestra:

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

De donde;

n= Muestra

N= Población

Z²= Nivel de Confianza

²=Desviación

E²= Error

$$n = \frac{261742(1,96)^2(0,25)}{0,05^2(261742 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = 384$$

ANEXO F

Análisis de la información obtenida del levantamiento de encuestas a turistas extranjeros que visitan Otavalo:

Encuesta dirigida a los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.

1. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en Otavalo?

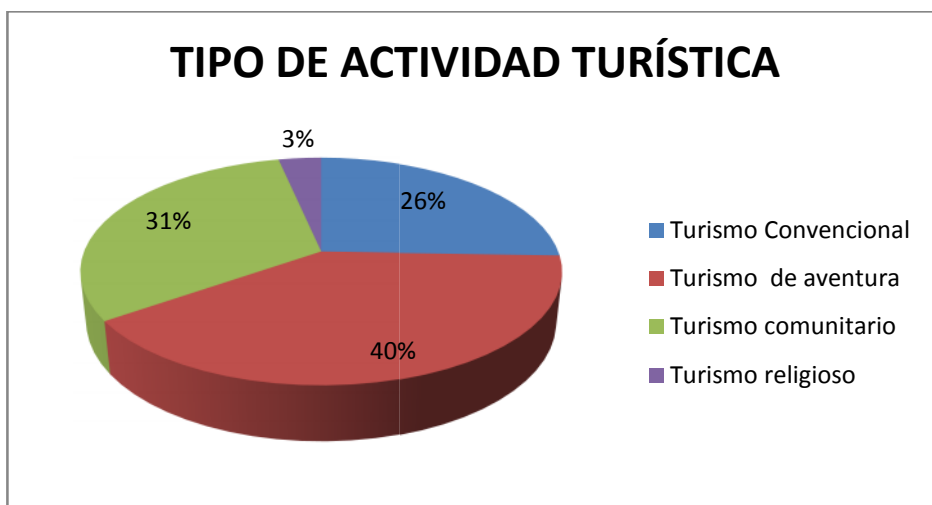
CUADRO N° 79

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo Convencional	98	26%
Turismo de aventura	153	40%
Turismo comunitario	120	31%
Turismo religioso	13	3%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 27



Análisis: Del total de los turistas encuestados, la mayoría mostró su interés por realizar actividades turísticas innovadoras como el turismo comunitario y de aventura, mismas que se encuentran contempladas en la propuesta de la microempresa; por lo que se observa una gran oportunidad de atender este mercado con los servicios ofertados.

2. ¿Qué motiva su visita a un destino turístico?

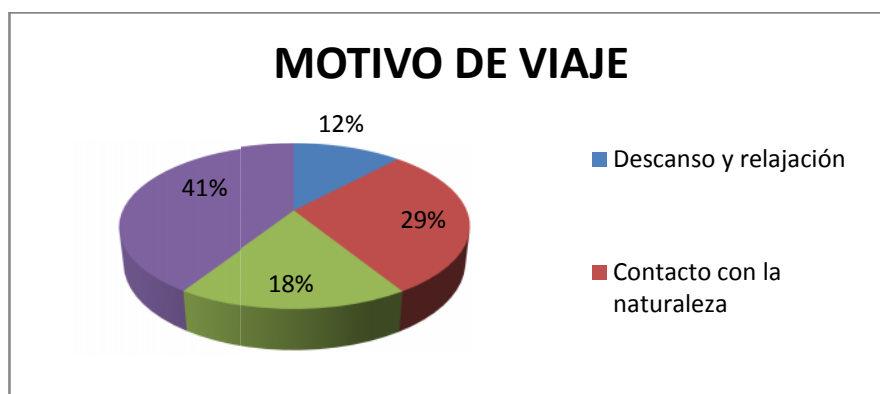
CUADRO N° 80

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descanso y relajación	46	11,98%
Contacto con la naturaleza	112	29,17%
Degustación de comida tradicional	69	17,97%
Conocer nuevas culturas y modos de vida	157	40,89%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 28



Análisis.- Como se puede observar en la información obtenida de los turistas encuestados, lo que los motiva a visitar los atractivos turísticos del cantón Otavalo es conocer las culturas, la forma en que los habitantes viven y convivir con ellos el día a día para conocerlos más de cerca.

3. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el caso de de visitar atractivos turísticos naturales?

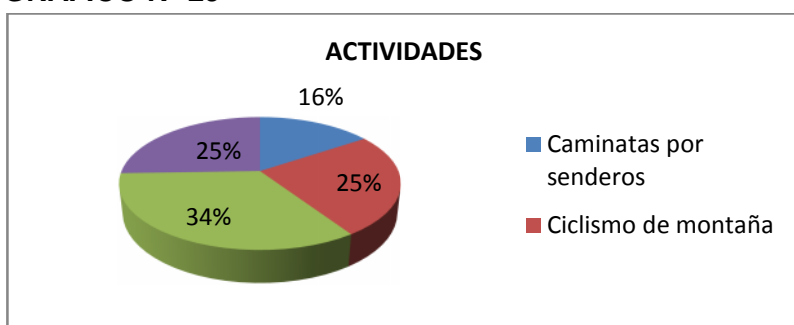
CUADRO N° 81

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas por senderos	60	15,63%
Ciclismo de montaña	96	25,00%
Convivencia con familias	130	33,85%
Actividades culturales	98	25,52%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 29



Análisis.- La información obtenida en esta pregunta nos da la pauta para categorizar los servicios de acuerdo a las preferencias de los turistas, que son a quienes debemos dirigir todos los esfuerzos para satisfacer sus necesidades.

4. ¿Durante su visita ah atractivos turísticos que tipo de comida le gustaría degustar?

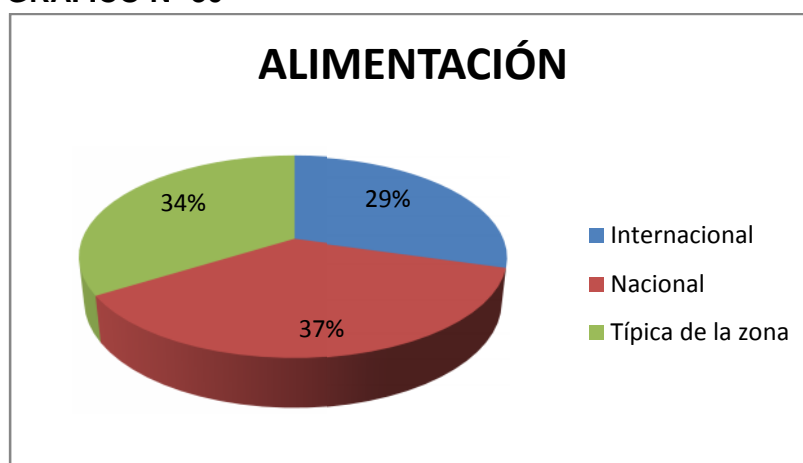
CUADRO N° 82

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internacional	113	29,43%
Nacional	141	36,72%
Típica de la zona	130	33,85%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 30



Análisis.- Los resultados obtenidos nos muestran que a pesar del interés de los turistas de conocer nuevas culturas y formas de vida, mantienen sus reservas en cuanto a la alimentación, ya que los criterios están divididos, por lo que nos permite estar preparados con una variedad de opciones para satisfacer todas las necesidades de los clientes.

5. ¿En qué lugar prefiere hospedarse durante sus visitas a atractivos turísticos?

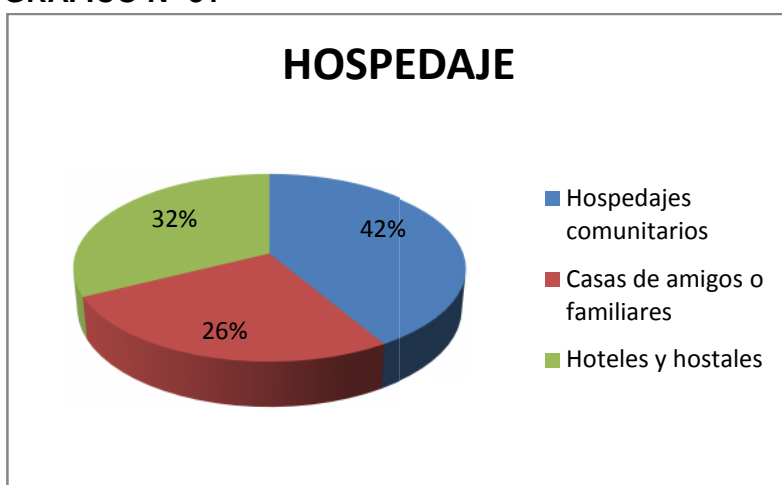
CUADRO N° 83

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hospedajes comunitarios	159	41,41%
Casas de amigos o familiares	101	26,30%
Hoteles y hostales	124	32,29%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 31



Análisis.- El presente cuadro muestra que el proyecto cuenta con una oportunidad más para establecerse con miras a crecer, ya que los turistas buscan hospedarse en lugares comunitarios como los ofertados por la microempresa propuesta.

6. ¿Qué tiempo de permanencia considera como ideal en un atractivo turístico que ofrece turismo comunitario?

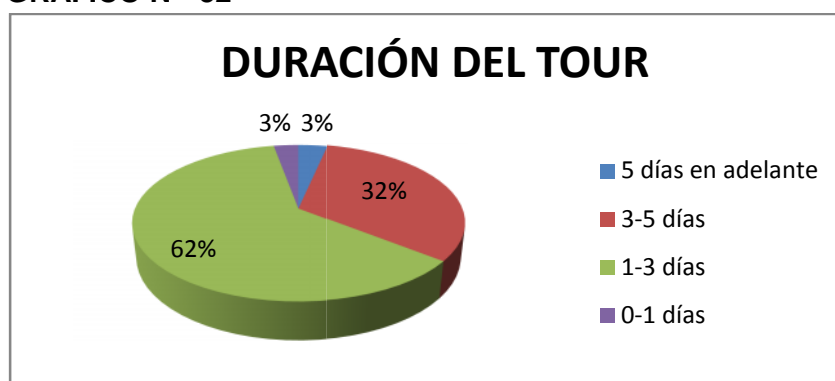
CUADRO N° 84

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 días en adelante	13	3,39%
3-5 días	124	32,29%
1-3 días	236	61,46%
0-1 días	11	2,86%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 32



Análisis.- A través de la información obtenida se procurará establecer los paquetes de viajes de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, tomando en cuenta su perfil; ya que se puede observar que en la mayoría de casos los turistas extranjeros prefieren que los tours duren de 1 a 3 días aproximadamente, tomando en cuenta que esto variará de acuerdo a los servicios que se oferte.

7. ¿A través de que medio de comunicación conoce y elige usted los destinos turísticos de su preferencia?

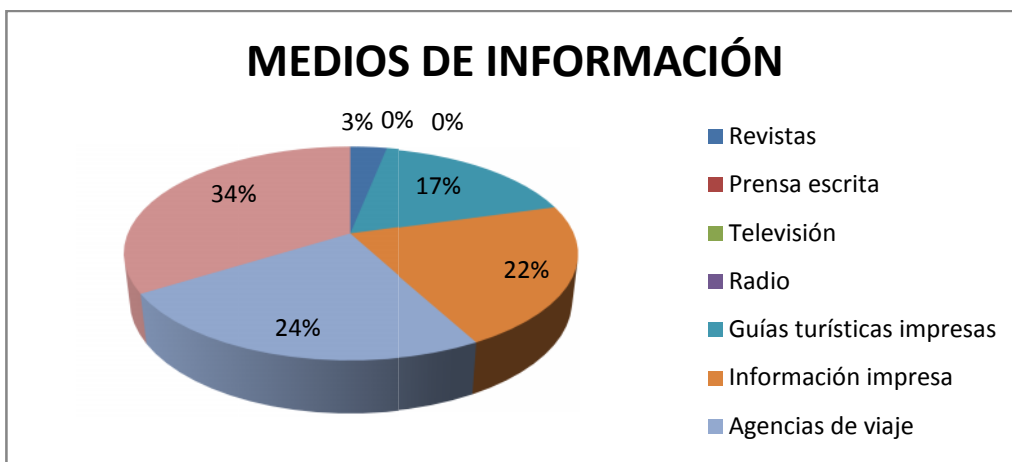
CUADRO N° 85

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas	12	3,13%
Prensa escrita	0	0,00%
Televisión	0	0,00%
Radio	0	0,00%
Guías turísticas impresas	67	17,45%
Información impresa	83	21,61%
Agencias de viaje	92	23,96%
Internet	130	33,85%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 33



Análisis.- Los turistas se informan sobre destinos turísticos en su mayoría a través del internet, agencias de viaje y guías turísticas impresas, por lo que la microempresa utilizará estos medios para promocionar sus servicios y llegar de la manera más efectiva hacia el mercado meta.

8. ¿Cuál es el gasto promedio individual durante su visita a destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?

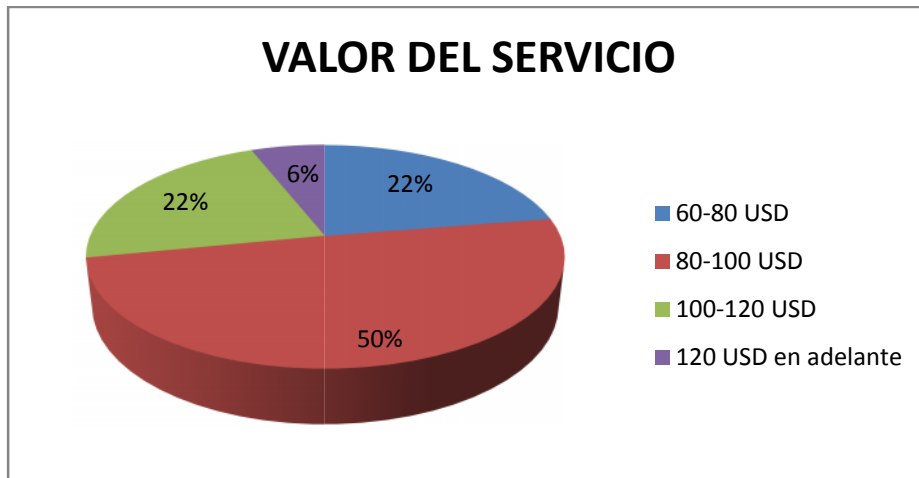
CUADRO N° 86

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
60-80 USD	86	22,40%
80-100 USD	190	49,48%
100-120 USD	85	22,14%
120 USD en adelante	23	5,99%
TOTAL	384	100%

FUENTE: Turistas extranjeros que visitan Otavalo.

ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N° 34



Análisis.- Los precios de los servicios ofertados por la micro empresa, se basan en los precios de la competencia; pero también se debe tomar en cuenta lo que los turistas están dispuestos a pagar por el servicio, ya que son ellos quienes van a ser los usuarios finales.

ANEXO G

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO “SACHA SISA”

OBJETIVO:

Establecer las funciones para el cargo de cada colaborador.

ALCANCE:

Este manual de funciones tiene un cubrimiento de todas las actividades a realizar por cada colaborador

Cargo: Gerente

Reporta a: Junta General de Accionistas

Funciones

- Desarrollar y presentar a la Junta General de Accionistas los planes y programas de corto y mediano plazo tomando en cuenta las políticas generales de la organización.
- Ejecutar los planes y programas previamente aprobados por la Junta General de Accionistas.
- Autorizar los contratos que sean necesarios para el desarrollo de actividades dentro de la microempresa que hayan sido previamente aprobados por sus superiores.
- Responder por los resultados operacionales, administrativos y financieros de la organización.
- Desarrollar y dirigir las funciones y obligaciones de los empleados que estén a su cargo.
- Autorizar bajo aprobación de la Junta General de Accionistas los nombramientos, ascensos, retiros y despidos del personal.
- Velar por el buen uso de los bienes físicos, fondos y demás propiedades de la microempresa.
- Mantener debidamente informado a la Junta General de Accionistas las actividades llevadas a cabo y emitir informes anuales respecto de la gestión realizada.
- Desarrollar estudios de mercado para elaborar los tours.
- Planificar, programar y desarrollar la línea de productos.

- Presupuestar y fijar precios de venta de los tours que han sido elaborados por la propia agencia.
- Contratar los servicios que sean necesarios dentro de los tours que ofrece la microempresa.
- Dirigir la elaboración de los presupuestos y cuidar de que todas las unidades funcionales sean aconsejadas y guiadas en todo lo necesario durante la preparación y presentación de sus respectivos presupuestos.
- Procurar el mantenimiento de los libros y registros exigidos por la ley y de que los mismos sean bien llevados para que los informes financieros estén de acuerdo con los registros.
- Cuidar que todos los impuestos y contribuciones exigidos por la ley sean correctamente llevados y declarados.
- Desarrollar, recomendar y supervisar la ejecución de planes y programas que satisfagan los requisitos financieros de la organización a corto y largo plazo cumpliendo con las buenas prácticas financieras y económicas.
- Organizar las actividades en administración de salarios, seguridad social, prestaciones y pago de impuestos. Será el responsable ante los entes contralores del estado, la banca y los proveedores.
- Revisar los estados financieros.
- Autorizar las compras requeridas de la empresa.
- Revisar y aprobar los cheques.
- Supervisar todas las actividades operativas y administrativas.
- Orientar a la empresa hacia el logro de sus objetivos, así como el cumplimiento de sus metas a corto y largo plazo.
- Presentar a la Junta General de Accionistas los resultados obtenidos en cada periodo.
- Selección y contratación de personal.
- Atención a clientes, proveedores en casos que sea necesaria su intervención y concretar las negociaciones con los mismo.

Requisitos del puesto

- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas).
- Preferiblemente bilingüe
- Manejo de paquetes computacionales.
- Conocimiento de las leyes del país.
- Liderazgo.
- Sexo masculino o femenino.
- Residir en la ciudad de Otavalo.

Conocimientos

- Cultura general amplia.
- Administración de empresas.
- Matemáticas e informática.
- Idiomas, uno de ellos el inglés.
- Marketing turístico.
- Investigación de mercados.
- Dominio de los métodos, políticas y además estrategias de fijación de precios en el área turística.
- Dominio de diseño, programación y desarrollo de paquetes turísticos.
- Normas legales.
- Negociación y contratación de servicios de terceros.

Cualidades

- Creatividad.
- Sentido de negociación y de rentabilidad.
- Aptitud para la toma de decisiones.
- Honestidad.
- Espíritu metódico y organizado.

Cargo: Contador

Reporta a: Gerente

Funciones

- Registrar el origen y aplicación de los recursos de una transacción.
- Elaborar estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales.
- Prever y detectar errores y desviaciones en los procedimientos y registros contables.
- Analizar, diseñar, implantar y evaluar sistemas de información financiera.
- Diseñar e implantar proceso de mejora de calidad.
- Administrar los recursos organizacionales.
- Diagnosticar, fundamentar, sugerir y tomar decisiones administrativas, contables y financieras.
- Analizar y evaluar la política fiscal y sus implicaciones contables, financieras, económicas y sociales.

- Actuar con independencia mental.
- Opinar acerca de los estados financieros
- Controlar gastos y/o ingresos presupuestados.
- Preparar informes técnicos sobre el movimiento contable y efectuar conciliaciones bancarias.
- Organizar y supervisar el proceso de control patrimonial y/o sistemas de pagos.
- Revisar y firmar balances, anexos y otros documentos del sistema contable.
- Supervisar actividades de cuenta corriente, consolidaciones, cuadros de costos y otros documentos similares.
- Orientar las actividades de análisis financiero contable.

Requisitos del puesto

- CPA
- Manejo de paquetes computacionales.
- Conocimiento de las leyes del país.
- Sexo masculino o femenino.
- Residir en la ciudad de Otavalo.

Conocimientos

- Cultura general amplia.
- Administración de empresas.
- Matemáticas e informática.
- Herramientas de contabilidad.
- Software contable.
- Normas legales.

Cualidades

- Creatividad.
- Sentido de negociación y de rentabilidad.
- Aptitud para la toma de decisiones.
- Honestidad.
- Espíritu metódico y organizado.

Cargo: Secretaria/Recepcionista

Reporta a: Gerente

Funciones

- Asistir tanto al gerente I como a todo el personal administrativo.
- Operar una central telefónica, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Todo lo relacionado con las actividades de venta de la agencia.
- Atender al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Recibir la correspondencia y mensajes dirigidos a la agencia.
- Entregar la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Elaborar cheques.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.
- Manejar el fondo de caja chica.

Requisitos del puesto

- Sexo: femenino.
- Educación: secretaria comercial (bilingüe preferiblemente).
- Manejo completo de computación ambiente Windows XP.
- Excelentes relaciones humanas.

Conocimientos

- Cultura general amplia.
- Conocimientos sobre turismo.
- Matemáticas e informática.
- Dominio del Idioma inglés y adicional conocimiento de otros.
- Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.
- Dominio sobre emisión de documentos y cupones relativos a viajes.

Cualidades

- Espíritu extrovertido.
- Aptitud para relaciones públicas.
- Sentido de negociación.
- Honestidad.

Cargo: Guía turístico

Reporta a: Gerente

Funciones

- Planificación y coordinación de los servicios receptivos, traslados y excursiones.
- Planificación, programación y operación de los servicios de transporte terrestre, alojamiento, alimentación y otros.

Requisitos del puesto

- Título universitario (área de administración y turismo).
- Bilingüe
- Sexo masculino o femenino.
- Edad 25 años en adelante.

Conocimientos

- Cultura general amplia.
- Conocimientos profundos sobre turismo y viajes.
- Dominio del Idioma inglés y otros.
- Dominio sobre recepciones y manejo de pasajeros y carga.
- Conocimientos de tráfico y documentación de viajes.
- Conocimientos acciones a tomar en caso de accidentes.
- Dominio de todos los aspectos legales relacionados con la operación receptiva dentro del país.

Cualidades

- Sociabilidad.
- Dinamismo.
- Capacidad de organización.
- Actitud que le permita superar obstáculos.
- Honestidad e integridad.

ANEXO H

CALCULO DE BENEFICIOS SOCIALES

CUADRO N° 88

CARGO	SUELDO BÁSICO	COSTO ANUAL	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	TOTAL
Guías turísticos	285,60	17136,00	2082,02	1601,50	264,00	21083,53
Anfitriones	285,60	17136,00	2082,02	1601,50	264,00	21083,53
Gerente	400,00	4800,00	583,20	448,60	264,00	6095,80
Contador	300,00	3600,00	437,40	336,45	264,00	4637,85
Secretaria-Recepcionista	282,85	3394,20	412,40	317,22	264,00	4387,81

ELABORADO POR: La Autora

ANEXO I

CENSO DE MICROEMPRESARIOS-PARROQUIA EUGENIO ESPEJO

CUADRO N° 88

N°	NOMBRE	ACTIVIDAD QUE REALIZA
1	América Jaramillo	Venta de productos textiles
2	Amira Cáceres	Venta de comida
3	Ana Males	Venta de artesanías
4	Anabel Ruíz	Venta de artesanías
5	Analuisa Cortéz	Venta de servicios turísticos
6	Antonio Antamba	Venta de comida
7	Antonio López	Venta de productos textiles
8	Carla Jaramillo	Venta de productos textiles
9	Carlos Anrango	Venta de artesanías
10	Carlos Lema	Venta de productos textiles
11	Catalina Andrade	Venta de productos textiles
12	Cecilia Hinojosa	Venta de comida
13	Cristina Solórzano	Venta de artesanías
14	Freddy Guanoluisa	Venta de artesanías
15	Graciela Ruíz	Venta de artesanías
16	Jose Morales	Venta de artesanías
17	Jose Terán	Venta de productos textiles
18	Juan Sánchez	Venta de productos textiles
19	Luis Yamberla	Venta de artesanías

20	Lusi Pujota	Venta de productos textiles
21	Luz Anguaya	Venta de artesanías
22	Luz Donoso	Venta de productos textiles
23	Luzmila Anrango	Venta de artesanías
24	Luzmila Males	Venta de artesanías
25	María Aguilar	Venta de productos textiles
26	María López	Venta de artesanías
27	María Paredes	Venta de artesanías
28	María Pazmiño	Venta de productos textiles
29	María Pérez	Venta de artesanías
30	Mariela Buendía	Venta de artesanías
31	Myreya Navas	Venta de artesanías
32	Myriam Narváez	Venta de artesanías
33	Nancy Aguilar	Venta de artesanías
34	Nancy Lema	Venta de comida
35	Nelly Cotacachi	Venta de artesanías
36	Ninfa Suárez	Venta de productos textiles
37	Pamela Andrade	Venta de artesanías
38	Pamela Cachiguango	Venta de comida
39	Paola Gusgua	Venta de comida
40	Pedro Amaguaña	Venta de servicios turísticos
41	Pedro Antamba	Venta de productos textiles
42	Rosa Mendez	Venta de artesanías
43	Selena Valenzuela	Venta de productos textiles
44	Xavier Antamba	Venta de artesanías
45	Ximena Sánchez	Venta de artesanías

ELABORADO POR: La Autora

ANEXO J

DESTINOS TURÍSTICOS PARA SER PROMOCIONADOS

LAGO SAN PABLO



EL LECHERO



TALLERES DOMÉSTICOS DE LANA DE BORREGO



TALLERES DE INSTRUMENTOS MUSICALES



HUERTOS FAMILIARES



LAGUNA DE MOJANDA



CABALGATAS POR LAS COMUNIDADES



PASEOS EN BICICLETA



CASCADA DE PEGUCHE



PASEO EN BALSAS DE TOTORA EN EL LAGO SAN PABLO

