



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA
PARROQUIA MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL
CARCHI.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.**

AUTORA: LOYO I. Marcia A.

DIRECTOR: Ing. PINTO. César

Ibarra, Diciembre, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la Creación de una Empresa de Turismo Sustentable en la Parroquia de Mira del cantón Mira, provincia del Carchi, está formado por los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Estudio de Mercado, Marco Teórico, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura organizativa y Análisis de Impactos. El Diagnóstico Situacional, luego del análisis de las encuestas, permite conocer a nuestros futuros aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, esto del lugar donde se ubicará la empresa, con esto se identifica el problema en que se encuentran los turistas y población mireña, siendo la falta de un lugar donde se encuentren diversidad de servicios, atención de calidad y sobre todo un lugar donde descansar y pasar más tiempo con la familia y amigos. Para hacer realidad este proyecto se realiza el estudio de mercado, que permite identificar la demanda potencial aspecto necesario para la comercialización del servicio, estructurando y desarrollando estrategias para posesionarse en el mercado. El estudio de Mercado debe considerarse como una inversión más no como un gasto, pues ayuda en la toma de decisiones. El estudio técnico muestra donde está ubicado el proyecto, su micro y macro localización, y la forma como se distribuyen las áreas, los muebles y equipos. En cuanto al estudio Financiero nos muestra que si es rentable financieramente, siempre que los escenarios en los que se hizo el análisis no cambien significativamente, de tal manera que la probabilidad de éxito no disminuya. A demás se establece la estructura organizacional y los requerimientos necesarios para el área administrativa del proyecto. Antes de terminar, tenemos el análisis de los impactos que pudieran presentarse con la ejecución del proyecto, por ende se determina de forma cualitativa y cuantitativa los beneficios y efectos que tiene el proyecto, mediante la elaboración de la Matriz de Impactos. Finalmente se da a conocer las conclusiones a las que se ha llegado, luego del estudio completo de los procesos de investigación. Al igual que se redactan las recomendaciones dirigidas para la solución de posibles inconvenientes que se puedan presentar.

SUMMARY

This project is a study of economic and financial feasibility for Creating a Sustainable Tourism Enterprise in the parish of Mira, in “Mira” Canton, Carchi Province, it consists of the following chapters: Situational Diagnosis, Market Research, Theoretical Framework, Technical study, Financial study, organizational structure and Analysis of impact. The Situational Diagnosis, after we analyze the polls, we can meet our future allies, opponents , opportunities and risks , the place where the enterprise will be located to identify the problem in which tourists and population of Mira are. It's the lack of a place where you can find a diversity of services, an attention of quality and overall a place to rest and spend more time with family and friends. To do a reality this project, it's necessary to do a studio of market that permits to identify the potential demand, necessary aspect for the service marketing, structuring and developing strategies to take possession on the market. The study of market might be considered as an inversion more no as an expense; it helps to make a decision. The technical study shows where the project is located, its micro and macro location, and the way how the areas, furniture and equipment are distributed. In relation to the Financial study shows us that it is financially profitable, depending that the scenarios in which the analysis was done not changes significantly, so that the probability of success can't be diminished. Besides it establishes the organizational structure and the necessaries requirements for the administrative area of the project. Before closing, we have to analyze the impacts that could occur with the project implementation, thus we would determine in a qualitative and quantitative benefits and effects that the project has through of elaboration of Impact Matrix. Finally we give to know the conclusions that we have arrived, after a complete study of the research processes. At the same time to write the recommendations addressed to solve potential problems that we may have.

AUTORÍA

Yo, **MARCIA ALEJANDRA LOYO INAGAN**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100388809-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI**, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Firma

Marcia Alejandra Loyo Inagan

C.I. 100388809-4

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Grado presentado por la egresada Marcia Alejandra Loyo Inagan, para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, considerando que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra a los 13 días del mes de Diciembre de 2013.



Ing. César Pinto

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Ing. César Pinto


DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

Yo, MARCIA ALEJANDRA LOYO INAGAN, con cedula de identidad Nro. 100388809-4, manifiesto mi 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 de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor 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 formato impreso y digital de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: 

Nombre: Marcia Alejandra Loyo Inagan

Cedula: 100388809-4

Ibarra, a los 13 días del mes de diciembre de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100388809-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Loyo Inagan Marcia Alejandra
DIRECCIÓN:	Panamericana Norte- Mira- Carchi
EMAIL:	marcialoyo@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0969452797
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.”

AUTOR (A):	Loyo Inagan Marcia Alejandra
FECHA:	13-12-2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A
ASESOR-DIRECTOR:	Ing. César Pinto

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Marcia Alejandra Loyo Inagan con cédula de ciudadanía N° 100388809-4, 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 formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo. 144.

3.- CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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.

Ibarra, a los 13 días del mes de Diciembre de 2013

AUTORA



Nombre: Marcia Loyo

C.C.: 100388809-4

ACEPTACIÓN



Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a Dios, pues ha estado conmigo siempre, a cada paso que doy y en cada decisión tomada, dándome fortaleza para seguir adelante.

A mis padres por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos constantes, y por su perseverancia que han ayudado a ser de mí una persona de bien, pero sobre todo por su amor incondicional y paciencia, que me bastó para tenerlo toda en la vida.

A mis hermanos por ser mi ejemplo a seguir, porque siempre me han brindado apoyo y comprensión, y he contado con ellos en todo momento, gracias por su amor y amistad.

Y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente con la elaboración de esta tesis.

Marcia Alejandra Loyo Inagan

AGRADECIMIENTO

El proyecto es el resultado de la unión de esfuerzos de todas aquellas personas, que de alguna forma estuvieron presentes en la finalización del trabajo.

En especial un agradecimiento a mi director el Sr. César Pinto, quien supo guiar y apoyar de forma solidaria, en la realización de esta investigación.

A mis profesores, a quien les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, y finalmente a esta prestigiosa Universidad, la cual brinda la oportunidad a jóvenes como yo, de prepararse para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Marcia Alejandra Loyo Inagan

INTRODUCCIÓN

El “Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Sustentable en la parroquia Mira, cantón Mira, provincia del Carchi”, para su fácil comprensión, el informe de grado se encuentra estructurado en siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura Organizacional y el nivel de Impactos.

El primer capítulo que se refiere al Diagnóstico Situacional, contiene antecedentes históricos del cantón Mira, ubicación geográfica y demográfica, se determinó la población, se hace referencia al sector turístico en el cantón y sus principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos con que se encontrará el proyecto, determinando también el problema diagnóstico.

En el segundo capítulo denominado Marco Teórico y que hace referencia a una investigación bibliográfica –documental por medio de conceptos y teorías referentes a la empresa turística enfocadas a ejercer actividades de turismo sustentable, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero e impactos.

El tercer capítulo, se realizó una investigación de campo por medio de la aplicación de encuestas dirigidas hacia turistas locales, nacionales y extranjeros, así también a propietarios de empresas similares, para determinar la demanda y oferta del servicio a ofertar, con esto ayudándonos a identificar características del servicio que se pretende colocar en el mercado.

En el cuarto capítulo encontramos el micro y macro localización de la empresa, la ubicación de la empresa, el diseño y la distribución de las

instalaciones, requerimientos de la empresa, valoración de las inversiones, así como también el financiamiento.

El estudio financiero siendo el quinto capítulo, donde se analiza la evaluación financiera y económica, y se detallan aspectos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa, como son: activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos y egresos, costos, gastos y el análisis financiero para determinar si la creación de la empresa turística es o no factible.

El sexto capítulo diseña la Estructura Organizacional de la Empresa en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, políticas para un turismo sustentable, organigrama estructural, manual de funciones y requisitos de constitución.

El capítulo séptimo se hace un resumen de los posibles impactos que se pueden generar con la creación de la empresa entorno al ámbito económico, cultural y ambiental.

Y finalmente se ha redactado las conclusiones, luego de haber hecho un análisis de todas las etapas del proceso de investigación, para luego formular las recomendaciones que contrarrestarán posibles inconvenientes, logrando la normal puesta en marcha de la empresa y el desarrollo del proyecto de factibilidad.

JUSTIFICACIÓN

El turismo sustentable es una actividad en donde se da un intercambio tanto de culturas y tradiciones, ofrece un contacto con la naturaleza y al mismo tiempo protege los recursos que han ido perdiendo valor.

El cantón Mira cuenta con lugares turísticos muy agradables e interesantes, que de seguro a primera vista crearán en los visitantes relajamiento, descanso y posteriormente el deseo de volver, a esta ciudad.

A pesar de que el cantón cuenta con variedad de lugares turísticos, estos no abastecen las necesidades de los turistas y población mireña, debido a varios aspectos, como: elevado costo de traslado a los lugares turísticos, falta de infraestructura, deficiente atención, falta de seguridad.

Cabe destacar que en la actualidad existen algunas entidades financieras por cuanto se tiene la disponibilidad de un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

En cuanto al recurso humano se contará con la participación intelectual de la propietaria que cuenta con conocimientos en administración, contabilidad y mercadotecnia, estando a su cargo la organización y administración de la empresa.

De igual manera las fuentes de trabajo es un grave problema que impide el desarrollo de la ciudad, al poner en marcha este proyecto se atacará al desempleo, ya que permite crear fuentes de trabajo.

El proyecto será a vista de todos innovador y beneficioso enfocado principalmente en el turismo sustentable tradicional, y contando alternativas de solución a los problemas anteriormente mencionados, donde visitantes nacionales y extranjeros tendrán la oportunidad de contar

con nuevos servicios de calidad y procesos eficientes, con la participación de la población mireña.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Sustentable en la Parroquia Mira, Cantón Mira, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un diagnóstico situacional del problema planteado, mediante la Matriz AOOD, determinando así los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos con que el nuevo proyecto se enfrentará.
- Establecer un marco teórico que sustente el proyecto a través de la investigación bibliográfica y documental que nos ayude a conocer los temas a investigar.
- Realizar un estudio de mercado para determinar las preferencias de los consumidores además de la oferta y demanda existente para el proyecto.
- Realizar un estudio técnico para determinar a través de un análisis el tamaño y localización óptimos de la empresa, además de sus instalaciones y organización requeridas.
- Efectuar el análisis financiero, para determinar la función óptima de utilización, producción y distribución de los recursos necesarios.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la empresa para brindar un servicio y atención eficiente a los turistas.
- Determinar los impactos que se generen con la ejecución del proyecto, tomando en cuenta aspecto socio económico, socio cultural y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMMARY.....	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	VII
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	VIII
CONSTANCIAS.....	VIII
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
JUSTIFICACIÓN.....	XIV
OBJETIVOS:.....	XV

OBJETIVO GENERAL	XV
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XV
ÍNDICE GENERAL.....	XVI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXXI
CAPÍTULO I.....	32
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
ANTECEDENTES.....	32
ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS	34
LOCALIZACIÓN.....	34
LIMITES GENERALES:	34
CLIMA	34
POBLACIÓN.....	35
ASPECTOS ECONÓMICOS PRODUCTIVOS DE LA PARROQUIA.....	36
TURISMO	37
ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD	38
DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	40

MATRIZ AOR	40
ALIADOS	40
OPONENTES	41
OPORTUNIDADES.....	41
RIESGOS	41
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	41
CAPÍTULO II	44
MARCO TEÓRICO	44
EMPRESA	44
CARACTERÍSTICAS de la empresa.....	45
CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	45
ELEMENTOS DE LA EMPRESA	49
CONCEPTOS BÁSICOS DEL TURISMO	49
TURISMO	49
TURISMO SUSTENTABLE.....	50
CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	55
EL NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL TURISTA	57

EL MOTIVO DEL VIAJE	57
TURISMO EN ECUADOR	57
EL CANTÓN MIRA COMO DESTINO TURÍSTICO	58
SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN MIRA	60
SERVICIO DE HOSPEDAJE	60
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN.....	60
SERVICIO DE INFORMACIÓN	60
SERVICIO DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	61
GASTRONOMÍA.....	61
GASTRONOMÍA TÍPICA DE MIRA.....	61
LA CONTABILIDAD	62
ESTADOS PROFORMA.....	62
PROCESO ADMINISTRATIVO.....	64
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	64
PRINCIPIOS DE UNA ORGANIZACIÓN	65
CAPÍTULO III.....	66
ESTUDIO DE MERCADO.....	66

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	66
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	67
OBJETIVO GENERAL.....	67
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	67
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	67
INDICADORES.....	67
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	68
CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	69
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	70
RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS	71
ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS.....	82
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	93
EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE.....	93
SERVICIO TURÍSTICO.....	93
DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A BRINDAR.....	94
FANESCA, MOLO EN SEMANA SANTA.....	94
MOLO.....	94

CHAMPUZ Y VARIEDAD DE PANES DE CASA EN FINADOS.....	95
CUY ASADO CON PAPAS.....	95
CHOCLOS CON QUESO	95
CALDO DE GALLINA DE CAMPO	95
CAFÉ DE CHUSPA CON PAN DE CASA	95
CHOCLOTANDA O HUMITAS.....	96
TORTILLA DE TIESTO.....	96
BEBIDAS	96
ÁREAS DE RECREACIÓN.....	96
HOSPEDAJE	96
DEMANDA.....	97
DEMANDA HISTÓRICA ACTUAL	97
DEMANDA POTENCIAL.....	98
DEMANDA PROYECTADA	98
OFERTA	100
OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL	101
OFERTA POTENCIAL	101

OFERTA PROYECTADA.....	102
DEMANDA INSATISFECHA	103
PRECIOS.....	103
ESTRATEGIA DE PRECIOS	105
PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	105
ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	106
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	106
COMPETENCIA.....	107
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	108
CAPÍTULO IV.....	110
ESTUDIO TÉCNICO	110
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	110
MACRO LOCALIZACIÓN	111
MICRO LOCALIZACIÓN.....	112
UBICACIÓN DE LA EMPRESA	113
DISEÑO DE INSTALACIONES.....	113
DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA	115

PLANOS	115
FLUJOGRAMA DE PROCESO.....	116
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	119
INVERSIONES DEL PROYECTO	120
INVERSIONES FIJAS.....	120
INVERSIONES DIFERIDAS	129
CAPITAL DE TRABAJO	129
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	130
CAPÍTULO V.....	132
ESTUDIO FINANCIERO.....	132
INVERSIÓN DEL PROYECTO	132
INGRESOS.....	132
PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	133
INGRESOS CONSOLIDADOS	134
EGRESOS	135
COSTOS OPERATIVOS	135
SUELDOS OPERATIVOS.....	135

PROYECCIÓN DEL COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA	136
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN	137
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS.....	139
GASTOS ADMINISTRATIVOS	140
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO.....	141
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	144
GASTOS DE VENTAS.....	144
FINANCIAMIENTO	145
CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO:.....	146
DEPRECIACIONES.....	148
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	148
RESUMEN DE EGRESOS	149
ESTADOS FINANCIEROS	149
ESTADO DE RESULTADOS.....	150
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	151
EVALUACIÓN FINANCIERA	152
DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.....	153

VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	154
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	155
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	156
COSTO BENEFICIO.....	157
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	158
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA.....	159
CAPÍTULO VI.....	160
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	160
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y DE ORGANIZACIÓN.....	160
NOMBRE DE LA EMPRESA.....	160
MISIÓN.....	161
VISIÓN.....	161
VALORES CORPORATIVOS.....	161
ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	162
ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	163
ANÁLISIS LEGAL.....	173
CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	173

CAPITAL INICIAL	173
REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA.....	173
CAPÍTULO VII.....	177
ESTUDIO DE IMPACTOS	177
IMPACTO ECONÓMICO	178
IMPACTO CULTURAL.....	180
IMPACTO AMBIENTAL	181
EVALUACIÓN DE IMPACTOS	183
CONCLUSIONES	184
RECOMENDACIONES.....	186
BIBLIOGRAFÍA.....	188
LINCOGRAFÍA.....	190
ANEXOS.....	200
ANEXO 1	201
ANEXO 2	205
ANEXO 3	209

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Características de las zonas climáticas en el cantón Mira	35
Cuadro 2 Población del Cantón Mira	36
Cuadro 3 Promedio de hogares dentro de la Parroquia.....	36
Cuadro 4 Flujo Turístico.....	69
Cuadro 5 Conocimiento acerca de la ciudad de Mira	71
Cuadro 6 Necesidad de una empresa Turística.....	72
Cuadro 7 Conocimiento acerca de tradiciones y costumbres mireñas	73
Cuadro 8 Frecuencia de visita a la ciudad de Mira.	74
Cuadro 9 Servicios deseados en una Empresa Turística	75
Cuadro 10 Intereses al encontrarse en otras ciudades.....	76
Cuadro 11 Sugerencias en mejora del servicio turístico	77
Cuadro 12 Factores limitantes al desarrollo del Turismo	78
Cuadro 13 Medios de Información.....	79
Cuadro 14 Motivos por los cuales visitar Mira.....	80
Cuadro 15 En compañía de quién visita la ciudad	81
Cuadro 16 Tiempo de duración de la Empresa Turística	82
Cuadro 17 Capital de trabajo	83
Cuadro 18 Servicios básicos con que cuenta la empresa.	84
Cuadro 19 Difusión de la Empresa	85
Cuadro 20 Motivos para incursionar en actividades turísticas	86
Cuadro 21 Servicios turísticos	87
Cuadro 22 Servicios turísticos mayor demandados.....	88
Cuadro 23 Promoción de costumbres y tradiciones.....	89
Cuadro 24 Reducida afluencia de turistas	90

Cuadro 25 Medios de promoción turística.....	91
Cuadro 26 Segmentación del mercado turístico	92
Cuadro 27 Demanda Histórica.....	98
Cuadro 28 Aplicación del Método de Regresión Lineal	99
Cuadro 29 Proyección de demanda turística	100
Cuadro 30 Proyección de la Oferta.....	102
Cuadro 31 Demanda Insatisfecha.....	103
Cuadro 32 Precio referencial de los servicios en las empresas turísticas	104
Cuadro 33 Detalle de la Construcción	114
Cuadro 34 Requerimiento de Terreno	120
Cuadro 35 Vehículo	123
Cuadro 36 Requerimiento de Mobiliario.....	124
Cuadro 37 Requerimiento de Equipo de Computación.....	125
Cuadro 38 Requerimiento de equipo de oficina	126
Cuadro 39 Requerimientos de maquinaria y Equipo.....	127
Cuadro 40 Resumen de Menaje y Utilería	128
Cuadro 41 Resumen de la Inversión Fija.....	129
Cuadro 42 Gastos de Constitución	129
Cuadro 43 Capital de Trabajo.....	130
Cuadro 44 Requerimiento de Talento Humano	131
Cuadro 45 Estructura de la inversión.....	132
Cuadro 46 Flujo turístico para el proyecto	133
Cuadro 47 Ingresos por los servicios.....	134
Cuadro 48 Ingresos Consolidados.....	135

Cuadro 49 Sueldos Operativos	136
Cuadro 50 Proyección costo total de mano de obra directa	137
Cuadro 51 Costos indirectos /servicios básicos	138
Cuadro 52 Costos indirectos /Consumo de Gas	138
Cuadro 53 Mantenimiento Maquinaria y Equipo	138
Cuadro 54 Mantenimiento Vehículo	139
Cuadro 55 Reposición del Menaje	139
Cuadro 56 Resumen de Costos Operativos	140
Cuadro 57 Sueldo Administrativos	141
Cuadro 58 Proyección Costo Total del Sueldo Administrativo	142
Cuadro 59 Servicios Básicos	142
Cuadro 60 Servicios de Comunicación	143
Cuadro 61 Útiles de Oficina	143
Cuadro 62 Mantenimiento de computación	144
Cuadro 63 Resumen Gastos Administrativos	144
Cuadro 64 Publicidad.....	145
Cuadro 65 Financiamiento	145
Cuadro 66 Amortización Deuda	147
Cuadro 67 Gasto Interés.....	147
Cuadro 68 Depreciaciones	148
Cuadro 69 Amortización Diferidos	148
Cuadro 70 Resumen de Egresos.....	149
Cuadro 71 Estado de Situación Inicial	150
Cuadro 72 Estado de Resultados	151
Cuadro 73 Estado de Flujo de Efectivo.....	152

Cuadro 74 Inversiones.....	153
Cuadro 75 Tasa de Rendimiento Medio	153
Cuadro 76 Valor Actual Neto (VAN).....	154
Cuadro 77 Tasa Interna de Retorno (TIR)	155
Cuadro 78 Período de Recuperación de la Inversión	156
Cuadro 79 Costo- Beneficio.....	157
Cuadro 80 Proyección para el punto de equilibrio	158
Cuadro 81 Resumen de la Evaluación financiera	159
Cuadro 82 Requerimiento de personal del área Administrativa.....	164
Cuadro 83 Requerimiento de personal del área Contable/Contador	165
Cuadro 84 Requerimiento de personal para el área Contable.....	166
Cuadro 85 Requerimiento de personal para el área Operativa.....	167
Cuadro 86 Requerimiento de personal para el área operativa	168
Cuadro 87 Requerimiento de personal para el área Operativa.....	169
Cuadro 88 Requerimiento de personal para el área Operativa.....	170
Cuadro 89 Requerimiento de personal para el área Operativa.....	171
Cuadro 90 Requerimiento de personal para el área Operativa.....	172
Cuadro 91 Impacto Económico.....	178
Cuadro 92 Impacto cultural.....	180
Cuadro 93 Impacto Ambiental.....	181
Cuadro 94 Impacto General.....	183

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Conocimiento acerca de la ciudad de Mira.....	71
Gráfico 2 Necesidad de una empresa Turística	72
Gráfico 3 Conocimiento acerca de tradiciones y costumbres mireñas.....	73
Gráfico 4 Frecuencia de visita a la ciudad de Mira.	74
Gráfico 5 Servicios deseados en una Empresa Turística	75
Gráfico 6 Intereses al encontrarse en otras ciudades.....	76
Gráfico 7 Sugerencias en mejora del servicio turístico	77
Gráfico 8 Factores limitantes al desarrollo del Turismo	78
Gráfico 9 Medios de Información	79
Gráfico 10 Motivos por los cuales visitar Mira.....	80
Gráfico 11 En compañía de quién visita la ciudad.	81
Gráfico 12 Servicios deseados en una Empresa Turística	82
Gráfico 13 Capital de trabajo	83
Gráfico 14 Servicios básicos con que cuenta la empresa.....	84
Gráfico 15 Difusión de la Empresa	85
Gráfico 16 Motivos para incursionar en actividades turísticas	86
Gráfico 17 Servicios turísticos.....	87
Gráfico 18 Servicios turísticos mayor demandados	88
Gráfico 19 Promoción de costumbres y tradiciones.....	89
Gráfico 20 Reducida afluencia de turistas	90
Gráfico 21 Medios de promoción turísticos	91
Gráfico 22 Segmentación del mercado turístico	92
Gráfico 23 Sistema de Visitantes al Cantón Mira.....	101
Gráfico 24 Provincia del Carchi.....	111
Gráfico 25 Mapa del Cantón Mira	113
Gráfico 26 Infraestructura de la empresa.....	115

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

En Mira, “Balcón de los Andes”, existen varios miradores, desde donde se divisa la Cordillera de los Andes en todo su esplendor, el Valle de la Hoya del Chota al Sur; el Cerro Iguán al Norte y una gama multicolor de praderas y sembríos que rodea la ciudad, bajo un esplendoroso cielo azul, siendo por sí solos un deleite para la mirada de quienes la visitan.

Otro motivo de visitar esta ciudad son sus costumbres y tradiciones que son encontradas a lo largo de todas sus parroquias, la principal tradición es la Celebración de las fiestas de la Virgen de la Caridad, en donde se puede disfrutar de variadas actividades tanto religiosas, culturales, deportivas. El novillo de bombas, acarreo de la chamiza y los juegos pirotécnicos causa gran interés en la mayoría de visitantes.

El aumento de turistas locales o extranjeros es mayor que en otras celebraciones, que con frecuencia se reúnen en parques y calles, esto debido a la falta de un lugar donde puedan divertirse, comer o beber algo a gusto con su familia y amigos, y por la noche poder descansar en un lugar seguro. Sin embargo no solo es necesidad de turistas sino, también de la población mireña, que para disfrutar de su tiempo libre deben viajar a otra ciudad, generando salida de capital.

Por lo mencionado anteriormente y por el aumento de demanda, nace la necesidad de buscar la forma de cautivar y retener tanto, a visitantes como a la población, a permanecer más tiempo en esta ciudad, en un

lugar que ofrezca un ambiente natural, diversidad de gastronomía y tradiciones.

La alternativa que se presenta es la creación de una Empresa de Turismo Sustentable, enfocada principalmente en la preservación de tradiciones y costumbres, así mismo en el cuidado del ambiente natural. Ofreciendo un servicio de calidad y eficiencia.

La ciudad de Mira ha carecido de espacios físicos sociales dedicados a la interacción de visitantes y su gente, espacios que pueden generar sano esparcimiento y entretenimiento en un mismo ambiente, donde se pueda desarrollar también múltiples actividades de carácter social, deportivo y recreativo en un ambiente natural.

La ciudad de Mira cuenta con algunos lugares turísticos, entre los cuales tenemos:

- Paraíso Escondido
- Hostería Hacienda La Primavera
- GAEN Grupo Artesanal Esperanza Negra- Museo Mascarilla
- Uyamá - El Eco de La Montaña
- Hostería Ecológica Cañón del Primer Paso
- Escaleras al Cielo
- Santuario del Agua
- Raíces

La mayoría de estos lugares ofrecen un ambiente natural y cultural, sin embargo se ha identificado que no abastecen ni satisfacen plenamente a la creciente demanda, así como necesidades e inquietudes de turistas y población mireña, debido a varios aspectos como son: elevado costo del transporte, falta de infraestructura, deficiente atención y falta de seguridad, necesidad de turistas y población de ocupar su tiempo en diferentes y variadas actividades, muchas de las cuales no están a su disposición.

1.2. ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

1.2.1. LOCALIZACIÓN

Mira es la cabecera cantonal y una de las cuatro parroquias que conforman el cantón Mira. Por su privilegiada ubicación geográfica, el Cantón Mira cuenta con hermosos paisajes y variedad de climas, lo que le hace merecedor, por sus bellezas naturales, a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros.

1.2.2. LIMITES GENERALES:

- Norte y noroeste con el Cantón Tulcán
- Norte y noreste con el Cantón Espejo
- Sur y suroeste con la Provincia de Imbabura
- Sur y sureste con el Cantón Bolívar

1.2.3. CLIMA

El clima es muy variado, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 hasta 3500 metros sobre el nivel del mar, dando lugar a temperaturas altas, medias y bajas. La ciudad de mira posee un agradable clima que promedia los 18°C y una gran variedad de producción agrícola.

Cuadro 1 Características de las zonas climáticas en el cantón Mira

Zonas climáticas	Altitud (m.s.n.m)	Precipitación anual (mm)	Temperatura promedio (°C)	Vegetación
Sub Tropical Semi Húmedo	1000 a 1300	<2000	25	Maderas Finas
Sub Tropical Seco	1300 a 1800	<500	24	Espino del valle, Guarango, Chonta, Tunas
Templada	1800 a 2600	636	18	Chilca, Cholán
Templada Fría	2600 a 3500	750	12	Pumamaque, Cerote, Mortiño, Mora

Fuente: www.mira.ec
Elaboración: La Autora

1.2.4. POBLACIÓN

La población que conforma el cantón Mira es de raza mestiza, pero cabe recalcar que en la actualidad se ha incrementado en un número considerable personas del país de Colombia.

Cuadro 2 Población del Cantón Mira

PARROQUIAS DEL CANTÓN MIRA	URBANO	RURAL	TOTAL
Concepción		2.807	2.807
Jijón y Caamaño		2.071	2.071
Juan Montalvo		1.308	1.308
Mira (Chontahuasi)	3.096	2.084	5.994

Fuente: INEC
Elaboración: La Autora

Cuadro 3 Promedio de hogares dentro de la Parroquia

Parroquia	Total personas	Total hogares	Promedio Integrantes por familia
Mira (Chontahuasi)	5.994	1.774	4

Fuente: INEC
Elaboración: La autora

Según el censo poblacional realizado por el Instituto de Estadísticas y Censo al año 2010, muestra que el número de habitantes en la parroquia Mira ascendió a 5.994. Detalla también que el promedio de integrantes por familia es de 4 personas, siendo un número de 1.774 hogares.

1.3. ASPECTOS ECONÓMICOS PRODUCTIVOS DE LA PARROQUIA

Básicamente la población de Mira se dedica a la agricultura, entre el principal producto tenemos el fréjol, ya que cada región o lugar suele alimentarse principalmente con los frutos que da la tierra, por esta razón en Mira predominan los granos en la comida diaria, siendo la base de su alimentación casi “vegetariana”.

El producto líder es el fréjol, el mismo que tiene temporadas de oferta y de escasez, lo que hace que los precios sean flotantes afectando significativamente a los ingresos de los agricultores.

Debido al clima agradable y variado el cantón tiene la oportunidad de cultivar: granos de buena calidad (fréjol, arveja, maíz); tubérculos (papas, camote, zanahoria blanca); variados frutos (aguacate, limón, mandarina, naranja, durazno, guayaba, guaba, chirimoya, tomate de árbol) entre otros.

De esta forma la agricultura logra incorporar, en su mayoría, la mano de obra local disponible en el entorno, lo que consolida la estructura productiva cantonal.

Los productos cultivados son vendidos en el mercado del cantón Bolívar y de la ciudad de Ibarra, o, a comerciantes que compran los productos en el lugar de cosecha. La mayoría de los productos agrícolas son destinados al comercio, solo los productos cultivados en huertos son destinados al consumo familiar.

En cuanto a la actividad artesanal dentro de la ciudad es importante destacarlo, puesto que existen artesanos que elaboran productos que muestran la cultura y tradición de la ciudad, como es el Tardón mireño, tejidos en lana de borrego, cerámica, artesanías de barro del grupo GAEN de mascarilla, artesanías de barro en San Juan de Lachas, otros.

La venta de artesanías forma parte del ingreso, de una parte de la población, por lo que es necesario hacer mayor publicidad

1.4. TURISMO

En la actualidad se hace más común el uso del turismo sustentable, puesto que hoy existe concientización con respecto al ambiente natural y cultural.

El Turismo Sustentable defiende los recursos naturales y culturales para que no se vean afectados y sigan perdurando, para en el futuro, las

nuevas generaciones disfruten de ello, al mismo tiempo con la implementación del proyecto se pretende generar beneficios para la sociedad a través de la visita de turistas. Además el turismo sustentable fomenta y gestiona de mejor manera la protección y cuidado de estos recursos.

El turismo es una fuente directa de ingresos, puesto que los turista se inclinan por el conocimiento de nuevas cultura, experiencias dentro de un ambiente natural, y para esto deben asignar recursos económicos tanto para hospedaje, alimentación, transporte, otros.

Dado que el cantón cuenta con 42 lugares turísticos, tanto atractivos turísticos culturales, como atractivos naturales, por tal razón se hace el estudio de la factibilidad o no de la creación de la empresa, pues contará con servicio complementarios, en un ambiente natural, y sobre todo con una accesibilidad adecuada.

1.5. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD

La ciudad cuenta con una variedad de atractivos turísticos muy acogedores e interesantes:

➤ Fiestas más importantes

La Fiesta de la Virgen de la Caridad: el 2 de febrero; Cantonización: 18 de agosto de cada año; San Juan de Lachas: 22 de mayo; San Ignacio de Loyola: 15 de septiembre; La Inmaculada Concepción: 8 de diciembre.

Actividades en las fiestas

Fiestas de la Virgen de la Caridad que se celebra en febrero, el folklore afro ecuatoriano como el baile de la botella al son de las bombas con picarescas coplas donde la bebida es el tardón mireño.

Acarreo de chamiza y achupallas

Cada año desde todas las comunidades del cantón Mira se recolecta chamiza y achupallas secas que son acarreadas por las calles principales y que son llevadas hasta el estadio para ser quemadas y así iluminarse el Novillo de bombas.

➤ **Santuario de la Virgen de La Caridad**

Iglesia de estilo colonial, consta de una sola nave, en cuyo altar mayor se halla la imagen de la Santísima Virgen de La Caridad. Sus principales atractivos es Santa Custodia bañada en oro, la piedra bautismal que data de 1.597, la campana colonial del tiempo del Gobernador Nicolás López.

➤ **Monumento a la Chamiza**

El monumento está ubicado en la entrada norte de la ciudad de Mira y fue levantado en honor a las costumbres y tradiciones de la región.

➤ **Pueblo Viejo de Mira**

Histórico mirador que alojó a la Misión Geodésica Francesa a su llegada a Ecuador durante el siglo XVIII, con la finalidad de realizar la medición del meridiano terrestre, pues los investigadores españoles Jorge Juan de Santacilia y Antonio de Ulloa, encontraron en la “Hacienda Pueblo Viejo”, el lugar ideal para instalar un Observatorio astronómico.

➤ **El Hato de Mira**

Es un lugar de ambiente campestre, con un potencial paisajístico natural y diverso, con lugares dignos de ser visitados. Cuenta con un clima frío y su gente es amable y trabajadora. Entre quebradillas y montañas presentan adornos de exuberante y colorida vegetación.

➤ **Museo Natural de Piedra**

Interesante lugar situado cerca del río blanco, aquí el turista podrá observar bohíos (tumbas indígenas y cerámica Pasto), destacados por sus finos acabados y una excelente realización artística que le ha merecido ser exhibido en varios museos a nivel mundial.

➤ **Actividades que se puede realizar**

Se puede practicar caminatas, pesca deportiva, trekking, turismo religioso, fotografía, educación ambiental, cabalgatas, entre otras.

1.6. DIAGNÓSTICO EXTERNO

Después de haber determinado características del entorno donde se implantará el proyecto, se muestra la información recopilada a través de la aplicación de encuestas por consiguiente determinando indicadores como: Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, que conforman el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto.

1.7. MATRIZ AOR

1.7.1. ALIADOS

- ❖ Innovación y calidad en la prestación del servicio.
- ❖ Población del Cantón Mira.
- ❖ GAD de Mira
- ❖ Turistas nacionales y extranjeros.
- ❖ Espacio físico disponible.
- ❖ Accesibilidad a servicios básicos.
- ❖ Facilidad de financiamiento a través de instituciones financieras.
- ❖ Favorables vías de acceso.

1.7.2. OPONENTES

- ❖ Mano de obra no instruida en el sector turístico.
- ❖ Competencia desleal.
- ❖ Aparición de nuevos competidores a nivel local.
- ❖ Limitada promoción turística.

1.7.3. OPORTUNIDADES

- ❖ Difundir el turismo sustentable en los visitantes.
- ❖ Demanda insatisfecha por la competencia
- ❖ Generación de fuentes de trabajo.
- ❖ Promoción turística de la ciudad.
- ❖ Ampliar los servicios turísticos en la ciudad.

1.7.4. RIESGOS

- ❖ Falta de gestión turística por parte de Gobiernos seccionales.
- ❖ Mínima aceptación por parte de turistas nacionales y extranjeros.
- ❖ Disminución de la demanda turística.
- ❖ Aumento de la inflación.
- ❖ Intempestivos cambios climáticos.

1.8. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

La ciudad de Mira cuenta con hermosos paisajes y variedad de clima, lo que es merecedor de bellezas naturales, y a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros.

También llamada “Balcón de los Andes”, existen varios miradores, desde donde se divisa la Cordillera de los Andes en todo su esplendor, además el Valle de la Hoya del Chota, al sur; El Cerro Iguán al norte y una gama multicolor de praderas y sembríos que rodea la ciudad, bajo un

esplendorosos cielo azul, siendo por sí solos un deleite para la mirada de quienes visitan la ciudad.

EL Cantón de Mira cuenta con un número reducido de empresas turísticas, y dentro de la zona urbano-rural carece de espacios físicos sociales dedicados a la interacción de visitantes y su gente, espacios que pueden generar sano esparcimiento y entretenimiento en un mismo ambiente, donde se pueda desarrollar también múltiples actividades de carácter social, deportivo y recreativo en un ambiente natural.

La ciudad actualmente cuenta con un parque central, canchas de futbol, básquet, casa comunal y otras estructuras que no cuentan con servicios adecuados como seguridad, mantenimiento de infraestructura, aseo y limpieza, área de descanso o contemplación, generando que estos lugares no logren satisfacer a plenitud las necesidades de recreación, esparcimiento, hospedaje, alimentación de turistas y de la población misma.

El uso bien utilizado del tiempo libre en actividades recreativas sea en espacios libres o en espacios cubiertos, constituye una importante vía para alcanzar la salud física y mental de un individuo, lo que eleva su calidad de vida y facilita el desarrollo eficaz de sus obligaciones en la sociedad, por esto es importante la implementación de este tipo de empresas que incrementan los servicios de recreación con una oferta de calidad que multiplique las opciones de esparcimiento de las familias y satisfagan realmente sus expectativas.

Ante esta limitación se ha visto la necesidad de establecer un lugar donde se encuentre servicios complementados; alimentación, hospedaje, espacios de recreación y deporte, esto enfocado en un turismo sustentable, donde la satisfacción de necesidades humanas presentes, no comprometan la satisfacción de necesidades de futuras generaciones. La

creación de esta empresa será un enlace entre visitantes y población mireña enfocada principalmente en un intercambio de conocimientos, tradiciones y costumbres.

En conclusión, la solución ante este problema es necesario plantear un proyecto que permita hacer un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE EN LA PARROQUIA DE MIRA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

PALACIOS, Luis Carlos 2012 Págs. 55 y 66. Menciona;

La empresa es una entidad legal, con un ente productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio.

Las empresas tiene estrategias diferentes para ir siempre un paso delante de la competencia, mientras unas ofrecen sus productos a bajo costo, otras lo hacen a través del mejoramiento del producto, algunas se esmeran en el trato al cliente, otras optan por ampliar la línea de productos, unas se posicionan solo en una parte de la cadena de la industria, ya sea en la producción o en la comercialización, al contrario de otras que se posicionan desde la producción, embalaje y comercialización. Todo tipo de estrategias ayudan a las empresas a establecer clientes fieles, siempre y cuando el producto o servicio ofertado satisfaga eficientemente las necesidades crecientes de los consumidores.

Objetivo

Tomando como referencia el libro de contabilidad general de SARMIENTO Rubén, establece que el objetivo fundamental es el de obtener: utilidad, rentabilidad o ganancia, minimizando sus costos y gastos.

Las empresas de acuerdo a su naturaleza pueden ser de uno o más propietarios, las de un solo propietario se las identifica como negocios individuales, y las de dos o más propietarios se las conoce como sociedades.

Si una empresa se conforma con dos o más personas naturales, que aportan bienes o capital para desarrollar actividades económicas y por ende participar de las utilidades que genera la actividad sin que exista un contrato legalizado, se las conoce como sociedad de Hecho, de acuerdo con lo establecido en el Código Civil.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS de la empresa

- ❖ Tiene derechos y obligaciones regidas por una ley.
- ❖ Es una entidad económica.
- ❖ Tiene una acción mercantil.
- ❖ A través de su administración puede tener pérdidas o ganancias.

2.1.2 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

<http://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/29/1-4-definicion-y-clasificacion-de-empresa/> Detalla:

Existen algunas diferencias significativas entre una empresa y otra, para clasificarlas dependen de los aspectos que tomemos en cuenta, la clasificación que se presenta esta de acuerdo al ámbito en que se desarrolla y su producción”.

✓ **Según la actividad:**

- **Comerciales:** Este tipo de empresas se dedican a la compra venta de productos, sin haber realizado ninguna transformación.

- **Servicio:** Su habilidad se amerita al trabajo humano, principalmente de carácter intangible como atención, información, en muchos casos con apoyo de algún equipo.
- **Producción:** Las actividades se realizan en el sector agrícola, pecuario y acuícola, donde se explota la tierra, la crianza de ganado, y/o vegetales.
- **Artesanal:** Predomina la habilidad manual. Apoyada de alguna máquina y/o equipo obteniendo como resultado un objeto físico.
- **Extracción:** Su actividad es la explotación de recursos naturales. Donde no predomina el esfuerzo humano, (minas, petróleo, pesca.)
- **Fabricación:** Transforma la materia prima en un producto terminado y listo para la venta, la fabricación puede ser artesanal o industrial, con la manipulación de máquinas o equipos, esto de acuerdo a la actividad económica.

✓ **Según la procedencia del capital**

- **Empresa Privada:** Participan con su capital no gubernamentales o entes particulares.
- **Empresa Pública:** Su capital proviene del Estado y no se espera rentabilidad, sino más bien excedentes que serán reinvertidos.
- **Empresa Mixta:** El capital procede tanto del Estado como de particulares.

✓ **Según su Escala**

- **La Microempresa:** Es el ente más pequeño de la escala empresarial, cuyo capital no sobrepasa de los 20.000 dólares, y no tiene más de 10 trabajadores.
- **Artesanía:** Su capital máximo es de 62.500 dólares y no más de 20 trabajadores, esto entre trabajadores y operarios.
- **Pequeña Industria:** Su capital va desde los 350.000 dólares, sin contar el valor del terreno y edificio.

- **Unipersonales:** Posee un capital de 10 salarios básicos unificados siendo 3.180 dólares, rige desde enero del 2010.
 - **Compañía de responsabilidad limitada:** Su capital mínimo es de 5.000 dólares, rige desde enero del 2006.
 - **Compañía Anónima y de Economía Mixta:** Su capital va desde 10.000 dólares, rige desde el 01 de noviembre del 2006.
 - **Compañía Extranjera:** Su capital mínimo es de 30.000 dólares, rige desde el 01 de noviembre del 2006.
- ✓ **Según la forma jurídica:**

➤ **EMPRESAS PRIVADAS**

Según la Ley de Compañías se pueden constituir las siguientes:

- a) **Empresas mercantiles.-** Su constitución es con el fin de realizar actividades de comercio, para esto deben cumplir con ciertos requisitos que contempla el Código de Comercio y la Ley de Compañías, aprobación de la Superintendencia de Compañías, depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria, inscripción en el Registro Mercantil, afiliación a una de las cámaras; obtener el RUC, y patente Municipal.
- b) **Empresas Civiles:** Es necesario realizar un acto civil, en el que intervienen dos o más personas ante el Juez de lo Civil o un Notario Público, para realizar cualquier acto de comercio que no esté prohibido por la Ley.
- c) **Empresas Unipersonales de responsabilidad Limitada:** Son personas jurídicas, conformadas por una persona natural, que no está prohibida por la Ley para ejercer actos de comercio, cuyo capital aportado es 10 salarios mínimos. No realizará actividades bancarias, de seguros, captación de dineros, actividades a que se refieren las Leyes de Mercado de Valores o Instituciones financieras.

- d) **Empresas de hecho:** Su constitución se la realiza sin necesidad de cumplir ninguna solemnidad para su constitución, y sus actividades son de comercio permitidas por la Ley.

➤ **EMPRESAS PÚBLICAS**

“El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales, y el desarrollo correcto de actividades económicas”. Según la Constitución de la República del Ecuador.

La Ley Orgánica de empresas Públicas, publicada en el Registro Oficial, suplemento N° 48 del 16 de octubre del 2009, señala:

Las disposiciones de la presente Ley regulan la constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión, y liquidación de la empresas públicas que no pertenezcan al sector financiero y que actúen en el ámbito internacional, nacional, regional, provincial o local; y establecen los mecanismos de control económico, administrativo, financiero y de gestión que se ejerzan sobre ellas, de acuerdo a lo dispuesto por la Constitución de la República.

En el artículo 5 de la **LOEP**, numeral segundo, expresamente señala, La creación de empresas públicas se hará:

- a) Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la función Ejecutiva;
- b) Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
- c) Mediante escritura pública para las empresas que constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo

cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado.

2.2. ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Los elementos de la empresa pueden ser recursos, que permiten cumplir los objetivos ya establecidos por la empresa, su clasificación se muestra a continuación:

- a) **Recursos Materiales:** Son los bienes tangibles de la empresa (edificio, terreno, maquinaria, entre otros)
- b) **Recursos Técnicos:** Son instrumentos utilizados en la coordinación de otros recursos (sistemas de producción, sistemas en ventas, sistemas en finanzas, otros)
- c) **Recursos Humanos:** Este es uno de los recursos más importante de la empresa, ya que de ellos dependen el total funcionamiento de los demás recursos, y su característica es que son creativos y aportadores de ideas.
- d) **Recursos Financieros:** Son los elementos monetarios con que cuenta la empresa, estos pueden ser propios (aportes de inversionistas, utilidades), ajenos como (préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios, otros)

Cabe señalar que todos los recursos son importantes dentro de la empresa, pues su correcto manejo permitirá cumplir con los objetivos establecidos al inicio de la empresa.

2.3. CONCEPTOS BÁSICOS DEL TURISMO

2.4. TURISMO

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar

de domicilio, donde dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” (Krapf y Hunzinker)

El turismo se sustenta en la puesta de en el valor del patrimonio natural y cultural de países, regiones y destinos. Para su estudio se nutre de múltiples disciplinas como la geografía, economía, ecología e historia.

2.4.1. TURISMO SUSTENTABLE

CORRAL, Víctor 2010. Menciona:

El llamado dilema ambiental enfrenta dos situaciones aparentemente contradictorias: por un lado, las necesidades humanas se expanden al ritmo que crece la población, los deseos por alcanzar niveles de vida dignos y el anhelo de contar con acceso equitativo de agua, casa, comida, empleo. Por el otro existen límites a los recursos naturales que sirven para satisfacer dichas necesidades: esos recursos son, cada vez más escasos, muchos de ellos se han degradado (contaminado) por su utilización no cuidadosa. Por lo tanto, el dilema se manifiesta como un conflicto entre el deseo humano de obtener y consumir más recursos naturales y la necesidad de conservar esos recursos, por tanto se busca una alternativa de solución.

Con esto la sustentabilidad clama por un equilibrio entre lo que es bueno para las personas y sus comunidades -la satisfacción de sus necesidades, con todo lo que esto implica- y lo que es necesario para conservar los recursos naturales y sociales que, como consecuencia, permitirán que los seres humanos del presente y del futuro sobrevivan.

A partir de la conferencia que se dio en Rio de Janeiro en 1992, realizada por las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el desarrollo, a través

de esta cumbre se origina la “Agenda 21” documento firmado por 182 países, en el cual se muestran alternativas que se deben aplicar para asegurar un futuro sostenible.

La aplicación en el sector turístico de la “Agenda 21” fue designada a la OMT (Organización Mundial del Turismo) la cual difunde el concepto de Turismo Sostenible como el que “responde a las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras, protegiendo y agrandando las oportunidades del futuro. Se le presenta como rector de todos los recursos de modo que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas en defensa de la vida” teniendo en cuenta que está diseñada para incrementar la calidad de vida de la comunidad, que prevea experiencias para el visitante y mantiene la conservación del medio ambiente de la cual ambos, tanto comunidad como visitantes, dependen.

Después de 10 años de realizada la Primera Cumbre de la Tierra, se ha elaborado un documento que reúne 10 principios y requisitos para el desarrollo sostenible del turismo en el siglo XXI. “Rio +10: ¿Tarjeta roja para el turismo?”, refiriéndose a la voluntad política de respetar los derechos humanos y obtener un equilibrio de intereses entre el medio ambiente, la economía y la sociedad, minimizando los problemas que ocasiona el turismo sustentable.

Código de Ética de la Organización Mundial de Turismo: Explica:

*En el artículo N° 3, habla sobre **El turismo factor de desarrollo sostenible**: Todos los individuos que se relacionen con la actividad turística tiene el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer de*

forma equitativa las necesidades y aspiraciones de la generaciones presentes y futuras.

Se destaca también que las autoridades regionales, provinciales y locales deben incentivar el desarrollo turístico, con el ahorro de recursos naturales escasos y valiosos, como es el agua, la energía y minimizar la producción de desechos.

El mismo artículo menciona, **El Turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad**; Los recursos turísticos encontrados en los territorios donde se encuentran comunidades, tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

Las actividades turísticas se realizaran en relación al patrimonio artístico, arqueológico y cultural y transmitir a las generaciones futuras.

La actividad turística se la realizara de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como el folklore, y que no conduzca a su empobrecimiento.

❖ **Diez principios para el turismo sustentable encontrados en Rio +10:**

1. Pobreza-desarrollo

El turismo debe propender a minimizar la pobreza; tomando en cuenta la justicia social y medioambiental, al igual que incentivando la participación de la población en los destinos turísticos.

Clima: tráfico-energía

Salir del atasco, evitar la desacomodación horaria y conseguir una movilidad suave para todos.

Es necesaria la concientización de las personas en cuanto al cuidado del medio ambiente, buscar alternativas ecológicas de tráfico y ampliar la red de transporte público. Al mismo tiempo es necesario impartir educación a los turistas de como contribuir al cuidado del ambiente.

2. Tierra: suelo-alimentación

Nuestro lugar de vacaciones es el hogar de ellos.

Para que el desarrollo sostenible se pueda dar debe existir un acceso justo a la tierra y garantizar el derecho de las mismas para las comunidades locales e indígenas, esto con o sin turismo. Hay que cumplir con la Declaración de Derechos Humanos en lo que se refiere a los derechos socioculturales.

Priorizar la conservación de las regiones frágiles montañosas, la tierra y el suelo frente a la construcción de infraestructura turística. Hay que evitar el incremento de turismo sin que se tomen medidas de protección y conservación del medio ambiente.

3. Biodiversidad

El turismo vive de la diversidad de la naturaleza y de los paisajes alterados por el hombre por ello su deber es conservarlos.

Solicitar a los responsables de dictar políticas sobre el turismo para que aseguren el respeto hacia la diversidad biológica, para ello tiene que asegurar la participación de la población local en la definición de los

criterios para la evaluación de la diversidad biológica y de los paisajes modificados por el hombre.

4. Agua

La necesidad del agua es más grande durante un viaje, que cuando se está en casa.

El acceso al agua debe ser equitativo, puesto que es un líquido vital y genera la condición idónea para un desarrollo social justo, al igual que en el turismo.

Motivar a los propietarios de empresas turísticas y políticos emitan medidas de ahorro de agua y evitar desagües. Es urgente que las empresas turísticas se comprometan a implantar una gestión de desagües y la política formalice medios de control.

5. Dignidad humana-equidad de género

Mujeres y niños requieren de protección, por tanto el turismo no será un factor que les pueda afectar negativamente.

6. Participación de la sociedad civil

Toda la población, en especial aquella marginada tienen la oportunidad de participar en las decisiones acerca del turismo y en los beneficios que este genere.

7. Consumo y estilo de vida

El estilo de vida de los turistas en cuanto al viaje y recreación debe adaptarse a los del medio ambiente y al de las personas.

8. Política internacional económica y de comercio

Comercio justo, servicio y producto de calidad a un costo accesible.

9. Política coherente

La voluntad política de respetar los derechos humanos y de obtener un equilibrio de intereses entre el medio ambiente, la economía y la sociedad es indispensable en todos los niveles, para que las próximas generaciones en todas partes puedan vivir con dignidad, gozar de su tiempo libre y viajar.

2.4.2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

<http://turismosostenible5.blogspot.com/2009/09/priscilla.html>, Menciona:

✓ Ecoturismo

El Turismo ecológico posee un enfoque en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto, natural como cultural, que acoge a los viajantes.

✓ Turismo de Aventura

Este tipo de turismo implica la exploración a áreas antiguas, donde el viajero puede esperar lo inesperado, y fomenta las actividades de aventura en la naturaleza.

✓ Turismo Científico

Es el turismo mediante el cual existe el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.

✓ **Agroecoturismo**

El turismo que resulta de la visita a comunidades campesinas y a su ambiente con el fin que el turista disfrute de la naturaleza y cultura, se caracteriza por contar con experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrollado para el beneficio de la comunidad.

✓ **Ictioturismo**

Es la pesca deportiva en la cual el viajero disfruta de la naturaleza viviendo la sensación de capturarla, medirla, pesarla y devolverla nuevamente al agua para evitar la extinción de las especies.

✓ **Turismo de descanso o de sol y playa**

Este turismo se genera en localidades costeras en las que existe playas o lagos en que la mayoría de tiempo el clima es cálido.

✓ **Viajes culturales**

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Una de las principales motivaciones del turismo es conocer la cultura, la historia, las manifestaciones artísticas, la artesanía, la gastronomía y las costumbres de otros pueblos.

✓ **Turismo religioso**

Este turismo se da a través del cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado. Por lo tanto es un turismo relacionado con las creencias.

✓ **Turismo Gastronómico**

La gastronomía es uno de los principales recursos para el turismo en el medio rural, ofrece la oportunidad de experimentar nuevos sabores y experiencias culinarias.

2.5 EL NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL TURISTA

- ❖ Ingresos altos
- ❖ Ingresos medios
- ❖ Ingresos bajos

2.6 EL MOTIVO DEL VIAJE

- ❖ Recreación y esparcimiento
- ❖ Negocios
- ❖ Interés cultural
- ❖ Deporte

2.7 TURISMO EN ECUADOR

“Ecuador se llevó el reconocimiento de ser uno de los lugares más maravillosos del planeta, tanto por la calidez de su gente como por su calidad de vida y sus bellos parajes naturales.”
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-2013-el-mejor-destino-del-mundo-para-retirarse-segun-international-living-y-forbes/>.

Una de las más importantes publicaciones de turismo del mundo “International Living”, desde el 2008 calificó a Ecuador como “el refugio top para retirados”, esto porque Ecuador figura como primero en la lista de 22 mejores destinos del mundo.

2.8 EL CANTÓN MIRA COMO DESTINO TURÍSTICO

El Cantón Mira cuenta con hermosos paisajes y variedad de climas, lo que le hace merecedor, por sus bellezas naturales, a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros. Que son cautivados por los climas variados, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 hasta 3500 metros sobre el nivel del mar, dando lugar a temperaturas altas, medias y bajas. La ciudad de mira posee un agradable clima que promedia los 18°C y una gran variedad de producción agrícola.

El cantón Mira cuenta con lugares naturales y culturales interesantes para visitar entre estos tiene:

Lugares Culturales:

- ❖ Artesanía en Barro Mascarilla
- ❖ Estación Ferroviaria Carchi
- ❖ Finca Integral el Edén
- ❖ Hacienda Pueblo Viejo
- ❖ Hacienda Uyamá Farms
- ❖ Iglesia Virgen de la Caridad

Lugares Naturales:

- Hostería Santuario del Agua
- Hostería Ecológica Paraíso Escondido
- Santuario del Agua
- Varias cascadas: Cascada Lágrima de Ángel, Cascada Negra velo de novia, Cascada del Oso, Cascada Rondador.

Entre los lugares que se destacan a nivel cantonal, y que por sus festividades, cultura, clima, lugares naturales, son motivo de visita por los turistas, son los siguientes:

Fiesta de la Santísima Virgen de la Caridad

Esta fiesta tiene un origen muy antiguo, a través del tiempo se ha mantenido por la fe y amor a nuestra Madre, llamada cariñosamente “**La Chamizudita**” cuya hermosa imagen data desde hace centenares de años.

Valle del Chota

Es un valle de clima cálido y paisajes desérticos que contrarrestan con el resto de la provincia del Carchi. Se caracteriza por sus habitantes de origen africano y por ser cuna de jugadores de la Selección nacional de fútbol del Ecuador. Mantienen sus costumbres ancestrales y su baile nos recuerda a un pedacito de África en el Ecuador.

Parroquia la Concepción

Se caracteriza por ser la comunidad de mayor altitud, brindando varios lugares turísticos. En esta comunidad se encuentran terrazas históricas que fueron utilizadas antiguamente para la producción de cultivos. Se cree que estas fueron usadas por la Cultura Pasto. En este sector se han hecho hallazgos de interesantes petroglifos.

Parroquia Juan Montalvo

Cuenta con una variedad de atractivos turísticos de los cuales se menciona la Piedra de Chugchurrumi conocida como “La Piedra Del Amor”, Complejo Ecológico Cañón del Primer Paso.

Miradores Naturales

Desde varios sitios se pueden observar en forma espectacular diversos paisajes como los que adornan toda la cuenca del Río Mira, poblaciones

vecinas como las de Urcuquí, el Valle de Salinas, el Valle del Chota, el Cerro Cayambe, otros.

2.9 SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN MIRA

Los servicios que se puede encontrar a nivel del cantón Mira son:

2.9.1 SERVICIO DE HOSPEDAJE

Es imprescindible dentro del ámbito turístico, ya que brinda la oportunidad de alojamiento al turista durante el viaje, sin necesidad del ofrecimiento de servicios complementarios, por tal motivo la empresa optará por brindar este servicio.

2.9.2. SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Debido a la variedad de platos típicos de la ciudad se ve la necesidad de contar con este servicio en la empresa. Como un complemento gastronómico, se informará a los turistas sobre el contenido nutricional del plato y sus rasgos culturales en la zona. Explicar que la comida es elaborada de acuerdo a las fechas importantes o festividades locales, con esto llamando la atención del turista.

2.9.3 SERVICIO DE INFORMACIÓN

La empresa contará con información tanto en la web como en trípticos acerca de la cultura y tradiciones de la ciudad, esto a través de la consulta a la comunidad sobre qué aspectos culturales pueden ser expuestos abiertamente a los visitantes, recogiendo información de personas claves de la comunidad, como ancianos o estudiosos de la cultura local.

2.9.4 SERVICIO DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO

Es importante que la empresa turística cuente con un espacio verde donde se pueda acceder a juegos infantiles, canchas deportivas, piscinas, sauna, turco e hidromasaje, con esto atraer a los turistas. La empresa y la comunidad trabajarán conjuntamente para la realización de eventos tales como; festivales, carnavales, concursos deportivos. También se establecerá cual es el patrimonio cultural de la ciudad, para así programar actividades que se puedan ofrecer en el lugar.

2.10 GASTRONOMÍA

http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Ecuador; Menciona:

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar los platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales-costa, sierra, oriente, y región insular- con costumbres y tradiciones diferentes. Los distintos platos típicos y los ingredientes varían en función de estas condiciones naturales.

2.10.1 GASTRONOMÍA TÍPICA DE MIRA

La ciudad cuenta con una gran variedad de tradiciones y costumbres gastronómicas. Entre las cuales tenemos:

- ❖ Fanesca, molo y arroz de leche y dulce en Semana Santa
- ❖ Champuz y variedad de panes de casa (quesadillas, empanadas, mestizos de huevo, borregos y muñecas de pan) en Finados
- ❖ Cuy asado con papas
- ❖ Dulce de zambo
- ❖ Tamales en Año Viejo

- ❖ Buñuelos con miel en Navidad
- ❖ Arepas de camote
- ❖ Choclos con queso
- ❖ Caldo de gallina de campo
- ❖ Ají de piedra
- ❖ Café de chuspa con pan de casa
- ❖ Colada de morocho
- ❖ Choclotanda o humitas
- ❖ Tortilla de tiesto
- ❖ Tardón

2.11. LA CONTABILIDAD

2.11.1. ESTADOS PROFORMA

Los Estados proforma proporcionan información importante para los propietarios de una empresa, permitiéndoles realizar un análisis sobre los resultados obtenidos y hacer una evaluación económica con respecto a la operatividad de la empresa.

➤ Estado de Situación Inicial

BACA, Gabriel (2010), Menciona:

El Estado de Situación Inicial determina anualmente cual se considera que es valor real de la empresa en ese momento. En la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil realizar adecuadamente, sobre todo si se tiene en cuenta los altos índices inflacionarios que cada año padecen los países, lo cual provoca acalorados debates en los círculos contables sobre cuál es

la mejor manera de presentar los balances de fin de año, para que indiquen, en la forma más realista, el valor de la empresa.

Este estado permite mostrar en forma general el comportamiento del patrimonio dentro de la empresa.

➤ **Estado de Resultados**

ZAPATA, Pedro (2008), Explica:

Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenadas las cuentas de rentas, gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir utilidad o pérdidas de una empresa durante un periodo determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia.

Este Estado es un informe que permite identificar los ingresos y gastos en que incurre una empresa, dentro de un periodo determinado, mostrando al final si la empresa obtiene una utilidad o una pérdida.

➤ **Estado de Flujo de Caja**

(Zapata. Pedro, 2012, pág. 389)

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación de inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salidas de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el

dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

➤ **Estado de Evolución del Patrimonio**

“Es preparado al final del periodo, con el propósito de demostrar objetivamente los cambios ocurridos en las partidas patrimoniales el origen de dichas modificaciones y la posición actual del capital contable, mejor conocido como patrimonio.” (Zapata, Pedro, 2012, pág. 330)

2.12 PROCESO ADMINISTRATIVO

“Es el proceso de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración: las etapas del proceso administrativo son: Planeación, Organización, Dirección, y Control.” (Much, Lourdes, 2010, pág. 26)

El proceso administrativo es un conjunto de fases que permite realizar actividades de planeación, organización, dirección y control sobre los recursos humanos y económicos que existen dentro de una empresa, logrando con esto el éxito de todo negocio, optimizando recursos y obteniendo resultados eficientes.

2.13. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

“Es una división ordenada y sistemática de sus unidades de trabajo con base en el objetivo de su creación traduciendo y concretando en estrategias.” (Benjamín, Franklin, 2009, pág. 124)

Es la forma en que los niveles jerárquicos se presentan dentro de la empresa, y dependiendo de esto están encargados de realizar actividades específicas, según su cargo.

2.14. PRINCIPIOS DE UNA ORGANIZACIÓN

“Los principios de una organización son: Misión, Simplificación, Especialización, Jerarquía, Paridad de autoridad y responsabilidad, Unidad de mando, Difusión, Amplitud o tramo de control. De la coordinación y Adecuación.” (Much, Lourdes, 2010, pág. 78)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un aspecto importante del proceso para la implementación del proyecto, ya que permite determinar los componentes del mercado de servicios.

Con el desarrollo de este capítulo se podrá establecer la demanda, oferta, precios, competencia, publicidad, esto relacionado con el servicio turístico; hospedaje, alimentación, recreación y esparcimiento, convivencia directa con la población en la Parroquia de Mira.

Se puede señalar que la ciudad es visitada por turistas internos y externos, mostrándose con mayor frecuencia en fiestas, celebraciones con sus respectivas costumbres y tradiciones o simplemente por encuentros familiares. Un segundo aspecto es que este lugar cuenta con hermosos miradores, praderas y producción agrícola, un clima a 18°, música autóctona y la calidez de la gente mireña.

El estudio de mercado permite determinar la factibilidad sobre la ejecución del proyecto, tomando en cuenta la competencia actual, gustos y preferencias del cliente, demanda insatisfecha, en cuanto a la oferta de servicios turísticos.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de oferta y demanda de servicios turísticos que proponga el proyecto, así como la demanda potencial para la nueva Empresa de Turismo Sustentable en la parroquia de Mira.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar la oferta y demanda del servicio turístico a ofertar en el mercado local.
- ❖ Determinar los recursos turísticos que ofrece la ciudad.
- ❖ Analizar el entorno de los servicios turísticos del cantón.
- ❖ Establecer los motivos por los cuales los visitantes, hacen de su destino turístico la ciudad de Mira.

3.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con el fin de brindar un mejor entendimiento se ha identificado variables con sus respectivos indicadores, siendo los siguientes:

- a) Ubicación estratégica
- b) Oferta y demanda de servicios turísticos
- c) Recursos turísticos
- d) Entorno del servicio turístico
- e) El motivo de viaje.

3.4. INDICADORES

a) Ubicación Estratégica

- ❖ Ubicación

- ❖ Superficie
- ❖ Clima

b) Oferta y Demanda de servicios turísticos.

- ❖ Servicios
- ❖ Calidad
- ❖ Gustos y Preferencia

c) Recursos Turísticos

- ❖ Tipo
- ❖ Características
- ❖ Estructura

d) Entorno del servicio Turístico.

- ❖ Nivel de calidad
- ❖ Competitividad
- ❖ Comercialización

e) Motivo del viaje.

- ❖ Recreación
- ❖ Cultura
- ❖ Celebraciones

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente trabajo de investigación se ha considerado a los turistas y visitantes anuales que arriban al Cantón Mira, que según el

departamento de Turismo del GAD del Cantón Mira, al 2012 son 5.040 de los cuales el 20% son locales, el % 25 nacionales, y el 55% extranjeros.

Cuadro 4 Flujo Turístico

FLUJO TURÍSTICO			
5.040	20%	25%	55%
Locales	1.008		
Nacionales		1.260	
Extranjeros			2.772

Fuente: GAD de Mira
Elaboración: La Autora

Por tratarse de un proyecto económico, productivo y sustentable se hace necesario determinar la población a investigar tanto del sector empresarial turístico, visitantes.

La población a la cual se va a investigar en la realización del presente trabajo será en primer lugar a turistas locales, nacionales y extranjeros, y a empresarios del sector turístico y/o recreación.

3.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la identificar el tamaño de la muestra de la población, que se incluirá para el análisis se ha considerado a los turistas-visitantes al año al cantón Mira, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Q^2 * Z^2}{E^2(N - 1) + Q^2 * Z^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

Z= Nivel de confianza 95% que equivale a 1.96

Q= Probabilidad de que ocurra o no (0,5)

E= Límite de Error muestral 5% lo más recomendable

N-1= Corrección para muestras mayores a 30 unidades.

$$n = \frac{(5.040 * 0,5) * 1,96^2}{0,05^2 * (5.040 - 1) + 0,5 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{4840}{15}$$

$$n = 333$$

Finalizado el cálculo correspondiente nos da como muestra 333 turistas.

En el caso de los lugares que ofertan servicios turísticos en el Cantón Mira, igualmente se aplicará un censo, las encuestas se realizarán a todos los propietarios de estos lugares, siendo 8.

3.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recopilación de la información se realizó tanto a nivel interno como externo, en el aspecto interno tenemos a la propia población y empresarios turísticos, y en el aspecto externo, turistas de nacionales y extranjeros.

3.8. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

1.- ¿Conoce o ha escuchado hablar de la ciudad de Mira?

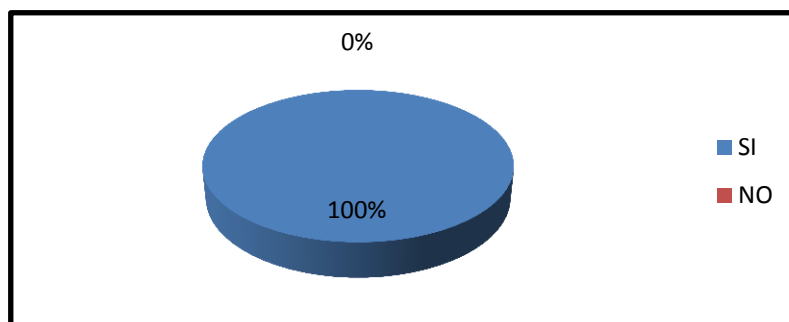
Cuadro 5 Conocimiento acerca de la ciudad de Mira

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	SI	333	100
2	NO	0	0
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Gráfico 1 Conocimiento acerca de la ciudad de Mira



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Análisis

Se muestra que el total de personas encuestadas conocen o han escuchado hablar acerca del Cantón Mira, con esto se concluye que la ciudad no es visitada por un deseo repentino de las personas sino, previo a una planificación del lugar a visitar, un gasto estimado de viaje en el que se incluirá comida, hospedaje y otros gastos, siendo esto un ingreso directo para la ciudad.

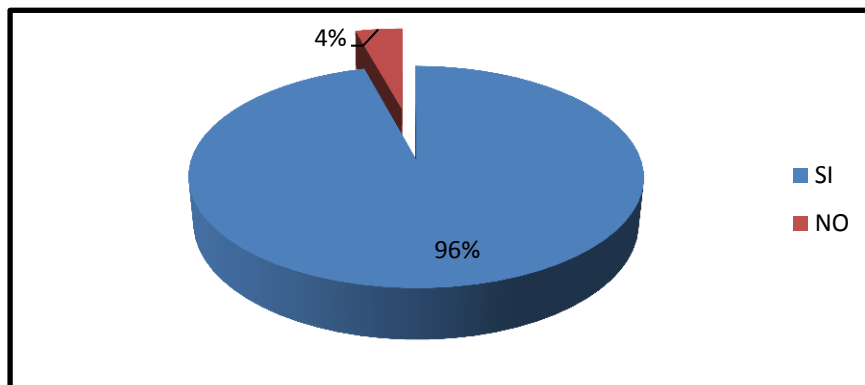
2.- Le gustaría la idea de visitar una Empresa Turística en la Zona urbano-rural de la ciudad.

Cuadro 6 Necesidad de una empresa Turística

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	SI	319	96%
2	NO	14	4%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 2 Necesidad de una empresa Turística



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

El resultado de la encuesta aplicada, da a conocer que la mayoría de visitantes están de acuerdo con la implantación de una empresa turística en la zona urbano-rural de la ciudad, dado que no tendrían que asignar recursos económicos elevados de transporte para arribar a otras ciudades con el deseo aprovechar su tiempo libre de una forma sana y divertida. Sin embargo se identifica una respuesta negativa, esto se debe a que las personas prefieren un lugar aislado de la ciudad donde pasar su tiempo libre.

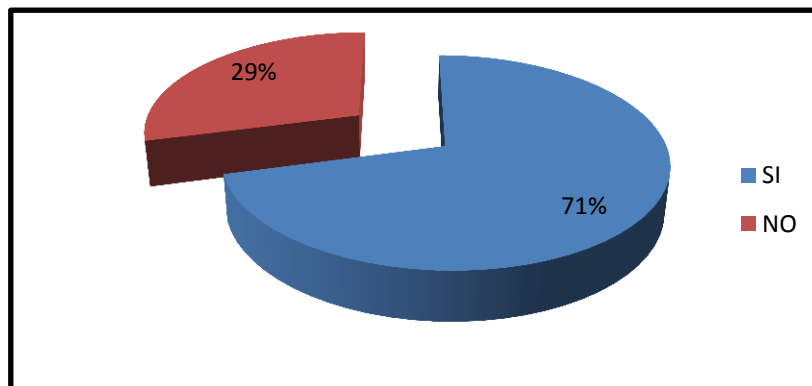
3.- Conoce o ha escuchado conversar sobre las tradiciones y costumbres de la ciudad de Mira.

Cuadro 7 Conocimiento acerca de tradiciones y costumbres mireñas

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	SI	236	71
2	NO	97	29
	TOTAL	333	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 3 Conocimiento acerca de tradiciones y costumbres mireñas



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

De acuerdo a la opinión de los visitantes y destacándose una respuesta positiva, las personas tienen conocimiento de las costumbres y tradiciones, las cuales forman parte del atractivo turístico mireño, esto se concluye debido a la gran afluencia de turistas en fechas importantes, como en la celebración de las fiestas de la Virgen de la Caridad, y demás celebraciones a nivel cantonal.

4.- ¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Mira?

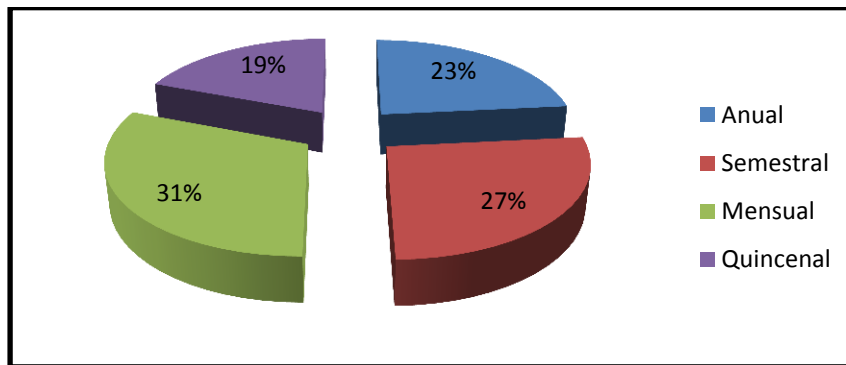
Cuadro 8 Frecuencia de visita a la ciudad de Mira.

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Anual	78	23%
2	Semestral	88	26%
3	Mensual	103	31%
4	Quincenal	64	19%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Gráfico 4 Frecuencia de visita a la ciudad de Mira.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Análisis

En cuanto a la frecuencia con que los visitantes arriban a la ciudad de Mira, se muestra por lo general que lo hacen en forma mensual, esto por cuanto las personas trabajan o estudian en otros lugares, y vuelven a la ciudad a visitar a sus familiares y amigos. Y se presentan turistas que visitan la ciudad en forma semestral y anual, esto debido a la distancia, costo de viaje o trabajo que les impide viajar con mayor frecuencia.

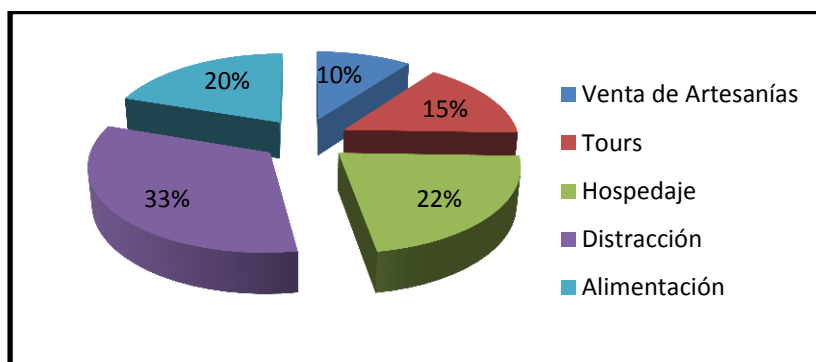
5.- ¿Qué servicio desearía encontrar en una empresa Turística?

Cuadro 9 Servicios deseados en una Empresa Turística

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Venta de Artesanías	34	10%
2	Tours	51	15%
3	Hospedaje	73	22%
4	Distracción	109	33%
5	Alimentación	66	20%
TOTAL		333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaborado por: La Autora

Gráfico 5 Servicios deseados en una Empresa Turística



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Con la información que se ha recolectado se determina aspectos claves con que debería contar una empresa turística, y tratar de satisfacer de la manera más oportuna y eficiente las necesidades de los futuros clientes, como primer aspecto se debe optar por ofrecer el servicio de distracción, seguido de aspectos como; hospedaje, tours, alimentación y venta de artesanías, con esto brindando la oportunidad de encontrar todos estos servicios en un mismo lugar.

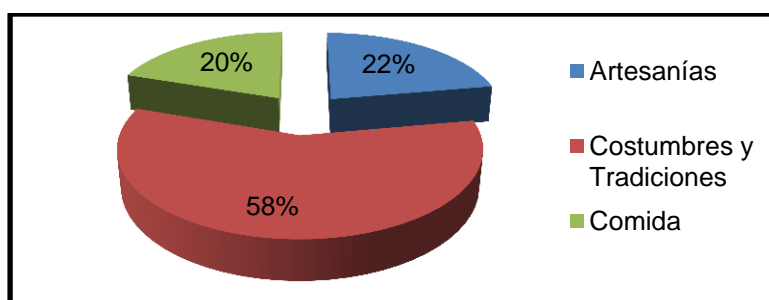
6.- ¿Qué aspectos llaman su atención al encontrarse en otras ciudades?

Cuadro 10 Intereses al encontrarse en otras ciudades.

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Artesanías	74	22%
2	Costumbres y Tradiciones	193	58%
3	Comida	66	20%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 6 Intereses al encontrarse en otras ciudades.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

En el análisis de resultados obtenidos por medio de la tabulación de datos se concluye que la mayor parte de visitantes dirigen su atención e interés hacia las costumbres y tradiciones de la ciudad, entre las cuales se destacan las festividades de la “Virgen de la Caridad”, “Acarreo de chamiza y achupallas” y “El novillo de bombas”, seguido y con una diferencia considerable se aprecian las artesanías, como las máscaras del grupo GAEN de Mascarilla y por último la comida, mencionando que la ciudad carece de un lugar donde se encuentre comida típica del cantón.

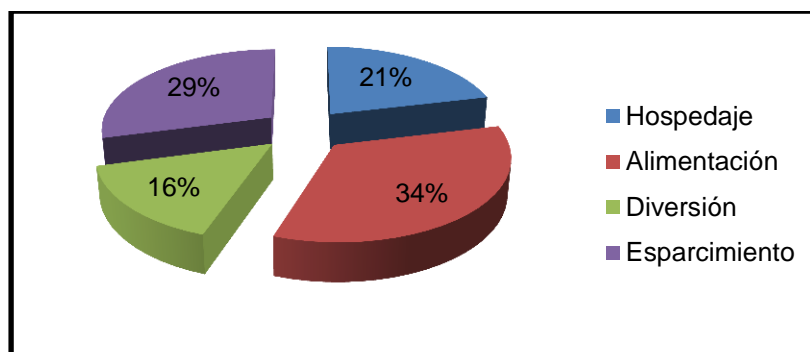
7.- Si tuviera la oportunidad de hacer sugerencias en mejora del servicio que brindan las empresas turísticas de la ciudad, ¿en qué aspectos se enfocaría?

Cuadro 11 Sugerencias en mejora del servicio turístico

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Hospedaje	71	21%
2	Alimentación	113	34%
3	Diversión	52	16%
4	Esparcimiento	97	29%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 7 Sugerencias en mejora del servicio turístico



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

La generalidad de visitantes al momento de emitir una sugerencia en mejora del servicio de las empresas turísticas, se enfocan en el aspecto de la alimentación, esto debido a que carecen de un menú variado, que cuente con platos típicos dependiendo del lugar en que se encuentre la empresa. El hospedaje, esparcimiento y diversión son aspectos que deben mejorarse, tanto en su atención al cliente, y la calidad del servicio.

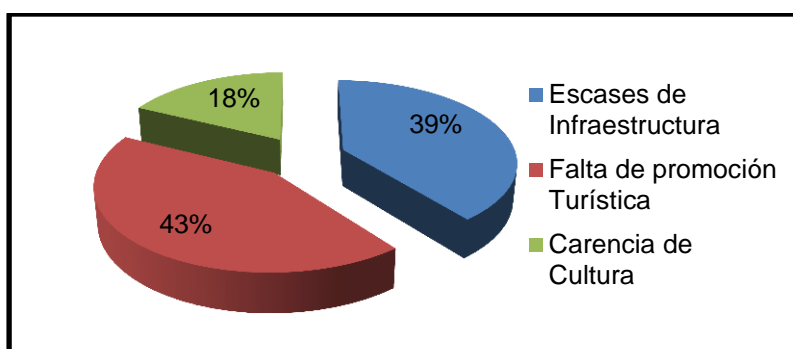
8.- Señale los factores que según usted piensa limitan el desarrollo del turismo en la ciudad.

Cuadro 12 Factores limitantes al desarrollo del Turismo

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Escases de Infraestructura	131	39%
2	Falta de promoción Turística	143	43%
3	Carencia de Cultura	59	18%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 8 Factores limitantes al desarrollo del Turismo



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

A partir de los resultados obtenidos de la investigación se puede determinar que el factor principal que limita el desarrollo del turismo en la ciudad es la falta promoción turística por parte de los propietarios de negocios similares, debido a que no hacen la entrega de ningún documento informativo, donde se muestren las características con que cuenta su negocio, la escases de infraestructura es un factor limitante, puesto que no cuentan con servicios complementarios como hospedaje, sauna, turco e hidromasaje.

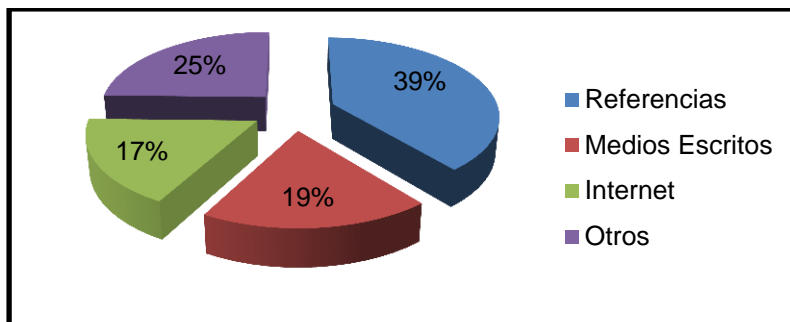
9.- A través de que medio conoce ésta ciudad, sus tradiciones y costumbres.

Cuadro 13 Medios de Información

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Referencias	130	39%
2	Medios Escritos	63	19%
3	Internet	58	17%
4	Otros	82	25%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 9 Medios de Información



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira
Elaboración: La Autora

Análisis

Los visitantes tienen conocimiento de la ciudad, de sus tradiciones y costumbres por medio de referencias, esto a través de comentarios de amigos, familiares o compañeros de trabajo. En otros, podemos detallar que es el conocimiento propio de los visitantes a cerca de la ciudad y que suelen visitarla con frecuencia. Hoy en la actualidad existe las redes sociales que son de gran ayuda para el incremento turístico, y que poco a poco las personas se adentran en este ámbito tecnológico.

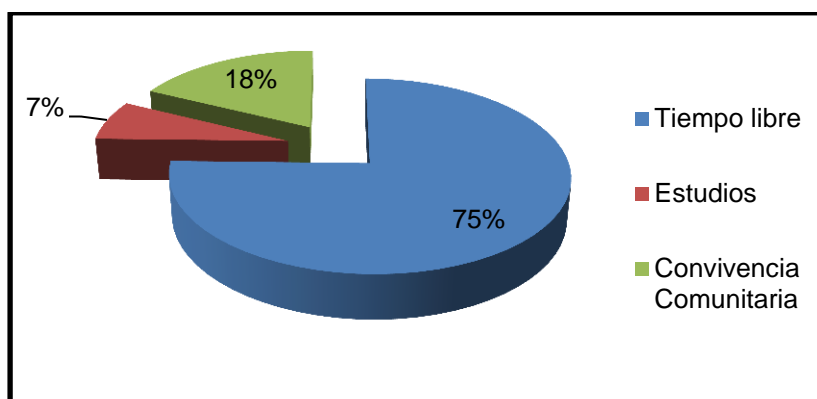
10.- ¿Cuál de estos motivos le incitaron a visitar la ciudad?

Cuadro 14 Motivos por los cuales visitar Mira.

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Tiempo Libre	251	75%
2	Estudios	23	7%
3	Convivencia Comunitaria	59	18%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 10 Motivos por los cuales visitar Mira.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Se puede identificar dentro de los aspectos que incitan a los turistas a visitar la ciudad de Mira, es sin duda el tiempo libre asignado a actividades de recreación y esparcimiento, actividades que en su mayoría son realizadas en compañía de amigos y familiares, por cuanto la ciudad cuenta con una hermosa vista panorámica y espacios verdes interesantes. Como segundo motivo es la convivencia comunitaria, donde turistas y la comunidad se relacionan y comparten experiencias.

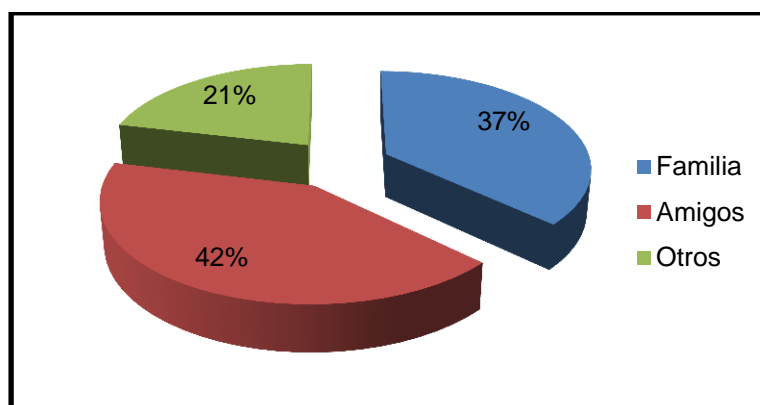
11.- Cuando visita la ciudad, ¿Con quién acostumbra viajar?

Cuadro 15 En compañía de quién visita la ciudad

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Familia	123	37%
2	Amigos	139	42%
3	Otros	71	21%
	TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 11 En compañía de quién visita la ciudad.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas en el Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Se puede apreciar que la mayoría de turistas que emprenden su viaje con destino a esta ciudad son acompañados preferentemente por sus amigos, así sintiendo la libertad de transitar por cualquier lugar, compartir experiencias. Sin embargo hay visitantes que prefieren viajar con su familia, y poder pasar más tiempo con ellos en un lugar acogedor, y con servicios múltiples a su alcance.

3.9. ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS

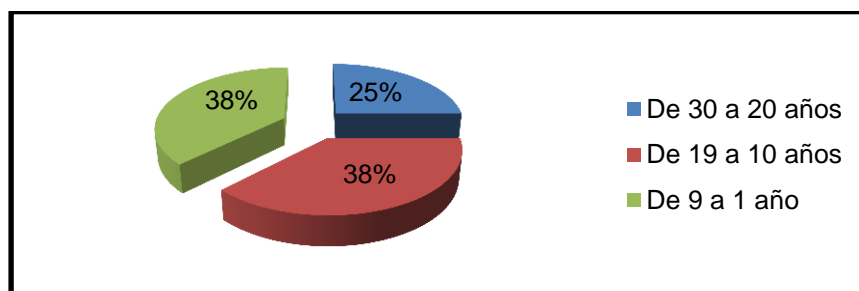
1.- ¿Hace qué tiempo está la empresa dedicada a la actividad turística?

Cuadro 16 Tiempo de duración de la Empresa Turística

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	De 30 a 20 años	2	25%
2	De 19 a 10 años	3	38%
3	De 9 a 1 año	3	38%
	TOTAL	8	100%

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 12 Servicios deseados en una Empresa Turística



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

En estas presentaciones se puede apreciar que las empresas tienen una vida de operación y prestación de servicios turísticos, entre uno y nueve años, tiempo suficiente para iniciar con el mejoramiento del servicio o una expansión. Se muestra también que existen empresas que ya cuentan con experiencia en la prestación de este servicio pero no se ha evidenciado un progreso tanto en el servicio prestado, como en su infraestructura.

2.- El capital con que usted trabaja es:

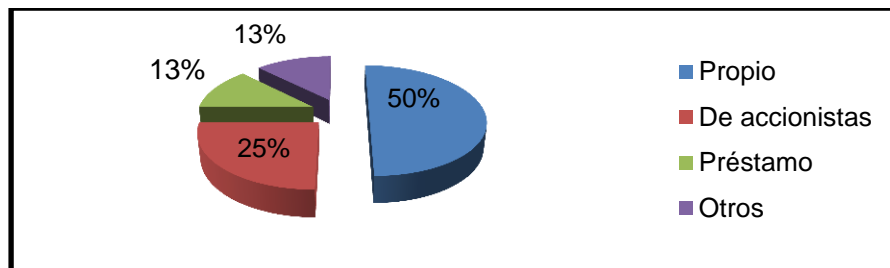
Cuadro 17 Capital de trabajo

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Propio	4	50%
2	De accionistas	2	25%
3	Préstamo	1	13%
4	Otros	1	13%
	TOTAL	8	100%

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Gráfico 13 Capital de trabajo



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Análisis

Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas muestran que las empresas están formadas mayormente por el capital de los propietarios, donde su mayor inversión es el terreno para ofrecer un servicio turístico dentro de un ambiente natural y para la construcción de la infraestructura adecuada, otras empresas están formadas por el aporte económico de socios, que han decidido trabajar conjuntamente y poder brindar un servicio eficiente y de calidad.

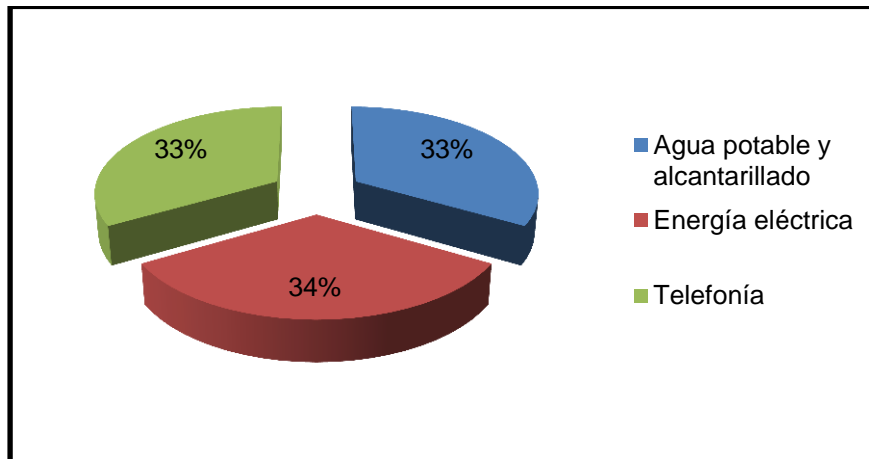
3.- La infraestructura de la empresa cuenta con:

Cuadro 18 Servicios básicos con que cuenta la empresa.

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Agua potable y alcantarillado	8	33
2	Energía eléctrica	8	33
3	Telefonía	8	34
	TOTAL	22	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 14 Servicios básicos con que cuenta la empresa.



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Se observa que las empresas cuentan con los servicios básicos indispensables para la prestación de un servicio eficiente y de calidad contando con agua potable y alcantarillado, energía eléctrica y telefonía, cabe detallar que algunas empresas cuentan con vertientes de agua natural, utilizada para las piscinas.

4.- La difusión de la empresa es:

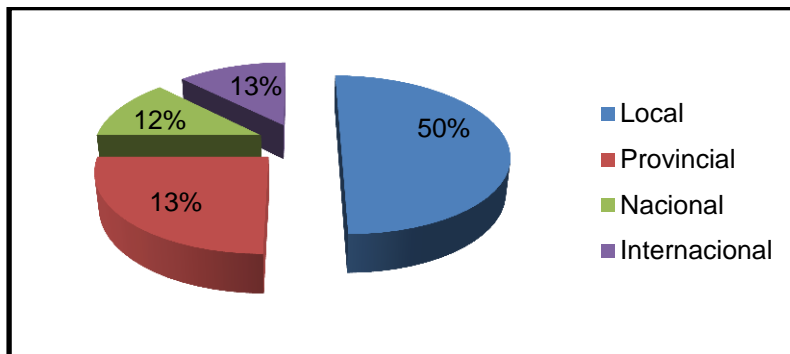
Cuadro 19 Difusión de la Empresa

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Local	4	50
2	Provincial	2	25
3	Nacional	1	13
4	Internacional	1	13
	TOTAL	8	100%

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Gráfico 15 Difusión de la Empresa



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.

Elaboración: La Autora

Análisis

Las empresas que actualmente ofrecen servicios turísticos en su mayoría hacen la difusión de sus servicios y productos a nivel local, pero gracias a la promoción turística que realiza el GAD de Mira, estas empresas son conocidas a nivel nacional e internacional, a través de su página web. Según la opinión de los propietarios no cuentan con estrategias de publicidad por lo que les es difícil promocionarse.

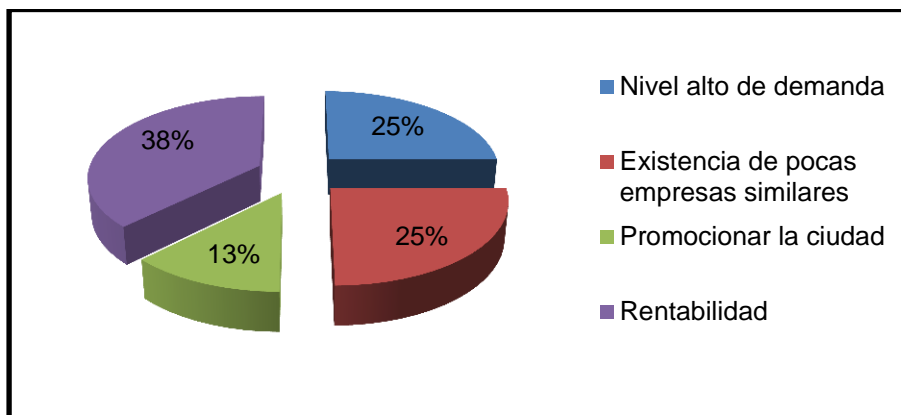
5.- ¿Cuáles fueron los motivos por los que decidió incursionar en esta actividad?

Cuadro 20 Motivos para incursionar en actividades turísticas

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Nivel alto de demanda	2	25%
2	Existencia de pocas empresas similares	2	25%
3	Promocionar la ciudad	1	13%
4	Rentabilidad	3	38%
	TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 16 Motivos para incursionar en actividades turísticas



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Para los empresarios turísticos los motivos por los que decidieron incursionar en esta actividad es la rentabilidad, lo que supone que el nivel de demanda es suficiente como para sustentar los costos y gastos de ofertar tal servicio, aportando a esto la existencia mínima de empresas similares.

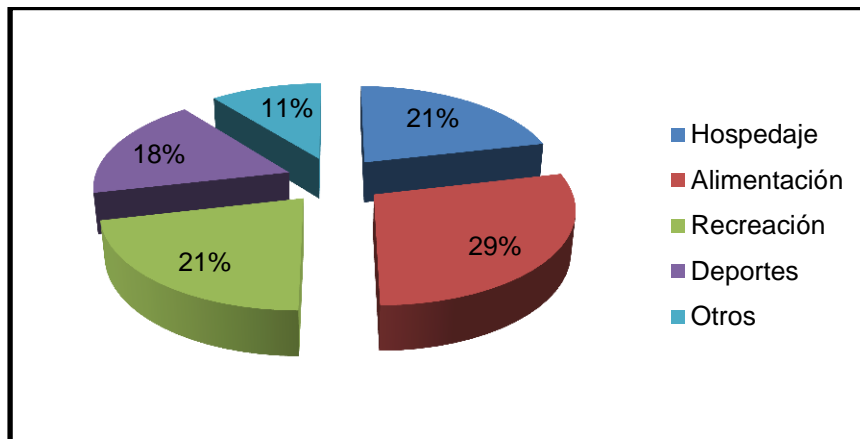
6.- ¿Qué servicios ofrece la empresa turística?

Cuadro 21 Servicios turísticos

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Hospedaje	6	21
2	Alimentación	8	29
3	Recreación	5	21
4	Deportes	5	18
5	Otros	3	11
	TOTAL	28	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 17 Servicios turísticos



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Las empresas actuales cuentan mayormente con el servicio de hospedaje y alimentación, pero no todas cuentan con el servicio de recreación y deportes, por cuanto se hace evidente la necesidad de una empresa que cuente con todos los servicios y, así tratar de satisfacer las necesidades de los turistas.

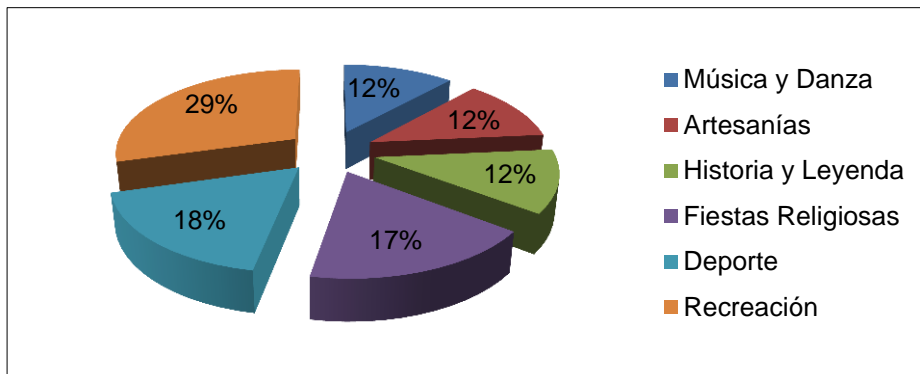
7.- De los aspectos turísticos que tiene la ciudad de Mira, por cuales optan con mayor frecuencia los turistas.

Cuadro 22 Servicios turísticos mayor demandados

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Música y Danza	2	12
2	Artesanías	2	12
3	Historia y Leyenda	2	12
4	Fiestas Religiosas	3	18
5	Deporte	3	18
6	Recreación	5	29
	TOTAL	17	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 18 Servicios turísticos mayor demandados



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Los turistas optan por el servicio de recreación y deporte, esto se debe a que ellos prefieren viajar con sus amigos y pasar momentos agradables, sin embargo las fiestas y artesanías también forman parte del interés de los turistas al visitar la ciudad.

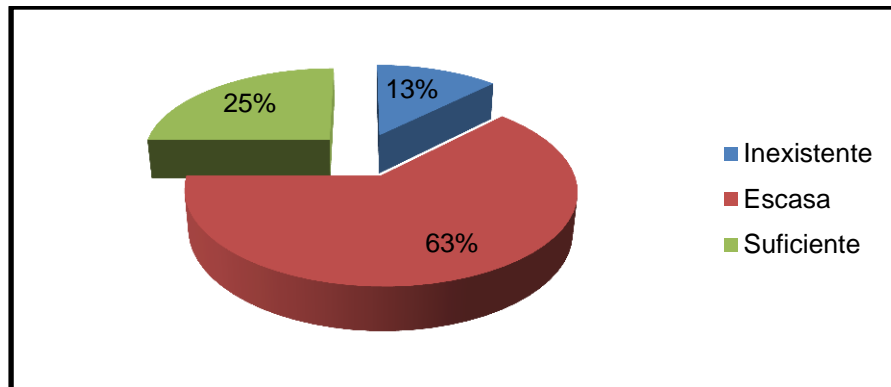
8.- La información que usted ofrece sobre las costumbres y tradiciones de la ciudad es:

Cuadro 23 Promoción de costumbres y tradiciones

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Inexistente	1	13%
2	Escasa	5	63%
3	Suficiente	2	25%
	TOTAL	8	100%

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 19 Promoción de costumbres y tradiciones



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Se puede apreciar que la mayoría de los empresarios mantienen una escasa difusión sobre las costumbres y tradiciones de la ciudad, pues les es indiferente este aspecto, sin embargo al hacerlo estarían incentivando a la llegada más frecuente de turistas tanto a nivel cantonal como a su empresa, con esto aumentando su nivel de ingresos.

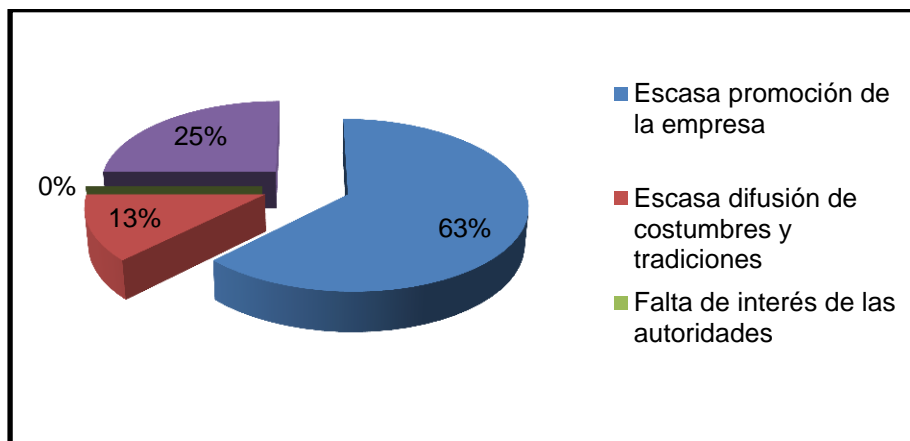
9.- Piensa que la poca afluencia de turistas se deba principalmente a:

Cuadro 24 Reducida afluencia de turistas

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Escasa promoción de la empresa	5	63
2	Escasa difusión de costumbres y tradiciones	1	13
3	Falta de interés de las autoridades	0	0
4	Falta de mantenimiento de atractivos turísticos	2	25
	TOTAL	8	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 20 Reducida afluencia de turistas



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Con la información recolectada se concluye que la poca afluencia de turistas se debe a la limitada promoción de la empresa, tanto de sus servicios, precios y de la ubicación, esto por parte de los propietarios, pero cabe destacar que el GAD de Mira en su página web muestra cada lugar turístico con sus servicios, vías de acceso y precios.

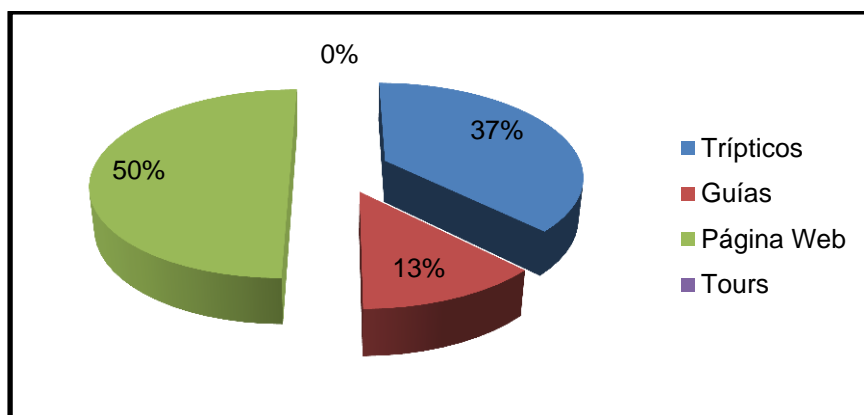
10.- ¿Qué forma piensa usted que sería la mejor herramienta para brindar información acerca de la ciudad y sus atractivos?

Cuadro 25 Medios de promoción turísticos

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Trípticos	3	38
2	Guías	1	13
3	Página Web	4	50
4	Tours	0	0
	TOTAL	8	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 21 Medios de promoción turísticos



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

Por medio de los datos obtenidos se hace referencia que la mejor herramienta para brindar información acerca de la ciudad y sus atractivos es a través de una página web, donde se detallan aspectos importantes de la empresa, tomando en cuenta que la mayoría de las personas se comunican en la actualidad por medio de las redes sociales.

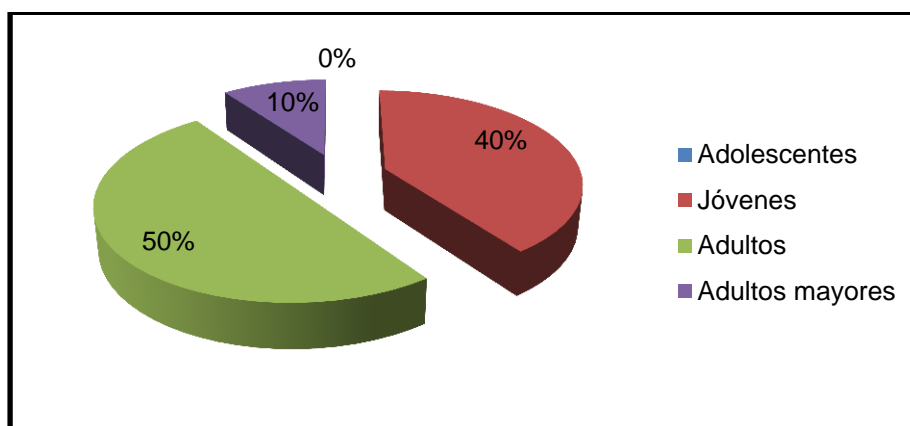
11.- El nivel de demanda más alto, es representado por:

Cuadro 26 Segmentación del mercado turístico

No.	INDICADORES	RESPUESTAS	%
1	Adolescentes	0	0
2	Jóvenes	4	40
3	Adultos	5	50
4	Adultos mayores	1	10
	TOTAL	10	100

Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Gráfico 22 Segmentación del mercado turístico



Fuente: Propietarios de empresas turísticas del Cantón Mira.
Elaboración: La Autora

Análisis

La opinión de la mayoría de empresarios con respecto al nivel de demanda es que está representado por los adultos, personas dependientes capaces de responder por sus gastos y el de su familia, y son quienes formarán parte de nuestra demanda potencial. Los jóvenes también forman parte del flujo turístico, y por ellos se debe establecer estrategias de precios, esto debido a la falta de dependencia económica.

3.10. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.10.1. EMPRESA DE TURISMO SUSTENTABLE.

El principio de toda Empresa de Turismo sustentable es contar con una Misión, Visión y Valores empresariales incluyendo políticas de sostenibilidad, estos deberán ser claros y bien definidos pasando a ser el primer paso para lograr una sostenibilidad. La sostenibilidad de la empresa supone la aplicación de procesos y procedimientos que aseguren la calidad y estabilidad de los servicios.

En cuanto a la administración del personal el primer paso es la capacitación inicial de trabajadores, hasta el desarrollo correcto de sus tareas, creando criterios de sostenibilidad, efectividad y eficiencia.

Este tipo de empresas deben contar con lineamientos como: elaboración de un presupuesto, flujos de caja y análisis y proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo. Esto permite a la empresa conocer sus beneficios y la importancia de aplicar prácticas para la sostenibilidad operacional.

3.10.2. SERVICIO TURÍSTICO

En estos tiempos donde la mayoría de la gente se enfrenta a un sinnúmero de actividades como, el trabajo, estudios, obligaciones con la familia entre otras, con frecuencia recaen en enfermedad que afecta de forma directa a la salud emocional y física del ser humano, llamada “estrés”, para formar parte de la solución a esto el proyecto se enfocará en prestar servicios de recreación a través de piscinas, espacios verdes, canchas deportivas y una alimentación saludable con productos propios del lugar, beneficiándose los agricultores locales.

La empresa de turismo sustentable incluye también aspectos culturales, siendo una atracción más para los visitantes las costumbres y tradiciones de la ciudad, que hoy en la actualidad la conservación de estas actividades es de vital importancia, esto es lo que nos identifica a los ecuatorianos.

La empresa pretende trabajar en el ambiente cultural de forma mancomunada (la empresa y los habitantes del lugar a implementarse la empresa), se trabajará por la conservación y sostenibilidad de aspectos culturales. Fomentando un atractivo que incentive a los turistas a visitar el lugar. Se trabajará decididamente para rescatar y preservar las costumbres, conocimientos, leyes, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y creencias. Con esto lograr el desarrollo del ser humano y de su entorno cultural.

3.11. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A BRINDAR

En cuanto a la gastronomía se debe tener en cuenta las costumbres y celebraciones.

3.11.1. FANESCA, MOLO EN SEMANA SANTA

De acuerdo a la costumbre mireña en Semana Santa, se prepara la fanesca, plato que va acompañado de plátano maduro frito cortado en rodajas, huevo duro cortado en rodajas, bolitas o empanaditas de masa fritas, pedazos de pescado seco cocinado, ají en tiritas y cebolla larga encurtida.

3.11.2. MOLO

Para servir el molo se coloca una hoja de lechuga en el plato, sobre ésta una porción de molo y se adorna con tajadas de huevo, pedazos de queso, trozos de cebolla. El ají de piedra y un cuarto de aguacate.

3.11.3. CHAMPUZ Y VARIEDAD DE PANES DE CASA EN FINADOS.

Dentro de esta variedad de panes en el menú contarán las quesadillas. Empanadas, mestizos de huevo, borregos y muñecas de pan esto acompañado del champuz.

3.11.4. CUY ASADO CON PAPAS

Este plato es muy popular en algunas zonas del cantón, se lo apetece no solo a nivel local sino también, a nivel regional. Por tanto no puede excluirse del menú de la nueva empresa a implantarse. El plato se complementa con papas, tostado, ají de piedra y la bebida a preferencia del cliente.

3.11.5. CHOCLOS CON QUESO

Plato típico de la ciudad, y forma parte del menú a ofrecer la nueva empresa, el plato lleva choclos y queso, sin olvidarse del ají de piedra.

3.11.6. CALDO DE GALLINA DE CAMPO

La mayoría de gente del sector rural de la ciudad mantiene la crianza de estos animales con alimentación orgánica, la empresa opta por ofrecer este plato debido a su sabor inigualable y saludable también.

3.11.7. CAFÉ DE CHUSPA CON PAN DE CASA

Como parte de la alimentación diaria, encontramos el café tanto en la mañana como en la tarde. Por tal razón lo incluimos al menú el café de chuspa con su sabor y olor diferenciado, acompañado de un pan de casa.

3.11.8. CHOCLOTANDA O HUMITAS

En este sector predomina la producción agrícola, el menú estará conformado también por las choclotandas o humitas hechas a base del choclo, a esto se acompañará con una taza de café de chuspa.

3.11.9. TORTILLA DE TIESTO

Para la mayoría de mireños el momento de reunión familiar es el café de la tarde, y que mejor si se lo acompaña con una tortilla de tiesto, formando parte del menú de la empresa a construirse.

3.11.10. BEBIDAS

Dentro del menú de la nueva empresa se ofertará una amplia oferta de bebidas contando con: limonada, jugos, gaseosas, y para eventos sociales y culturales se ofrecerá licores exclusivamente el Tardón mireño.

3.11.11. ÁREAS DE RECREACIÓN

La empresa contará con piscinas de agua temperada y normal, sauna, turco e hidromasaje, canchas deportiva de fútbol y vóley, y espacios verdes de descanso y juegos para niños. Estas áreas servirán para la realización de concursos de juegos tradicionales como, la rayuela, los trompos, saltar la cuerda, los encostalados, entre otros.

3.11.12. HOSPEDAJE

La empresa contará con habitaciones amplias y confortables, para que los clientes se sientan a gusto durante su estancia, sintiéndose descansados y relajados. Durante su estancia podrán admirar las actividades variadas que se dan en épocas festivas de la ciudad como, Las fiestas de la Virgen

de la Caridad y Las fiestas de Cantonización, y otras celebraciones más que se dan a nivel Cantonal.

3.12. DEMANDA

El análisis de la demanda es de vital importancia ya que permite determinar la cantidad y calidad de bienes y servicios turísticos que pueden ser adquiridos a precios variantes del mercado por parte de los consumidores. Al mismo tiempo permite identificar los potenciales clientes que están dispuestos adquirir nuestro servicio.

Tenemos varios factores que afectan la demanda son: rentas o ingresos, los gustos, precios de productos sustitutos, la población.

3.12.1. DEMANDA HISTÓRICA ACTUAL

La determinación de la demanda se la realizó en base a datos estadísticos obtenidos del departamento de Turismo de Mira del año en curso, y el levantamiento de información por parte de la autora del proyecto, estableciendo 5.040 visitantes a la ciudad, de ellos en su mayoría son de edad adulta y jóvenes. Estableciendo que el servicio mayor demandado es el de recreación y esparcimiento, hospedaje y alimentación.

La demanda histórica se la presenta a continuación:

Cuadro 27 Demanda Histórica

Año	Flujo Turístico
2008	4.054
2009	4.370
2010	4.215
2011	4.588
2012	5.040
	22.267

Fuente: Departamento de Turismo del GAD de Mira
Elaborado: La Autora

3.12.2. DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial se la establece a través del resultado de las encuestas aplicadas a turistas, concluyendo que nuestros clientes potenciales son el 96% de turistas de toda edad, de los cuales en su mayoría necesitan de un servicio de calidad en cuanto a esparcimiento y distracción, hospedaje y el servicio de alimentación.

3.12.3. DEMANDA PROYECTADA

La proyección de la demanda es una parte importante dentro del estudio del proyecto, ya que nos permite identificar una estimación de la demanda futura que podría presentarse en los próximos 5 años, para esta estimación se ha utilizado el método de regresión lineal el cual nos permite ajustar la información histórica al comportamiento de la ecuación de la recta, siendo su fórmula $Y = a + bx$ para poder identificar los valores de a y b igualando las ecuaciones de los mínimos cuadrados.

Para el cálculo tomamos datos históricos sobre la demanda.

Cuadro 28 Aplicación del Método de Regresión Lineal

Año	X	Y		X.Y
2008	1	4.054	1	4.054
2009	2	4.370	4	8.740
2010	3	4.215	9	12.645
2011	4	4.588	16	18.352
2012	5	5.040	25	25.200
	$\Sigma X=15$	$\Sigma Y=22.267$		$\Sigma X.Y= 68.991$

Elaboración: La Autora

Luego de obtener los resultados, procedemos a sustituir e igualar en las ecuaciones de los mínimos cuadrados.

En donde a y b son dos cantidades fijas, en donde a es el estimador de a, cuyo valor estimado de la variable Y cuando la variable X=0; b es el estimador de b, está expresado en las mismas unidades de Y por cada unidad de X.

Indica el número de unidades en que varía Y cuando se produce un cambio en una unidad, en X dependiente de la recta de regresión.

$$a = \frac{\Sigma X^2 \cdot \Sigma Y - \Sigma X \cdot \Sigma XY}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Sustituyendo los valores se presenta así;

$$a = \frac{55(22.267) - 15(68.991)}{5(55) - 15^2}$$

$$a = 1.808$$

$$b = \frac{5(68.991) - 15(22.267)}{5(55) - 15^2}$$

$$b = 761$$

Cuadro 29 Proyección de demanda turística

PERIODOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
2013	6.376
2014	7.137
2015	7.899
2016	8.660
2017	9.421

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La Autora

Las proyecciones realizadas en base a los datos históricos, se determina la posibilidad de que exista un nivel importante de turistas dentro de la ciudad, tomamos en cuenta también la investigación realizada en donde se determina que la totalidad de la demanda está de acuerdo con la implementación de la empresa.

3.13. OFERTA

En el estudio de la oferta se realiza un análisis haciendo referencia entre la cantidad de bienes o servicios turísticos ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

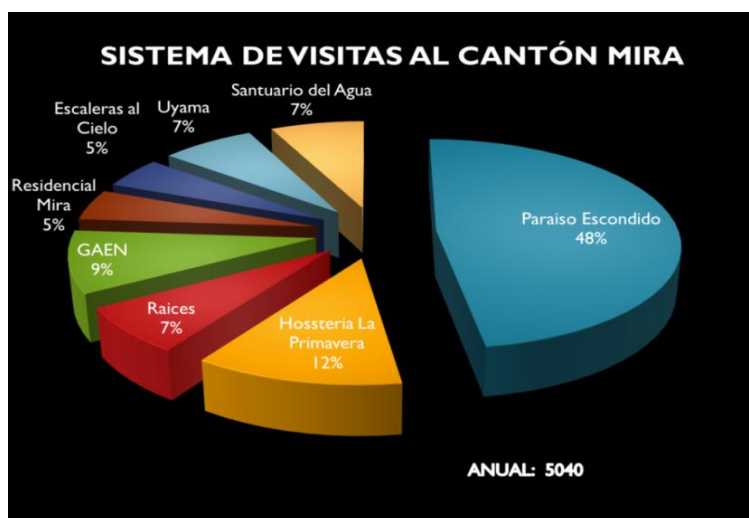
Este estudio nos permite evaluar perspectivas futuras y desarrollar estrategias de marketing requeridas para responder a la demanda de servicios turísticos, logrando un posicionamiento en el mercado turístico.

3.13.1. OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL

Dentro de la oferta de servicios turísticos (recreación, esparcimiento, alimentación, hospedaje, deporte), la ciudad cuenta con 8 lugares. Como resultado de la investigación realizada por parte del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira y la investigación directa, se estima que al mes arriban 420 visitantes y al año 5.040 visitantes, tantos extranjeros, nacionales y locales, dando como resultado que a la semana visitan a nivel de cantón 105 personas.

El porcentaje de visitantes para cada empresa se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 23 Sistema de Visitantes al Cantón Mira



Fuente: Departamento de Turismo del GAD de Mira

3.13.2. OFERTA POTENCIAL

La oferta potencial se la establece a través del resultado obtenido de las encuestas aplicadas a propietarios de empresas turísticas, donde el 47% de ellos destacan que el servicio con mayor demanda es el de recreación y deporte, el 18% detallan que las personas visitan la ciudad por motivos de fiestas tradicionales, por cuanto requerirán de alimentación y

hospedaje, y que el 48% muestra que los turistas optan entre el servicio de venta de artesanías, música y danza, al igual que su interés está dirigido hacia la historia y leyendas de Mira, con esto satisfaciendo a plenitud las necesidades de los clientes. Esta empresa dará lugar al desplazamiento de varios proveedores, al mismo tiempo formará parte e incrementará el mercado contribuyendo a la prestación de servicios de calidad.

3.13.3. OFERTA PROYECTADA

El fin de proyectar la oferta es identificar el comportamiento futuro de la oferta, para este análisis es importante tomar siempre datos reales del pasado y presente. Se realiza la proyección de un año, tomando como base el año 2012, año base para la estimación, con 52 semanas , teniendo una cantidad de 5.460 clientes (105 visitantes*52), se toma este resultado para hacer la proyección, también se ha tomado en cuenta el coeficiente de crecimiento demográfico y crecimiento del flujo turístico siendo 2,96%.

Cuadro 30 Proyección de la Oferta

Año	Oferta Proyectada
2013	5.622
2014	5.788
2015	5.960
2016	6.137
2017	6.318
TOTAL	29.825

Elaboración: La Autora

Se puede apreciar en el cuadro luego de aplicar la tasa de crecimiento, se determina las proyecciones para los años 2013 al 2017.

3.14. DEMANDA INSATISFECHA

La estimación de la demanda insatisfecha permite identificar si existe mercado o si ese mercado no se encuentra satisfecho con el servicio a brindar, se lo establece de la siguiente manera:

Cuadro 31 Demanda Insatisfecha

Año	(a) Oferta	(b)Demanda	(a-b)Demanda Insatisfecha
2013	5622	6.376	-754
2014	5788	7.137	-1.349
2015	5960	7.899	-1.939
2016	6137	8.660	-2.523
2017	6318	9.421	-3.103
TOTAL	29.825	39.493	-9.667

Fuente: Departamento de Turismo del GAD de Mira

Elaboración: La Autora

Como resultado del balance entre la demanda y oferta se ha determinado que existe una demanda insatisfecha para los cinco periodos, mismos en que el proyecto se pondrá en evaluación, de igual forma durante ese tiempo se establecerá estrategias comerciales para lograr satisfacer este tipo de necesidad, así como la introducción de la empresa al mercado y poder ofrecer el servicio deseado hacia los visitantes.

3.15. PRECIOS

El precio es un aspecto importante dentro del estudio del mercado pues es un factor que permite llamar la atención de la demanda potencial de nuestro mercado, para lo que se ha considerado ofrecer servicios turísticos accesibles tanto para visitantes extranjeros como nacionales.

Para la fijación del servicio se tomará en cuenta los precios del mercado actual, claro esto siempre dependerá de la presentación de cada servicio y del costo que implica ofrecerlo.

Cuadro 32 Precio referencial de los servicios en las empresas turísticas

Nombre de la empresa	Hospedaje	Piscina, sauna, turco, hidromasaje	Artesanías	Restaurante
Hostería Paraíso Escondido	40,00	3,00	-	10,00
Hacienda La Primavera	70,00	-	-	10,00
Complejo Eco turístico Uyamá	5,00	2,00	-	10,00
Santuario del Agua	15,00	2,00	-	6,00
GAEN	15,00	0,00	-	9,00
Escalera al Cielo	12,00	0,00	-	6,00
Residencial Mira	10,00	0,00	-	
Raíces	20,00	3,00	5,00	10,00
TOTAL	187,00	10,00	5,00	61,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Se debe recalcar que los precios obtenidos son referenciales, los precios se los determinará en base a los costos totales más un índice de rentabilidad y con referencia a los precios actuales del mercado, esto con el fin de minimizar costos siempre y cuando no se afecte la calidad del servicio y la relación con los precios de la competencia.

3.15.1. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para determinar la rentabilidad del proyecto es importante la fijación de un precio acorde al servicio a ofertar y en relación de los ingresos de los clientes.

Para la fijación del precio se tomará en cuenta la calidad del servicio que ofrecemos, procurando cumplir con los estándares fijados para cumplir plenamente las necesidades de los clientes, el precio pagado por el cliente será en compensación del servicio recibido, mas no en un precio alto sino, en un precio justo.

3.16. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Para dar a conocer el proyecto y el servicio se establecerá y pondrá en práctica políticas de marketing:

- La marca o logotipo que identifique a la región y al mismo tiempo persuada a los clientes, que determine la aceptación del servicio.
- Difundir el proyecto, su infraestructura y servicios por medio de las agencias de turismo de Quito, Ibarra y Tulcán.
- Se formulará acuerdos con las demás empresas similares para formar tours provinciales, logrando con esto dar a conocer el proyecto e incrementar su demanda.
- Durante los meses de mayor afluencia, se entregara afiches promocionales detallando características principales del proyecto a los visitantes, con el fin de plasmar en la mente de los clientes el proyecto en sí.

- Se realizará la colocación de rótulos con el nombre de la empresa, su localización, y los servicios a ofrecer en la vía principal de acceso.
- Para una discusión completa se creará una página web en internet, la cual estará al alcance de miles de usuarios interesados en actividades turísticas.
- Se ofrecerá un servicio de calidad y atención al cliente eficiente.

3.16.1. ESTRATEGIAS DE VENTAS

La venta nos permite llegar a nuestro proyecto con sus servicios al mercado de turistas, en cuanto a tiempo y lugar oportunos.

El servicio se lo prestará directamente al consumidor por lo que no se requiere de intermediarios para la comercialización, ni asumir costos que esto implicaría.

3.16.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Los instrumentos a utilizar en la promoción del proyecto son:

- Se elaborará planes vacacionales o de fin de semana, los cuales constaran de descuentos a visitantes que lleguen en grupos de más de 10 personas.
- Se proporcionará obsequios a turistas hospedados, que identifican a la ciudad o provincia.
- Durante las temporadas de menor afluencia turística se realizará descuentos a grupos de 5 personas, y se incluirá su boleto en rifas para la adquisición de estadía gratis, comida o ingreso gratuito.

- La empresa realizará cuñas radiales, siendo las emisoras más acogidas la Tropicana de la ciudad de Tulcán y La Premier de la ciudad de Ibarra.

3.17. COMPETENCIA

Dentro del estudio de factibilidad del proyecto es indispensable conocer aspectos cuantitativos y cualitativos que afectan la oferta, se debe reunir datos tanto de fuentes primarias como secundarias.

En la actualidad la oferta de servicios turísticos dentro de la ciudad es precaria, dado que en el cantón Mira los 8 lugares que ofertan servicios turísticos, algunos no disponen de alojamiento con estándares necesarios para alojar turismo selectivo, cuatro de ellos cuentan con alojamiento, concluyéndose que son ofertas básicas dirigidas a un mercado de poder adquisitivo bajo. En cuanto a restaurante el servicio es deficiente, pero cabe recalcar que en el aspecto de recreación y esparcimiento si cuentan con lugares naturales destacados y hermosos.

En “Uyamá el Eco de la Montaña” cuenta con un excelente clima, aguas cristalinas subterráneas de vertientes naturales, que corren permanentemente manteniendo siempre agua fresca en su piscina. Además cuenta con un tobogán, cómodas cabañas, laguna, pesca deportiva y servicio de restaurante. La distancia desde mira es de aproximadamente 7km. vía Ibarra y cuenta con una carretera de acceso de 2° orden en buenas condiciones.

En cuanto a la Hostería Ecológica “Cañón del Primer Paso”, está ubicada en el sector de Tulquizán, se encuentra aproximadamente a 30 minutos desde Mira por carretera de primer orden y el acceso se lo hace por carretera de 2° orden en buen estado o por tarabita cruzando el Río Mira.

Cuenta con cabañas ecológicas, piscina con agua pura de vertiente, servicio de restaurante, clima cálido seco, sembríos ecológicos, pesca deportiva, cabalgatas por senderos ecológicos y con un muro de escalada deportiva. Es un destino para los amantes de turismo de aventura.

GAEN, Grupo Artesanal en Mascarilla; tienda Artesanal en donde se exhiben y venden máscaras y objetos de cerámica con motivos afro ecuatorianos, bellamente elaborados por las mujeres del lugar. Además se puede gozar con la cultura de este sector, especialmente con el baile y la música de la bomba.

Hostería Hacienda La Primavera, su categoría es manifestaciones culturales, ubicado en la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño. Su temperatura promedia los 18° Y 19° centígrado. Es un lugar que atrae mucho por su clima húmedo tropical, su vegetación que va desde bosque secundario, árboles y matorrales que contrasta con las montañas de la comunidad de La Primavera, que convierten al lugar en un acogedor lugar para descansar y pasar un momento tranquilo. Se puede llegar por carretera y transporte provincial, que va desde Ibarra al Chical. Las instalaciones de la Hostería se encuentran en buen estado y son: una piscina, cabañas que se encuentran con equipamiento necesario simple, restaurante, cocina a leña, sala de reuniones, mesa de billar, pista de baile, caminatas, cabalgatas, rafting, kayak.

3.18. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Al analizar los resultados de la investigación de campo, se determina que existe un nivel considerable de turistas con la necesidad de adquirir los servicios a ofertar por el proyecto, esto sobre todo porque no existe el servicio de hospedaje, alimentación, sauna turco e hidromasaje, canchas deportivas en un mismo lugar.

- En lo que se refiere a la oferta se ha determinado que la competencia tiene una mínima participación de la población local en actividades culturales o deportivas, por lo cual el nuevo proyecto incluirá la participación de la comunidad en dichas actividades, generando sostenibilidad tanto, para la empresa como para la comunidad.

- La demanda a captar por el proyecto hace referencia a los gustos y preferencias de los clientes hacia los servicios a prestar, así como de sus instalaciones.

- Los precios de los servicios que se presentan en la ciudad como resultado de la investigación, son fijados en base al tipo, calidad y tiempo del servicio.

- Las estrategias comerciales están basadas en las necesidades del turista y sus expectativas identificadas en la investigación de campo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio técnico ayuda a establecer la factibilidad e ingeniería del proyecto es decir, lo necesario para la puesta en marcha del proyecto tanto en su funcionamiento y operatividad.

El estudio técnico permite determinar los aspectos físicos y materiales técnicos que se requiere para la construcción de la empresa, indicando los factores adecuados para el tamaño del proyecto, su localización, equipamiento, distribución del espacio físico e impacto ambiental.

Al momento en que se cuente con los recursos económicos, humanos y materiales que se necesita para la puesta en marcha del proyecto, se realizará la distribución de tareas de forma eficiente que proporcione resultados eficaces.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Una de las decisiones muy importantes que tiene un administrador es la de qué lugar es el adecuado para implementar la empresa. En las empresas de servicios y producción la localización del proyecto es un aspecto decisorio para la determinación de costos fijos y variables, tomando en cuenta aspectos como: impuestos, transportación, salarios, costo de materia prima, entre otros.

El lograr una localización adecuada permite establecer rentabilidad a un costo mínimo, siempre y cuando este costo no influya en la calidad del servicio, esto tomando en cuenta el análisis del estudio de mercado.

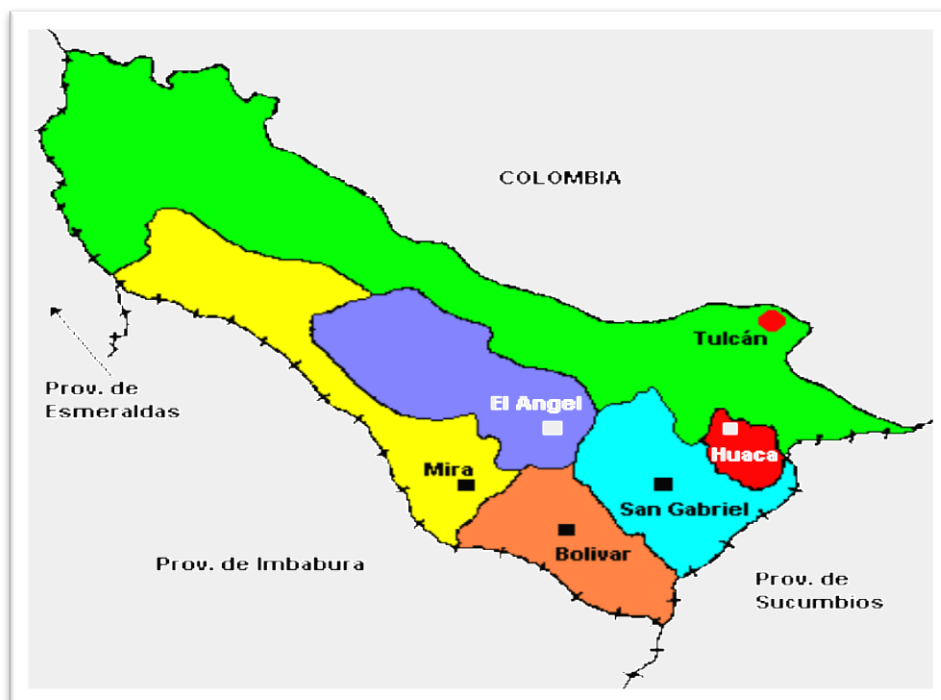
Para el estudio de localización se requiere analizar dos aspectos:

- La macrolocalización (área geográfica general)
- Microlocalización (lugar donde se implementará la empresa)

4.2. MACRO LOCALIZACIÓN

La macrolocalización permite conocer el lugar geográfico en donde se ejecutará el proyecto, para esto se toma en consideración elementos como: la región, provincia, cantón y parroquia, determinando el lugar preciso para la implementación del proyecto.

Gráfico 24 Provincia del Carchi



Fuente: Página web del Banco del Estado

El Cantón Mira se encuentra ubicado en la Provincia del Carchi, la ciudad de Mira es la cabecera cantonal. Este cantón está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi. Sus límites son:

Norte y noroeste con el Cantón Tulcán

Norte y noreste con el Cantón Espejo

Sur y suroeste con la Provincia de Imbabura

Sur y sureste con el Cantón Bolívar

4.3. MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se implementará en el Cantón Mira, Parroquia Mira, siendo el lugar exacto en el barrio “Vista Hermosa”, panamericana norte. El terreno donde se implementará el proyecto cuenta con servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, disponibilidad de mano de obra necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

Las vías de acceso:

- Por el norte usando la vía Tulcán- El Ángel-Mira- Barrio Vista Hermosa.
- Por el sur usando la vía Ibarra- puente de Mascarilla- Mira- Barrio Vista Hermosa.

Gráfico 25 Mapa del Cantón Mira



Fuente: <http://www.carchi.gob.ec>

4.3.1. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La prestación del servicio se lo realizará en la Parroquia de Mira. La extensión del terreno es de $2000m^2$, valorados en 30.000 dólares, cuenta con vías de acceso en perfecto estado, encontrándose junto a la panamericana norte, esto permitirá la fácil visibilidad de la empresa para los turistas.

4.3.2. DISEÑO DE INSTALACIONES

En este aspecto se cuenta con la asesoría de un ingeniero civil, quien a través de su conocimiento expresa sugerencias para la elaboración de los planos y la distribución adecuada de las instalaciones, esto acorde con lo que se requiere, al mismo tiempo nos facilita el plano y costos estimados de la obra.

Cuadro 33 Detalle de la Construcción

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	TAMAÑO M	TOTAL M	COSTO POR M DE CONSTRUC.	TOTAL
Cabañas	10	28	280	250,00	70.000,00
Restaurante y cocina	1	200	200	300,00	60.000,00
Piscinas	2	60	120	300,00	36.000,00
Turco	1	24	24	145,25	3.486,00
Sauna	1	24	24	155,25	3.726,00
Hidromasaje	1	24	24	173,50	4.164,00
Espacios verdes y deporte	1	225	225	55,00	12.375,00
Sala de eventos	1	84	84	125,50	10.542,00
Estacionamiento	1	150	150	29,50	4.425,00
Espejo de agua	1	5	5	112,34	561,70
Complementarios	1	90	90	82,77	7.449,30
TOTAL			1.226		212.729,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

4.3.3. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

Para el adecuado funcionamiento de la empresa y el ofrecimiento de servicio de calidad, se requiere contar con las áreas identificadas en el siguiente plano, que muestra la distribución correcta de las instalaciones requeridas para la implementación del proyecto.

4.3.4. PLANOS

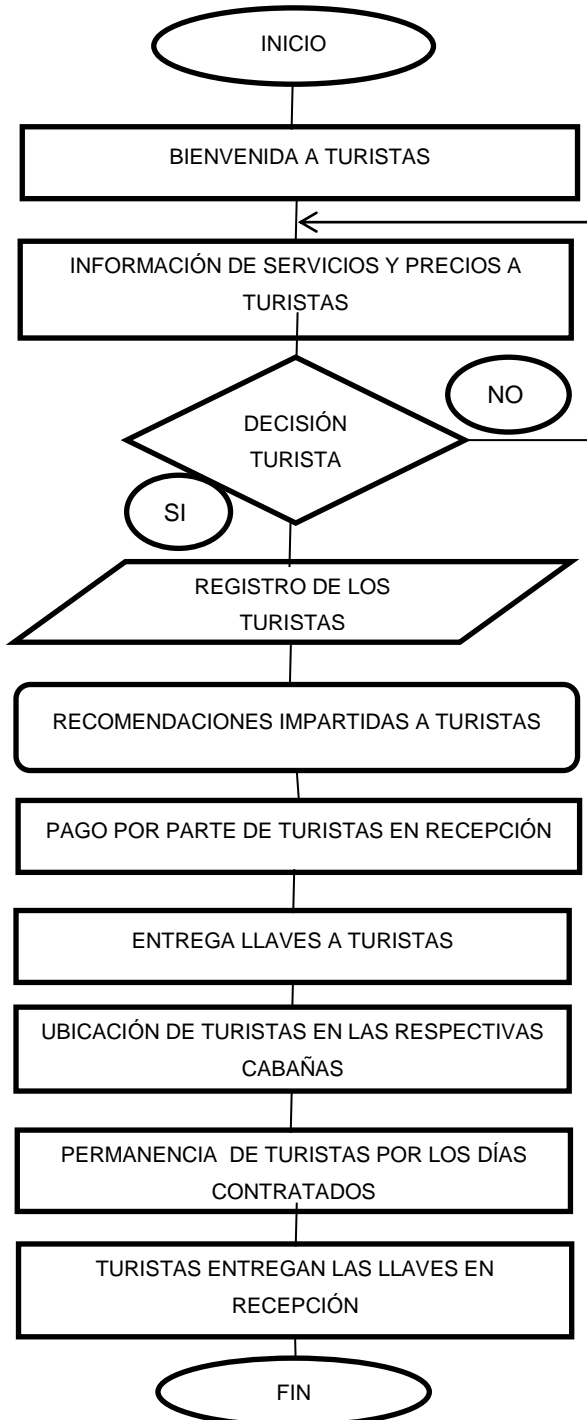
Gráfico 26 Infraestructura de la empresa



Fuente: Ing. Luis Toapanta

4.4. FLUJOGRAMA DE PROCESO

➤ Flujograma del servicio de Hospedaje



NARRATIVA:

Servicio de Hospedaje:

Primeramente se da la bienvenida a los turistas.

Se le facilita la información necesaria acerca de los servicios que oferta la empresa.

Si acepta alojarse, seguidamente se le realizará el registro respectivo en la recepción.

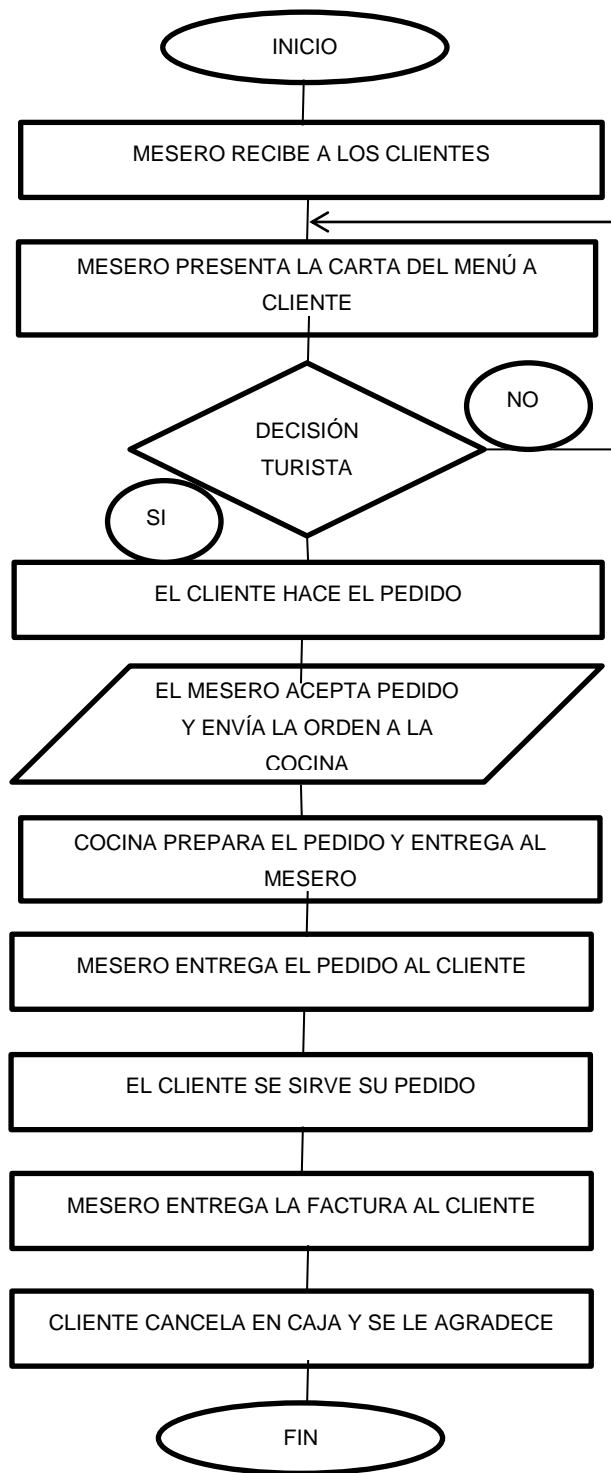
De igual forma se le hará conocer sus derechos y deberes que tiene como turista.

Antes de hacer uso del servicio, deberá realizar el pago en recepción, y recibir su llave.

Una persona guiará al turista a su respectiva cabaña, en donde hará su estancia.

Finalmente entregará la llave en recepción, y se le agradecerá su visita.

➤ Flujograma del servicio del Restaurante



NARRATIVA:

Servicio de Restaurante:

Primeramente se da la bienvenida a los turistas por parte del mesero.

El mesero entregará la carta del menú a los turistas

El cliente se informará porque plato se decide.

De igual forma se le hará conocer al mesero.

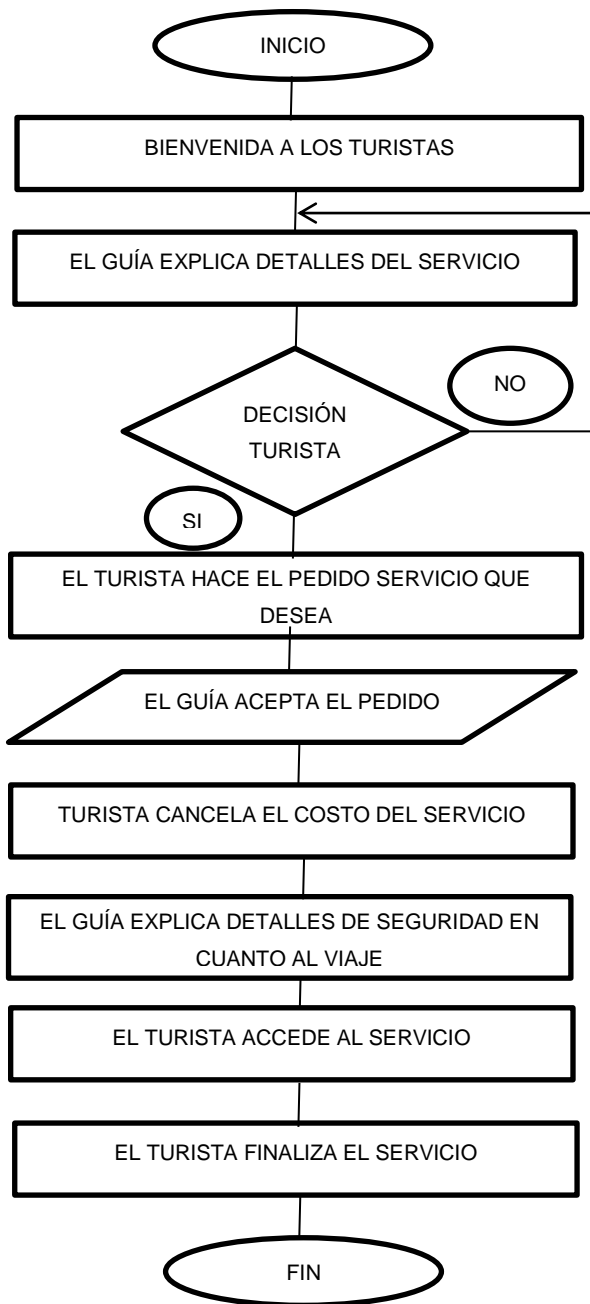
El mesero recibe la orden del cliente, y se dirige a la cocina.

El personal de la cocina se encargará de preparar el pedido del cliente y se lo entregará al mesero, este a su vez lo entregará al cliente.

El mesero entregará la respectiva factura, y el cliente hará el pago en caja.

Finalmente se agradece la visita al turista.

➤ Flujograma del servicio de Tours por el Cantón



NARRATIVA:

Servicio de Tours:

Primeramente se da la bienvenida a los turistas.

El guía es el encargado de realizar las respectivas recomendaciones y detalles del viaje.

El cliente acepta o no el viaje.

El turista escogerá el rumbo del tours que más le interese.

El guía turístico recibe la información y acepta el destino a seguir del turista, con su respectivo pago en caja.

Seguidamente el guía realiza las respectivas explicaciones en que consiste del tour escogido.

El final del tours es el regreso a la empresa.

4.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

A continuación se mostrará en forma resumida el proceso de preparación de los servicios que brindará la empresa de turismo, en las diferentes áreas destinadas para ofrecer el servicio. Se indica que la empresa brindará el servicio de alimentación.

Los procesos de elaboración de la comida se presentan a continuación:

- Las carnes serán adquiridas a pequeños productores, que venden carnes de muy buena calidad, de esta forma se garantiza la calidad de la comida y su sabor natural.
- Las verduras e insumos que se requiera serán comprados a pequeños productores y huertos familiares, logrando obtener un precio justo sin descuidar las propiedades de alimento.
- En el aspecto de condimentos se utilizara principalmente hierbas naturales propias del campo, cultivadas de forma orgánica, disminuyendo el uso de químicos que afecten la salud de los visitantes.
- En el servicio del restaurante se tomará en cuenta la higiene cocción de alimentos, aspecto principal en la calidad del servicio al cliente.
- Las distintas áreas que constan en la empresa, tendrán una ventilación adecuada, iluminación necesaria, esto para el correcto funcionamiento de actividades del personal administrativo, operativo y visitantes.

4.6. INVERSIONES DEL PROYECTO

4.6.1. INVERSIONES FIJAS

Terreno

Para la ejecución de este proyecto se aportará como parte de la inversión un terreno, con una extensión de 2000 m^2 . El costo del terreno en el mercado es de 30.000 dólares, esto de acuerdo a la demanda y ubicación comercial del terreno.

Cuadro 34 Requerimiento de Terreno

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Terreno	2000 m^2	30.000

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La autora

Infraestructura Civil

Son las instalaciones físicas o espacios necesarios en donde se instalará las oficinas y espacios administrativos.

Para establecer su ubicación se hizo necesario los servicios de un arquitecto. Es indispensable mostrar las áreas con que la empresa estará compuesta para con esto identificar los demás requerimientos para cada una, a continuación se indica las instalaciones con que contara la empresa:

- Área de recepción y restaurante que cuente con 1 terraza como mirador
- Bodega
- Cocina
- Área de hospedaje

- Bar
- Baños
- Piscina, turco, sauna e hidromasaje.
- Áreas verdes y deportivas
- Área de estacionamiento

Edificio y Áreas recreativas

Para el funcionamiento de la empresa, se contará con lo siguiente:

1. Cabañas

La empresa contará con 10 cabañas construidas con mampostería con ladrillo visto, y teja vidriada; distribuidas de la siguiente forma: 3 cabañas con tres cuartos de $15m^2$ cada uno, 3 cabañas con 2 cuartos de $15m^2$ cada uno y 4 cabañas individuales de $10m^2$ cada uno. Las cabañas cuentan con servicio telefónico, televisión, baño privado y agua caliente.

2. Piscina, turco y sauna

Las piscinas de $60m^2$ cada una, construidas en muro ciclópeo con cerámica, equipada con sauna, construido con mampostería de ladrillo y forrado con acabado en madera de pino por dentro, similar construcción será para el turco e hidromasaje, en un área de $24m^2$ cada uno, cuyo servicio será de calidad, con seguridad y eficiencia.

3. Áreas verdes y deportivas

El espacio verde será de $225 m^2$, su construcción será en cemento, en donde se podrá encontrar canchas de vóley, fútbol, y juegos infantiles.

4. Área de Restaurante

El Área del restaurante será de 200 m^2 de construcción con mampostería, con ladrillo visto y teja vidriada, ofreciendo desde las primeras horas del día desayunos, a partir de las 11H00 se servirá el menú hasta las 22H00, contemplando los platos típicos de la zona.

5. Bar

La empresa incluirá el servicio de bar, dentro del restaurante. Donde se ofrecerá principalmente el “Tardón”, bebida tradicional del Cantón y elaborada por manos de artesanos mireños.

6. Área de estacionamiento

La empresa contará con un estacionamiento descubierto con un área de 150 m^2 , el cual será vigilado las 24 horas del día para asegurar a los clientes y sus pertenencias.

7. Salón de Eventos

Como un servicio adicional se contará con un salón de eventos que estará a disposición tanto de visitantes como de la ciudadanía, el salón tendrá una capacidad de 200 personas en un área de 84 m^2 . Su horario de atención se fijará según la agenda del cliente.

8. Vehículo

Para los tours por los diferentes lugares turísticos del cantón, será necesaria la adquisición de una furgoneta, de medio uso, pero que cuente la seguridad que se merecen los turistas.

Cuadro 35 Vehículo

Vehículo	Año	Valor
Furgoneta	2012	18.500
TOTAL		18.500

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

9. Muebles y Enseres

El mobiliario vienen a ser los muebles, que serán utilizados para el uso de las múltiples actividades en casas, oficinas, otras. Los muebles facilitan las actividades de las personas que cotidianamente realizan, tales como: dormir, comer, cocinar, descansar, otras.

Cuadro 36 Requerimiento de Mobiliario

Área	Departamento	Concepto	Nº	Valor Unit.	Valor Tot.	
OPERATIVA	Restaurante	Mesas 4 puestos	6	45	270	
		Mesas 6 puesto	6	60	360	
		Sillas	60	15	900	
		SUBTOTAL				1.530
	Bar	Taburete para barra	5	10	50	
		Barra	1	280	280	
		Mesas de Billar	1	430	430	
		Basureros	1	5	5	
		SUBTOTAL				3.825
	Cocina	Alacena	1	300	300	
		Mesas	3	30	90	
		SUBTOTAL				390
			Sofá bipersonal	1	100	100
Sofá tripersonal			1	160	160	
Mesa			1	20	20	
Basureros			1	5	5	
SUBTOTAL				285		
Bodega		Estanterías	1	80	80	
		SUBTOTAL				80
Gerente Administrativo		Escritorio ejecutivo	1	150	150	
		Archivador	1	50	50	
		Sillón ejecutivo	1	110	110	
		Mesa de reuniones	1	235	235	
		Sillas de reuniones	6	15	90	
		Basureros	1	5	5	
		SUBTOTAL				640
Contabilidad		Escritorio	1	150	150	
		Archivador	1	60	60	
		Silla giratoria	1	90	90	
		Basureros	1	10	10	
		SUBTOTAL				310
HOSPEDAJE		Cabañas	Camas	19	60	1.140
			Armarios	19	150	2.850
	Veladores		19	55	1.045	
	Basureros		19	5	95	
	SUBTOTAL				5.130	
TOTAL					12.190	

Fuente: Investigación directa
 Elaborado: La Autora

10. Equipo de Computación

Se realizará la siguiente adquisición en equipo de computación, necesario para la rapidez del trabajo administrativo:

Cuadro 37 Requerimiento de Equipo de Computación

Requerimiento de Equipo de Computación					
Área	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Nº	VALOR UNIT.	VALOR TOT.
OPERATIVA	Recepción	Computador	1	680	680
		Impresora	1	50	50
		SUBTOTAL			
ADMINISTRATIVA	Gerencia	Computador	1	680	680
		Impresora	1	50	50
		SUBTOTAL			
	Contabilidad	Computador	1	680	680
		Impresora	1	50	50
		SUBTOTAL			
TOTAL					2.190

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

11. Equipo de Oficina

Se realizara la siguiente adquisición en cuanto al equipo de oficina, necesario para el desarrollo de actividades del personal y para brindar un servicio completo a los turistas:

Cuadro 38 Requerimiento de equipo de oficina

Área	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Nº	VALOR UNIT.	VALOR TOT.
OPERATIVA	Restaurante	Teléfono	1	25	25
		Televisor	1	800	800
		Minicomponente	1	600	600
		SUBTOTAL			
ADMINISTRATIVA	Gerente	Teléfono	1	25	25
		Papelera	1	15	15
		Grapadora	1	4	4
		Perforadora	1	4	4
		SUBTOTAL			
	Contabilidad	Teléfono	1	25	25
		Papelera	1	15	15
		Perforadora	1	4	4
		Grapadora	1	4	4
		SUBTOTAL			
HOSPEDAJE	Cabañas	Televisiones	10	600	6.000
		Teléfonos	10	25	250
		SUBTOTAL			
TOTAL				7.771	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

12. Requerimiento Maquinaria y Equipo

La tabla a continuación muestra los requerimientos tecnológicos para el funcionamiento de la empresa, mostrando se valor unitario y valor total:

Cuadro 39 Requerimientos de maquinaria y Equipo

Área	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Nº	VALOR UNIT.	VALOR TOT.
OPERATIVA	Cocina	Cocina Industrial	2	230	460
		Congelador	1	900	900
		Nevera	1	700	700
		Licuadaora	2	90	180
		Cafetera	1	80	80
		Cilindros de gas	5	60	300
		Extractor industrial	1	350	350
	SUBTOTAL				2.970
	Restaurante	Nevera	2	700	1.400
		SUBTOTAL			
COMPLEMENTARIA	Hospedaje	Lavadora	1	800	800
		Abrillantadora	1	300	300
		Plancha industrial	1	430	430
		SUBTOTAL			
	Canchas deportivas, espacios verdes y estacionamiento	Podadora	1	150	150
		Carretilla	2	43	86
		Pala	3	10	30
		SUBTOTAL			
TOTAL				6.166	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

13. Menaje

En lo que se refiere al menaje se requerirá, implementos para el restaurante, habitaciones, y otras áreas, artículos adicionales para la correcta prestación del servicio, y acorde a las necesidades de los turistas.

Cuadro 40 Resumen de Menaje y Utilería

MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Juegos de cubierto (100 piezas)	2	100	200
Cristalería (100 piezas)	2	50	100
Implementos de cocina	1	270	270
Bandejas y charoles	20	5	100
Juego de ollas doméstico	2	120	240
Ollas N° 40	3	60	180
Pailas	4	80	320
Vajillas de cocina	2	350	700
Vajilla de restaurante unidades	150	10	1.500
Jarras	7	7	49
Copas	200	3	600
Colchones	20	110	2.200
Juegos de Sábanas	35	20	700
Cobertores	35	30	1.050
Cobijas	35	10	350
Toallas de baño	15	10	150
Toallas de mano	15	5	75
Toallas de pies	15	5	75
Manteles	12	10	120
Cubre manteles	12	10	120
TOTAL			9.099

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

El resumen de la Inversión Fija muestra el valor total de cada inversión y se muestra a continuación:

Cuadro 41 Resumen de la Inversión Fija

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	30.000
Infraestructura	212.729
Vehículo	18.500
Muebles y Enseres	12.190
Equipo de Computación	2.190
Equipo de Oficina	7.771
Maquinaria y Equipo	6.166
Menaje	9.099
TOTAL	298.645

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

4.6.2. INVERSIONES DIFERIDAS

A continuación se identifica todos los gastos necesarios para la investigación de factibilidad, hasta los gastos relacionados con la constitución de la nueva empresa.

Cuadro 42 Gastos de Constitución

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Estudios de Factibilidad	600
Gastos de Constitución	1.550
TOTAL	2.150

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

4.6.3. CAPITAL DE TRABAJO

Se ha realizado un presupuesto para un mes, dinero que se utilizará para dar inicio a las siguientes actividades:

Cuadro 43 Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE OPERACIÓN		4.201,21
Materia Prima	500,00	
Sueldos operativos	2.559,66	
Servicios Básicos	46,00	
Consumo de gas	100,00	
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	540,60	
Reposición de menaje	454,95	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.219,91
Sueldos administrativos	981,81	
Servicios básicos	48,60	
Servicios de comunicación	50,00	
Mantenimiento de equipo de computación	109,50	
Útiles de oficina	30,00	
GASTOS DE VENTAS		100,00
Publicidad	100,00	
SUBTOTAL		
Imprevistos 5%		276,06
TOTAL		5.797,18

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

4.7. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

El talento humano requerido para los distintos departamentos para el funcionamiento adecuado de la empresa es:

Cuadro 44Requerimiento de Talento Humano

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Recepcionista	1
Guía turístico	1
Chef	1
Ayudantes de Cocina	2
Mesero	2
Limpieza	1
Guardia	1
TOTAL	11

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se muestra la información financiera como: inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, mismos que permiten hacer la respectiva evaluación y determinar si el proyecto es factible, cuyos resultados ayudan en la toma de decisiones.

5.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

Con el estudio realizado se ha podido determinar el total de la inversión que es de **306.592,18** dólares, y se muestra a continuación:

Cuadro 45 Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	298.645,00
Activos Diferidos	2.150,00
Capital de trabajo	5.797,18
TOTAL	306.592,18

Elaboración: La Autora

5.2. INGRESOS

Los ingresos son el resultado de la venta de los servicios de la empresa de Turismo Sustentable. A través del estudio de mercado se ha identificado el nivel de preferencia por los servicios, datos tomados para el cálculo de proyecciones de ingresos.

Cuadro 46 Flujo turístico para el proyecto

AÑO	FLUJO TURÍSTICO	HOSPEDAJE	TOURS	RESTAURANTE	VENTA ARTESANÍAS
		55%	15%	20%	10%
1	7.137	3.925	1.071	1.427	714
2	7.899	4.344	1.185	1.580	790
3	8.660	4.763	1.299	1.732	866
4	9.421	5.182	1.413	1.884	942
5	10.183	5.600	1.527	2.037	1.018

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

5.2.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Como se muestra en el cuadro siguiente, se identifica la dinámica del número de turistas para los servicios, con el precio de cada uno, el cual crece en base a la inflación del 2,30%, registrada durante el periodo del 30 de noviembre del 2012 al 30 de noviembre del 2013, según datos del Banco Central del Ecuador.

Cuadro 47 Ingresos por los servicios

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hospedaje					
No. Turistas	3.925	4.344	4.763	5.182	5.600
Precio	21,00	21,48	21,98	22,48	23,00
SUBTOTAL	82.434,77	93.326,53	104.675,70	116.497,57	128.807,87
Tours					
No. Turistas	1.071	1.185	1.299	1.413	1.527
Precio	18,00	18,41	18,84	19,27	19,71
SUBTOTAL	19.270	21.817	24.470	27.233	30.111
Restaurante					
No. Turistas	1.427	1.580	1.732	1.884	2.037
Precio	10,00	10,23	10,47	10,71	10,95
SUBTOTAL	14.274,42	16.160,44	18.125,66	20.172,74	22.304,39
Venta Artesanías					
No. Turistas	714	790	866	942	1.018
Precio	5,00	5,12	5,23	5,35	5,48
SUBTOTAL	3.568,60	4.040,11	4.531,42	5.043,18	5.576,10
Alquiler Salón Eventos	2.300,00	2.352,90	2.352,90	2.352,90	2.352,90
Servicio de piscina, sauna, turco, hidromasaje	4,00	4,09	4,09	4,09	4,09
SUBTOTAL	2.304,00	2.356,99	2.356,99	2.356,99	2.356,99
TOTAL	121.852,26	137.700,66	154.159,42	171.303,68	189.156,28

Elaboración: La Autora.

5.2.2. INGRESOS CONSOLIDADOS

Se detalla seguidamente un resumen de todos los ingresos con que la empresa contará:

Cuadro 48 Ingresos Consolidados

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hospedaje	82.434,77	93.326,53	104.675,70	116.497,57	128.807,87
Tours	19.270	21.817	24.470	27.233	30.111
Restaurante	14.274,42	16.160,44	18.125,66	20.172,74	22.304,39
Venta Artesanías	3.568,60	4.040,11	4.531,42	5.043,18	5.576,10
Alquiler Salón Eventos	2.300,00	2.352,90	2.352,90	2.352,90	2.352,90
Servicio de piscina, sauna, turco, hidromasaje	4,00	4,09	4,09	4,09	4,09
TOTAL	121.852,26	137.700,66	154.159,42	171.303,68	189.156,28

Elaboración: La Autora.

5.3. EGRESOS

Los egresos considerados para la oferta del servicio se detallan a continuación. Estos crecen en base a la tasa de inflación del 2,30% registrado en el año 2013, excepto los sueldos que su incremento será del 9,90%, según la tendencia de crecimiento del año 2012 al 2013, según el Banco Central del Ecuador.

5.3.1. COSTOS OPERATIVOS

Son los costos directos e indirectos relacionados con el funcionamiento de la empresa a partir del periodo operativo. En cada año se justifica el gasto, y se encuentra proyectado para cada uno.

5.3.2. SUELDOS OPERATIVOS

Los sueldos operativos representa el pago al personal que está relacionado directamente con la presentación del servicio como son: Guía turístico, chef, ayudantes de cocina, mesero, camarera y guardia.

Cuadro 49 Sueldos Operativos

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Guía turístico	320,07	351,76	386,58	424,85	466,91
1	Chef	321,5	353,33	388,31	426,75	469,00
1	Ayudantes de Cocina	319,21	350,81	385,54	423,71	465,66
1	Ayudante de Cocina	319,21	350,81	385,54	423,71	465,66
1	Mesero	319,21	350,81	385,54	423,71	465,66
1	Mesero	319,21	350,81	385,54	423,71	465,66
1	Camarera	321,18	352,98	387,92	426,33	468,53
1	Guardia	320,07	351,76	386,58	424,85	466,91
	MENSUAL	2.559,66	2.813,07	3.091,56	3.397,62	3.733,99
	ANUAL	30.715,92	33.756,80	37.098,72	40.771,49	44.807,87

Elaboración: La Autora

5.3.3. PROYECCIÓN DEL COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

Se muestra la proyección tanto del salario, aporte patronal, fondos de reserva, vacaciones y el pago de remuneraciones adicionales.

Cuadro 50 Proyección costo total de mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	34.546,44	37589,98	40901,66	44505,09	48425,99
Aporte Patronal	4197,39	4567,18	4969,55	5407,37	5883,76
Fondos de Reserva	-	3132,50	3408,47	3708,76	4035,50
Vacaciones	1.279,83	3132,50	3408,47	3708,76	4035,50
Décimo Tercero	2559,66	3132,50	3408,47	3708,76	4035,50
Décimo Cuarto	2559,66	3132,50	3408,47	3708,76	4035,50
TOTAL SUELDOS	45.142,98	54.687,16	59.505,10	64.747,50	70.451,75

Elaboración: La Autora

El cuadro anterior muestra las estimaciones en los próximos 5 años, dando como resultado que el gasto del personal Operativo al quinto año es de 70.451,75 dólares.

5.3.4. COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN

Para determinar estos costos se consideran el tipo de servicio a brindar, los mismos que van creciendo a un 2,30% de inflación.

➤ Servicios Básicos

El consumo de agua y energía eléctrica para el área operativa es el siguiente:

Cuadro 51 Costos indirectos /servicios básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	500,00	511,50	523,26	535,30	547,61
Luz	700,00	716,10	732,57	749,42	766,66
TOTAL	1.200,00	1.227,60	1.255,83	1.284,72	1.314,27

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

➤ **Consumo de Gas**

La estimación del consumo de gas por parte del nuevo proyecto se detalla a continuación:

Cuadro 52 Costos indirectos /Consumo de Gas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo Gas	250,00	255,75	261,63	267,65	273,81
TOTAL	250,00	255,75	261,63	267,65	273,81

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

➤ **Mantenimiento Maquinaria y Equipo**

Para lograr que la maquinaria y equipo funcionen correctamente, es necesario asignar un rubro, para el respectivo mantenimiento.

Cuadro 53 Mantenimiento Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	3.225,40	3.299,58	3.375,47	3.453,11	3.532,53
TOTAL	3.225,40	3.299,58	3.375,47	3.453,11	3.532,53

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

➤ **Combustible y Mantenimiento Vehículo.**

El rubro asignado para el mantenimiento y combustible se detalla seguidamente:

Cuadro 54 Mantenimiento Vehículo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y Mantenimiento vehículo	2.000,00	2.046,00	2.093,06	2.141,20	2.190,45
TOTAL	2.000,00	2.046,00	2.093,06	2.141,20	2.190,45

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

➤ **Reposición de Menaje**

En caso de obsolescencia o pérdida del menaje se hace una previsión para su reposición, el porcentaje es el 15% sobre el costo total del mismo.

Cuadro 55 Reposición del Menaje

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de Menaje	1.364,85	1.396,24	1.428,36	1.461,21	1.494,82
TOTAL	1.364,85	1.396,24	1.428,36	1.461,21	1.494,82

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.5. RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS

Se muestra el resumen de los costos dentro del área de área operativa, con sus respectivas proyecciones para cinco años.

Cuadro 56 Resumen de Costos Operativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima del Menú	9.813,66	11.110,30	12.461,39	13.868,76	15.334,27
Sueldos Operacionales	45.142,98	54.687,16	59.505,10	64.747,50	70.451,75
Servicios Básicos	1.200,00	1.227,60	1.255,83	1.284,72	1.314,27
Consumo de Gas	250,00	255,75	261,63	267,65	273,81
Mantenimiento Maq. Y Equipo	3.225,40	3.299,58	3.375,47	3.453,11	3.532,53
Combustible y Mant. Vehículo	2.000,00	2.046,00	2.093,06	2.141,20	2.190,45
Reposición Menaje	1.364,85	1.396,24	1.428,36	1.461,21	1.494,82
TOTAL	62.996,90	74.022,63	80.380,84	87.224,14	94.591,89

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento de la nueva empresa turística son de 62.996,90 dólares, mientras que para el quinto el costo asciende a 94.591,89 dólares.

5.3.6. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Estos gastos están relacionados por el dinero destinado al pago concerniente de la administración de la empresa, estos gastos se proyectan de acuerdo al crecimiento inflacionario, excepto los sueldos administrativos que crecen en un porcentaje del 9,90%.

➤ Sueldos Administrativos

Es el pago destinado al personal de área administrativa, gerente, contadora y recepcionista, y se detalla a continuación:

Cuadro 57 Sueldo Administrativos

No	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	334,86	368,01	404,44	444,48	488,49
1	Contadora	328,12	360,60	396,30	435,54	478,66
1	Recepcionista	318,83	350,39	385,08	423,21	465,10
MENSUAL		981,81	1.079,01	1.185,83	1.303,23	1.432,25
ANUAL		11.781,72	12.948,11	14.229,97	15.638,74	17.186,98

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.7. PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO

La proyección de estos sueldos permite conocer en base a una estimación los sueldos que en el transcurso de cinco años, se pueden presentar dentro del área administrativa

Cuadro 58 Proyección Costo Total del Sueldo Administrativo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	14.025,96	15.261,65	16.606,20	18.069,20	19.661,10
Aporte Patronal	1.704,15	1.854,29	2.017,65	2.195,41	2.388,82
Fondos de Reserva	-	1.271,80	1.383,85	1.505,77	1.638,43
Vacaciones	490,91	1.271,80	1.383,85	1.505,77	1.638,43
Décimo Tercero	981,81	1.271,80	1.383,85	1.505,77	1.638,43
Décimo Cuarto	981,81	1.271,80	1.383,85	1.505,77	1.638,43
TOTAL SUELDOS	18.184,64	22.203,15	24.159,25	26.287,68	28.603,63

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

La proyección de los sueldos administrativos totales que tendrá la empresa después de 5 años es de 28.603,63 dólares.

➤ **Servicios Básicos**

Los gastos por servicios básicos (agua, luz), del área administrativa, se muestran en la siguiente tabla.

Cuadro 59 Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	67,20	68,75	70,33	71,94	73,60
Luz	96,00	98,21	100,47	102,78	105,14
TOTAL	163,20	166,95	170,79	174,72	178,74

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

➤ **Servicios de comunicación**

Son las erogaciones por el pago destinado al servicio de telefonía e internet.

Cuadro 60 Servicios de Comunicación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	180,00	184,14	188,38	192,71	197,14
Internet	240,00	245,52	251,17	256,94	262,85
TOTAL	420,00	429,66	439,54	449,65	459,99

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

➤ Útiles de Oficina

Dentro de los gastos administrativos se detallan los suministros de oficina.

Cuadro 61 Útiles de Oficina

DESCRIPCIÓN	Cant.	Valor. Unit	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Bond (resma)	10	3,50	35,00	35,81	36,63	37,47	38,33
Carpetas Archivadoras	10	2,50	25,00	25,58	26,16	26,76	27,38
Esferos (Caja)	5	5,70	28,50	29,16	29,83	30,51	31,21
Agendas	5	3,78	18,90	19,33	19,78	20,23	20,70
Útiles Varios	1	30,00	30,00	30,69	31,40	32,12	32,86
TOTAL			137,40	140,56	143,79	147,10	150,48

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Los útiles de oficina se presentan para el primer año de operación en 137,40 dólares, y para el quinto año se presenta en 150,48 dólares.

➤ Mantenimiento de Computación

Para el correcto funcionamiento del equipo de cómputo, se destina un rubro para el mantenimiento.

Cuadro 62 Mantenimiento de computación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Equipo Computación.	219,00	224,04	229,19	234,46	239,85
TOTAL	219,00	224,04	229,19	234,46	239,85

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.8. RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro 63 Resumen Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos Administrativos	18.184,64	22.203,15	24.159,25	26.287,68	28.603,63
Servicios Básicos	163,20	166,95	170,79	174,72	178,74
Servicios de Comunicación	420,00	429,66	439,54	449,65	459,99
Mantenimiento Computación	219,00	224,04	229,19	234,46	239,85
Útiles de Oficina	137,40	140,56	143,79	147,10	150,48
TOTAL	19.124,24	23.164,36	25.142,57	27.293,62	29.632,70

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los gastos administrativos ascienden al primer año con 19.124,24 dólares y para el quinto año de funcionamiento de la empresa el gasto es de 29.632,70 dólares.

5.3.9. GASTOS DE VENTAS

Estos gastos se relacionan al dinero destinado para la publicidad de la empresa, realizada para dar a conocer el servicio, gasto que crece de acuerdo a la inflación.

➤ Publicidad

Con el fin de dar a conocer el servicio a brindar la empresa se ha destinado el siguiente recurso detallado a continuación:

Cuadro 64 Publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Página Web	100,00	102,30	104,65	107,06	109,52
Hojas Volantes	100,00	102,30	104,65	107,06	109,52
Radio	150,00	153,45	156,98	160,59	164,28
Prensa Escrita	60,00	61,38	62,79	64,24	65,71
TOTAL	410,00	419,43	429,08	438,95	449,04

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.10. FINANCIAMIENTO

Para la puesta en marcha del proyecta se requiere una inversión que asciende a los 306.592,18 dólares.

Cuadro 65 Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	106.592,18	34,77%
Capital Financiado	200.000,00	65,23%
TOTAL	306.592,18	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El financiamiento a través del capital propio está formado por el aporte de cuatro socios: los tres socios entregarán en efectivo la cantidad de 25.530,73 dólares y el aporte del cuarto socio, que corresponde a la

autora del presente proyecto, pondrá a disposición el terreno para la construcción de la empresa.

Para completar la inversión requerida se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, entidad que estimula la inversión productiva responsable en el sector Turismo del Ecuador, como un sector estratégico priorizado por el gobierno Nacional y esta entidad, dentro de la agenda de transformación productiva, a través de financiamiento a proyectos turísticos que estimulen la generación de empleo, dinamicen las economías locales y mejoren la posición competitiva del colectivo turístico de los destinos.

5.3.11. CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO:

Monto: 200.000 dólares

Años: 10 años

Tasa de interés: 9,35%

Pagos: Anual

Cuadro 66 Amortización Deuda

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MÉTODO: ABONOS CONSTANTES				
CAPITAL	200.000,00	TASA COOPERATIVA	9,35%	
PERIODOS	10	Anual		
TASA	9,35%			
	$A=B+C$	$B=D*i$	$C=K/Peri$	$D=D-C$
PERIODO	CUOTA ANUAL	INTERÉS	ABONO	SALDO FINAL
0				200.000,00
1	38700,00	18.700,00	20.000,00	180.000,00
2	36830,00	16.830,00	20.000,00	160.000,00
3	34960,00	14.960,00	20.000,00	140.000,00
4	33090,00	13.090,00	20.000,00	120.000,00
5	31220,00	11.220,00	20.000,00	100.000,00
6	29350,00	9.350,00	20.000,00	80.000,00
7	27480,00	7.480,00	20.000,00	60.000,00
8	25610,00	5.610,00	20.000,00	40.000,00
9	23740,00	3.740,00	20.000,00	20.000,00
10	21870,00	1.870,00	20.000,00	-

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

➤ **Gastos Financieros**

Los gastos financieros comprenden los intereses por el préstamo de los primeros 5 años, cabe mencionar que el préstamo se lo ha realizado para un periodo de 10 años.

Cuadro 67 Gasto Interés

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	18.700,00	16.830,00	14.960,00	13.090,00	11.220,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.12. DEPRECIACIONES

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos, se establece el porcentaje que establece la ley.

Cuadro 68 Depreciaciones

Activo Fijo depreciable	Costo	Valor Residual	% Deprec. por Ley	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	212.729,00	21.272,90	0,05	9.572,81	9.572,81	9.572,81	9.572,81	9.572,81
Equipo de Computación	2.190,00	219,00	0,33	656,93	656,93	656,93		
Renovación Eq. Compt.	2.000,00	200,00	0,33				599,94	599,94
Equipo de Oficina	7.771,00	777,10	0,10	699,39	699,39	699,39	699,39	699,39
Maquinaria y Equipo	6.166,00	616,60	0,10	554,94	554,94	554,94	554,94	554,94
Muebles y Enseres	12.190,00	1.219,00	0,10	1.097,10	1.097,10	1.097,10	1.097,10	1.097,10
Vehículo	18.500,00	1.850,00	0,20	3.330,00	3.330,00	3.330,00	3.330,00	3.330,00
TOTAL	261.546,00	26.154,60		15.911,17	15.911,17	15.911,17	15.854,18	15.854,18

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.13. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

Para la correspondiente amortización de los activos diferidos se toma para el cálculo el 20% para cada año, según lo establecido en la Ley.

Cuadro 69 Amortización Diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORT. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferido	2.150,00	20%	430	430	430	430	430

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.14. RESUMEN DE EGRESOS

En la tabla siguiente se muestra el resumen de egresos que tendrá la nueva empresa durante su vida útil.

Cuadro 70 Resumen de Egresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos	62.996,90	74.022,63	80.380,84	87.224,14	94.591,89
Gastos Administrativos	19.124,24	23.164,36	25.142,57	27.293,62	29.632,70
Gasto de Ventas	410,00	419,43	429,08	438,95	449,04
Gastos por Depreciación	15.911,17	15.911,17	15.911,17	15.854,18	15.854,18
Gastos por Amortización	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Gastos financieros	18.700,00	16.830,00	14.960,00	13.090,00	11.220,00
TOTAL	117.572,30	130.777,60	137.253,66	144.330,88	152.177,80

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Según la tabla anterior los egresos necesarios para la puesta en marcha y ejecución de actividades y tareas por los respectivos trabajadores, suman en el primer año 117.572,30 dólares, y al quinto año ascienden a 152.177,80.

5.4. ESTADOS FINANCIEROS

Luego de haber determinado las inversiones, ingresos y egresos, se establecen los siguientes balances financieros.

➤ Estado de Situación Inicial

Con este balance podemos conocer la situación de la nueva empresa al iniciar sus actividades económicas, situación reflejada en los activos y pasivos y patrimonio o capital propio.

Cuadro 71 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		5.797,18
ACTIVOS FIJOS		298.645
Terreno	30.000	
Edificio	212.729	
Vehículo	18.500	
Maquinaria y Equipo	6.166	
Muebles y Enseres	12.190	
Equipo de Computación	2.190	
Equipo de Oficina	7.771	
Menaje	9.099	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		
ACTIVOS DIFERIDOS		2.150
Estudio de factibilidad	600	
Gastos de Constitución	1.550	
TOTAL ACTIVO		306.592,18
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		200.000,00
Préstamo por pagar	200.000,00	
TOTAL PASIVO		
PATRIMONIO		
Capital propio	106.592,18	
TOTAL PATRIMONIO		106.592,18
TOTAL PATRIMONIO + PASIVO		306.592,18

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

5.4.1. ESTADO DE RESULTADOS

Este estado financiero muestra la posición en que se encuentra la nueva empresa, mostrando las proyecciones de los ingresos, costos, los diferentes gastos en que incurrirá la empresa y los impuestos.

Cuadro 72 Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	121.852,26	137.700,66	154.159,42	171.303,68	189.156,28
(-) Costos Operativos	62.996,90	74.022,63	80.380,84	87.224,14	94.591,89
Utilidad Bruta	58.855,36	63.678,03	73.778,58	84.079,55	94.564,39
(-) Gastos Administrativos	19.124,24	23.164,36	25.142,57	27.293,62	29.632,70
(-) Gasto Ventas	410,00	419,43	429,08	438,95	449,04
(-) Gastos por Depreciación	15.911,17	15.911,17	15.911,17	15.854,18	15.854,18
(-) Gastos Diferidos	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Utilidad Operativa	22.979,96	23.753,06	31.865,76	40.062,81	48.198,48
(-) Gastos Financieros	18.700,00	16.830,00	14.960,00	13.090,00	11.220,00
Utilidad Neta antes del 15% Participación de Trabajadores	4.279,96	6.923,06	16.905,76	26.972,81	36.978,48
(-) 15% Participación Trabajadores	641,99	1.038,46	2.535,86	4.045,92	5.546,77
Utilidad antes de Impuestos	3.637,96	5.884,60	14.369,90	22.926,89	31.431,71
(-) 22% Impuesto a la Renta	800,35	1.294,61	3.161,38	5.043,92	6.914,98
Utilidad Neta	2.837,61	4.589,99	11.208,52	17.882,97	24.516,73

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Para el primer año como resultado de la actividad económica la utilidad neta proyectada es de 2.837,61 dólares, mientras que en el quinto año es de 24.516,73 dólares.

5.4.2. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de efectivo que efectuará la empresa.

Cuadro 73 Estado de Flujo de Efectivo

AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		121.852,26	137.700,66	154.159,42	171.303,68	189.156,28
Costos Operativos		(62.996,90)	(74.022,63)	(80.380,84)	(87.224,14)	(94.591,89)
Gastos Administrativos		(18184,64)	(22203,15)	(24159,25)	(26287,68)	(28603,63)
Gasto en Ventas		(410,00)	(419,43)	(429,08)	(438,95)	(449,04)
Interés Préstamo		(18700,00)	(16.830,00)	(14.960,00)	(13.090,00)	(11.220,00)
Depreciación		15911,17	15911,17	15911,17	15854,18	15854,18
Activos Diferidos		(430,00)	(430,00)	(430,00)	(430,00)	(430,00)
Utilidad antes de Impuestos		37.041,89	114.578,68	130.951,34	147.780,18	165.186,83
Impuesto		(800,35)	(1.294,61)	(3.161,38)	(5.043,92)	(6.914,98)
Participación trabajadores		(641,99)	(1.038,46)	(2.535,86)	(4.045,92)	(6.914,98)
UTILIDAD NETA		35.599,55	112.245,61	125.254,10	138.690,34	151.356,88
Inversión Inicial	(300.795,00)					
Capital de Trabajo	(5.797,18)					
Amortización Deuda		(20.000,00)	(20.000,00)	(20.000,00)	(20.000,00)	(20.000,00)
Valor de Desecho						10.253,25
FLUJO DE CAJA	(306.592,18)	15.599,55	92.245,61	105.254,10	118.690,34	141.610,13

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

El flujo de caja para el primer año es 15.599,55 de dólares, y en el quinto año es de 141.610,13 dólares.

5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es indispensable dentro de la presente investigación, ya que nos permite estimar los beneficios proporcionados con la creación de la nueva empresa, dentro de los evaluadores tenemos: TIR, VAN, PRI y el Costo-Beneficio:

5.5.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.

Para determinar el costo de oportunidad, se establece la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, de acuerdo a las estadísticas del Banco Central la tasa pasiva se encuentra en 4,53% y la tasa activa está en 8,17%.

En el siguiente cuadro se muestra la tasa de rendimiento medio:

Cuadro 74 Inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	106.592,18	34,77	4,53	157
Capital Financiado	200.000,00	65,23%	8,17	533
TOTAL	305.592,18	100	12,70	690,45

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

El valor ponderado es de $(690/100) = 6,90\%$

Se aplica la siguiente fórmula para determinar la tasa de Rendimiento Medio:

Cuadro 75Tasa de Rendimiento Medio

(Ck) Valor Ponderad	6,90%
(If) Inflación	4,60%
TRM	$=((1+CK)*(1+If)-1)$
TRM	0,093632931
TRM	9,36%

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Se determina una tasa de rendimiento medio de 9,36%, con esto se muestra que el proyecto tendrá un 9% de rentabilidad.

5.5.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este evaluador financiero nos muestra los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente, con el factor de descuento de 9,36%, aplicando la siguiente fórmula.

Cuadro 76 Valor Actual Neto (VAN)

Año	Inversión Inicial	Entradas de Efectivo	Factor de Descuento 9,36%	Entradas Actuales
0	(306.592,18)			(306.592,18)
1		15.599,55	1,09360	14.264,40
2		92.245,61	1,19596	77.130,95
3		105.254,10	1,30790	80.475,47
4		118.690,34	1,43032	82.981,52
5		141.610,13	1,56420	90.531,94
TOTAL				38.792,10

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN = 38.792,10

Se determina que el VAN es de 38.792,10 por tanto el proyecto es factible.

5.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno, junto con el VAN, ayuda a tomar decisiones acertadas dentro de la puesta en marcha del proyecto. Por tanto este evaluador permite conocer la rentabilidad del proyecto en términos de porcentaje, que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

Cuadro 77 Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	Entradas en Efectivo	Factor 9,36%	Entradas Actualizadas	Factor 13,23%	Entradas Actualizadas
0	(306.592,18)		(306.592,18)		(306.592,18)
1	15.599,55	1,09	14.264,40	1,13	13.776,87
2	92.245,61	1,20	77.130,95	1,28	71.948,65
3	105.254,10	1,31	80.475,47	1,45	72.502,75
4	118.690,34	1,43	82.981,52	1,64	72.205,35
5	141.610,13	1,56	90.531,94	1,86	76.082,85
			38.792,10		(75,70)

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

El factor 9,36%, pertenece a la tasa de descuento debido a que la TRM debe ser mayor que dicha tasa, para que el proyecto resulte factible; y el factor 13,23% presenta el porcentaje en que el VAN se vuelve cero.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VANTi}{VANTi + VANTs}$$

$$TIR = 9,36 + (13,23 - 9,36) * \frac{38.792,10}{-75,70 + 38.792,10}$$

$$TIR = 13,45\%$$

La TIR del proyecto es de 13,45% cantidad que supera la tasa de redescuento que es de 9,36%. Por tanto se determina que la inversión es factible.

5.5.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Cuadro 78 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	CAPITAL	FLUJOS DE CAJA	RECUPR. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPR.
1	(306.592,18)	15.599,55	15.599,55	1
2		92.245,61	107.845,15	2
3		105.254,10	213.099,25	3
4		118.690,34	331.789,59	4
5		141.610,13	473.399,72	5
		473.399,72	1.141.733,27	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

AÑO	Valores
3	213.099,25
?	306592,18
4	331.789,59

$331.789,59 - 213.099,25$	93.492,93
$331789,59 / 12$	27.649,13
$93.492,93 / 27.649,13$	3,381405
$3,381405 - 0,381405$	3 Meses
$0,381405 * 30$	11 Días

En base al análisis del PRI, se establece que la inversión de los socios, se la recuperará en un periodo de 3 años, 3 meses y 11 días.

5.5.5. COSTO BENEFICIO

Para el cálculo de la relación Beneficio-Costo se tomará en cuenta el Valor Presente Neto (VAN) tanto de los Ingresos como de los Egresos y su relación deberá mostrarse mayor a 1 para ser aceptada la propuesta.

Cuadro 79 Costo- Beneficio

AÑO	COSTO ORIGINAL	Factor 9,36%	FNE Actualizados	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZADO	INGRESO ACTUALIZADO
1	62.996,90	1,09	57.605,06	121.852,26	1,09	111.423,06
2	74.022,63	1,20	61.893,86	137.700,66	1,20	115.138,09
3	80.380,84	1,31	61.457,81	154.159,42	1,31	117.867,63
4	87.224,14	1,43	60.982,14	171.303,68	1,43	119.765,77
5	94.591,89	1,56	60.472,98	189.156,28	1,56	120.928,39
			302.411,85			585.122,94

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

$$C\backslash B = \frac{\sum FNE ACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C\backslash B = \frac{585.122,94}{302.411,85}$$

$$C\backslash B = 1,93$$

El Costo-Beneficio indica que por cada dólar invertido en la creación de la empresa, se gana 0,93 centavos de dólar.

5.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para establecer el punto de equilibrio, se hace una comparación entre el ingreso por servicios y la rentabilidad operativa de la empresa.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{CV}{INGRESOS}\right)}$$

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costo Fijo

CV= Costo Variable

Pvu= Precio de venta unitario

Cvu= Costo variable unitario

Cuadro 80 Proyección para el punto de equilibrio

DETALLE	AÑO
Ingresos	121.852,26
TOTAL INGRESOS	121.852,26
COSTOS FIJOS	
Gastos operacionales	19.534,24
depreciación y Amortización	16.341,17
TOTAL COSTOS FIJOS	35.875,41
COSTOS VARIABLES	
Costos de producción	62.996,90
Gastos Financieros	18.700,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	81.696,90

Elaboración: La Autora

$$PE = \frac{35.875,41}{1 - \left(\frac{81.696,90}{121.852,26}\right)}$$

$$PE = 81.696,90$$

Se tendrá un punto de equilibrio, al momento que el valor de los ingresos iguale al valor de los costos y gastos en 81.696,90 dólares.

5.5.7. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro 81 Resumen de la Evaluación financiera

Evaluador	Criterio de Evaluación	Valor	Resultado
TRM		9,36%	
VAN	VAN > 0	38.792,10	Aceptable
TIR	TIR > TRM	13,45%	Aceptable
PRI		3 años	Aceptable
C\B	B\C > 1	1,93	Aceptable

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Como resultado del análisis de los evaluadores financieros, se determina que la ejecución del proyecto es aceptable o factible.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y DE ORGANIZACIÓN

6.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

Se entiende como empresa a una unidad económica que reúne recursos humanos, materiales, y económicos para generar un bien o servicio, con el fin de satisfacer necesidades en un determinado mercado y obtener un beneficio económico.

Para dar inicio a las actividades es necesario dar un nombre a la empresa, por cuanto el nombre que se asignará a la nueva empresa al constituirse es “CYEM Confort y Encanto Mireño”, siendo su domicilio en el barrio Vista Hermosa.



CYEM

Confort y Encanto Mireño

6.1.2. MISIÓN

“CYEM Confort y Encanto Mireño” busca brindar a nuestros clientes, servicios de hospedaje, recreación, gastronómicos, eventos turísticos y culturales dentro de nuestras instalaciones, contando con personal capacitado para brindar un servicio de calidad, satisfaciendo las múltiples necesidades de los turistas, teniendo siempre presente valores como responsabilidad, honestidad y respeto.

6.1.3. VISIÓN

“CYEM Confort y Encanto Mireño” busca establecerse como una empresa líder en el servicio turístico, a nivel regional, buscando la satisfacción de nuestros clientes, con la seguridad de brindar en un ambiente acogedor, un servicio actualizado y personalizado, atento y humano, dentro de un entorno cultural y en armonía con el medio ambiente, esto en un periodo de cinco años.

6.1.4. VALORES CORPORATIVOS

“CYEM Confort y Encanto Mireño”, como una empresa turística, pondrá énfasis en valores como:

Responsabilidad: La responsabilidad de la empresa en cuanto a la seguridad personal de los turistas, de forma económica, y responsabilidad en convenios con turistas y la comunidad.

Honestidad: Honestidad en situaciones a precios, servicios de calidad, y la información brindada de la empresa y del cantón.

Respeto: El respeto un valor primordial en la buena atención al cliente, y no solo de parte de los trabajadores hacia los turistas, sino, dentro de la empresa, en todos los mandos.

Lealtad: La rectitud por parte de los trabajadores se mostrará a nivel interno y externo de la empresa.

Compromiso: Compromiso con la comunidad y turistas en ofrecer un servicio de calidad, donde las partes involucradas sean beneficiadas.

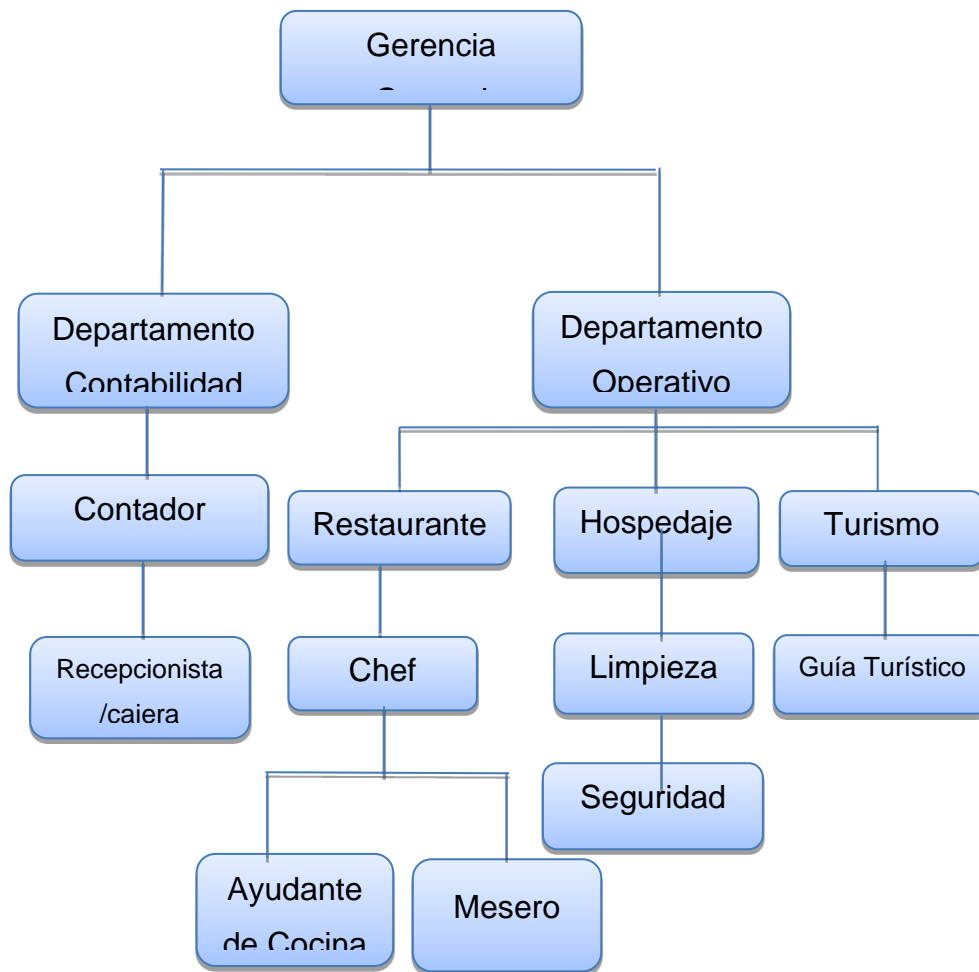
Políticas de la Empresa de Turismo Sustentable

- Dar la oportunidad al personal de la empresa, de superarse y desarrollarse como seres humanos, no como un elemento más de la empresa.
- Brindar la oportunidad de que el personal desarrolle sus capacidades potenciales de forma libre.
- Crear un ambiente sano, donde el trabajo en equipo sea un factor de superación y éxito empresarial.
- Tratar al personal como como personas, que cuentan con necesidades que forman parte de su trabajo y de su vida.
- Los valores que practicarán en la empresa son: honestidad, honradez, compañerismo, voluntad y perseverancia para el logro de objetivos.
- Mantener una buena comunicación, y buenas relaciones humanas entre las áreas con que la empresa cuenta.

6.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica dentro de una empresa ayuda a la asignación de actividades con relación al cargo o función de cada trabajador, siendo estas realizadas con eficiencia, logrando cumplir las metas y objetivos planteados dentro de la entidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

6.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

La descripción de perfiles y funciones es importante para reconocer requerimientos mínimos de los cargos que tendrá la empresa.

Cuadro 82 Requerimiento de personal del área Administrativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Gerente General	
Departamento:	Administrativo
Salario:	USD. 334,86
Objetivo del Cargo:	Fijar políticas operativas, administrativas y de calidad basándose en lineamientos ya fijados.
II.- Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderar el proceso de planeación estratégica de la empresa, identificando factores críticos de éxito, estableciendo objetivos y metas para la empresa. ➤ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ➤ A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. ➤ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. ➤ Se encarga de la contratación y despido del personal. 	
III.- Perfil:	
Profesiones :	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Educación Superior ➤ Especialidad: Ingeniero Comercial o afines ➤ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares. 	
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Honestidad ➤ Capacidad de trabajo en equipo. ➤ Capacidad de liderar. 	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro 83Requerimiento de personal del área Contable/Contador

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Contador	
Departamento:	Contabilidad
Salario:	USD. 328,12
Objetivo del Cargo:	Manejar los recursos financieros con eficiencia.
II.- Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la empresa. ➤ Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno. ➤ Asesorar en materia crediticia cuando la Gerencia lo requiera. ➤ Mantener un control de los inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar que tenga que cumplir la empresa. ➤ Preparar y presentar las declaraciones tributarias, de acuerdo a la fecha. ➤ Preparar y certificar los Estados Financieros de fin de periodo, con sus correspondientes notas. ➤ Presentar informes financieros con los respectivos respaldos que justifiquen el contenido. 	
III.- Perfil:	
Profesiones :	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Educación Superior ➤ Especialidad: Ingeniero Comercial o afines ➤ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares. 	
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Capacidad organizativa ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora

Cuadro 84 Requerimiento de personal para el área Contable.

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Recepcionista-Cajera	
Departamento:	Contabilidad
Salario:	USD. 318,83
Objetivo del Cargo:	Atender a los clientes en sus requerimientos de información y en algún caso particular canalizarlos a las áreas de trabajo correspondientes
II.- Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir y hacer llamadas telefónicas. ➤ Atender a los clientes que solicitan información de los trámites y servicios dándole la orientación requerida. ➤ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. ➤ Brindar un servicio de calidad hacia los requerimientos del turista, dentro y fuera de la empresa. ➤ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. ➤ Realiza el registro de bitácoras al término de cada jornada de trabajo. 	
III.- Perfil:	
Profesiones :	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Educación Superior ➤ Especialidad: Contabilidad ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. 	
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Capacidad organizativa ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro 85Requerimiento de personal para el área Operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Chef	
Sección	Producción
Salario:	USD. 321,50
Objetivo del Cargo:	Llevar a cargo la administración de la cocina.
<p>II.- Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La organización general de la cocina. ➤ Elaborar y componer los menús. ➤ Hacer los pedidos de materia prima. ➤ Capacitar a su personal. ➤ Cuidar que los productos a prepararse se encuentren en buen estado. ➤ Cuidar el aseo tanto de los utensilios como de la parte donde se preparan los alimentos. <p>III.- Perfil:</p> <p>Profesiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Educación Superior ➤ Especialidad: Gastronomía ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. <p>Personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Capacidad organizativa ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro 86 Requerimiento de personal para el área operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Ayudante de cocina	
Sección	Producción
Salario:	USD. 319,21
Objetivo del Cargo:	Colaborar oportunamente al Chef en lo que necesite.
<p>II.- Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaborar con el Chef en las compras de la materia prima, en su almacenamiento, revisión y control del inventario del área de producción. ➤ Ayudar al chef a preparar los menús pedidos por los clientes. ➤ Realizar actividades necesarias dentro del área de producción, no mencionadas. <p>III.- Perfil:</p> <p>Profesiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Secundaria ➤ Capacitación en cuanto al trato a clientes. ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. <p>Personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Vocación de servicio ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Cuadro 87 Requerimiento de personal para el área Operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Mesero	
Sección	Producción
Salario:	USD. 319,21
Objetivo del Cargo:	Colaborar oportunamente al Chef y cajera en lo que necesiten.
<p>II.- Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir a los turistas y de manera oportuna entregar la carta de menús. ➤ Atender los pedidos de forma rápida y eficiente. ➤ Verificar que los utensilios se encuentren completos. ➤ Arreglar y cuidar la limpieza de las mesas y sillas del restaurante. ➤ Establecer un ambiente ordenado. ➤ Al finalizar el día, dejar limpio el área de trabajo. <p>III.- Perfil:</p> <p>Profesiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Secundaria ➤ Conocimiento en atención a clientes. ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. <p>Personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Vocación de servicio ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro 88 Requerimiento de personal para el área Operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Camarera	
Sección	Limpieza
Salario:	USD. 321,18
Objetivo del Cargo:	Organizar las actividades con respecto al hospedaje y su limpieza.
II.- Funciones <ul style="list-style-type: none">➤ Limpieza adecuada de las habitaciones.➤ Responsable del buen uso de los equipos de las habitaciones.➤ Promover los servicios y facilidades que ofrece la empresa.➤ Realizar el lavado de las cosas de las habitaciones.➤ Coordinar horarios para el mantenimiento del área de hospedaje.	
III.- Perfil:	
Profesiones : <ul style="list-style-type: none">➤ Formación: Secundaria➤ Conocimiento en atención a clientes.➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares.	
Personales: <ul style="list-style-type: none">➤ Capacidad de trabajar en equipo.➤ Vocación de servicio➤ Discreción y honestidad	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Cuadro 89 Requerimiento de personal para el área Operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Guardia	
Sección	Operativa
Salario:	USD. 320,07
Objetivo del Cargo:	Vigilar y proteger toda la empresa.
<p>II.- Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proteger a las personas, propiedad y bienes que se encuentren dentro de la empresa. ➤ Evitar que ocurra robos y accidentes en general. ➤ Informar a la gerencia de hechos delictivos. ➤ Velar por el comportamiento adecuado tanto de los clientes como del personal. <p>III.- Perfil:</p> <p>Profesiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Secundaria ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. <p>Personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Vocación de servicio ➤ Discreción y honestidad 	

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora

Cuadro 90 Requerimiento de personal para el área Operativa

I.- IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Guía Turístico	
Sección	Turismo
Salario:	USD. 320,07
Objetivo del Cargo:	Servir como guía para los turistas durante las actividades de Tours.
<p>II.- Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar las actividades que el turista desea realizar durante la estancia, de acuerdo a su preferencia. ➤ Orientar al turista acerca de los lugares que puede conocer, y detallar si existe o no riesgo alguno en su visita. ➤ Mostrar los aspectos importantes sobre el atractivo turístico, al cual se dirige. ➤ Estar preparado con relación a temas culturales y lugares turísticos para responder a plenitud las inquietudes de los turistas. ➤ Mantener una capacitación constante para saber adaptarse, y como trabajar con distintos grupos o personas en situaciones extremas y cambiantes. <p>III.- Perfil:</p> <p>Profesiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación: Superior ➤ Conocimiento de la zona y buenas relaciones humanas. ➤ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares. <p>Personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar en equipo. ➤ Vocación de servicio ➤ Buenas relaciones humanas. 	

Fuente: Investigación directa.
Elaboración: La Autora

6.4 ANÁLISIS LEGAL

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: “CYEM Confort y Encanto Mireño Cía. Ltda.”

REPRESENTANTE LEGAL: Marcia Alejandra Loyo Inagan

DOMICILIO: El domicilio será en el Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Mira, Parroquia Mira.

6.4.1 CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA

NOMBRE	APORTE
Loyo Carlos	25.530,73
Díaz Hernando	25.530,73
Benalcazar Fausto	25.530,73
Loyo Marcia	30.000.00

6.4.2 CAPITAL INICIAL

El capital inicial de la empresa es de 106.592,18 dólares cuyo aporte de los socios es de 25.530,73 y un crédito con la Corporación Financiera Nacional CFN de 200.000.

6.4.3 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

1. Marco Legal

Para la conformación de nuevas empresas se debe cumplir con ciertos requisitos que establece la ley, para que estas se constituyan legalmente, entre los cuales tenemos:

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Los requisitos necesarios para obtener el RUC, son:

- Cédula del representante Legal
- Copia de la papeleta de votación
- Original o copia certificada del documento de constitución o domiciliación.
- Original o copia certificada del nombramiento vigente del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original de la cédula de identidad o ciudadanía del representante.
- Original y copia de un documento que certifique la dirección de la empresa donde desarrolla su actividad económica.
- Original y copia de un recibo de un servicio básico(luz eléctrica, agua, teléfono)

2. Registro en el Ministerio de Turismo

Para el registro del establecimiento en el Ministerio de Turismo, se requieren los siguientes documentos:

- Presentar la solicitud de registro.
- Copia certificada de la escritura de constitución.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad a color.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil, (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos (firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).

3. Patente Municipal

Es un requisito obligatorio el obtener el permiso municipal, para poder iniciar las actividades económicas, este documento se lo puede obtener hasta 30 días después de haber iniciado las actividades de la empresa, sin olvidar que se lo debe actualizar todos los años.

Para obtener la Patente Municipal se requiere:

- Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario del predio donde funciona la actividad económica.
- Copia del RUC.
- Declaración juramentada de inicio de actividades.
- Escritura de constitución.
- Copia de cedula de identidad del representante legal.
- Inspección.

4. Permiso Sanitario de Funcionamiento.

Un requisito más que se requiere para llevar a cabo el inicio de la actividad económica de la nueva empresa es el Permiso Sanitario. Los requisitos para obtenerlo son:

- Cédula
- Fotografía tamaño carne.

- Examen médico realizado en la unidad de salud de la ciudad.
- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su correcto funcionamiento.
- Informe final.
- Permiso de funcionamiento.

5. Permiso de los Bomberos

Para adquirir este permiso, es necesario presentar lo siguiente:

- Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega las Oficinas del Cuerpo de Bomberos, junto con el informe de inspección por parte del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la Patente Municipal.
- Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante legal en caso de persona jurídica.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

Al terminar el presente trabajo de investigación, se prosigue a realizar un análisis de los impactos positivos o negativos, que con la ejecución de éste proyecto afectará de forma directa o indirecta a la comunidad, y tomar medidas necesarias para no perjudicar el entorno natural en donde se desarrolla.

Para el análisis se aplicará el método de valoración de los niveles de impactos para cada área, debido a su simplicidad y operatividad sus resultados son confiables.

A continuación se muestra la matriz de valoración:

VALORACIÓN DEL IMPACTO	TIPO DE IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	INDIFERENTE
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

Para la aplicación de la metodología, se seguirá los siguientes pasos:

Primeramente se debe identificar el ámbito o área de impacto con diferentes indicadores cada una, para cada indicador se le asignará un nivel de impacto, seguidamente se suman estos, y éste resultado se

divide para el número de indicadores, dando como resultado final el nivel de impacto por área, a partir de la siguiente ecuación:

$$GRADO DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{\# DE INDICADORES}$$

Se debe elaborar una matriz para cada área identificada, se muestra a continuación:

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro 91 Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo						X		2
Fortalecimiento Productivo						X		2
Reactivación de la economía familiar							X	3
TOTAL						4	3	7

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

$$NI \text{ SOCIO} - \text{ECONÓMICO} = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$NI = \frac{7}{3}$$

$$NI = 2,33$$

ANÁLISIS

Fuentes de Trabajo

El nivel de impacto que generará el nuevo proyecto es medio positivo, pues creará fuentes de trabajo, dando la oportunidad a la gente del mismo sector.

Fortalecimiento del Servicio:

El nivel de impacto es medio positivo, ya que con la creación de esta empresa y en medida de su desarrollo, el servicio será cada vez más eficiente, con esto satisfaciendo las múltiples necesidades de los visitantes tanto locales, nacionales y extranjeros.

Reactivación de la Economía familiar

En este aspecto se indica un nivel alto positivo, debido a que con la implementación de la nueva empresa se contribuirá a la circulación del dinero, y al mismo tiempo satisfacer las crecientes necesidades de las familias involucradas.

7.2. IMPACTO CULTURAL

Cuadro 92 Impacto cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fortalecimiento Cultural							X	3
Interés por lugares Turísticos						X		2
Capacitación continua						X		2
TOTAL						4	3	7

Elaboración: La Autora

$$NI \text{ SOCIO} - \text{CULTURAL} = \frac{SUMATORIA \text{ TOTAL}}{NÚMERO \text{ DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{7}{3}$$

$$NI = 2,33$$

ANÁLISIS

Fortalecimiento Cultural

Se asigna un puntaje positivo alto, pues con la presencia de un guía turístico se mostrará las diferentes culturas, tradiciones y leyendas de los diferentes lugares turísticos del Cantón. Generando en las personas un interés particular por la propia cultura, sus tradiciones y patrimonio histórico. Muchos de estos aspectos son rescatados y dando un valor cuando existe una demanda de turistas. Entre estos tenemos:

- Revitalización de costumbres y tradiciones locales.
- El folklor, festivales, gastronomía, entre otros.

Interés por lugares turísticos

La calidad de la experiencia turística no solo depende del lugar de destino turístico, sino también de la infraestructura y la calidad de servicio que se ofrece. El turismo busca incentivar y mejorar con la infraestructura que construye en el sector en que se desarrolla, como en el aspecto sanitario, debido a que los turistas dan importancia a la salud, y estas mejoras hacia el alumbrado, clasificación de basura, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales financieras, con esto elevando la calidad de vida de los residentes.

Capacitación Continua

A este aspecto se le asigna el nivel de medio positivo, debido a que la empresa impartirá talleres, charlas o conferencias dirigidas hacia los turistas y la comunidad, dando a conocer los diferentes lugares turísticos.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 93 Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de normas ambientales						X		2
Manejo de desechos						X		2
Contaminación del ambiente			-1					-1
TOTAL			-1			4		3

Elaboración: La Autora

$$NI \text{ AMBIENTAL} = \frac{SUMATORIA \text{ TOTAL}}{NÚMERO \text{ DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{4}{3}$$

$$NI = 1,33 = 1$$

ANÁLISIS

Manejo de Normas Ambientales

El nuevo proyecto incluye la aplicación de normas ambientales y manejo de desechos, esto se logrará educando al personal y visitantes en el cuidado de la naturaleza y conservación de costumbres, para no comprometer la calidad de vida de las futuras sociedades. Con la aplicación de estas normas se busca respetar y difundir la protección y conservación del medio ambiente que contrarresten los impactos negativos posibles que puedan generar el nuevo proyecto.

Manejo de Desechos

El nuevo proyecto dispondrá de tres recipientes de basura, en donde se clasificarán los desechos según su origen, esto en apoyo al proyecto del GAD de Mira, en la elaboración de abono orgánico a través de desechos.

Contaminación del Ambiente

El proyecto trabajará con políticas que minimicen los impactos negativos con el medio ambiente, en cuanto a la utilización de agua y energía eléctrica por parte de las instalaciones. Así el proyecto contribuirá a la revalorización del entorno natural en la zona a desarrollar su actividad, pues si existe un ambiente natural conservado permite aumentar la demanda turística y dinamizar la economía local y nacional.

7.4. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Cuadro 94 Impacto General

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO ECONÓMICO						X		2
IMPACTO CULTURAL							X	3
IMPACTO AMBIENTAL					x			1
TOTAL					1	2	3	6

Elaboración: La Autora

$$NI \text{ GENRAL} = \frac{SUMATORIA \text{ TOTAL}}{NÚMERO \text{ DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{6}{3}$$

$$NI = 2$$

ANÁLISIS

Mediante el análisis general, los impactos en relación al presente proyecto, muestra que generará un impacto medio positivo, siendo beneficiados tanto la empresa como la comunidad, así, con la creación de la empresa, a pesar de los retos que impone la competencia y demás cambios que caracterizan una nueva alternativa para la generación de servicios de calidad, crea fuentes de trabajo, atención a la demanda potencial y desarrollo económico de la zona.

CONCLUSIONES

- En relación con la ubicación de la nueva empresa se identifica que existe aspectos favorables más que desfavorables en la creación de dicha empresa, esto debido a que el cantón posee variados lugares naturales, su gente es acogedora y amable. Las autoridades han iniciado un proyecto dedicado a la promoción de los lugares turísticos de la ciudad, generando con esto gran expectativa para el proyecto.
- Después de realizar un análisis de mercado se concluye que existe un nivel alto de aceptación por parte de los turistas, con respecto a la creación de la empresa, esto se debe a que los servicios turísticos están relacionados con el ambiente natural, cultural, relajamiento y deporte. La competencia actual no es directa puesto que los servicios que brindan son diferentes y de poca calidad, generando un alto nivel de factibilidad para poner en marcha el proyecto.
- Se determina que la parroquia de Mira, reúne las condiciones adecuadas y requeridas para el correcto funcionamiento de la empresa de turismo sustentable. Cabe destacar que la capacidad de del proyecto está acorde al diseño de la infraestructura y desarrollo de actividades del talento humano que trabajará en la empresa.
- Luego de realizar un análisis financiero, se establece una inversión que asciende a 305.828,18 dólares. Luego de haber realizado la evaluación financiera se determina que los ingresos que genera la empresa respalda la inversión. Y de acuerdo al análisis de indicadores de evaluación económica, detallando la tasa de retorno (TIR), indicador que representa la rentabilidad que la inversión devuelve durante su vida útil, muestra un 13,45% al momento que el VAN es cero, y establece la rentabilidad en términos monetarios con poder adquisitivo presente, mostrando que si es conveniente o no la

inversión en el futuro, siempre y cuando el VAN sea positivo, así se concluye que la inversión es atractiva.

- Se concluye que en la parte organizacional, se establezca lineamientos estratégicos, organizacionales y legales, destacando la importancia del talento humano en el cumplimiento de las metas de la organización y el desarrollo de actividades.
- Se determina que la implementación de la empresa generará aspectos mayormente favorables que desfavorables, en cuanto al impacto: económico, cultural y ambiental.

RECOMENDACIONES

- Se debe trabajar tanto con la zona urbana y rural como si fuera un todo, esto debido a la gran variedad de lugares turísticos tanto naturales como culturales, desde el punto de vista de un turismo sustentable y no como si fueran dos cosas diferente, al mismo tiempo que el ambiente natural no se debe trabajar por partes, sino, como un todo que se relaciona, y dependen uno del otro.
- Se debe considerar al turismo como una oportunidad más dentro de la economía, debido a que nuestro país contiene alta biodiversidad natural, cultural, artesanal, patrimonial y gastronómica, misma que ha sido aprovechada en un mínimo porcentaje, por tanto se sugiere lanzar una campaña de marketing, que permitan promover el turismo ecuatoriano, siempre respetando, conservando y protegiendo el ambiente natural y cultural.
- Ir readecuando constantemente las instalaciones, esto acorde de las necesidades de turistas, y al nivel de demanda. Y hacer cumplir las leyes y políticas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa en cuanto a permisos.
- Para el mejoramiento constante de la empresa turística y del servicio a brindar, se debe considerar realizar un diagnóstico estratégico que proporcione información sobre las expectativas de los clientes con relación al servicio, y con esto conocer el tipo de cultura y liderazgo empresarial, para proporcionar a la empresa beneficios en cuanto al precio de mercado, productividad, costos, estimulación al personal y lo más importante diferenciarse de la competencia.
- Dentro de toda empresa, el aspecto del talento humano es un factor importante para el éxito o fracaso de toda organización, por tanto el

empleador debe tomar en cuenta funciones básicas como administrador: La planificación, organización, administración dirección y control, logrando crear un nivel alto de competencia con el personal, crear habilidades y motivar en medida del cumplimiento de los objetivos institucionales con eficiencia y eficacia.

- Dentro de la empresa de turismo sustentable se debe incluir el manejo de una herramienta fundamental como son los indicadores de gestión, que permiten medir la gestión o, calcular el logro de los objetivos sociales e institucionales para los cuales se creó la empresa. Indicadores financieros y de procesos, para determinar una expresión cuantitativa del comportamiento de las variables del servicio, esto se calcula en base al balance general y de resultados. La utilización de este proceso mejora el manejo de capital, el control financiero y la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- CORRAL, V. (2010). Psicología de la Sustentabilidad: Un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales. Mexico: Trillas.
- ECUADOR, T. L. (26 de Septiembre de 2007). DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR "PLANDETUR 2020". Recuperado el Junio de 2013, de plandetur
- FUENTES, S. L. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo enfocado a la promoción del lugares no tradicionales del cantón otavalo provincia de Imbabura. Ibarra.
- Getino, O. (2009). Turismo entre el ocio y el negocio: Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Guevara, A., & Campos, V. (2009). Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI. México: Trillas.
- KOTLER, P., & Gary, A. (2012). Marketing. México: Impresora Apolo, S.A. de C.V.
- Leal del Castillo, G. (2010). Ecourbanismo : ciudad, medio ambiente y sostenibilidad. Colombia: ECOE ediciones.
- MEZA, Jhony de Jesús. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- SAPAG CHAIN, .. N. (2011). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Chile: Progreso S.A. de C.V.

THOMPSON, A. A., GAMBLE, J. E., PETERAF, M. A., & STRICKLAND, A. (2012). Administración Estratégica. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Unidas, A. G. (21 de Diciembre de 2001). CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA EL TURISMO. CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO.

ZAPATA SANCHES, P. (2011). Contabilidad General con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Colombia: McGraw-Hill-Interamericana.

LINKOGRAFÍA

CADENA, V., & SANTOS, N. (Marzo de 2011). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE VODKA, POR MEDIO DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN EL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARHI. Recuperado el Junio de 2013, de INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/918>

CFN. (Junio de 2013). Actividades Fianciables. Recuperado el Julio de 2013, de CORPORACIÓN FIANACIERA NACIONAL: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=181&Itemid=143

CFN. (Junio de 2013). CFN. Recuperado el Julio de 2013, de CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=853&Itemid=532

CHAVARRIA, J., & Vanessa, T. (s.f.). Monografías. Recuperado el 24 de Junio de 2013, de monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos30/la-oferta/la-oferta.shtml>

Compañías, L. d. (2013). Requisitos para formar una empresa. Recuperado el Junio de 2013, de Requisitos para formar una empresa: <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Ffernandon egrete.files.wordpress.com%2F2010%2F07%2Frequisitos-para-formar-una-empresa-en-el-ecuador-y-las-mas-importantes-obligaciones-del-empresario-c>

docs.google.com. (s.f.). ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACIÓN DE COSTOS DEL PROYECT. Recuperado el 24 de Junio de 2013, de ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACIÓN DE COSTOS DEL PROYECT:

<https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQU5SChoM3qF7BS7Zfnkec/edit?pli=1>

Iberoamericanos, O. O. (s.f.). Por un Futuro Sostenible. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de Década por una Educacion para la Sostenibilidad: <http://www.oei.es/decada/index.php>

INTERNACIONAL, C. (Mayo de 2013). CONSERVACIÓN INTERNACIONAL. Recuperado el Julio de 2013, de Turismo Sostenible:

<http://conservation.org.ec/contenidos/contenidos.php?recordID=18>

INTERNACIONAL, C. (Mayo de 2013). Mejores Prácticas para el turismo sostenible. Recuperado el Junio de 2013, de Mejores Prácticas para el turismo sostenible: http://www.conservation.org.ec/links_contenido/links_contenido.php?recordID=31

Gastronomía, C. (s.f.). laverdades.es. Recuperado el 26 de Julio de 2013, de CANAL GASTRONOMÍA: <http://gastronomia.laverdad.es/preguntas/cocina-general/que-funcion-tiene-chef--4658.html>

Laborales, M. d. (s.f.). Ecuador Ama la Vida. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/>

Mariela, M. V. (Enero de 2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MÁQUINAS INDUSTRIALES PARA RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA. Recuperado el Marzo de 2013, de TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1295>

Monografías.com. (s.f.). monografías.com. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos45/oferta-demanda-gamarra/oferta-demanda-gamarra.shtml>

Patrimonio, M. C. (s.f.). Ecuador ama la vida. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de Ecuador ama la vida: <http://www.patrimonio.gob.ec/rio-20/>

PAUCAR CUATUMAL, K. (Noviembre de 2011). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI. Recuperado el Junio de 2013, de INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO: <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/index.php/record/view/110297>

ROMO JIMÉNEZ, M. (2012). La Sustentabilidad en la Nueva Ley Genral de Turiso. Recuperado el Mayo de 2013, de La Sustentabilidad en la Nueva Ley Genral de Turiso: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&ved=0CDsQFjAD&url=http%3A%2F%2Fmanuelmiroglio.files.wordpress.com%2F2011%2F06%2Fsustentabilidad_ley_generaldeturismo.pdf&ei=iaifUonoJI_JsQTnwICwCQ&usg=AFQjCNHkSbdpk7hgHzInw5XCQ08XJER

SALTOS, W. (Junio de 2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA. Recuperado el Junio de 2013, de TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1395>

Sustentable, T. (2013). Turismo Sustentable. Recuperado el Junio de 2013, de Turismo Sustentable: <http://www.turismosustentable.org/informacion-institucional.php>

TURISMO, M. D. (2010). TURISMO SOSTENIBLE EN EL ECUADOR. Recuperado el Abril de 2013, de BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: <http://optur.org/turismo-sostenible-ecuador.html>

TURISMO, M. D. (2012). PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO "PLANDETUR 2020". Recuperado el Julio de 2013, de "PLANDETUR 2020": http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDAQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.turismo.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2013%2F02%2FPLANDETUR-2020.pdf&ei=H6OfUpGIF9ShsQT3wIHQAQ&usg=AFQjCNFJfQ74D0MjKFud1PPH_-BLQeXnE

CADENA, V., & SANTOS, N. (Marzo de 2011). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE VODKA, POR MEDIO DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PAPA, EN EL CANTÓN MONTUFAR PROVINCIA DEL CARHI*. Recuperado el Junio de 2013, de

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/918>

CFN. (Junio de 2013). *Actividades Fianciables*. Recuperado el Julio de 2013, de CORPORACIÓN FIANACIERA NACIONAL:
http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=181&Itemid=143

CFN. (Junio de 2013). *CFN*. Recuperado el Julio de 2013, de CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL:
http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=853&Itemid=532

CHAVARRIA, J., & Vanessa, T. (s.f.). *Monografias*. Recuperado el 24 de Junio de 2013, de monografias.com:
<http://www.monografias.com/trabajos30/la-oferta/la-oferta.shtml>

Compañías, L. d. (2013). *Requisitos para formar una empresa*. Recuperado el Junio de 2013, de Requisitos para formar una empresa:
<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Ffernandon egrete.files.wordpress.com%2F2010%2F07%2Frequisitos-para-formar-una-empresa-en-el-ecuador-y-las-mas-importantes-obligaciones-del-empresario-c>

CORRAL, V. (2010). *Psicología de la Sustentabilidad: Un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales*. Mexico: Trillas.

docs.google.com. (s.f.). *ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACIÓN DE COSTOS DEL PROYECT*. Recuperado el 24 de Junio de 2013, de ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACIÓN DE COSTOS DEL

PROYECT:

<https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQU5SChoM3qF7BS7Zfnkec/edit?pli=1>

ECUADOR, T. L. (26 de Septiembre de 2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR "PLANDETUR 2020"*. Recuperado el Junio de 2013, de plandetur

FUENTES, S. L. (Mayo de 2012). Estudio de Factibilidad. Ibarra.

FUENTES, S. L. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo enfocado a la promoción de lugares no tradicionales del cantón otavalo provincia de Imbabura*. Ibarra.

Gastronomía, C. (s.f.). *laverdades.es*. Recuperado el 26 de Julio de 2013, de [CANAL GASTRONOMÍA:
http://gastronomia.laverdad.es/preguntas/cocina-general/que-funcion-tiene-chef--4658.html](http://gastronomia.laverdad.es/preguntas/cocina-general/que-funcion-tiene-chef--4658.html)

Getino, O. (2009). *Turismo entre el ocio y el negocio: Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Guevara, A., & Campos, V. (2009). *Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI*. México: Trillas.

Iberoamericanos, O. O. (s.f.). *Por un Futuro Sostenible*. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de Década por una Educación para la Sostenibilidad: <http://www.oei.es/decada/index.php>

INTERNACIONAL, C. (Mayo de 2013). *CONSERVACIÓN INTERNACIONAL*. Recuperado el Julio de 2013, de Turismo

Sostenible:

<http://conservation.org.ec/contenidos/contenidos.php?recordID=18>

INTERNACIONAL, C. (Mayo de 2013). *Mejores Prácticas para el turismo sostenible*. Recuperado el Junio de 2013, de Mejores Prácticas para el turismo sostenible: http://www.conservation.org.ec/links_contenido/links_contenido.php?recordID=31

KOTLER, P., & Gary, A. (2012). *Marketing*. México: Impresora Apolo, S.A. de C.V.

Laborales, M. d. (s.f.). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/>

Leal del Castillo, G. (2010). *Ecourbanismo : ciudad, medio ambiente y sostenibilidad*. Colombia: ECOE ediciones.

Mariela, M. V. (Enero de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MÁQUINAS INDUSTRIALES PARA RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA*. Recuperado el Marzo de 2013, de TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1295>

MEZA, Jhony de Jesús. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Monografías.com. (s.f.). *monografías.com*. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de monografías.com:

<http://www.monografias.com/trabajos45/oferta-demanda-gamarra/oferta-demanda-gamarra.shtml>

PALACIOS, L. C. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

PASQUEL, F. V. (2011). *Estudio de Factibilidad*. Ibarra.

PASQUEL, F. V. (2011). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD*. Ibarra.

Patrimonio, M. C. (s.f.). *Ecuador a ma la vida*. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de Ecuador ama la vida: <http://www.patrimonio.gob.ec/rio-20/>

PAUCAR CUATUMAL, K. (Noviembre de 2011). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE FRÉJOL EMPACADO AL VACÍO, EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI*. Recuperado el Junio de 2013, de INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO: <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/index.php/record/view/110297>

ROMO JIMÉNEZ, M. (2012). *La Sustentabilidad en la Nueva Ley Genral de Turiso*. Recuperado el Mayo de 2013, de La Sustentabilidad en la Nueva Ley Genral de Turiso: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&ved=0CDsQFjAD&url=http%3A%2F%2Fmanuelmiroglio.files.wordpress.com%2F2011%2F06%2Fsustentabilidad_leygeneraldeturismo.pdf&ei=iaifUonoJl_JsQTnwlCwCQ&usg=AFQjCNHkSbdpk7hgHzlnw5XCQ08XJER

SALTOS, W. (Junio de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE TURISMO DEL*

CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA. Recuperado el Junio de 2013, de TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1395>

SAPAG CHAIN, .. N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Progreso S.A. de C.V.

Sustentable, T. (2013). *Turismo Sustentable*. Recuperado el Junio de 2013, de Turismo Sustentable: <http://www.turismosustentable.org/informacion-institucional.php>

THOMPSON, A. A., GAMBLE, J. E., PETERAF, M. A., & STRICKLAND, A. (2012). *Administración Etratégica*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

TURISMO, M. D. (2010). *TURISMO SOSTENIBLE EN EL ECUADOR*. Recuperado el Abril de 2013, de BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: <http://optur.org/turismo-sostenible-ecuador.html>

TURISMO, M. D. (2012). *PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO "PLANDETUR 2020"*. Recuperado el Julio de 2013, de "PLANDETUR 2020": http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDAQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.turismo.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2013%2F02%2FPLANDETUR-2020.pdf&ei=H6OfUpGIF9ShsQT3wIHQAQ&usg=AFQjCNFJfQ74D0MjKFud1PPH_-BLQeXnE

Unidas, A. G. (21 de Diciembre de 2001). *CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA EL TURISMO. CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO.*

Unidas, N. (20-22 de Junio de 2012). *Rio +20*. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de Rio +20: http://www.uncsd2012.org/content/documents/778futurewewant_spanish.pdf

Unidas, N. (20 de Junio de 2012). *RIO +20*. Recuperado el Mayo de 2013, de Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible:

http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&ved=0CD0QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.un.org%2Fes%2Fsustainablefuture%2Fpdf%2Fspanish_riomas20.pdf&ei=2qmfUu3PG4fnkAez84GwBw&usg=AFQjCNEGDhit54jgxOuqdBNOafzSr1wLjw&bvm=bv.57155469,d.cW

VALENCIA, M. (Mayo de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DEDICADO A LA PROMOCIÓN ECO-TURÍSTICA DE LAS ZONAS NATURALES UBICADAS EN EL CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI*. Recuperado el Julio de 2013, de INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1361>

WIKIPEDIA. (Mayo de 2013). *WIKIPEDIA*. Recuperado el Mayo de 2013, de TURISMO SOSTENIBLE: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible

ZAPATA SANCHES, P. (2011). *Contabilidad General con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*. Colombia: McGraw-Hill-Interamericana.

ANEXOS



ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

OBJETIVO: Conocer el nivel de aceptación sobre la creación de una Empresa de Turismo Sustentable en la Parroquia Mira, Cantón Mira, Provincia del Carchi.

Instrucciones: Se solicita su valiosa colaboración para este trabajo de investigación, sus respuestas serán de gran ayuda, sin perjudicar asuntos personales.

1.- Conoce o ha escuchado hablar de la ciudad de Mira.

Si ()

No ()

2.- Le gustaría la idea de visitar una empresa Turística en la zona urbano-rural de la ciudad.

a) Si ()

b) No ()

3.- Conoce o ha escuchado conversar sobre las tradiciones y costumbres de la ciudad de Mira.

Si ()

No ()

4.- ¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Mira?

a) Anual ()

b) Semestral ()

c) Mensual ()

d) Quincenal ()

5.- ¿Qué servicios desearía encontrar en una empresa Turística?

a) Venta de artesanías ()

b) Tours ()

c) Hospedaje ()

d) Distracción ()

e) Alimentación ()

6.- ¿Qué aspectos llaman su atención al encontrarse en otras ciudades?

a) Artesanías ()

b) Costumbres y tradiciones ()

c) Comida ()

7.- Si tuviera la oportunidad de hacer sugerencias en mejora del servicio que brindan los lugares turísticos de la ciudad ¿En qué aspectos se enfocaría?

a) Hospedaje ()

b) Alimentación ()

c) Recreación ()

d) Esparcimiento ()

8.- Señale los factores que según usted piensa limitan el desarrollo turístico en la ciudad.

a) Escases de infraestructura ()

b) Falta de información y promoción turística. ()

c) Carencia de Cultura ()

9.- A través de qué medios conoce la ciudad, tradiciones y costumbres.

a) Referencias ()

b) Medios escritos ()

c) Internet ()

d) Otros ()

10- Cuál de estos motivos le incitaron a visitar la ciudad.

a) Tiempo Libre ()

b) Estudios ()

c) Convivencia comunitaria ()

11.- Cuando visita la ciudad ¿Con quién acostumbra viajar?

a) Familia ()

b) Amigos ()

c) Otros ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE MIRA

OBJETIVO: Conocer el nivel de aceptación sobre la creación de una Empresa de Turismo Sustentable en la Parroquia Mira, Cantón Mira, Provincia del Carchi.

Instrucciones: Se solicita su valiosa colaboración para este trabajo de investigación, sus respuestas serán de gran ayuda, sin perjudicar asuntos personales.

1.- **¿Hace qué tiempo está la empresa dedicada a la actividad turística?**

a) 30 a 20 años ()

b) 19 a 20 años ()

c) 9 a 1 año ()

2.- El capital con que trabaja es:

- a) Propio ()
- b) De accionistas ()
- c) Préstamo ()

3.- La infraestructura de la empresa cuenta con:

- a) Agua potable y alcantarillado ()
- b) Energía eléctrica ()
- c) Telefonía ()

4.- La difusión de la empresa es:

- a) Local ()
- b) Provincial ()
- c) Nacional ()
- d) Internacional ()

5.- ¿Cuáles fueron los motivos por los que decidió incursionar en esta actividad?

- a) Nivel alto de demanda ()
- b) Existencia de pocas empresas similares ()
- c) Promocionar la ciudad ()
- d) Rentabilidad ()

6.- ¿Qué servicios ofrece la empresa turística?

a) Hospedaje ()

b) Alimentación ()

c) Recreación ()

d) Deportes ()

e) Otros ()

7.- De los aspectos turísticos que tiene la ciudad de Mira, por cuales optan con mayor frecuencia los turistas.

a) Música y danza ()

b) Artesanías ()

c) Historia y leyenda ()

d) Fiestas religiosa ()

e) Deportes ()

f) Recreación ()

8.- La información que usted ofrece sobre las costumbres y tradiciones de la ciudad es:

a) Inexistente ()

b) Escasa ()

c) Suficiente ()

9.- Piensa que la poca afluencia de turistas se deba principalmente a:

- a) Escasa promoción de la empresa ()
- b) Escasa difusión de costumbres y tradiciones ()
- c) Falta de interés de la autoridades ()
- d) Falta de mantenimiento de los atractivos turísticos ()

10.- ¿Qué forma piensa usted que sería la mejor herramienta para brindar información acerca de la ciudad y sus atractivos turísticos?

- a) Trípticos ()
- b) Guías ()
- c) Página Web ()
- d) Tours ()

11.- El nivel de demanda más alto, es representado por:

- a) Adolescentes ()
- b) Jóvenes ()
- c) Adultos ()
- d) Adultos mayores ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

FOTOGRAFÍAS DEL TERRENO



VISTA PANORÁMICA



