



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TURÍSTICA CON SERVICIO DE TOURS HACIA LAS LAGUNAS DE IMBABURA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

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

AUTOR: Diego Libardo Becerra Rivas

DIRECTORA: Ing. Alicia Vaca

IBARRA, JUNIO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la factibilidad de la creación de una Microempresa Turística con Servicio de Tours hacia las Lagunas de Imbabura en la ciudad de Ibarra, se ha realizado inicialmente un diagnóstico mediante la investigación directa utilizando la técnica de encuestas y con información proporcionada por el Ministerio de Turismo de Imbabura y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Las bases teóricas de este estudio se apoyan en la investigación bibliográfica y de internet que sustentan la estructura y desarrollo del presente proyecto, analizando la parte administrativa, contable, financiera teniendo un enfoque hacia el turismo su estructura y desarrollo. El estudio de mercado está fundamentado en los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros, la información recopilada permitió determinar, analizar y proyectar la demanda del servicio; además se realizó un análisis de la demanda vs la oferta con el cual se pudo determinar la demanda potencial del proyecto. En el estudio se analiza también la parte técnica e ingeniería del proyecto, determinando la ubicación ideal para la microempresa, de igual manera se establece el presupuesto de inversión necesario para la conformación del negocio. La inversión inicial que el proyecto requiere es de 50.000 USD, valor tomado en cuenta para realizar la medición económica del presente estudio; el primer año se logrará recuperar el 32% de la inversión, teniendo este porcentaje un crecimiento considerado en los posteriores años, logrando recuperar la totalidad de la inversión en la vida útil proyectada en el estudio. Es importante señalar que el proyecto es factible puesto que por cada dólar invertido se genera una utilidad de 0,14 centavos de dólar, y siendo lo más importante la generación de nuevas fuentes de empleo e impulsar el desarrollo microempresaria en la ciudad de Ibarra.

EXECUTIVE SUMMARY

This study's main objective is to analyze the feasibility of creating a Microenterprise Tourist Tours with service to the Laguns de Imbabura Ibarra, has initially made a diagnosis by direct research using surveys and technical information provided by the Ministry of Tourism of Imbabura and the National Institute of Statistics and Census. The theoretical basis of this study support the literature and internet research that support the structure and development of this project , analyzing the administrative, accounting, financial portion having an approach to tourism development and its structure . The market is based on the results obtained through the use of surveys to domestic and foreign tourists, information collected allowed us to determine, analyze and project the demand for the service, plus an analysis of the demand was made vs the bid which could determine the project's potential demand. The study also analyzes the technical and engineering of the project, determining the ideal micro, likewise location investment budget necessary for the formation of the business is established. The initial investment required for the project is U.S. \$ 50,000, value taken into account to perform the economic measure of this study , the first year will be achieved recover 33 % of the investment, taking the percentage growth considered in subsequent years, achieving recover the entire investment life projected in the study. It is important to note that the project is feasible since each dollar invested earnings of 0.14 cents is generated, and the most important being the generation of new jobs and boosts development micro entrepreneurs in the city of Ibarra.

AUTORÍA

Yo, BECERRA RIVAS DIEGO LIBARDO, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TURÍSTICA CON SERVICIO DE TOURS HACIA LAS LAGUNAS DE IMBABURA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún trabajo de grado, ni calificación profesional; y que hemos realizado la investigación pertinente de lo descrito además de las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Becerra Rivas Diego Libardo

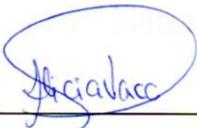
C.C.: 040157760-6

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el Egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría: Becerra Rivas Diego Libardo para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TURÍSTICA CON SERVICIO DE TOURS HACIA LAS LAGUNAS DE IMBABURA EN LA CIUDAD EN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 20 días del mes de junio del 2014.



ING. ALICIA VACA

DIRECTORA

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

Yo, BECERRA RIVAS DIEGO LIBARDO, con cédula de identidad Nro. 04015776-6 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 autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TURÍSTICA CON SERVICIO DE TOURS HACIA LAS LAGUNAS DE IMBABURA EN LA CIUDAD EN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERO 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 realizo la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


C.C.: 040157760-6

Ibarra, a los 20 días del mes de junio del 2014

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

DATOS DEL CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD	040157760-6
APELLIDOS Y NOMBRES	BECERRA RIVAS DIEGO LIBARDO
DIRECCIÓN	AVENIDA RAFAEL MIRANDA 1-59 Y CALLE PANAMÁ
E-MAIL	godiejavi3@hotmail.com
TELÉFONO FIJO	062606255
TELÉFONO CELULAR	0986521066
TITULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TURÍSTICA CON SERVICIO DE TOURS HACIA LAS LAGUNAS DE IMBABURA EN LA CIUDAD EN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR	BECERRA RIVAS DIEGO LIBARDO
FECHA	JUNIO 2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR / DIRECTOR	ING ALICIA VACA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo BECERRA RIVAS DIEGO LIBARDO, con cédula de identidad Nro. 040157760-6 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos 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

El autor 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 son ellos titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días de Junio del 2014

EL AUTOR ACEPTACIÓN:



Becerra Rivas Diego Libardo

C.C.: 040157760-6



Lcda. Ximena Vallejos

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar cada día más,

A mi madre y a mi padre por ser las personas que me han acompañado durante todo el trayecto de mi vida, por saberme guiar con sus enseñanzas y consejos, a mis hermanos Patricia, Silvia, Giovanni, mi cuñado Andrés, mi prima Daniela quienes han sido un apoyo incondicional para mí durante este arduo camino para convertirme en un profesional. A mis amigos, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino y que hasta el momento, seguimos siendo amigos. A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo y los buenos momentos compartidos así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional. A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Diego Becerra

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerte a tí Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

*A la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE** por darme la oportunidad de estudiar y llegar a ser un profesional.*

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mí Padre, Madre y mis hermanos, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mis lectores de tesis, por su paciencia, esfuerzo, dedicación, me guiaron para lograr culminar la etapa final de mi proyecto estudiantil.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las cuales estoy agradecido por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Diego Becerra

PRESENTACIÓN

El presente proyecto, está orientado a crear una microempresa turística que brindara servicio de tours por las lagunas de Imbabura, esta microempresa facilitara todos los implementos para la expedición turística como sleeping, botas, carpas, alimentación, cañas de pescar, botes, lanchas, guías turísticos altamente capacitados en primeros auxilios, información turística, atención al cliente, amplio conocimiento de las culturas tradiciones ancestrales de las diferentes comunidades donde se encuentran las lagunas, brindaran seguridad a los turistas que recorren a través de los diferentes parajes de la provincia.

A continuación se detallan los objetivos que se pretende realizar para la puesta en marcha del presente proyecto.

Efectuar el diagnóstico situacional, en la ciudad de Ibarra, mediante una investigación de campo que permita obtener resultados respecto a Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del medio.

Elaborar las bases Teórico – Científicas para sustentar el proyecto a través de una investigación documental y bibliográfica.

Desarrollar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda, mediante la investigación de campo en la ciudad de Ibarra.

Diseñar la ingeniería del proyecto que permita determinar la adecuada localización y tamaño del proyecto.

Determinar la estructura organizacional para determinar técnicas, tecnología y talento humano a utilizar.

Establecer el estudio económico - financiero para determinar la factibilidad del proyecto, mediante los indicadores económicos.

Identificar los impactos que generaría la implementación del proyecto, a través de la investigación de campo y consulta a expertos.

Se realizara un diagnóstico situacional que, en base a consultas, observación y/o encuestas permitirá analizar y determinar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos existentes en el medio.

El fundamento del marco teórico dará los cimientos necesarios del proyecto, mediante una investigación bibliográfica y aplicación del fichaje en base a textos, libros, revistas informativas y consultas en la Web, necesarias para poder conceptualizar la información.

Consecutivamente se efectuará una investigación de mercado a través de la investigación bibliográfica mediante la aplicación de encuestas a turistas a través del internet y encuestas a pobladores de la ciudad, miembros de las comunidades entrevistas a los dueños de los locales expendedores de alimentos y hospedaje que luego del análisis correspondiente permita establecer la oferta y demanda existente en la ciudad de Ibarra.

Después de conocer todos los resultados anteriores, se efectuará el estudio técnico que mediante un análisis que permitirá determinar el tamaño del proyecto, su ubicación, macrolocalización, microlocalización, la ingeniería del proyecto. La tecnología a usar, los bienes, artículos y requerimientos que debe contar una microempresa turística para su normal funcionamiento como: infraestructura (muy importante), maquinaria y equipos necesarios, talento humano y estructura contable.

Se efectuará un estudio económico - financiero en el que se analizará la inversión inicial, los ingresos que se obtendrán por concepto de venta del servicio, costos necesarios para la normal operación de la microempresa turística, para lo cual se utilizará indicadores financiero como: TIR, VAN, tiempo de recuperación de la inversión, sensibilidad, costo – beneficio.

En lo referente a lo estructural y organizacional se definirá el nombre de la microempresa de acuerdo a la actividad a la que se va a dedicar, se establecerá la

misión y visión enfocándose al futuro hacia donde se pretende llegar, definir las políticas, estructura organizacional, funcional, competencias y ante todo el aspecto legal.

Se analizará los impactos generados, sean estos positivos, negativos y se determinará el beneficio y/o perjuicio que tendrá la ejecución del proyecto para la sociedad y el medio ambiente.

Finalmente el proyecto culmina con el establecimiento de conclusiones y recomendaciones que permiten tomar decisiones en cuestiones que el proyecto deja planteadas, para mejorarlo y optimizarlo en un futuro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	I
EXECUTIVE SUMMARY	II
AUTORÍA	III
CERTIFICACIÓN	IV
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	V
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VI
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	VII
CONSTANCIAS	VII
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	IX
PRESENTACIÓN	X

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	28
ANTECEDENTES.....	28
OBJETIVOS	29
OBJETIVO GENERAL DIAGNÓSTICO.....	29
OBJETIVO ESPECIFICO	29
VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES	30
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	30
AFLUENCIA TURÍSTICA	30
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	30
ATRATIVOS TURÍSTICOS	30
MEDIO AMBIENTE	30
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	31
DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA	33
PUBLICO A INVESTIGAR.....	33
PRINCIPALES LAGOS, LAGUNAS DE IMBABURA Y SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA	33
LAGUNA DE YAHUARCOCHA	34
LAGO SAN PABLO	35
LAGUNA DE CUICOCHA.....	35
LAGUNA DE MOJANDA.....	36
LAGUNAS DE: PURUHANTA, PIÑÁN, CUNRRO, CUBILCHE Y CRISTO COCHA.....	36
ALTURA	37
CLIMA ECUATORIAL DE ALTA MONTAÑA.....	37
CLIMA ECUATORIAL MESOTÉRMICO SECO.....	37

CLIMA ECUATORIAL MESOTÉRMICO SEMI HÚMEDO	38
CLIMA TROPICAL MEGATÉRMICO HÚMEDO	38
INFRAESTRUCTURA VIAL	38
AFLUENCIA TURÍSTICA.	39
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	39
SITIOS NATURALES Y CULTURALES	40
NIVEL DE CONOCIMIENTO	41
OBSERVACIÓN DE AVES	42
RURAL	43
DEPORTIVO	43
CULTURAL	44
ECOTURISMO	44
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	44
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	45
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	45
FICHAS DE OBSERVACIÓN.....	46
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES, RIESGOS.....	49
ALIADOS	49
OPONENTES	49
OPORTUNIDADES	49
RIESGOS	50
CRUCE ESTRATÉGICO AO-AR-OR-OO	50
CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS-OPONENTES.....	50
CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS-RIESGOS.	50
CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES-OPONENTES.....	51

CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES-RIESGOS	51
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	52

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	53
MICROEMPRESA	53
DEFINICIÓN:.....	53
CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA	54
TIPOS DE MICROEMPRESA.....	55
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN.-	55
MICROEMPRESA COMERCIAL.-	55
MICROEMPRESA DE SERVICIOS	55
MICROEMPRESA DE SUPERVIVENCIA	55
MICROEMPRESA DE EXPANSIÓN	55
REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA	56
FUENTES DE FINANCIACIÓN	56
EL TURISMO.....	58
EFFECTOS DEL TURISMO.....	58
CLASES DE TURISMO	59
TURISMO DOMESTICO	59
TURISMO NACIONAL.....	59
TURISMO INTERNACIONAL	60
TIPOS DE TURISMO	60
TURISMO SOCIAL	60
TURISMO CULTURAL	61
TURISMO DEPORTIVO	61
TURISMO SOSTENIBLE.....	62

ESTUDIO DE MERCADO	62
MERCADO.....	63
PRODUCTO	63
PRECIO	64
OFERTA	64
DEMANDA	65
COMERCIALIZACIÓN.....	65
ESTUDIO TÉCNICO	66
TAMAÑO DEL PROYECTO	66
LOCALIZACIÓN	67
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	67
ESTUDIO FINANCIERO	68
INGRESOS	68
EGRESOS.....	68
COSTOS	69
RECURSOS HUMANO	69
GASTOS ADMINISTRATIVOS	69
GASTOS FINANCIEROS.....	70
DEPRECIACIONES.....	70
INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	71
VALOR ACTUAL NETO	71
TASA INTERNA DE RETORNO	71
COSTO BENEFICIO.....	72
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	72
IMPACTOS	73

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	74
PRESENTACIÓN.....	74
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO.....	75
PRODUCTO	75
SERVICIO DE TOURS.....	75
MERCADO META	79
TAMAÑO DE LA MUESTRA	79
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	80
EVALUACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN.....	80
DATOS TÉCNICOS.....	81
SEXO	81
EDAD.....	82
INGRESOS	83
PROCEDENCIA.....	84
IDENTIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	95
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	95
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	95
IDENTIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	98
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	98
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	98
ANÁLISIS DE LA DEMANDA VERSUS LA OFERTA	99
DEMANDA INSATISFECHA.....	99
DEMANDA INSATISFECHA = DEMANDA – OFERTA.....	99
PRONÓSTICO DE VENTAS	99

PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO	100
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	100
COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	102
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	102

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	103
MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	103
MACROLOCALIZACION	103
MICROLOCALIZACION	103
MATRIZ DE FACTORES.....	104
UBICACIÓN DE LA PLANTA	106
DISEÑO DE INSTALACIONES	107
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	107
OFICINA DE GERENCIA Y CONTABILIDAD.....	107
RECEPCIÓN	108
VENTAS.....	108
MARKETING.....	108
OFICINA DE GUÍAS TURÍSTICOS.....	108
BODEGA	108
FLUJOGRAMA DE PROCESO	108
OPERACIÓN.....	109
INSPECCIÓN	109
DESPLAZAMIENTO O TRANSPORTE.....	109
DEPÓSITO PROVISIONAL O ESPERA.....	109
ALMACENAMIENTO	109
DOCUMENTO	109

DECISIÓN O ALTERNATIVA	109
FLUJOGRAMA DEL PROCESO	109
TAMAÑO DEL PROYECTO	110
TECNOLOGÍA.....	110
PRESUPUESTO TÉCNICO	111
LOCAL	111
SISTEMAS INFORMÁTICOS	112
GASTOS ADMINISTRATIVOS	112
MUEBLES DE OFICINA ADMINISTRATIVOS.....	112
EQUIPO DE OFICINA	113
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.	113
GASTOS DE VENTAS	114
MUEBLES DE OFICINA	114
EQUIPOS DE OFICINA	114
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE.....	114
GASTOS OPERATIVOS	115
VEHÍCULOS	115
MUEBLES DE OFICINA OPERATIVOS.....	115
EQUIPOS DE OFICINA OPERATIVOS	115
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE.....	116
EQUIPO DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN	116
EQUIPO DE SEGURIDAD.....	116
RESUMEN DE LAS INVERSIONES	117
RESUMEN INVERSIÓN FIJA	117
ESTRUCTURA DEL CAPITAL.....	118
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS	118

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO	119
DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS	119
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS	120
COSTOS DE OPERATIVOS	120
MANO DE OBRA OPERATIVA	120
COSTOS INDIRECTOS OPERATIVOS.....	121
GASTOS ADMINISTRATIVOS	123
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	123
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS	124
GASTOS DE VENTAS	127
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	128
GASTOS FINANCIEROS.....	129
TABLA DE DEPRECIACIONES	131
DEPRECIACIONES DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO.....	132
TABLA RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS	134
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	134
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	135
FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO	137
EVALUACIÓN FINANCIERA	139
COSTO DE OPORTUNIDAD O TASA RENDIMIENTO MEDIO	139
CÁLCULO DEL VAN	140
CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	141
RECUPERACIÓN DE DINERO EN EL TIEMPO	142
ÍNDICE BENEFICIO-COSTO	143

PUNTO DE EQUILIBRIO	144
RESUMEN DE LA INVERSIÓN	146
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	147

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	148
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	148
FORMULACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN	149
MISIÓN	149
VISIÓN	149
OBJETIVOS	149
POLÍTICAS Y VALORES CORPORATIVOS	149
POLÍTICAS EMPRESARIAL	149
POLÍTICA ECONÓMICA	150
VALORES CORPORATIVOS.....	150
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	151
ESTRUCTURA FUNCIONAL	152
MODELO DE COMPETENCIAS.....	153
MATRIZ DE COMPETENCIAS	153
REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA MICROEMPRESA.....	156

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO.....	175
IMPACTO SOCIAL- ECONÓMICO.....	175
ANÁLISIS	176
IMPACTO EMPRESARIAL.....	176

ANÁLISIS	177
IMPACTO CULTURAL- EDUCATIVO.....	178
ANÁLISIS	178
CONCLUSIONES	179
RECOMENDACIONES	180
BIBLIOGRAFÍA	181
LINKOGRAFÍA	184
ANEXOS	186

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de Relación Diagnóstica	31
Cuadro N° 2 Clima.....	32
Cuadro N° 3 Afluencia Turística.....	33
Cuadro N° 4 Atractivos Turísticos	34
Cuadro N° 5 Sitios Naturales y Culturales	35
Cuadro N° 6 Atractivos Turísticos	36
Cuadro N° 7 Atractivos Turísticos	38
Cuadro N° 11 Sexo.....	81
Cuadro N° 12 Edad.....	82
Cuadro N° 13 Nivel de Ingresos.....	83
Cuadro N° 14 Procedencia	84
Cuadro N° 15 Afluencia Turística.....	85
Cuadro N° 16 Conocimiento lagunas Existentes	86
Cuadro N° 17 Lagunas Conocidas	87
Cuadro N° 18 Actividades tiempo libre	88

Cuadro N° 20 Publicidad.....	90
Cuadro N° 19 Capacidad de pago	89
Cuadro N° 21 Frecuencia de adquisición.....	91
Cuadro N° 22 Publicidad.....	92
Cuadro N° 23 Servicios adicionales.....	93
Cuadro N° 24 Aceptación.....	94
Cuadro N° 25 Demanda Histórica.....	96
Cuadro N° 26 Datos para la Proyección.....	96
Cuadro N° 26 Proyección Demanda	97
Cuadro N° 27 Identificación Oferta	98
Cuadro N° 29 Demanda Insatisfecha	99
Cuadro N° 30 Turistas captados.....	100
Cuadro N° 31 Estimación de precios	101
Cuadro N° 32 Proyección del precio.....	101
Cuadro N° 33 Matriz de factores.....	105
Cuadro N° 34 Matriz Factores Ubicación por menor.....	106
Cuadro N° 35 Presupuesto	111
Cuadro N° 36 Arriendo	112
Cuadro N° 37 Muebles y Enceres	112
Cuadro N° 38 Equipos de Oficina.....	113
Cuadro N° 39 Equipos de Computación	113
Cuadro N° 40 Muebles De Oficina	114
Cuadro N° 41 Equipos de Oficina.....	114
Cuadro N° 42 Suministros de Oficina.....	114
Cuadro N° 43 Vehículos.....	115
Cuadro N° 44 Muebles de Oficina Operativos.....	115

Cuadro N° 45 Equipos de oficina Operativos	115
Cuadro N° 46 Equipo de computación y software	116
Cuadro: N° 47 Equipo de campamento y excursión	116
Cuadro N° 48 Equipo de seguridad.....	116
Cuadro N° 49 Resumen de Inversión Fija.....	117
Cuadro N° 50 Resumen Inversión Variable	118
Cuadro N° 51 Estructura del Capital.....	118
Cuadro N° 52 Personal Operativo	121
Cuadro N° 51 Mano de Obra.....	120
Cuadro N° 53 Servicios Básicos	121
Cuadro N° 54 Combustibles y lubricantes	122
Cuadro N° 55 Materiales de Protección	122
Cuadro N° 56 Costos Indirectos	123
Cuadro N° 57 Personal Administrativo.....	123
Cuadro N° 58 Costos administrativos indirectos	124
Cuadro N° 59 Materiales de oficina	125
Cuadro N° 60 Materiales de aseo	126
Cuadro N° 61 Gastos de constitución.....	126
Cuadro N° 62 Resumen Gastos Administrativos	127
Cuadro N° 63 Personal de ventas	127
Cuadro N° 64 Gastos Publicidad.....	128
Cuadro N° 65 Proyección gasto ventas	128
Cuadro N° 66: Amortización mensual (USD).....	130
Cuadro N° 67 Tabla de interés anual.....	131
Cuadro N° 68 Depreciación Bienes.....	132
Cuadro N° 69 Resumen gastos de Depreciación.....	133

Cuadro N° 70 Presupuestos de Egresos	134
Cuadro N° 71 Estado de situación inicial.....	135
Cuadro N° 72 Proyección de costos operativos	136
Cuadro N° 73 Calculo de Impuesto a la renta	137
Cuadro N° 74 Tabla Impuesto a la renta	137
Cuadro N° 75 Flujo de caja	138
Cuadro N° 76 Costo de oportunidad	139
Cuadro N° 77 Flujos netos Actualizados	140
Cuadro N° 78 TIR	141
Cuadro N° 79 Recuperación del dinero en el tiempo.....	143
Cuadro N° 80 Índice costo beneficio	143
Cuadro N° 81 Proyección punto de equilibrio	145
Cuadro N° 82 Punto de equilibrio en dólares y unidades.....	146
Cuadro N° 83 Resumen punto de equilibrio	146
Cuadro N° 84 Resumen de la Inversión	146
Cuadro N° 85 Análisis de sensibilidad.....	147
Cuadro N° 86 Matriz de Competencias GERENTE	153
Cuadro N° 87 Matriz de competencias SECRETARIA.....	154
Cuadro N° 88 Matriz de competencias CONTADOR	154
Cuadro N° 89 Matriz de competencias GUÍAS TURÍSTICOS	155
Cuadro N° 90 Impactos del Proyecto	175
Cuadro N° 91 Impacto Social – Económico	175
Cuadro N° 92 Impacto Empresaria	177
Cuadro N° 93 Impacto Cultural Educativo	178

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Provincia Imbabura.....	33
Gráfico N° 2. Infraestructura Vial.....	38
Grafico N° 3 Sexo	81
Grafico N° 4 Edad.....	82
Grafico N° 5 Nivel de Ingresos	83
Grafico N° 6 Procedencia.....	84
Grafico N° 7 Afluencia Turística	85
Grafico N° 8 Conocimiento lagunas Existentes	86
Grafico N° 9 Lagunas Conocidas.....	87
Grafico N° 10 Actividades tiempo libre.....	88
Grafico N° 11 Capacidad de pago.....	89
Grafico N° 12 Publicidad	90
Grafico N° 13 Frecuencia de adquisición.....	91
Grafico N° 14 Publicidad	92
Grafico N° 15 Servicios adicionales	93
Grafico N° 16 Aceptación	94
Grafico N° 17 Mapa De La Provincia De Imbabura	103
Grafico N° 18 Mapa De La Ciudad De Ibarra.....	104
Grafico N° 19 Instalaciones	107
Grafico N° 19 Flujograma de Procesos.....	110
Grafico N° 20 Logotipo Empresarial	148
Gráfico N° 21 Organigrama estructural	151
Gráfico N° 22 Organigrama funcional	152

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El presente trabajo de investigación impulsará la creación de una microempresa turística que preste servicios de tours hacia las lagunas de Imbabura en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura, la misma que será de carácter socioeconómico ya que generará nuevas fuentes de empleo, satisfaciendo las necesidades del visitante ofreciéndole servicios con calidad y calidez además se pretende mejorar las condiciones de vida, fortalecer el turismo local y apoyar al desarrollo económico de la provincia, logrando el bienestar de la ciudadanía Imbabureña.

Imbabura “La provincia de los lagos” es una de las más visitadas en el país, posee el conjunto acuático más hermoso del Ecuador, cuenta con alrededor de 21 lagunas, 16 de las cuales pertenecen al grupo de lagunas glaciares de Piñan cerca del cerro Yanahurco, en la cordillera occidental. Las lagunas son: San Pablo, Yahuarcocha, Cuicocha, Mojanda (conformada por un conjunto de tres lagunas: Caricocha, Huarmicocha y Yanacocha), Cunrru, Cubilche, Cristococha y Puruhanta; de éstas, las 3 primeras son las de mayor interés turístico por su belleza, tamaño, acceso, valor histórico y cultural.

Además estos enigmáticos parajes naturales cuentan con un clima bondadoso de diferentes tipos que hacen que prevalezca una flora y fauna única por la cual turistas que han visitado estos lugares quedan maravillados a los encantos que ofrece la provincia.

La actividad turística ha tenido beneficiosos cambios en los últimos años debido a las facilidades de transporte, cualquier sitio del mundo puede ser visitado por personas deseosas de conocer nuevos y exóticos lugares.

Según información proporcionada por el Ministerio de Turismo del Ecuador se ha apreciado un incremento considerable de extranjeros que ingresan al país por motivos de turismo.

La vialidad es un factor favorable que permite la afluencia de turistas a esta provincia, la principal vía de acceso es la panamericana que permite conectar tres puntos ejes del norte del país, Carchi, Imbabura y Pichincha.

Para obtener la información requerida se procederá a investigar a la competencia, turistas y población en general basándonos en cuestionarios que serán elaborados en el desarrollo del proyecto.

Por lo que se ha optado por realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa turística en la ciudad de Ibarra, la misma que ofrecerá servicio de tours adecuado a los turistas locales, nacionales y extranjeros ya que ellos llegan a nuestra provincia con grandes expectativas de encontrar un lugar donde puedan conocer el entorno paisajístico de las lagunas de Imbabura. Como punto estratégico la microempresa debe ubicarse en el Centro de la Ciudad de Ibarra. El proyecto está dirigido a los beneficiarios directos entre los cuales están los accionistas, empleados, proveedores, indirectamente se beneficiaran los turistas nacionales y extranjeros que disfrutan del entorno natural, además otras de las finalidades es sumar esfuerzos de aquellos que quieren ser partícipes de esta idea.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL DIAGNÓSTICO

Efectuar un diagnóstico situacional, en la ciudad de Ibarra para la creación de una microempresa turística con servicio de tour hacia las lagunas de Imbabura identificando Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Conocer las lagunas existentes en la provincia de Imbabura.
- Analizar la ubicación geográfica de las lagunas que se encuentran en Imbabura.
- Definir el nivel de afluencia turística en la provincia de Imbabura
- Identificar la cantidad de Establecimientos turísticos existentes en la provincia de Imbabura.
- Determinar el nivel de conocimiento que tiene la población sobre los atractivos turísticos en la provincia de Imbabura.

- Identificar las normas cautelares que tiene los establecimientos turísticos para la preservación del medio ambiente.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

1.3.1 Lagos y lagunas

- Altura
- Temperatura
- Superficie
- Estado de conservación

1.3.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

- Cantón
- Parroquia
- Vías de acceso

1.3.3 AFLUENCIA TURÍSTICA

- Visitantes locales y extranjeros

1.3.4 ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

- Hoteles
- Restaurantes
- Centros recreativos
- Agencias de viajes

1.3.5 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

- Gastronómico
- Visualización de flora y fauna
- Rutas rurales y comunitarias
- Rutas culturales
- Eco turismo
- Promoción y Publicidad

1.3.5 MEDIO AMBIENTE

- Preservación del Medio Ambiente

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N° 1 Matriz de Relación Diagnóstica					
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE.	INSTRUMENTO	PUBLICICO META
Conocer las lagunas existentes en la provincia de Imbabura.	LAGOS Y LAGUNAS	Altura Temperatura Superficie Flora y Fauna	Primaria Secundaria	Observación Documentación	Ministerio de turismo Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Analizar la ubicación geográfica de las lagunas que se encuentran en Imbabura.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Cantón Parroquia Vías de acceso	Primaria Secundaria	Observación Documentación	Ministerio turismo Ministerio de obras publicas
Definir el nivel de afluencia turística en la provincia de Imbabura	AFLUENCIA TURÍSTICA	Visitantes locales Visitantes extranjeros	Primaria Secundaria	Entrevista Documentación Encuesta	Establecimientos Turísticos Ministerio de turismo Habitantes de la ciudad de Ibarra

<p>Identificar la cantidad de Establecimientos turísticos existentes en la provincia de Imbabura.</p>	<p>ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS.</p>	<p>Hoteles Restaurantes Centros recreativos Agencias de viajes</p>	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Observación Documentación Encuesta</p>	<p>Ministerio de Turismo , INEC Cámara de comercio</p>
<p>Determinar el nivel de conocimiento que tiene la población sobre los atractivos turísticos en la provincia de Imbabura.</p>	<p>ATRATIVOS TURÍSTICOS</p>	<p>Gastronómico Visualización de flora y fauna Rutas rurales y comunitarias Rutas culturales Eco turismo Publicidad-Precio</p>	<p>Primaria</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Habitantes de la ciudad de Ibarra Turistas Establecimientos turísticos</p>
<p>Identificar las normas cautelares que tiene los establecimientos turísticos para la preservación del medio ambiente.</p>	<p>MEDIO AMBIENTE</p>	<p>Preservación del Medio Ambiente</p>	<p>Primaria</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Establecimientos turísticos</p>

Elaborado por: El autor

Año 2013

1.5 DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

Para el presente proyecto se tomará como unidad de análisis a las siguientes poblaciones:

1.5.1 PUBLICO A INVESTIGAR

- Los establecimientos turísticos se encuentran en diferentes partes de la provincia de Imbabura, como en san pablo del lago, panamericana sur kilómetro 5, Puerto Lago, Casa Blanca, Hostería la Estelita, Hotel El Conquistador.
- También se enfocara en los turistas quienes estarán identificados por los registros de los sitios turísticos, se pedirá apoyo de las diferentes agencias de tour, como las rutas del tren, la esquina del coco, Casa Mojanda Metropolitanating, Ministerio de Turismo de Imbabura etc.
- Por otro lado la investigación estará dirigida a una muestra de la población y turistas a quienes los ubicaremos en las calles de la ciudad de Ibarra, en los centros turísticos. Por lo cual calcularemos el tamaño de la muestra tomando como referencia el número de turistas que ha ingresado a Imbabura durante los últimos años, este cálculo se realizara en el estudio de mercado.

1.5.2 PRINCIPALES LAGOS, LAGUNAS DE IMBABURA Y SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Gráfico N° 1. Provincia Imbabura



Fuente: www.ibarra.gob.ec

Año 2013

Imbabura, ubicada en la zona norte de la región Sierra, muy cerca de la frontera con Colombia y en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “provincias turísticas” del Ecuador.

Desde Quito, la capital del País, los turistas nacionales y extranjeros, por vía terrestre, inician su viaje hacia la zona norte del país y en menos de dos horas visualizan la “Provincia Azul” de Imbabura, llamada así por las espectaculares tonalidades azules que reflejan sus lagos, lagunas y cielo, colores que inclusive se proyectan sobre los relieves montañosos, llegando a inspirar a pintores y poetas, para recrear este color a través de sus pinceles y de sus emotivos versos.

Los cantones que integran la provincia: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí, se encuentran involucrados y esperanzados con una actividad turística, que les permita un desarrollo sostenible a través de cuidar y mantener sus patrimonios e incentivar un mayor número de visitas, de quienes se interesen por conocer el patrimonio natural, cultural y gastronómico que les identifica y diferencia de las restantes regiones del Ecuador.

1.5.2.1 LAGUNA DE YAHUARCOCHA

Laguna de Yahuarcocha es una laguna eutrófica de origen glaciario, que se localiza a 5 Km al norte de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altitud de 2.185 msnm. Tiene una superficie de 187,5 hectáreas y una profundidad máxima de 5,5 metros. Se encuentra en proceso de deterioro ambiental por el alto nivel de sedimentación, debido a la erosión del suelo en la cuenca alta y la descarga de aguas con elevada cantidad de materia orgánica proveniente de las actividades que se realizan en su alrededor y demás acciones antrópicas.

La contaminación, manejo inadecuado de la cuenca, turismo masivo y descontrolado, ha modificado drásticamente la vegetación natural causando la reducción de sitios prioritarios para la anidación de algunas especies de aves y han provocado la desaparición local de otras. A pesar del grado de alteración, algunas especies comunes se reproducen, todavía en la laguna y constituyen un

gran atractivo turístico. (Estrategias de Conservación para la Laguna de Yahuarcocha – Ambiente GPI 2010).

En la actualidad se viene realizando el monitoreo mensual de la avifauna acuática en este humedal, lo que ha permitido identificar la presencia de 25 especies de aves, mismas que se convierten en un potencial para desarrollar el aviturismo en nuestra Provincia.

1.5.2.2 LAGO SAN PABLO

Conocido también como lago Imbakucha, nombre que proviene del vocablo prekichwa Imba= Pez de la figura de bagre ó preñadilla y la palabra Kucha = cocha ó laguna; es decir, nuestros antepasados lo conocían como el lago de preñadilla. Es un lago eutrófico de origen glaciar que se encuentra localizado cerca de la ciudad de Otavalo, en las faldas del cerro Imbabura, a 2.625 msnm. Con una superficie de 615,6 hectáreas y una profundidad máxima de 30 metros. En este lago, se realizan actividades turísticas como paseos en lancha, competencias de vela y la tradicional competencia natatoria del cruce al Lago San Pablo. Posee una excelente infraestructura turística.

En la actualidad la se viene realizando el monitoreo mensual de la avifauna acuática en este humedal, lo que ha permitido identificar 23 especies de aves acuáticas, las cuales son un potencial para desarrollar el aviturismo en Imbabura.

Además, en sus orillas habita la totora, la cual es aprovecha por los habitantes de la zona para la elaboración de artesanías. Este lago se encuentra en proceso de deterioro ambiental y contaminación, debido a las descargas de desechos sólidos y líquidos de las comunidades aledañas y empresas florícolas de sus alrededores. Además este sistema lacustre cuenta con un Plan de Manejo Integral de la cuenca del Imbakucha – Plan MICI realizado por el Centro de Estudios Pluriculturales (Cepcu) en el 2001. (Ambiente, GPI, 2004)

1.5.2.3 LAGUNA DE CUICOCHA

Es una laguna oligotrófica de origen volcánico, también llamada laguna de Cuyes. En su interior se encuentran 2 islotes, el Teodoro Wolf y Yerovi, separados por el canal del ensueño. Está localizada cerca de la ciudad de Cotacahi, al sur del

volcán del mismo nombre. Se encuentra a una altitud de 3.060 msnm. Tiene una extensión de 403,2 hectáreas, la profundidad máxima es de 150 metros. Se ubica dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas (Ambiente, GPI, 2004).

Destacan 5 especies de aves acuáticas, entre ellas el zambullidor plateado (*Podiceps occipitalis*) es una especie catalogada en por el libro rojo en estado vulnerable y ha sido registrada en Ciucocha.

Es un escenario adecuado para realizar actividad turística como paseos en lancha, caminatas naturalistas. Su estado de conservación es ligeramente intervenido.

1.5.2.4 LAGUNA DE MOJANDA

Las lagunas: Caricocha (grande o laguna macho), Huarmicocha (pequeña o laguna mujer) y Yanacocha (laguna negra) se encuentran ubicadas en el Mojanda, éstas son lagunas oligotróficas de origen glaciar y se localizan a una altura de 3.714 msnm. Su extensión es de 256.7 hectáreas, tiene una profundidad máxima de 150 metros. En esta laguna se desarrollan varias actividades de pesca deportiva de trucha. Este complejo lacustre constituye uno de los lugares con mayor concentración de agua en la región.

1.5.2.5 LAGUNAS DE: PURUHANTA, PIÑÁN, CUNRRO, CUBILCHE Y CRISTO COCHA

Son lagunas que por su ubicación y difícil acceso, se encuentran en estado natural con poca intervención humana, en algunas de ellas se desarrollan actividades de pesca.

En el caso de la laguna Puruhanta, forma parte del Parque Nacional Cayambe-Coca y el acceso de los turistas es controlado por los guarda parques existentes, a fin de evitar la sobre carga y con ello un consecuente deterioro ambiental de los recursos naturales que forman parte de este importante ecosistema.

1.5.2.6 ALTURA

Cuadro Nº 2 Clima

TIPOS DE CLIMA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA				
Tipo de clima clasificación Pourrut	Temperatura °C	Precipitación mm	Altitud msnm	Ubicación Geográfica
ecuatorial de alta montaña	0 – 8	1000 - 2000	mayor a 3000	Cerro Imbabura y volcán Cotacachi
ecuatorial mesotérmico seco	18 – 24	500	1600 -2000	Valle del Chota
ecuatorial mesotérmico semi húmedo	10 - 20.	1000 -2000	1600 - 3000	Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, Urcuqui
tropical megatérmico húmedo	15 – 24	2000 - 4000	400 - 1600	Sector de Lita, Cuellaje, García Moreno, Peñaherrera

FUENTE: Subdirección de Gestión Ambiental GPI.

ELABORADO: Subdirección de Gestión Ambiental GPI.

Año 2013

1.5.4 CLIMA ECUATORIAL DE ALTA MONTAÑA

Se encuentra latitudinalmente sobre los 3000 metros sobre el nivel del mar, en el cerro Imbabura, Volcán Cotacachi, Cuicocha, Mojanda, Yanahurco y Fuya Fuya. La temperatura media depende de la altura pero fluctúa alrededor de los 8°C, y mínimos que pueden ser inferiores a 0°C. La pluviometría anual es variable, comprendida entre 1000 y 2000 mm según la altura y la exposición de las vertientes, la humedad relativa es casi siempre mayor a 80%. En el piso alto la vegetación es tipo pajonal y en el piso bajo la vegetación natural es de tipo matorral o conocida también como ceja andina.

1.5.5 CLIMA ECUATORIAL MESOTÉRMICO SECO

Este tipo de clima es típico del sector del valle del Chota, la temperatura fluctúa entre 18 y 22 grados centígrados con poca variación en todo el año, la precipitación es baja y bordea los 500 mm. Anuales. La humedad relativa está entre el 50% y el cielo generalmente siempre está despejado, y da lugar a la presencia del fenómeno de Foehn (viento muy seco).

1.5.6 CLIMA ECUATORIAL MESOTÉRMICO SEMI HÚMEDO

Las cabeceras cantonales de Ibarra, Antonia Ante, Otavalo, Cotacachi Pimampiro y Urcuquí se encuentran bajo la influencia de este tipo de clima, que se caracteriza por tener una pluviométrica anual que oscila entre 1.000 y 2.000 mm, distribuida en dos estaciones lluviosas, las temperaturas medias se sitúan entre 10 y 20°C y la humedad relativa entre 65 y 85%.

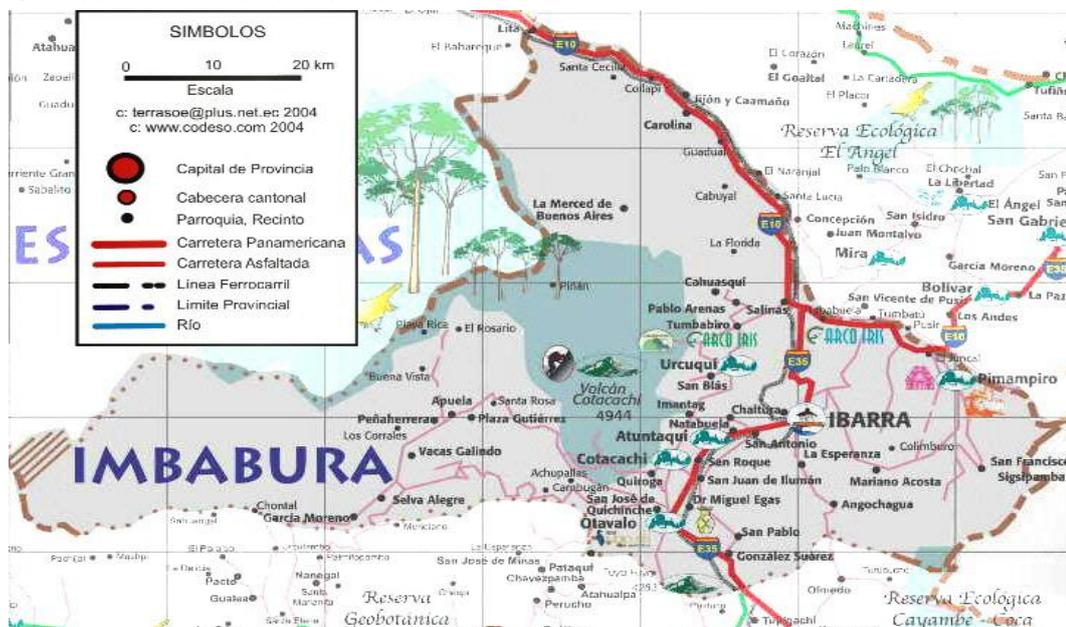
1.5.7 CLIMA TROPICAL MEGATÉRMICO HÚMEDO

En este tipo de clima las precipitaciones son superiores a 2.000 mm. Distribuidas en una sola estación lluviosa, el promedio de la temperatura varía según la altura desde 15 °C hasta 24°C. La humedad relativa de la zona es bastante alta con un porcentaje alrededor del 90%. Este tipo de clima lo encontramos en el sector de Lita, la zona de Intag: Parroquias Cuellaje, García Moreno, Apuela y Peñaherrera

1.5.8 INFRAESTRUCTURA VIAL

La infraestructura vial que hoy en día el gobierno proporciona nos beneficia en la mejor manera ya que las vías de acceso a los principales lugares turístico se encuentran en buen estado.

Gráfico N° 2. Infraestructura Vial



Fuente: www.goecuador.com

Año 2013

1.5.9 AFLUENCIA TURÍSTICA.

El Ministerio de Turismo conjuntamente con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos proporcionaran información estimada de turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra provincia, en el siguiente cuadro muestra la totalidad de turistas nacionales y del exterior que ingresaron a nuestra provincia, no se puede obtener datos por separado debido a que en nuestra provincia no existe un departamento específico que se encargue del registro del número de turistas locales y extranjeros que nos visitan .

Cuadro N° 3 Afluencia Turística

AÑO	N- DE TURISTAS
2009	388544
2010	397699
2011	409576
2012	421453
2013	431564
TOTAL	2048836

Fuente: **Ministerio de Turismo Imbabura**

Elaborado: **Por el Autor**

Año 2013

1.5.10 ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

De acuerdo a la información de los catastros turísticos de la provincia, se detallan los hoteles, restaurantes, discotecas y centros recreativos que brindan servicio en los diferentes cantones, dentro de lo que son establecimientos prestadores de servicios, principalmente de alojamiento, comidas y bebidas, recreación y diversión.

De los 422 establecimientos registrados por el MINTUR, 168 corresponden a hoteles, 192 a restaurantes, 38 a bares y discotecas, 6 a centros recreativos y 18 agencias de viajes.

Esta información proporcionada nos brinda parámetros para determinar el nivel de competencia a la que se enfrentara la microempresa y a la vez a identificar quienes podrían ser nuestros aliados estratégicos.

Cuadro N° 4 Atractivos Turísticos

CANTÓN	ESTABLECIMIENTO	CANTÓN	ESTABLECIMIENTO
CANTÓN IBARRA		CANTÓN OTAVALO	
HOTELES	70	HOTELES	65
RESTAURANTES	114	RESTAURANTES	45
DISCOTECAS/BARES	24	DISCOTECAS/BARES	10
CENTROS RECREATIVOS	2	CENTROS RECREATIVOS	1
AGENCIAS DE VIAJE	9	AGENCIAS DE VIAJE	9
CANTÓN ANTONIO ANTE		CANTÓN URCUQUI	
HOTELES	13	HOTELES	6
RESTAURANTES	23	RESTAURANTES	-
DISCOTECAS/BARES	4	DISCOTECAS/BARES	-
CENTROS RECREATIVOS	1	CENTROS RECREATIVOS	2
AGENCIAS DE VIAJE	-	AGENCIAS DE VIAJE	-
CANTÓN COTACACHI		CANTÓN PIMAMPIRO	
HOTELES	14	HOTELES	-
RESTAURANTES	10	RESTAURANTES	-
DISCOTECAS/BARES	-	DISCOTECAS/BARES	-
CENTROS RECREATIVOS	-	CENTROS RECREATIVOS	-
AGENCIAS DE VIAJE	-	AGENCIAS DE VIAJE	-

FUENTE: **MINTUR**

ELABORACIÓN: **Dirección Desarrollo Económico**

Año 2013

1.5.11 SITIOS NATURALES Y CULTURALES

De otro lado, forma parte de la oferta de la provincia el Inventario de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo actualizado al año 2009), en el mismo que ha catalogado 185 atractivos, distribuidos de la siguiente manera, 63 como sitios naturales y 122 como manifestaciones culturales, así:

Cuadro N° 5 Sitios Naturales y Culturales

Cantón	Sitios Naturales	Manifestación Cultural	Total por cantón
Ibarra	16	48	64
Antonio Ante	1	18	19
Cotacachi	24	20	44
Otavalo	10	25	35
Pimampiro	6	5	11
Urcuquí	6	6	12
Total Provincia	63	122	185

FUENTE: MINTUR

ELABORACIÓN: Dirección Desarrollo Económico

Año 2013

1.5.12 NIVEL DE CONOCIMIENTO

Mediante información proporcionada por el Ministerio de Turismo podemos apreciar el grado de conocimiento que tienen los turistas tanto nacionales como extranjeros de los atractivos turísticos que se ofertan en la provincia de Imbabura

Cuadro N° 6 Atractivos Turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS	%
GASTRONÓMICA : La Ruta gastronómica ocupa el 90 % de lugares denominados como gastronómicos donde se puede degustar comidas típicas de los sitios de toda la provincia de Imbabura.	90.00%
OBSERVACIÓN DE AVES : Esta ruta de la Observación de Aves ocupa el 80 % de los lugares aptos para realizar esta actividad que es única y que se la puede desarrollar nuestra provincia.	80.00%
RURALES Y COMUNITARIAS: Esta ruta ocupa el 70 % de la provincia en lo que se refiere al turismo rural que existe en la provincia ya que está abarcando una gran cantidad de lugares en la misma.	70.00%

CULTURALES: Como lugares culturales que existen en la provincia de Imbabura está denominado como el 90 % lugares como museos, cultura y otros.	90.00%
DEPORTES : Los lugares denominados para la práctica de diferentes deportes son muy apropiados	70%
ECO TURÍSTICAS: Ocupa el 70% de la provincia en cuanto a las reservas que constan como aéreas protegidas.	70.00%

FUENTE: MINTUR

ELABORACIÓN: Dirección Desarrollo Económico

Año 2013

1.5.12.1 GASTRONOMÍA

Cuadro N° 7 Atractivos Turísticos

Carnes coloradas	Chicha del Yamor y de jora
Mondongo	Pan de leche
Chanco con mote y morcilla	Fritadas
Tortillas de maíz	Choclos asados con queso
Nogadas	Los cuyes
Arropo de mora	Champus
Helados de paila	Caldos de gallina criolla
Empanadas de morocho	

Elaborado: Por el autor

Año 2013

1.5.12.2 OBSERVACIÓN DE AVES

- Bosque protector y páramos de Mojanda; Bosques nublados de la región de Selva Alegre e Intag; Páramos de Imbabura y Cusín; Parque del Cóndor.

- Lita y Yahuarcocha.

1.5.12.3 RURAL

- Haciendas de Imbabura “Historia y vida”: Hacienda Pinsaquí, Hacienda Cusín, Hacienda Zuleta, Hacienda Chorlaví, Hacienda La Esperanza.
- Compartir otra vida: Turismo comunitario. Ej. alrededor de Otavalo, aprender sobre artesanías, cultura, tradiciones, lengua kichwa, rituales; Ibarra (San Clemente, Zuleta) y Cotacachi (Junín, Manduriacos, Runa Tupari, Nueva América, Nangulví)
- Salud: Otavalo (aguas termales de Yanayacu y Tangalí) y Cotacachi (Yanayacu y Nangulví), San Miguel de Urcuquí (Chachimbiro).
- Ruta de Las Lagunas: Laguna de San Pablo (Otavalo), Laguna de Yahuarcocha “historia y mitos” (Ibarra), y Laguna de Cuicocha (Cotacachi).

1.5.12.4 DEPORTIVO

- Velerismo: Lago San Pablo
- Natación: Lago San Pablo
- Slalom: Lago San Pablo
- Tabla vela: Lago San Pablo
- Esquí acuático: Lago San Pablo
- Jet-ski: Lago San Pablo, Lago Yahuarcocha
- Rafting: Ríos Chota, Intag y Mira
- Pesca deportiva: Lagunas de Piñán y Verdes
- Automovilismo: Autódromo Internacional de José Tobar Tobar (Ibarra)
- Regatas: Lago San Pablo

1.5.12.4.1 CULTURAL

- Otavalo (capital intercultural del Ecuador) y los mercados indígenas
- Medicina herbolaria y shamanismo: Yachac's de Ilumán, Yachac de Pucará de Velásquez, Carabuela y Agualongo.
- Fiestas indígenas, vitalidad cultural: Inti Raymi o fiesta del Sol “la única fiesta tradicional indígena” en Junio (Natabuela, Cotacachi, Otavalo, Mojanda, Tocarón, Gonzáles Suárez, San Pablo, Peguche, San Juan de Ilumán, San Antonio, Caranqui e Ibarra y Fiestas del Yamor y Koya Raymi en Septiembre.
- Artesanías: Totorá (San Rafael), Cabuya (Intag y Atuntaqui), máscaras de arcilla (Mascarilla, Valle del Chota); Tallados en madera, cerámicas de barro y esculturas en piedra (Ibarra). Bordados y tejidos (Zuleta); Prendas de vestir, maletas y zapatos en cuero (Cotacachi).

1.5.12.5 ECOTURISMO

- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas con los manglares más altos del mundo.
- Áreas protegidas Cayambe-Coca y el Ángel.
- Zona de Intag

1.6 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para efectuar la investigación se ha aplicado los siguientes instrumentos de investigación:

- Encuesta
- Entrevista
- Observación

1.7.1 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.7.1.1 Entrevista dirigida a los establecimientos turísticos

1. ¿La atención de su negocio es permanente?

Si la atención es permanente, todos los días del año contamos con nuestro administrador que vive en la misma hostería pro lo cual estamos disponibles al público siempre.

2. ¿De qué manera promociona su negocio?

La hostería se promociona mediante la página web, Facebook, y publicidad de boca en boca que es la más poderosa.

<http://www.casamojanda.com/>

<https://www.facebook.com/casa.mojanda>

3. ¿Qué características tiene sus instalaciones?

Nuestras Instalaciones son de origen rustico y muy acogedor hoy en día están readecuadas, poseemos, biblioteca, cabañas, salón de recepciones, sala de estar, chimeneas, área de fumadores entre otros.

5. ¿Cuáles son las épocas de mayor afluencia de turistas?

Para la Hostería Casa Mojanda las fechas de mayor afluencia turística son Fechas cercanas a navidad, año nuevo, vacaciones de verano, feriados nacionales.

7. ¿Le gustaría tener aliados estratégicos?

Claro eso nos haría más fuertes ante la competencia

8. ¿Qué tipo de clientes adquieren sus paquetes turísticos?

Los clientes que nos visitan son nacionales y extranjeros depende de la época como por ejemplo los días de verano en otros países son muy ventajosos para

nosotros ya que uno de los lugares que ellos deciden pasar vacaciones es Ecuador y por ende nuestra provincia .

9. ¿Qué servicios oferta en su negocio?

Cabalgatas, paseos a pie, visita las lagunas, alimentación (Plato típico), hospedaje, entre otros.

10. ¿Qué medidas toman para le preservación del medio ambiente?

En casa Mojanda se practica mucho lo que es el reciclaje y la conservación del medio en su estado natural, incentivar a los clientes a que ayuden a mantener el medio el cual están visitando.

11. ¿Cómo realiza su registro contable?

El registro contable se lo realiza mediante un sistema contable.

La entrevista se la realizo a uno de los propietarios de la hostería de Casa Mojanda, el que manifestó que este lugar turístico se da a conocer mediante página web al igual que publicidad de boca a boca, las vías de acceso están adecuadamente accesible, sus precios son cómodos para todo público, las fechas de mayor visita son los feriados y época vacacional. Después de obtener la información se concluye que los diferentes lugares turísticos están dispuestos a realizar alianzas estratégicas permitiendo que la microempresa pueda sobrevivir y entrar en el mercado.

1.7.2 FICHAS DE OBSERVACIÓN

Se realizó investigación de campo a dos lagunas de Imbabura para determinar su estado de conservación, vialidad, afluencia turística y el número de establecimientos turísticos ubicados en este sitio.

Cuadro N° 8 Ficha Observación Lago San Pablo

FICHA DE OBSERVACIÓN

Lugar que se visitó: Lago San Pablo

Días de observación: domingo 18 de noviembre 2013

Aspectos importantes que se observó: Su infraestructura vial se encuentra en perfectas condiciones tiene varias zonas de ingreso a este paraje turístico.

También se realizó la observación de los indicadores de la variable UBICACIÓN GEOGRÁFICA, LAGOS Y LAGUNAS, AFLUENCIA TURÍSTICA, ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, MEDIO AMBIENTE que se enlista a continuación; información que se encuentra en los análisis de los resultados.

- **Ubicación geográfica.** Está ubicada a 4 km. de la ciudad de Otavalo, provincia Imbabura está rodeada por el volcán Imbabura, infraestructura vial en perfectas condiciones de fácil acceso.
- **LAGOS y lagunas:** Es un óvalo irregular de 3.5 x 2.2 km, con una profundidad aproximada de 83 m., está a una altura de 2670 msnm, Su temperatura media general es de 18° C.
- **Afluencia Turística:** Los turistas que visitan este lago son nacionales y extranjeros que se toman un tiempo para disfrutar de las maravillas que ofrece este hermoso lago.
- **Establecimientos Turísticos:** Existen varios locales que ofrecen varios servicios turísticos desde hospedaje, alimentación , paseos en lancha, motos acuáticas, entre otros
- **Observador:** Autor del Proyecto

Elaborado: **Por el autor**

Fuente: **Investigación Directa**

Año 2013

FICHA DE OBSERVACIÓN

Lugar que se visitó: Laguna de Cuicocha

Días de observación: sábado 17 de noviembre 2013

Aspectos importantes que se observó: Tienes una excelente infraestructura vial, no existe un vehículo popular para el ingreso a este paraje por lo que hay que hacerlo en vehículo particular

También se realizó la observación de los indicadores de la variable UBICACIÓN GEOGRÁFICA, LAGOS Y LAGUNAS, AFLUENCIA TURÍSTICA, ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, MEDIO AMBIENTE que se enlista a continuación; información que se encuentra en los análisis de los resultados.

- Ubicación geográfica. La laguna de Cuicocha se encuentra situada en la provincia Imbabura, en el cantón Cotacachi, a 12 km der la ciudad de Cotacachi.
- Lagos y lagunas: Cuicocha se encuentra a 3.068 m.s.n.m., su estado climático por la topografía, va de templado periódicamente húmedo a frío de alto andino y de tropical lluvioso a templado periódicamente seco, es un profundo cráter volcánico de 4 Km. de largo por 3 Km. de ancho y aproximadamente 200 m. de profundidad, parte de la Reserva Cotacachi-Cayapas.
- Afluencia Turística: En la visita realizada a la laguna se pudo apreciar que existían turistas locales y extranjeros de diferentes lugares del mundo.
- Establecimientos Turísticos: Existe una hostería ubicada en las orillas de la laguna la cual ofrece atractivos paquetes de hospedaje y alimentación incluye también tour por la laguna.
- Observador: Autor del proyecto

Cuadro N° 9 Ficha Observación Lago San Pablo

Elaborado: **Por el autor**

Fuente: **Investigación Directa**

Año 2013

1.8 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos.

1.8.1 ALIADOS

- Promoción por parte del gobierno (Ministerio de Turismo).
- Medidas cautelares para la prevención del medio ambiente. (Ministerio de Medio Ambiente).
- Mejoras en las vías de acceso por parte del gobierno.(Ministerio de Obras Publicas)
- Hosterías, Restaurantes, servicios de alojamiento.
- Contar con el personal policial capacitado para contrarrestar la delincuencia

1.8.2 Oponentes

- Resistencia al cambio para incentivar a las comunidades la importancia de la preservación del medio ambiente.
- Los turistas pueden no cumplir con la reglamentación existente para el cuidado del medio ambiente.
- Las comunidades aledañas pueden pensar que se van a ver afectadas con la creación de la microempresa.

1.8.3 Oportunidades

- Ubicación de la microempresa en un sector muy accesible y fácil de llegar.
- En la ciudad de Ibarra no existe mucha oferta de actividades de turismo de aventura, más están dedicados al turismo comunitario.
- Diversa riqueza natural, cultural y étnica, lo cual genera en el turista nuevas expectativas para visitarnos
- Líneas de crédito para el sector turístico y para las microempresas por parte de las instituciones financieras.
- El internet como una herramienta tecnológica para contactar con los clientes nacionales o extranjeros.
- La autovía Ibarra - Otavalo es una oportunidad más para trasladarse de forma más rápida para quienes vienen de otras provincias.
- La gran demanda insatisfecha que existe al momento.

- El apoyo gubernamental que actualmente se está impulsando a nivel mundial para atraer clientes. (**ALL YOU NEED IS ECUADOR**)

1.8.4 RIESGOS

- Inestabilidad en los precios de los costos
- Se crean nuevas empresas similares en el Cantón
- Inestabilidad socio-económica en el país y en el mundo.
- Existe inestabilidad en cuanto a la temporada, ya que hay meses en los cuales incrementa el turismo y en otros disminuye.
- El incremento de la delincuencia podría afectar al bienestar de los turistas.

1.9 CRUCE ESTRATÉGICO AO-AR-OR-OO

1.9.1 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS-OPONENTES.

- Aprovechar la promoción por parte del gobierno para eliminar la resistencia al cambio e inculcar en las personas que realizan turismo y en las comunidades la importancia de la preservación del medio ambiente.
- Aprovechar las medidas cautelares para la prevención del medio ambiente. (Ministerio de Medio Ambiente). para cambiar la cultura de daño al medio ambiente.
- Beneficiarse de la promoción por parte del gobierno (Ministerio de Turismo) para contrarrestar el bajo nivel de publicidad por parte de las empresas y operadoras turísticas de tal manera que se conocer a los privilegios que posee nuestra provincia Imbabura.
- Las alianzas que se realizara con los centros de hospedaje y alimentación permitirá aumentar los ingresos de estos establecimientos, haciéndole conocer a las comunidades que con la creación del presente proyecto no afectara a la comunidad, al contrario aportara al desarrollo de la misma.

1.9.2 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS-RIESGOS.

- Aprovechar las medidas cautelares para la prevención del medio ambiente para poder estar prevenidos ante los cambios climáticos y no poner en riesgo la seguridad de nuestros clientes.

- Tomar muy en cuenta las políticas económicas para establecer los precios de acuerdo a la situación del país.
- Aprovechar la promoción por parte del gobierno (Ministerio Turimos) para contrarrestar la débil afluencia turista en temporadas bajas.
- La seguridad que brindara la policía a través del ECU911, dará mayor confianza a los turistas para que lleguen a nuestra ciudad.

1.9.3 CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES-OPONENTES.

- Aprovechar la Tecnología como es el internet y así llegar a turistas extranjeros directamente eliminando los intermediarios de tal manera que nuestros precios sean más bajos que los de la competencia.
- Las vías de acceso, la diversidad cultural y étnica promoción constante del gobierno y del mismo proyecto nos proporcionara una constante afluencia turística.
- Las vías de acceso facilitaran la llegada de turistas a la provincia y a los lugares donde se encuentran las lagunas de tal manera que los habitantes de las comunidades aprecien que el proyecto no los afectara si no será todo lo contrario.
- Aprovechar las alianzas estratégicas para controlar la competencia.

1.9.4 CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES-RIESGOS

- Aprovechar la tecnología que ofrece el sistema de seguridad, reportes climáticos proporcionados en internet, para no exponer a los turistas ante la delincuencia y los cambios climáticos.
- Siendo útiles las alianzas estratégicas existirá una estabilidad de precios y se fortalecerá la microempresa ante a la competencia.
- Aprovechar que actualmente no se oferta mucho el turismo de aventura, la ubicación de la microempresa hará que esta crezca muy rápido que cuando la competencia vaya creciendo la empresa podrá hacerle frente.

1.10. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Del análisis de la matriz ALIADOS, OPONENTES, OPORTUNIDADES Y RIESGOS. Aplicada en la presente investigación se ha identificado que el problema se encuentra en la deficiente promoción de las lagunas, la deterioro de aprovechamiento de los recursos naturales, la carencia de programación la elaboración de rutas turísticas claves para conquistar y satisfacer a los turistas, por lo cual la calidad de servicio turístico hacia las lagunas no mejora en su totalidad.

Es necesario que se aproveche al máximo las técnicas de comercialización de servicios, la ayuda indirecta y directa del gobierno como son las promociones constantes que realiza a nivel mundial dando a conocer nuestros parajes exóticos y únicos en el mundo y la optimización de las áreas naturales de nuestra provincia, es por ello que se cree preciso realizar la investigación para poder mejorar el reconocimiento de las lagunas de nuestra provincia, aumentar la afluencia turística, fortalecer a la economía local.

En nuestra provincia tenemos la afluencia de muchos turistas tanto nacionales como extranjeros que llegan a nuestra provincia con el entusiasmo de conocer las lagunas y sus alrededores pero no todas las agencias de viajes les ofrecen este servicio por lo que los turistas lo hacen por cuenta propia. Al mirar esta oportunidad de mercado nace la idea de crear la microempresa que ofrezca servicio de tours por las lagunas de Imbabura.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 Definición:

Guevara, Juan (2011) manifiesta: “Una Microempresa se define como una empresa que ocupa menos de 10 empleados y su facturación es limitada por lo general los dueños suelen trabajar en la misma.”. Pág. 25

Izquierdo María (2010) manifiesta: “Se define como una unidad de negocio, no separada por la unidad familiar, que pertenece a sus sectores de población de escasos recursos económicos excluidos tradicionalmente del mercado”. Pág. 90

Guevara, Juan manifiesta que una Microempresa cuenta con menos de diez empleados y una facturación limitada; por otra parte, el dueño de la Microempresa suele trabajar en la misma.”. Mientras que *Izquierdo María* nos da a conocer es aquella que es operada por una unidad familiar bajo cualquier forma de organización, estos en similitud tienen la utilización de recursos y la intervención de varias personas. Con las afirmaciones de los autores anteriormente mencionados se procede a dar una definición personal. ”La microempresa es una organización económica, administrada por una o más personas naturales o jurídicas emprendedoras, utiliza conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos, desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización o de prestación de servicios, teniendo la gran capacidad de adaptarse al medio”.

A continuación de acuerdo con la bibliografía investigada se procede a dar a conocer otros aspectos importantes de la microempresa:

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Se puede considerar como características sobresalientes en este sector las siguientes:

- a.** La administración de la empresa es independiente, generalmente los gerentes son los propietarios del negocio.
- b.** El capital de la empresa generalmente es proporcionada por una persona o por un grupo pequeño de personas: propietario familiares o amigos.
- c.** El radio de operaciones es principalmente local, donde los propietarios y empleados se encuentran en la misma región.
- d.** El tamaño relativo de la microempresa está relacionado con la industria en la cual se desenvuelve. Es pequeña cuando se compara con unidades más grandes.
- e.** El crecimiento de la empresa se originan principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- f.** Es una unidad social de tipo familiar.
- g.** Actividades de autoempleo o que el número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- h.** Estrecha relación con la clientela, a la que consideran le va a ser fiel por mucho tiempo.
- i.** Carece de estructura formal en todas sus áreas, áreas que son fuentes de la microempresa son las de producción y venta.
- j.** Constituye un soporte para el desarrollo de las grandes empresas, pues de ella depende que el producto llegue en condiciones satisfactorias a su mercado.
- k.** Los trabajadores hacen múltiples funciones.
- l.** Escasa utilización de tecnología.
- m.** La mayor parte están dedicadas a actividades comerciales, artesanales y de servicios.

2.1.3 TIPOS DE MICROEMPRESA

2.1.3.1 Microempresa de Producción.-

Son aquellas microempresas en las cuales se transforman los materiales e insumos en un producto que se lo pone en disposición de los consumidores, su función principal es transformar toda la materia prima en productos nuevos.

2.1.3.2 Microempresa Comercial.-

Son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

2.1.3.3 Microempresa de Servicios

Estas microempresas se dedican a la atención del cliente, a vender el servicio antes que un producto, y su costo genera de acuerdo al trabajo realizado.

Existe otros tipos de microempresa son los siguientes:

2.1.3.4 Microempresa de Supervivencia

Son las más pequeñas e inestables, y poseen poco o ningún capital operativo. Los excedentes que generan no permiten la acumulación de capital y muchas veces no cubren ni siquiera las necesidades básicas de sus integrantes. Sus actividades son marginales y motivadas por el instinto de conservación, por ejemplo: Los vendedores ambulantes.

2.1.3.5 Microempresa de Expansión

Son aquellas que generan excedentes que les permiten acumular capital y expandir su infraestructura ampliando su mercado meta. En estas se comienza a diferenciar la figura del patrón, que se separa de la de los trabajadores.

2.1.4 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA

En atención a la normativa nacional vigente se identifican los siguientes requisitos:

a. El Registro Único de Contribuyentes:

Documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

b. Patente Municipal:

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

c. Seguro:

Son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.

2.1.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Las fuentes de financiación a las que una empresa puede acceder son las siguientes:

a. Financiación interna:

Generada por la propia empresa, luego su origen son beneficios empresariales no distribuidos y tenemos:

- Reservas, que a su vez pueden ser: legales, estatutarias y voluntarias, siendo estas últimas las únicas que pueden ser de libre disposición para la empresa, pues las dos primeras tienen una finalidad específica establecida por ley (legales) o por los estatutos de la sociedad (estatutarias).
- Amortizaciones.

b. Financiación externa:

Son los recursos o fondos pactados fuera de la empresa, tanto si es por cuenta de capital, que son las aportaciones que realiza el propietario del negocio si se trata de un empresario individual, o las aportaciones de los socios si se trata de una sociedad; como si son fondos otorgados por terceros ajenos a la empresa (préstamos, leasing, proveedores, etc.).

Luego la financiación externa puede ser:

➤ **Propia:**

Son las aportaciones de capital, tanto las iniciales para constituir la sociedad como las posibles ampliaciones de capital. Las realizan los socios si se trata de una sociedad, o el propietario si de una empresa individual se tratara.

➤ **Ajena:**

Son los recursos monetarios otorgados por terceros ajenos a la empresa, y que constituyen deuda que la empresa tiene que satisfacer (pagar o devolver) a la fecha de vencimiento pactado. Podemos realizar una subclasificación:

✓ **A corto plazo (c/p).** Cuando la empresa tiene que devolverlas en un plazo igual o inferior al año. Suelen utilizarse para financiar la compra de elementos del activo circulante (materias primas, envases, etc.).

Tenemos:

- ❖ Créditos con bancos, cajas y otras entidades, a corto plazo.
- ❖ Descuento bancario.
- ❖ Factoring.
- ❖ Proveedores, acreedores y otros suministrados a corto plazo.

- ✓ **A largo plazo (l/p).** Cuando la empresa debe desembolsarlas en un plazo superior al año. Se utilizan para la adquisición de elementos del activo fijo (edificio, terrenos, mobiliarios, equipo informático, elementos de transporte, etc.). Tenemos las siguientes:
 - ❖ Créditos con bancos, cajas y otras entidades, a largo plazo.
 - ❖ Leasing.
 - ❖ Empréstitos de obligaciones.
 - ❖ Proveedores, acreedores y otros suministrados, a largo plazo.

2.1 EL TURISMO

JOAN NOGUERA TUR, (2011) en el libro Gestión y Promoción del desarrollo Local, *“El turismo recae en lo que podríamos llamar (lo otro) es decir los turistas buscan algo diferente a lo que habitualmente conocen, el contraste cultural o paisajístico etc., durante un tiempo y luego regresarse a su lugar de origen.*

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

2.2 EFECTOS DEL TURISMO

La escritora *OLMOS J, G RAFAEL (2011)* manifiestan en su libro *“El turismo es una actividad económica que provoca el desplazamiento de billones de personas cada año, por lo que necesariamente tiene que provocar*

múltiples efectos en ámbitos diferentes. La economía de los países (tanto emisores como receptores), bien de manera positiva o en otros casos, de manera negativa.”
Pág. 17

2.3 CLASES DE TURISMO

2.3.1 TURISMO DOMESTICO

Ese aprovechamiento de las riquezas turísticas locales es lo que se denomina Turismo Nacional y que otros llaman Turismo interno o doméstico, como lo manifiestan los autores:

BOULLÓN R. (2010) define el Turismo Interno como:

“[...] el uso y realizado por los residentes nacionales o en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional [...]” (Pág. 77).

Para DE LA TORRE P es una actividad que acaece:

“[...] durante las vacaciones y los fines de hacia el mar o la montaña, hacia todos lugares de su preferencia. El tipo y la duración sólo están limitados al tiempo y al presupuesto de que disponen para visitar – los turistas – el sitio seleccionado”. (pág. 28).

2.3.2 TURISMO NACIONAL

ACERENZA J (2010) manifiesta “[...] a los desplazamientos que realizan los visitantes extranjeros por el interior del país visitado, lo cual no es correcto porque, como se ha visto, este tipo de turismo comprende exclusivamente a los desplazamientos que realizan los residentes-cualquiera que sea su nacionalidad dentro de

los límites geográficos del territorio del país en el cual tienen su domicilio habitual.” (pág. 34)

El turismo nacional, en definitiva, lo podríamos enmarcar como el desplazamiento de residentes de un país, fuera de su residencia habitual, hacia otras áreas del territorio nacional

2.3.3 TURISMO INTERNACIONAL

ALEJANDRO MANTECÓN (2008) en su libro La experiencia del turismo define al turismo internacional como el proceso que Incluye el turismo receptor y el turismo emisor”.

El turismo internacional comprende la entrada y salida de personas a otros países diferentes a los que ellos residen.

2.4 . TIPOS DE TURISMO

2.6.1 TURISMO SOCIAL

MENDOZA Juan (2010) “El turismo social, con una visión más centrada en las condiciones sociales que en las económicas, puede contribuir a la construcción o recuperación de los destinos turísticos bajo criterios de sostenibilidad económica, social y medioambiental. Si la sostenibilidad es fundamentalmente equilibrio entre diversas facetas de la actividad humana, el turismo social es un claro instrumento de actividad de desarrollo sostenible para muy diversos países actualmente subdesarrollados, que ven en este turismo una fuente de actividad económica que les puede sacar de la pobreza.

Consejero del Secretariado de la Confederación Europea de Sindicatos

2.6.2 TURISMO CULTURAL

JUÁREZ, Lourdes (2011) El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" - entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales". Pág. 110

El turismo cultural es aquel que se desplaza por razones de ocio pero con el objetivo preciso de conocer determinados lugares, o asistir a determinados acontecimientos relacionados con la cultura. En este sentido el turismo cultural es un sector del turismo especializado que se desarrolla en los últimos años y que son divididos, en otros como el de aventura, el ecológico, el rural y el de salud.

2.5.3 TURISMO DEPORTIVO

El turismo deportivo es que se lo practica en lugares específicos, áreas urbanas, con reglamentos y otros parámetros como

JUÁREZ, Lourdes (2011) lo manifiesta: Son viajes que se realizan para ver o participar en un evento o actividad deportiva. El turismo deportivo es uno de los sectores con mayor crecimiento dentro de la industria mundial de los viajes, cada año se gasta más de 600 millones de dólares en este tipo de actividades Pág. 112

El turismo deportivo es aquel donde una persona o un grupo de personas se trasladan de un lugar hacia otro con el fin de realizar actividades que implican algún deporte, distracción, diversión o relajamiento.

2.6 TURISMO SOSTENIBLE

Desde el nacimiento del término sostenibilidad, la aplicación de este adjetivo a cualquier otro vocablo es ya algo habitual. Y por ello no podría ser menos con el turismo, una importante actividad económica, pero con grandes implicaciones sociales, ambientales, económicas.

CEBRIÁN, Abellán (2010). Manifiesta en su libro Turismo rural y desarrollo local el turismo sostenible como:
“Como la actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfacen las necesidades económicas, sociales y estéticas respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida.” (Pág. 40)

2.7 ESTUDIO DE MERCADO

RUIZ, Flores (2010). Dice: “Es un proceso de investigación, que consiste en una serie de etapas que guían dicha investigación desde su concentración hasta el análisis, la recomendación y la acción final enfocándose a un proceso sistemático y ordenado”. (pág. 35).

En el estudio de mercado se analiza todos los factores que permiten dar a conocer producto, establecer el precio para por ultimo vender el mismo, así como también se puede determinar los posibles compradores y la competencia.

2.7.1 MERCADO

ASPERS, Patrik (2011) Mercado, en economía, son cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros.

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

2.7.2 PRODUCTO

SELVA, Josefa (2012) Manifiesta que producto es la suma de varias características o atributos físico, tal como se define en el diccionario “lo que se obtiene en un proceso de fabricación o de una fase de el mismo.” Pág. 18

El producto es la combinación de varias características y atributos físicos que en si conforman un bien o un servicio además es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia (4 p's) porque representa el ofrecimiento de toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no lucrativa) a su público objetivo, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos, y de esa manera, lograr también los objetivos de la empresa u organización (utilidades o beneficios).

2.7.3 PRECIO

GRACIA, Verónica (2010) Manifiesta el precio se define como el coste que percibe el consumidor necesario para adquirir los productos que ofrece el mercado y el mismo desea. Pág. 59

El precio se define como el coste que pagamos por adquirir un bien o un servicio que se está ofertando en el mercado.

2.8.4 OFERTA

ORTEGA, Anta. (2010) en su artículo menciona que: “La oferta es el volumen del bien que los productores colocan en el mercado para ser vendido. Depende directamente de la relación precio/costo, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, ya que cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado.” Pág.: 100

La oferta entonces son todos los bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender en un sitio determinado, fijando un valor a cambio de ello.

2.8.5 DEMANDA

CALDAS Eugenia, (2011), dice: *“Define la demanda como la capacidad y deseo de comprar determinadas cantidades de un bien o servicio a distintos niveles de precio en un determinado periodo de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes”.* (Pág. 68)

Al contrario de la oferta la Demanda es el producto o servicio que una empresa o cliente llamado también consumidor requiere con algún fin y por el cual está dispuesto a cancelar algún valor.

2.8.6 COMERCIALIZACIÓN

El Diccionario de Marketing, define la comercialización como: "Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas"
http://www.mercadeo.com/46_sobre_com_JM.htm

La comercialización es el conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor. En esta actividad se dedicada a conocer, con el mayor rigor posible, las características concretas de un mercado. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo, pues el conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas.

2.9 ESTUDIO TÉCNICO

OROZCO, Johnny de Jesús (2013) *Define estudio técnico como “El objetivo de este estudio es verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o la prestación del servicio que pretende realizar con el proyecto. Además, de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, las inversiones y la organización requerida para realizar la producción.”*
Pág. 20

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

2.9.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El autor MEZA Jorge. (2011) “Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipo requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo”. Pág.: 25

Si se considera al proyecto como un esquema que sirve de base para justificar un programa de producción, se tiene obviamente que el estudio de mercado el que determina los límites razonables, por tanto en términos generales es a través de este estudio que se llega en primera instancia a establecer el tamaño del proyecto. Definido en unidades de producción, de inversión que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

1.9.2 LOCALIZACIÓN

MEZA Jorge. (2011) La localización del proyecto “Es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto.” Pág.: 23

Para la localización de un proyecto se deben analizar todas las variables para lograr que el proyecto logre la más alta utilidad o ganancia pero sin recurrir a altos costos.

2.9.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

MEZA Jorge. (2011) “Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima, sin embargo, durante la formulación debe considerarse este problema, de manera tal que la definición concreta del proyecto en su etapa de factibilidad se realice teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea la óptima.”Pág.: 26

En sí, este estudio identifica, los procesos que se deben seguir para transformar la materia prima en artículos mediante una determinada función de manufactura, así como también se define la tecnología que se empleará, es decir, se entenderá a éste como un conjunto de conocimientos técnicos que se emplearán para desarrollar una determinada función.

2.10 ESTUDIO FINANCIERO

Según FISGATIVA I, (2011) *define el estudio financiero como “El propósito del estudio financiero es determinar el potencial económico de la idea de negocio que se esta analizando y establecer si efectivamente es una oportunidad de negocio, desde el punto de vista financiero.”* <http://goo.gl/H6gmu>

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y calcular la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo.

2.10.1. INGRESOS

ZAPATA, Pedro (2008)... *“Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa.”* Pág. 25

Los ingresos son simplemente los que se obtienen por la venta de un bien o servicio y se lo calcula multiplicando la cantidad de productos o servicios vendidos por su precio.

2.10.2. EGRESOS

“El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy asociado a la contabilidad. Se denomina egresos a la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que los ingresos permiten nombrar al dinero que entra.”
[“http://definicion.de/egresos/](http://definicion.de/egresos/)

Los egresos representan toda acción de salida o gasto por la acción de utilizar o adquirir un bien y servicio, es decir, lo contrario de los ingresos.

2.10.3. COSTOS

ZAPATA, Pedro (2008). *Afirma: “Costos son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o servicio”.* Pág. 25.

Los costos que se acumulan en las cuentas de la contabilidad sirven para tres objetivos esenciales: Proporcionar informes relativos a costos para determinar los resultados y valorizar los inventarios; proporcionar información para ejercer el control administrativo de las operaciones y actividades de la empresa y proporcionar información que sirve de base a la gerencia para planeación y toma de decisiones. Cantidad que se da o se paga por algo. Gasto de manutención del trabajador cuando se añade al salario.

2.10.4. RECURSOS HUMANO

Recursos Humanos, también conocido como Potencial Humano o Activo Humano, hace referencia al conjunto de trabajadores, empleados o personal que conforma un negocio o empresa <http://goo.gl/poUjk>

La mano de obra lo constituye el recurso humano y en si es el talento humano necesario para la fabricación de un producto o prestación de un servicio.

2.10.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

DIEZ Ignacio. (2010). *Afirma: En su libro Como entenderlas finanzas “Son principalmente los gastos*

relacionados con el personal, con el salario de del personal administrativo, gastos de alquiler, amortizaciones, gastos bancarios etc” Pág. 147

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

2.10.6. GASTOS FINANCIEROS

DIEZ Ignacio. (2010). Dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Corresponden a todos los cargos económicos hacia la empresa que las entidades financieras realizan por brindar algún servicio bancario.

2.10.7. DEPRECIACIONES

WWW.DEPRECIACION.NET (2009). Afirma: “ La depreciación, por concepto, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos, Ver nuestro apartado de métodos de depreciación, y que deben recogerse en los libros contables.

La depreciación es el cargo que se hace a los activos fijos en medida de su uso o por el transcurso del tiempo ya que por ello los activos fijos valen menos.

2.11 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.11.1. VALOR ACTUAL NETO

“El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. ”.

<http://pymesfuturo.com/vpneto.htm>

El VAN ayuda a determinar si el proyecto es rentable o no y esto lo muestra mediante términos monetarios que deben exceder a la rentabilidad deseada después de que se recupere la inversión. En otros términos si el valor actual neto de una inversión es positivo la inversión debe aceptarse, y si el resultado es negativo debe rechazarse.

2.11.2. TASA INTERNA DE RETORNO

www.encyclopediafinanciera.com (2012). *Afirma: “La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.*

La TIR es un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para determinar la factibilidad en un proyecto; ósea, evaluar si un proyecto de inversión cualquiera que fuere es rentable o no. Se obtiene calculando el valor

actual neto de la inversión y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés.

2.11.3. COSTO BENEFICIO

RUS, Gines (2008). Menciona que: *“El Costo Beneficio consiste básicamente en la comparación de los ingresos y los costos generados durante la vida del proyecto”*. pág. 20

Consiste en comparar la sumatoria de los flujos netos actualizados con respecto a la inversión. En si permite determinar si los proyectos son o no rentables comparando los flujos actualizados de beneficios y costos que derivan de su implementación.

2.11.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

BALAIRON, Luis (2009). Afirma:- *“El período de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos requeridos por la misma inversión”*. pág. 385

En si los indicadores de evaluación financiera, permiten determinar si una inversión desde el punto de vista financiera es viable o no. En el caso del período de recuperación de la inversión es un indicador que no toma en consideración el valor del dinero en el tiempo.

2.12. IMPACTOS

URSO, Carlos (2013) *El impacto se define como un resultado de los efectos de un proyecto, y la determinación de este exige el establecimiento de objetivos operacionales que permita vincular el proyecto con los efectos resultantes de su implementación.*”Pág. 39

Es importante distinguir conceptos importantes que nos permiten entender con más claridad el concepto de impacto: los “resultados brutos” son los cambios totales que se observan en la población objetivo después que el mencionado proyecto ha tenido suficiente tiempo de ejecución a fin de que éstos sean observables; los “resultados netos” son las alteraciones producidas atribuibles única y exclusivamente al proyecto. Lo anterior quiere decir, que en este último concepto se dejan por fuera todos los efectos o factores externos, dándonos como resultado el verdadero concepto de impacto en su expresión neta.

CAPÍTULO III

2. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos en un proyecto, por lo que hay que determinar con exactitud cada uno de sus componentes.

Imbabura es una provincia privilegiada por ser la provincia de los lagos, debido a su gran riqueza turística, la misma que es catalogada como uno de los destinos turísticos más apreciados tanto para turistas nacionales como extranjeros.

Cuenta con una hermosa variedad de atractivos turísticos, los cuales atraen una considerable afluencia de turistas mensualmente, que concurren por apreciar los enigmáticos parajes naturales de las diferentes zonas y buscar un momento de relajación y encuentro con el medio natural además de disfrutar la variedad de climas que poseemos desde el frío hasta el sub tropical.

En este contexto, es importante ampliar la cobertura y desarrollo de los productos turísticos hacia zonas de la provincia en donde la actividad es aún incipiente, promoviendo la diversificación paulatina de la oferta sobre la base de los componentes prioritarios del espacio turístico.

El presente capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, canales de distribución etc. referentes al servicio de turismo que se ofrece en la provincia de Imbabura. Además pretende establecer la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente y dando gusto a las preferencias del cliente.

La información primaria se la obtuvo en la realización del diagnóstico mediante la observación directa y entrevista a los propietarios de los lugares turísticos relacionados con las lagunas y lagos, para aquello se obtuvo adicionalmente información del ministerio de turismo.

La investigación secundaria, consistió en la obtención de estadísticas del Ministerio de Turismo y el Ilustre Municipio de Ibarra.

Para la proyección de la cantidad de turistas se utilizó como fuente primaria la encuesta. Para conocer la oferta existente del servicio en la ciudad se tomó en cuenta los ingresos económicos de los habitantes. Es así que el trabajo finalizará con la determinación de conclusiones, teniendo en cuenta la información obtenida.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

La microempresa dedicada a la prestación de servicio turístico, prestara un servicio de calidad el cual satisfaga a los turistas tanto nacionales como extranjeros de diferentes niveles económicos, aprovechando el entorno natural, cuidando en medio ambiente, con la diferencia de que el servicio será superior al de otros lugares. EL producto y servicio se detallan a continuación:

3.2.1 PRODUCTO

Para describir el producto es necesario describir brevemente a la provincia involucrada a la cual pertenece el producto y nacerá el servicio.

Imbabura, ubicada en la zona norte de la región Sierra, muy cerca de la frontera con Colombia y en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “provincias turísticas” del Ecuador.

Los cantones que integran la provincia: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí, se encuentran involucrados y esperanzados con una actividad turística, que les permita un desarrollo sostenible a través de cuidar y mantener sus patrimonios e incentivar un mayor número de visitas, de quienes se interesen por conocer el patrimonio natural, cultural y gastronómico que les identifica y diferencia de las restantes regiones del Ecuador.

3.2.2 SERVICIO DE TOURS

Al escuchar de una microempresa turística, que se dedique a ofrecer tours en la provincia de Imbabura la relacionamos con un sin número de servicios especialmente relacionados con el panorama natural, pero lo que esta microempresa pretende ofertar son tours hacia las lagunas de Imbabura,

aprovechando los beneficios que ofrece la biodiversidad de la provincia enfocando conjuntamente a lo que el gobierno de la república está impulsando el desarrollo turístico sustentable. Bajo esta relación el turismo se postula en el mundo como una alternativa económica, insertada en los principios del manejo sustentable de los recursos naturales, integrando aspectos fundamentales como: la conservación del ambiente, fortalecimiento de su identidad cultural y los recursos económicos derivados de toda actividad turística.

Además el turismo es una actividad económica en crecimiento buen agrado para los visitantes sobre todo extranjeros, permitiéndoles disfrutar de mejor manera de los servicios que se les pueda ofertar.

La nueva microempresa turística pretende aprovechar los recursos existentes en la zona y los proporcionados por el medio natural, como clima, atractivos turísticos, vías de acceso entre otros aspectos, uso óptimo de los recursos naturales del medio y de la zona, beneficiando de esta manera a los pobladores de la zona.

Para el análisis o viabilidad de este proyecto se considera la demanda que existe de servicios de turismo, contando con una gran expectativa de realización ya que no existen otras empresas en la ciudad de Ibarra que se dediquen a prestar servicios de tours hacia las lagunas de Imbabura, con toda la implementación necesaria para excursiones, camping, pesca entre otros.

Para brindar un servicio confiable y seguro al turista la microempresa estará complementando nuestros paquetes turísticos con un seguro de accidentes que muchas de otras empresas no lo ofrecen, además el turista no tendrá que preocuparse por traer los implementos para la excursión o el tours ya que la microempresa dotara de todos los instrumentos necesarios que necesite el turista para hacer el recorrido por las lagunas, como también estar incluido el transporte desde el lugar que nuestros clientes soliciten. Estaremos aliados con hosterías, hoteles, restaurantes, para complementar nuestros paquetes y hacerlos aún más atractivos hacia los turistas.

➤ **Trekking**

Los tours hacia las lagunas de Imbabura es una actividad física que consiste en realizar travesías o rutas por un medio natural hasta llegar a las diferentes lagunas de Imbabura. Estas rutas se realizan generalmente a pie, bicicleta o automóvil tienen lugar en montañas, montes, bosques, donde se encuentran situadas las lagunas y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada.

A esta actividad se la considera una forma de deporte de aventura y de realizar turismo ecológico. En el excursionismo es necesario junto con la marcha la orientación y se realiza visitando parajes naturales, donde se deben respetar unas normas de seguridad y ecológicas.

➤ **Ascenso media montaña.**

Actividad de gran popularidad por la belleza del paisaje de las montañas de esta zona andina y resulta accesible durante todo el año, sin embargo es recomendable evitar los días muy lluviosos, una elevación de media montaña recomendable es el volcán Cotacachi: ubicado a los pies de la Laguna de Cuicocha. Acceso: desde Cotacachi, dirigirse a la Laguna de Cuicocha, ingresar a la Reserva Cotacachi Cayapas, levantar campamento en el puesto de transmisiones del Ejército. Ascensión: 5 horas, cima: 4939 m.s.n.m.

➤ **Ciclismo tours.**

Es la actividad deportiva que se realiza sobre una bicicleta de montaña (BTT, Bicicleta Todo Terreno) en terrenos montañosos. Por extensión, se aplica el término a todos los demás terrenos a campo traviesa que presentan muchas de las dificultades existentes en los terrenos montañosos, como son terrenos diversos: arena, tierra, lodo, arroyos, etc.; obstáculos: huecos, piedras, troncos, ramas, acantilados, etc.; pendientes diversas y rutas sinuosas.

Quienes realizan este deporte usan sus propias bicicletas o las que le suministra la organización con la que se realiza la expedición.

Para realizar estos tipos tours en distintos medios de movilización se toma en cuenta el nivel de riesgo y el peligro puede presentarse teniendo o no experiencia, por lo tanto, un componente primordial en el servicio será el seguro personal de accidentes que se pondrá a cargo a una empresa de comprobada seriedad.

Por otro lado, hay que tener cuidado en escoger un recorrido que esté de acuerdo a las capacidades personales.

➤ **Recibimiento Cultural**

Cuando los turistas lleguen al lugar serán recibidos con un evento cultural en la noche, el cual consistirá en presentación de grupos artísticos y danzantes, además se brindará un coctel de bienvenida y con una cartilla con sus nombres y un mensaje que portará fotografías de la laguna a la cual están visitando.

➤ **Apoyo Al Medio Ambiente**

Una de las actividades que estarán incluidas en este tour es la de promover el cuidado del medio ambiente para ello se realizará una mañana del árbol en la que tendrán que plantar un árbol en una de la zona a visitar.

➤ **Aliados Estratégicos**

Los visitantes se hospedarán en las hosterías cercanas a las lagunas y lagos, para ello se hará convenios mediante negociaciones con los propietarios de estas hosterías es decir se aplica las alianzas estratégicas. En el convenio no solo se encuentra las habitaciones para el hospedaje, también alimentación y servicios de estos lugares, los costos de estos servicios se encuentran incluidos en la proyección de precios y estudio financiero.

➤ **Transporte**

Existirá un servicio de transporte de puerta a puerta, si los turistas no son de la ciudad se los recogerá en el hotel en el que se estén hospedando. De ahí se parte al lugar destinado y contratado.

3.3 MERCADO META

Para ofertar nuestro servicio se toma como mercado meta a los turistas que visitan nuestra provincia, donde se desarrollara el proyecto teniendo en cuenta siempre las exigencias del consumidor, en este mercado se pretende buscar posicionamiento y reconocimiento lo cual permitirá permanecer en él, mediante el conocimiento de servicio de calidad.

Cuadro N° 10 Afluencia Turística

AÑO	N- DE TURISTAS
2009	388.544
2010	397.699
2011	409.576
2012	421.453
2013	431.564
TOTAL	2'048.836

FUENTE: Ministerio de Turismo Imbabura

ELABORADO: Por el Autor

Año 2013

3.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la determinación de la muestra se toma en cuenta datos del 2013, el número de turistas que ingresaron en este año fueron 431564 entre locales y extranjeros y se procede al cálculo matemático respectivo utilizando la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = Muestra

N = Población 421.453

Z² = Nivel de confianza 1,96

P = Probabilidad de éxito 0,5

Q = Probabilidad de fracaso 0,5

E = Margen de error 0,05

Remplazando formula:

$$n = \frac{3.84 (0.25) * (431564)}{(0.0025) (431563) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{(0.96) * (431564)}{(1078.9075) + (0.96)}$$

$$n = \frac{414301.44}{1079.8675}$$

$$n = 383,659$$

Redondeando:

$$n = 384$$

3.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se aplica la encuesta a los pobladores de la provincia de Imbabura y turistas que se encontraban en los diferentes atractivos turísticos.

3.6 EVALUACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN

El universo es de 431564 turistas locales y extranjeros, de los cuales se obtuvo una muestra de 384, cuyos resultados analizados y tabulados se presentan a continuación:

3.7 DATOS TÉCNICOS

01. Sexo

Cuadro N° 11 Sexo

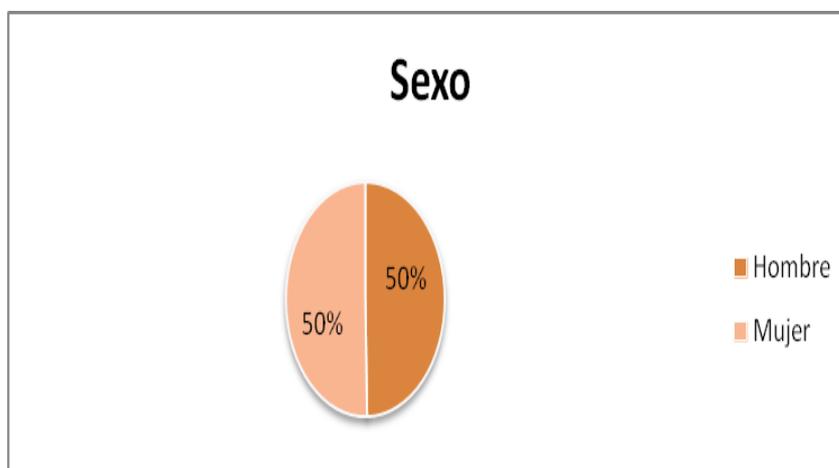
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	
HOMBRE	191	50%
MUJER	193	50%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 3 Sexo



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

Podemos mencionar que nuestra población investigada fue de manera equitativa ya que la mitad de población fueron hombres y la otra mitad fue género femenino, demostrando así que existe una equidad en los visitantes, lo que indica que no hay segregación de ninguna clase.

02. Edad

Cuadro N° 12 Edad

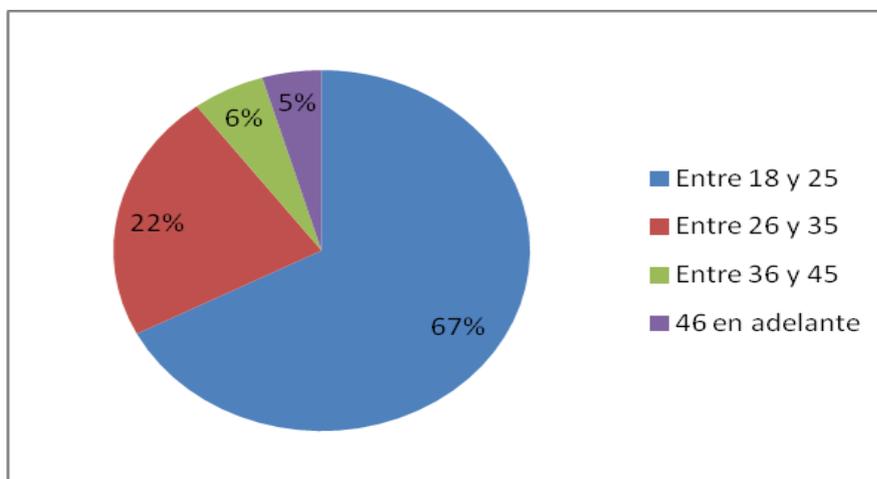
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 18 y 25	251	65%
Entre 26 y 35	87	23%
Entre 36 y 45	25	6%
46 en adelante	22	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 4 Edad



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas podemos mencionar que la mayoría de la población investigada se encuentra entre 18 y 25 años, y se extiende en gran proporción hasta los 35 años de edad, la otra población es de edad más avanzada y en menor cantidad en nuestro estudio. Por lo que se llega a la conclusión que nuestro mercado está en una población de entre 18 a 35 años

03. Ingresos

Cuadro N° 13 Nivel de Ingresos

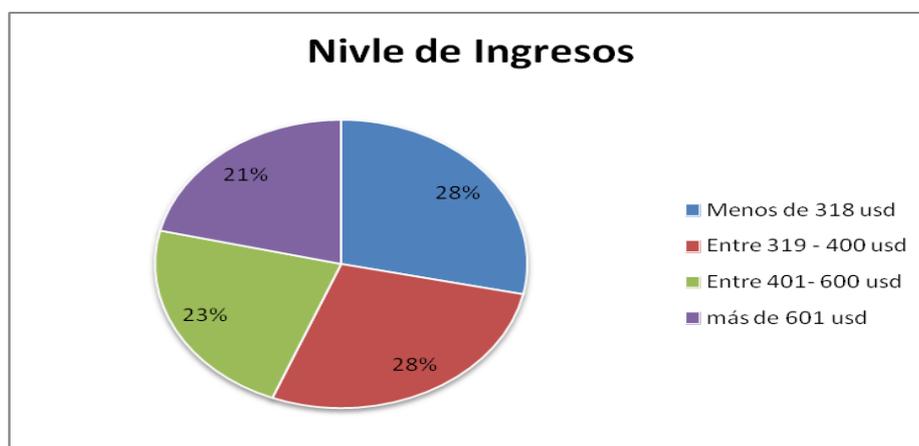
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 318 usd	109	28%
Entre 319 - 400 usd	106	28%
Entre 401- 600 usd	87	23%
más de 601 usd	82	21%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 5 Nivel de Ingresos



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

Se ha investigado los niveles de ingreso de la población con la finalidad de determinar los precios que estos podrían pagar por el servicio y los resultados fueron similares en las cuatro variables. Entonces haciendo una comparación entre nivel de ingresos y edad se concluye que nuestro mercado está entre las personas de 18 a 35 años con un nivel de ingresos menor a 400,00 dólares ; por lo tanto nuestros servicios oscilaran dentro de estos rangos.

04.- Procedencia

Cuadro N° 14 Procedencia

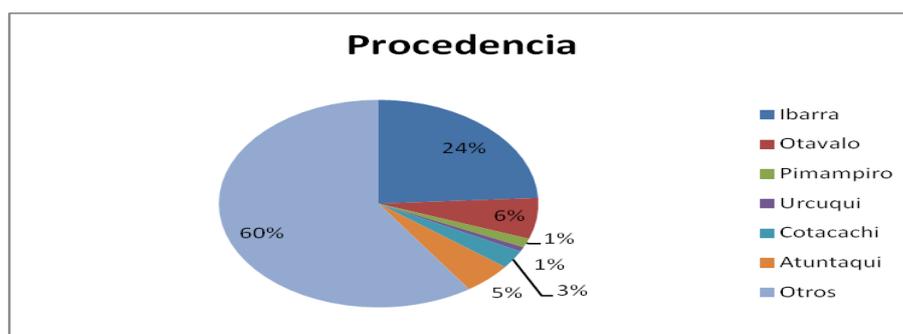
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ibarra	93	24%
Otavaló	25	6%
Pimampiro	5	1%
Urcuqui	3	1%
Cotacachi	11	3%
Atuntaqui	19	5%
Otros	229	60%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 6 Procedencia



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

De las encuestas aplicadas se apreció que en su mayoría la población investigada fue de otros lugares del mundo, sin embargo otro grupo que también es significativo se encuentra en la ciudad de Ibarra. Estos resultados nos llevan a la conclusión que el servicio de tours será enfocado principalmente a los turistas extranjeros y locales nacionales.

1. ¿Conoce usted alguna empresa de servicio turístico que ofrezca tours hacia las lagunas de Imbabura?

Cuadro N° 15 Afluencia Turística

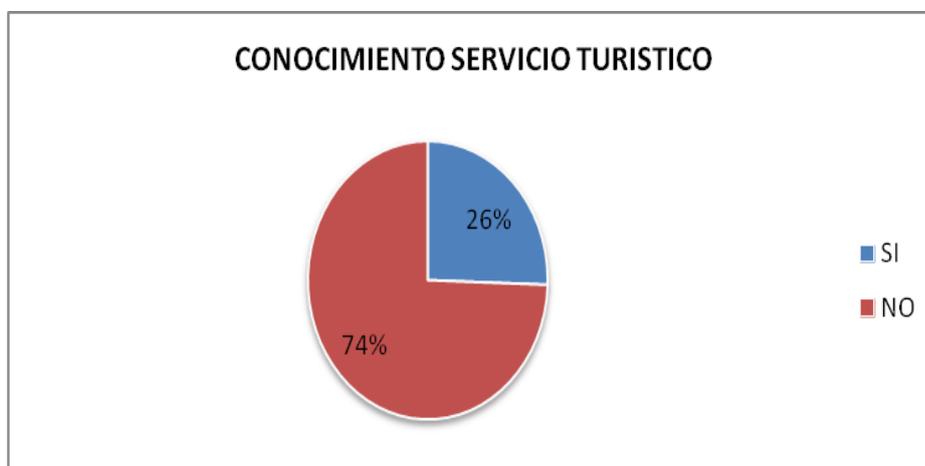
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	98	26%
NO	286	74%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 7 Afluencia Turística



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

La población encuestada manifestó que no tiene conocimiento de alguna empresa que realice un tours por las lagunas de la provincia, pero una minoría aduce que si existen empresas y agencias turísticas que ofrecen este servicio, pero aun así el proyecto a ponerse en marcha no tiene mucha competencia por lo cual se podrá tener gran oportunidad de aceptación en el mercado.

6.- ¿Tiene conocimiento de las lagunas existentes en la provincia de Imbabura?

Cuadro N° 16 Conocimiento lagunas Existentes

CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	150	39%
NO	234	61%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 8 Conocimiento lagunas Existentes



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

La mayor parte de los investigados no tiene conocimiento de las lagunas de Imbabura lo cual es algo positivo ya que esto representa parte de nuestro mercado, son muy pocas las personas que si conoce las lagunas que existen pero es importante dar a conocer a la población de que lagunas existen y las características de las mismas, lo que nos apresta a otorgar información estratégica para atraer a nuestros clientes.

7.- Si su respuesta fue positiva en la anterior pregunta. Mencione cuales son las lagunas que usted conoce?

Cuadro N° 17 Lagunas Conocidas		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
LAGUNA DE PIÑAN	35	3%
LAGUNA DE MOJANDA	177	14%
LAGUNA YANACocha	46	4%
LAGUNA YAHUARCOCHA	270	22%
LAGUNA PURUHANTA	41	3%
LAGUNA DE CUBILCHE	74	6%
LAGUNA DE CUICOCHA	215	17%
LAGUNA CARICOCHA	19	2%
LAGUNA DE CUNRRO	22	2%
LAGO SAN PABLO	240	19%
LAGUNA HUARMINCOCHA	8	1%
LAGUNA SAN MARCOS	63	5%
LAGUNA CRISTOCOCHA	16	1%
OTROS	11	1%
TOTAL	1236	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 9 Lagunas Conocidas



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

Al tener conocimiento de que lagunas conocen, hace que a la explore las facultades de estos productos turísticos y hacer que se oferte un servicio competitivo y lograr alcanzar un posicionamiento en el mercado, adicional a ello y e importante la satisfacción de necesidades de los clientes.

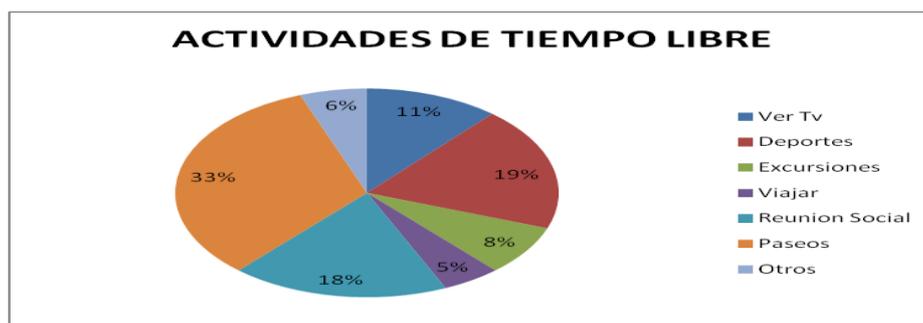
8.- ¿Que actividades realiza usted los fines de semana y / o feriados?

Cuadro N° 18 Actividades tiempo libre

CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ver Tv	44	11%
Deportes	74	19%
Excursiones	30	8%
Viajar	19	5%
Reunión Social	71	18%
Paseos	125	33%
Otros	22	6%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Gráfico N° 10 Actividades tiempo libre



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Análisis e Interpretación:

La población prefiere realizar paseos ya sea en fines de semana o feriados, aunque otros prefieren hacer deporte tradicional como futbol, caminata, etcétera. Sin embargo otros optan por las reuniones sociales en amigos, familia, ver televisión excursiones, viajar y otro tipo de actividades. Este resultado proporciona bases para hacer nuestro servicio más atractivo con la finalidad de atraer más clientes.

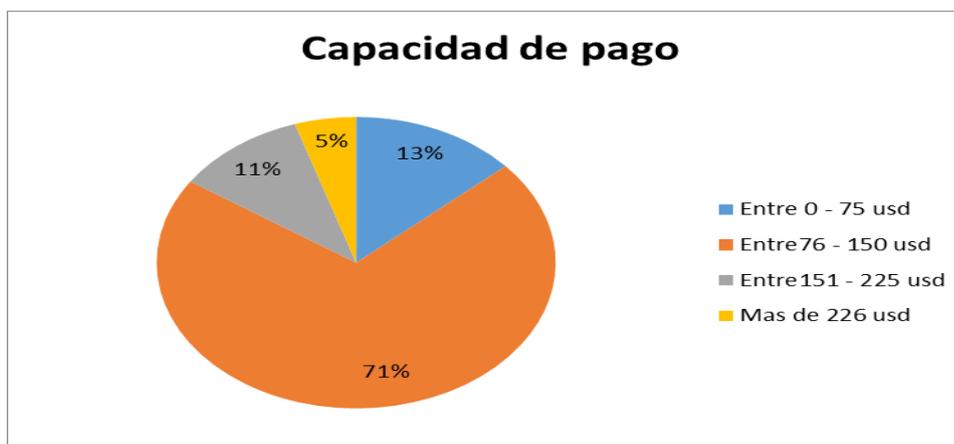
9.- ¿Cuánto Invierte usted y su familia en este tipo de actividades mensualmente?

Cuadro N° 19 Capacidad de pago

CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 0 - 75 usd	52	13%
Entre 76 - 150 usd	272	71%
Entre 151 - 225 usd	41	11%
Más de 225 usd	19	5%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Gráfico N° 11 Capacidad de pago



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Análisis e Interpretación:

La mayoría de los investigados dispuestos a pagar un valor entre 76 y 125,00 dólares la población por lo que a través de esto podemos determinar el precio que se le colocara a la servicio. Además tendrá que ofertar diferentes tipos de servicio que enmarque la capacidad de pago de otros clientes que su capacidad de pago es un poco mayor en este grupo se encuentran los extranjeros y parte de turistas locales.

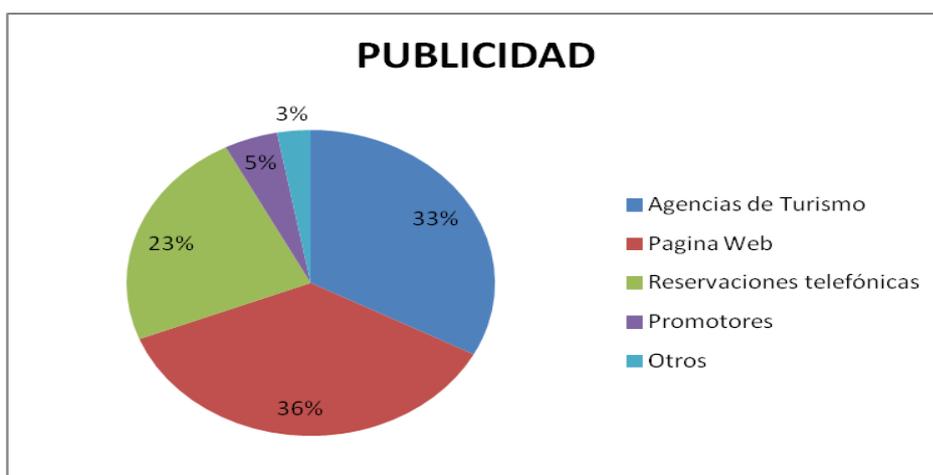
10. ¿A través de que medio acostumbra o le gustaría contratar servicios turísticos?

Cuadro N° 20 Publicidad

CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Agencias de Turismo	153	33%
Página Web	169	36%
Reservaciones telefónicas	109	23%
Promotores	22	5%
Otros	14	3%
TOTAL	466	100%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Gráfico N° 12 Publicidad



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos se determina que parte de la población acostumbra a contratar este tipo de servicio por medio del internet por mayor facilidad y lo pueden hacer desde cualquier parte del mundo, mientras que los turistas locales lo han contratado través de las agencias de viajes.

11.- ¿Con que periodicidad contrataría usted nuestros servicios?

Cuadro N° 21 Frecuencia de adquisición

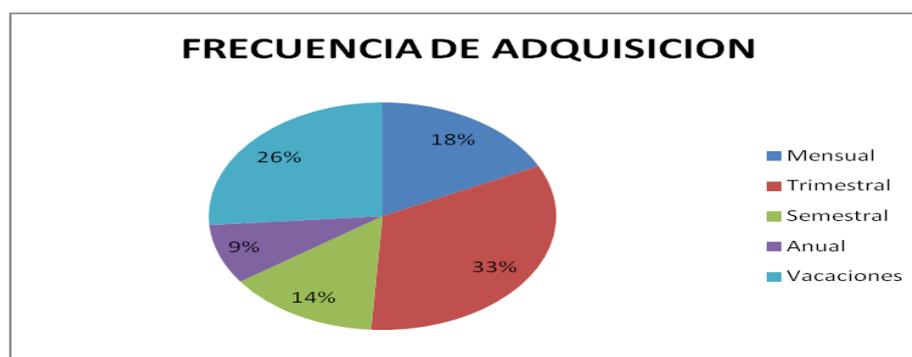
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mensual	68	18%
Trimestral	128	33%
Semestral	54	14%
Anual	33	9%
Vacaciones	101	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 13 Frecuencia de adquisición



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

Los servicios serán contratados de acuerdo el resultado, el 33% y el 26% lo hará de manera trimestral y vacacional, es por ello que en estas temporadas se tendrá que poner más énfasis en la oferta y promociones dentro del servicio turístico, pero no hay que descuidar el resto de personas que visitan nuestra provincia en fechas corrientes ya que también pueden ser parte de nuestro mercado. Esto nos dice que la microempresa estará en actividad en todo el curso del año.

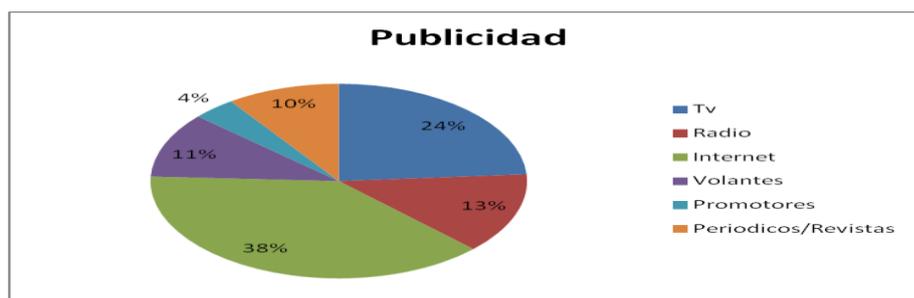
12.- ¿Cuál considera el medio más apropiado para la promoción de la nueva microempresa turística con servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura?

Cuadro N° 22 Publicidad

CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Tv	174	24%
Radio	98	13%
Internet	281	38%
Volantes	79	11%
Promotores	27	4%
Periódicos/Revistas	71	10%
TOTAL	730	100%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaboración: Autor del Proyecto
 Año 2013

Gráfico N° 14 Publicidad



Fuente: **Estudio de Mercado**
 Elaboración: **Autor del Proyecto**
Año 2013

Análisis e Interpretación:

Los medios en los que la población quiere que se den a conocer son el internet y la televisión, representado por un 38% ya que son los medios por los cuales la población se informa de la actualidad y novedades. El 24 % considera la publicidad a través de televisión. Median el análisis de estos resultados la microempresa se publicitara a través de internet y en largo plazo por medio de la televisión.

13.- ¿En qué sitio de la ciudad prefiere hospedarse?

Cuadro N° 23 Servicios adicionales

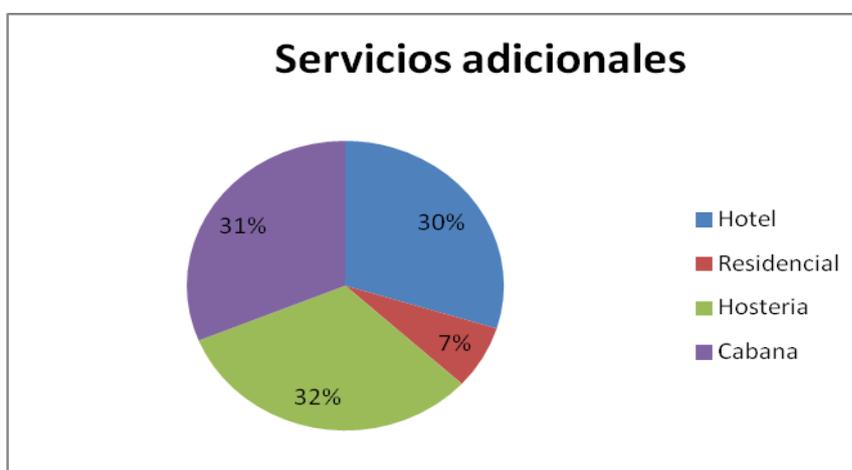
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Hotel	114	30%
Residencial	27	7%
Hostería	123	32%
Cabaña	120	31%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 15 Servicios adicionales



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que existe una preferencia como sitios de hospedaje los hoteles, hosterías, y cabañas algo muy positivo para la microempresa ya que a través de esta información se podrá determinar los aliados comerciales para hacer de nuestro servicio más atractivo ante los clientes.

14.- ¿Estaría dispuesto a adquirir el servicio turístico que ofrezca tours hacia las lagunas de Imbabura?

Cuadro N° 24 Aceptación

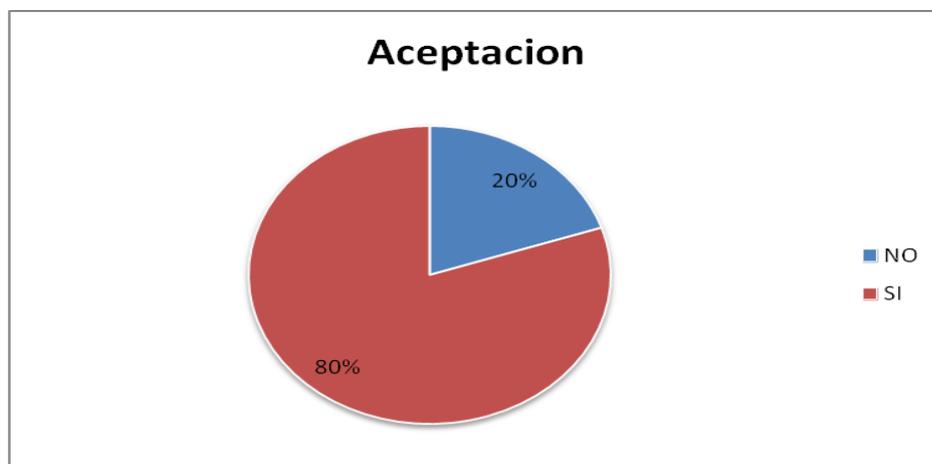
CUADRO DE RESULTADOS		
VARIABLE	FRECUENCIA	%
NO	76	20%
SI	308	80%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Gráfico N° 16 Aceptación



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

Análisis e Interpretación:

La obtención de este dato es primordial dentro de estudio de mercado ya que por medio de este se determinara la demanda que tendrá la microempresa. El 80% de la población reveló que si estará dispuesta a adquirir nuestro servicio de tours hacia las lagunas lo que nos da a conocer que el servicio ofertado si tendrá acogida por el mercado turístico nacional e internacional

3.7 IDENTIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.7.1 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para identificar la demanda se realiza un estudio de mercado en la provincia de Imbabura determinado por el autor del proyecto a los consumidores potenciales que son todos los turistas y a los pobladores de la provincia es por ello que mediante la pregunta N- 14 se consulta a los turistas y pobladores si estarían dispuestos a adquirir el servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura y su respuesta fue positiva la misma que nos indica que si existe demanda.

Cuadro N° 24

FRECUENCIA		%
SI	308	80%
TOTAL	308	80%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Autor del Proyecto

Año 2013

3.7.1.1 Análisis

Los datos observados anteriormente muestran los turistas que si desearían adquirir los servicios de tour de la microempresa que se pretende crear. El 80% entre quienes afirmaron su respuesta representa a 308 turistas locales y extranjeros de toda la población; siendo esta la demanda actual con que parte el Estudio.

3.7.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta los turistas que ingresaron a la provincia de Imbabura en los 5 últimos años estos datos fueron proporcionados por el Ministerio de Turismo de la provincia y según sus estadísticas y proyecciones realizadas por la Organización Mundial del Turismo este ha ido creciendo a un ritmo muy acelerado, se estima que a finales del 2014 el crecimiento habría llegado a un 10% anual.

Para la proyección de la demanda se utiliza, el método de proyección lineal ya que poseemos datos históricos del comportamiento de la demanda de los 5 años

anteriores. Estas cifras servirán como referencia de la demanda histórica, ya que es un producto dirigido a turistas internos y externos.

Cuadro N° 25 Demanda Histórica

AÑO	NÚMERO DE TURISTAS
2009	388.544
2010	397.699
2011	409.576
2012	421.453
2013	431.564
TOTAL	2'048.836

Fuente: Ministerio de Turismo Imbabura
Elaborado: Por el Autor
Año 2013

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula

- **Ecuación Lineal: $y = a + bx$**

Donde:

X es la variable explicativa

Y es la variable dependiente.

n es el número de años

Aplicando la fórmula:

Cuadro N° 26 Datos para la Proyección

DATOS DE LA PROYECCIÓN						
Año	Demanda (Y)	Tiempo (X)	Σy	Σx	Σxy	Σx^2
2009	388.544	1	388.544	1	388.544	1
2010	397.699	2	397.699	2	795.398	4
2011	409.576	3	409.576	3	1'228.728	9
2012	421.453	4	421.453	4	1'685.812	16
2013	431.564	5	431.564	5	2'157.820	25
TOTAL	2'048.836		2'048.836	15	6'256.302	55

Fuente: Ministerio de Turismo Imbabura
Elaborado: Por el Autor
Año 2013

$$X = 15/5 = 3$$

$$Y = 2'048.836 / 5 = 409.767,2$$

Una vez calculadas las medias de X y Y, procedemos a calcular las variables que se encuentran en nuestra formula de Y'.

➤ Iniciamos calculando b:

$$b = \frac{6'256.302 - 5(3)(409.767,2)}{55 - 5(3)^2}$$

$$b = \frac{6'256.302 - 6'146.508}{55 - 45} = 10.979,4$$

Esto no da un resultado de 10.979,40. Conociendo b despejaremos la variable a

$$a = 409.767,2 - b(x)$$

$$a = 409.767,2 - (10979,4)(3)$$

$$a = 376.829$$

Proyectando la demanda con los resultados obtenidos

Cuadro N° 26 Proyección Demanda

Año	a	b	n	Σa+b(n)
2014	376.829	109.79,4	6	442.705,4
2015	376.829	109.79,4	7	453.684,8
2016	376.829	109.79,4	8	464.664,2
2017	376.829	109.79,4	9	475.643,6
2018	376.829	109.79,4	10	486.623
TOTAL				2323321

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

3.8 IDENTIFICACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.8.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta, se ha tomado como fuente la pregunta N° 5 de este estudio, la cual permite conocer si los turistas tienen conocimiento de la existencia de alguna empresa turística que brinde servicios de tours hacia las lagunas de Imbabura, los datos se presentan a continuación:

Cuadro N° 27 Identificación Oferta

FRECUENCIA		%
SI	98	26%
TOTAL	98	26%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

Entonces analizando los datos obtenidos en el estudio de mercado se observa que prácticamente el mercado no está completamente cubierto debido a que muy pocas empresas ofertan este tipo de servicios; la oferta actual de este servicio representa el 26% de la población. Siendo 93.6 ($360 * 26\%$) negocios cubiertos.

3.8.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Después de haber determinado la oferta del proyecto y conociendo que el incremento de esta se deba a cambios en políticas gubernamentales ya sea de control o cumplimiento fiscal se llega a considerar que EL PIB turístico es uno de los más altos entre los sectores productivos del Ecuador con un crecimiento del 8.98% , según el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Organización Mundial de Turismo (OMT). La proyección de la oferta sería la siguiente:

Cuadro N- Proyección de la Oferta 28

OFERTA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	2018
TURISTAS	57.552	62.720	68.352	74.490	81.179
TOTAL	57.552	62.720	68.352	74.490	81.179

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

2.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA VERSUS LA OFERTA

Par la evaluación de la demanda insatisfecha se realizó la diferencia entre la demanda y la oferta, para poder determinar si existe un mercado admisible para la implantación de este proyecto en el primer año.

Partiendo de los datos analizados anteriormente se observa que en el mercado local la existencia de empresas que brinden este tipo de servicios es mínima

3.10 DEMANDA INSATISFECHA

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se oferta, y se lo calcula con la siguiente formula.

- Formula $DI = D - O$

3.10.1 DEMANDA INSATISFECHA = DEMANDA – OFERTA

Cuadro N° 29 Demanda Insatisfecha

DEMANDADA INSATISFECHA					
DEMANDA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	2018
DEMANDA	442.705	482.460	525.785	573.001	624.456
(-) OFERTA	115.103	125.440	136.704	148.980	162.359
=DEMANDA INSATISFECHA	327.602	357.021	389.081	424.021	462.098

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Por el Autor
Año 2013

3.11 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado en cuenta como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2014 que es de 442705 turistas de los cuales la microempresa pretende satisfacer es el 5% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 5% hasta el tope del 25% en los años siguientes.

Cuadro N° 30 Turistas captados

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	% Captación	Turistas Captados
2014	327,602	5%	16,380
2015	335,727	10%	33,573
2016	343,852	15%	51,578
2017	351,976	20%	70,395
2018	360,101	25%	90,025

Fuente: **Estudio de Mercado**

Elaborado: **Por el Autor**

Año 2013

3.12 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO

Obtenidos los resultados de la demanda y oferta proyectada se estableció que existe demanda insatisfecha de tour turísticos referente a las lagunas en la ciudad de Ibarra y el proyecto participará con el 25% de la cantidad sobre la oferta porque según las encuestas realizadas el producto si tiene aceptación; debido a que el valor agregado los servicios adicionales que no existe en el entorno y además contribuirá en el reconocimiento de la belleza del país al igual que promover el cuidado del medio ambiente.

3.13 ANÁLISIS DE PRECIOS

La determinación de los diferentes precios por los servicios que se pretende ofrecer a los usuarios se estimó a través del estudio de mercado en el cual los turistas manifiestan que estarían dispuestos a pagar un precio que oscila entre 100,00 y 300,00 dólares

Se realizó también una investigación directa basada en entrevistas a las empresas turísticas conocidas por el autor del proyecto que se dedican a brindar servicios similares en la provincia de Imbabura y se pudo determinar que no existe una estandarización para los precios ya que todo depende del tamaño económico de la empresa; los precios aproximados de las competencias son:

Cuadro N° 31 Estimación de precios

PAQUETE 1. PRECIO BAJO (120)		PAQUETE 2. PRECIO MEDIO (185)		PAQUETE 3. PRECIO ALTO (300,00)	
2 Días		3 Días		5 Días	
2 Personas		3 Personas		5 Personas	
Viaje	40,00	Viaje	40,00	Viaje	40,00
Desayuno	10,00	Desayuno	15,00	Desayuno	25,00
Almuerzo	16,00	Almuerzo	24,00	Almuerzo	40,00
Merienda	14,00	Merienda	21,00	Merienda	35,00
Dormida	40,00	Dormida	60,00	Dormida	100,00
Hospedaje Hostal		Recorrido Turístico	25,00	Recorrido turístico	60,00
Hasta 3 Lagunas		Hospedaje Hoteles		Hospedaje en Hosterías	
Mojanda		Hasta 5 lagunas		Lagunas a visitar a su elección	
San Pablo					
Yuyucocha					
TOTAL	120,00		185,00		300,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

Cuadro N° 32 Proyección del precio

AÑOS	2014	2015	2016	2017	018
PAQUETE 1 (PRECIO BAJO)					
Cantidad	120	125	131	137	143
Precio	125.00	128.38	131.84	135.40	139.06
ANUAL	15,000.00	16,082.82	17,243.81	18,488.60	19,823.26
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETE 2 (PRECIOS BAJOS)					
Cantidad	120	125	131	137	143
Precio	185.00	190.00	195.12	200.39	205.80
ANUAL	22,200.00	23,802.57	25,520.83	27,363.13	29,338.42
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETES 3 (PRECIO ALTO)					
Cantidad	120	125	131	137	143
Precio	300.00	308.10	316.42	324.96	333.74
ANUAL	36,000.00	38,598.77	41,385.14	44,372.65	47,575.82
TOTAL	73,200.00	78,484.16	84,149.78	90,224.38	96,737.50

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

3.14 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

El canal de distribución del servicio es directo y con el objetivo de llegar al cliente haciendo conocer el servicio que se pretende brindar por medio de publicidad visual, volantes, afiches, de forma radial e incluso hasta introducirnos en el mercado en medios escritos.

3.1.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

3.1.5.1 Se pudo determinar que se podrá competir ya que la forma de competir en el sector turístico es con las diferentes actividades y novedosas que se brindara.

3.1.5.2 Los consumidores potenciales del servicio turístico son toda la población ya que estará destinado a todos los niveles económicos; esto refleja que el servicio tendrá aceptación y el mercado objetivo tendrá la posibilidad de pagar el precio ofertado.

3.1.5.3 Las tácticas de poder establecer el precio deben estar bien diseñadas para poder afrontar los cambios repentinos en el medio.

3.1.5.4 Las estrategias de oferta del servicio se hará mediante la promoción de internet y televisión, además se otorgara diversificadas actividades con l objetivo de satisfacer necesidades y lograr un gran posicionamiento en el mercado turístico.

3.14.5 En general se concluye que el proyecto es factible en el mercado de la ciudad de Ibarra porque existe demanda para este tipo de servicio, por las características que presentaran estos al momento de ofertar.

3.14.6 Al existir Demanda insatisfecha el proyecto participará con el 35% de la cantidad demanda, ya que el valor agregado del producto y la forma de adquirirlo y la presentación llamativa que contendrán nuestros productos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

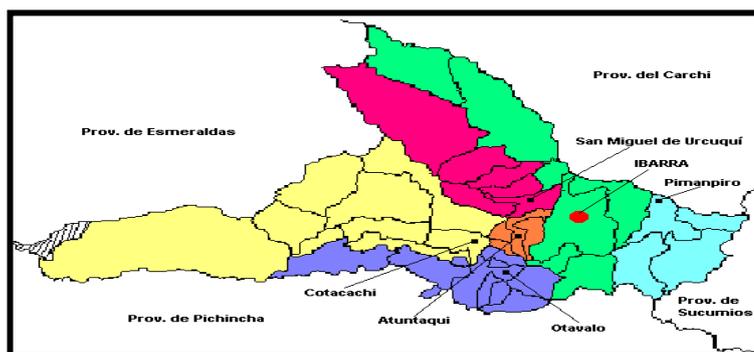
4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En este punto se hace referencia al sitio específico donde se va a delimitar el proyecto, este aspecto es muy importante, ya que de este dependerá la producción, la rentabilidad y la eficiencia de la microempresa.

4.1.1 MACROLOCALIZACION

La micro localización del proyecto, nos ayuda a determinar la ubicación óptima de la empresa. En este caso el proyecto se ubicara en Ecuador, en la provincia de Imbabura, en el cantón San Miguel de Ibarra, la población se encuentra acentuada en este sector, tiene un nivel educativo medio y superior, lo cual puede acceder a formar parte del equipo de trabajo dentro de la planta. Las vías de acceso del centro de la ciudad de Ibarra se encuentran en buenas condiciones.

Grafico N° 17 Mapa De La Provincia De Imbabura



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura
Autor: Gobierno Provincial de Imbabura
Año 2013

4.1.2 MICROLOCALIZACION

La micro localización hace referencia al lugar específico donde se va a desarrollar el proyecto, permitiendo analizar, organizar, determinar y separar los factores más relevantes de localización entre los cuales están:

En este caso, se debe disponer de una oficina adecuada amplia con todos los servicios básicos, agua, luz, teléfono, internet.

La zona debe ser de fácil acceso muy visible para los turistas y personas que ingresan a la ciudad o residentes de la misma.

Contar con materiales, equipo de computación, suministros de oficina necesarios y en las cantidades y calidades necesarias para realizar y operar el proyecto.

Facilidad de acceso a medios de transporte, parqueaderos y seguridad en los mismos.

El lugar donde estará ubicada la microempresa turística dedicada a ofrecer servicio de tours por las lagunas de Imbabura será en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, específicamente en la Avenida Mariano Acosta y Avenida Fray Vacas Galindo, y el lugar donde se procederá se realizara los tours será los diferentes cantones donde se encuentran las lagunas en la provincia de Imbabura.

Gráfico N° 18 Mapa De La Ciudad De Ibarra



FUENTE: Gobierno Municipal de Imbabura
Autor: Gobierno Provincial de Imbabura
Año 2013

4.2. MATRIZ DE FACTORES

➤ Escala De Evaluación

- | | |
|-----------------------|---|
| a. Óptima | 5 |
| b. Muy Buena | 4 |
| c. Buena | 3 |
| d. Regular | 2 |
| e. Pésimo | 1 |
| f. Indiferente | 0 |

- **Lugares Elegibles:** Se ha considerado:
 - A. Av. Teodoro Gómez de la torre
 - B. Av. Mariano Acosta y Avenida Fray Vacas Galindo
 - C. Parque Pedro Moncayo
- **Matriz de Factores**

Cuadro N° 33 Matriz de factores

MATRIZ DE FACTORES (UBICACIÓN AL POR MENOR)			
FACTORES	A	B	C
1. FACTORES COMERCIALES			
Ubicación comercial	3	5	3
Transporte	3	4	3
Mercado meta	4	5	4
Competencia	4	5	4
Seguridad	4	5	4
Servicios Básicos	5	5	5
Disponibilidad de Energía	5	5	5
Impuestos	3	3	3
TOTAL FACTORES COMERCIALES	31	37	31
2. FACTORES AMBIENTALES			
Manejo de desechos	3	4	3
Contaminación Auditiva	3	3	3
Polución el Aire	5	5	5
TOTAL FACTORES AMBIENTALES	11	12	11
3. FACTORES LEGALES			
Ordenanzas Municipales	5	5	5
Acuerdos Internacionales	4	5	3
Permiso Sanitario	5	5	5
Permiso de Bomberos	1	2	1
TOTAL FACTORES LEGALES	15	17	14
TOTAL	57	66	56

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Estudio de Mercado
 Año 2013

4.2.1 REGLA DE DECISIÓN: El factor más significativo del proyecto es el comercial que se le asigna el 50%, los otros dos factores son ambientales y legales. El factor ambiental tendría el 30% y el legal 20%.

Cuadro N° 34 Matriz Factores Ubicación por menor

MATRIZ DE FACTORES (UBICACIÓN AL POR MENOR)				
FACTORES	% DE PONDERACIÓN	A	B	C
1. FACTORES COMERCIALES				
Ubicación comercial	8%	0,24	0,4	0,24
Transporte	4%	0,12	0,16	0,12
Mercado meta	4%	0,16	0,2	0,16
Competencia	7%	0,28	0,35	0,28
Seguridad	6%	0,24	0,3	0,24
Servicios Básicos	5%	0,25	0,25	0,25
Disponibilidad de Energía	3%	0,15	0,15	0,15
Impuestos	4%	0,12	0,12	0,12
TOTAL FACTORES COMERCIALES	50%	1,83	2,38	1,83
2. FACTORES AMBIENTALES				
Manejo de desechos	9%	0,27	0,36	0,27
Contaminación Auditiva	5%	0,15	0,15	0,15
Polución el Aire	6%	0,3	0,3	0,3
TOTAL FACTORES AMBIENTALES	20%	0,72	0,81	0,72
3. FACTORES LEGALES				
Ordenanzas Municipales	9%	0,45	0,45	0,45
Acuerdos Internacionales	7%	0,28	0,35	0,21
Permiso Sanitario	8%	0,4	0,4	0,4
Permiso de Bomberos	6%	0,06	0,12	0,06
TOTAL FACTORES LEGALES	30%	1,19	1,32	1,12
TOTAL	100%	3,74	4,51	3,67

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Año 2013

RESUMEN: De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción es la B, además se podría tomar como lugar alternativo la A.

4.2.1 UBICACIÓN DE LA PLANTA

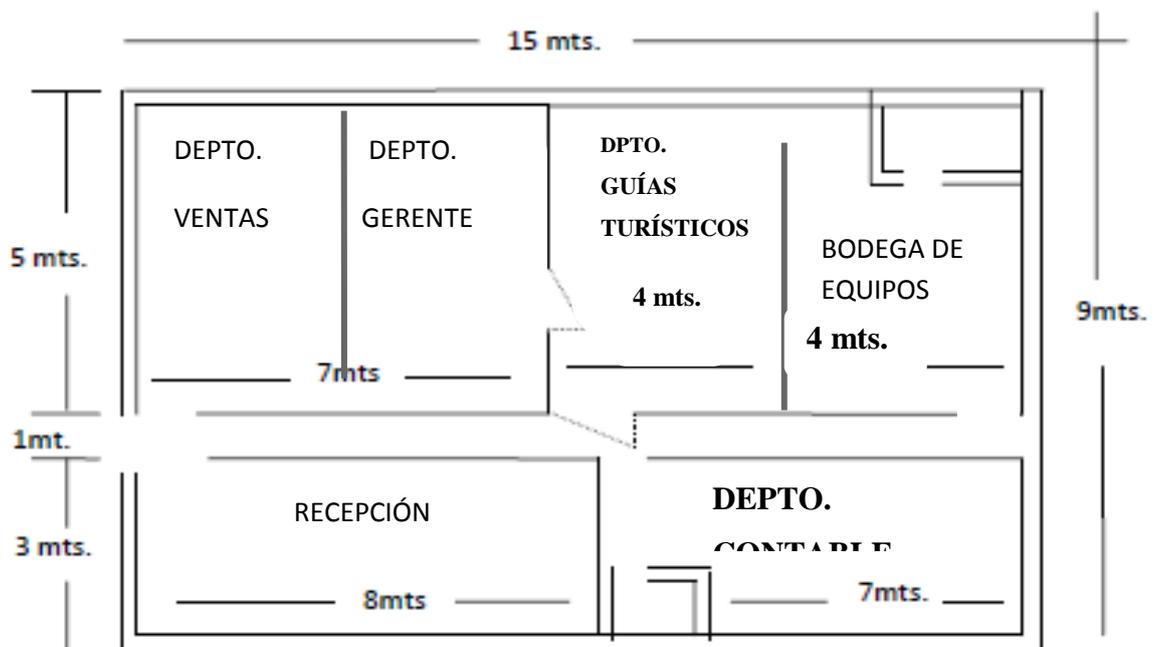
Como se señaló anteriormente las instalaciones de las plantas se encontraran en la Avenida Mariano Acosta y Avenida Fray Vacas Galindo continuación se presenta la las ubicaciones:

4.3 DISEÑO DE INSTALACIONES

La infraestructura hace referencia a las instalaciones físicas, que están conformadas por los espacios necesarios donde va a funcionar:

Para diseñar o diagramar los espacios que contemplara el proyecto se utilizara el software de diseño denominado Punch home design y el software Microsoft Visio.

Gráfico N° 19 Instalaciones



Elaborado: Por el Autor
Fuente: Arquitecto
Año 2013

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El proyecto se iniciará en una superficie de 135 mts², conformada por un total de seis áreas

4.4.1 Oficina de gerencia y contabilidad

La oficina de gerencia y contabilidad tendrá las siguientes dimensiones 3 mts. de ancho y 7 metros de largo, esta será una de las oficinas más amplias ya que en ella se desarrollaran las actividades financieras y administrativas.

4.4.2 Recepción

En el área de recepción serán las siguientes dimensiones 8 metros de largo y 3 metros de ancho, esta área también es de mayor longitud porque en esta estará la sala de espera módulo de la recepcionista.

4.4.3 Ventas

El departamento de ventas tendrá 3.5 metros por lado, en esta área se incluirá un modular de trabajo con su respectivo archivador.

4.4.4 Marketing

El área de marketing tendrá las siguientes dimensiones 3.5 metros por lado, de la misma manera en esta área se incluirá un modular de trabajo con su respectivo archivador.

4.4.5 Oficina de guías turísticos

La oficina de guías turísticos tendrá 4 metros en cada lado en esta área se incluirá un escritorio, una archivador pequeño y una pizarra en donde los guías planificarían los tours, además en el equipo de trabajo existirá un paramédico en el caso de emergencia.

4.4.6 Bodega

En la bodega tendrá 4 metros en cada lado, en esta se incluirá estanterías para guardar los implementos y equipos para los tours, también se colocara un escritorio con un archivador pequeño.

4.5 Flujograma de proceso

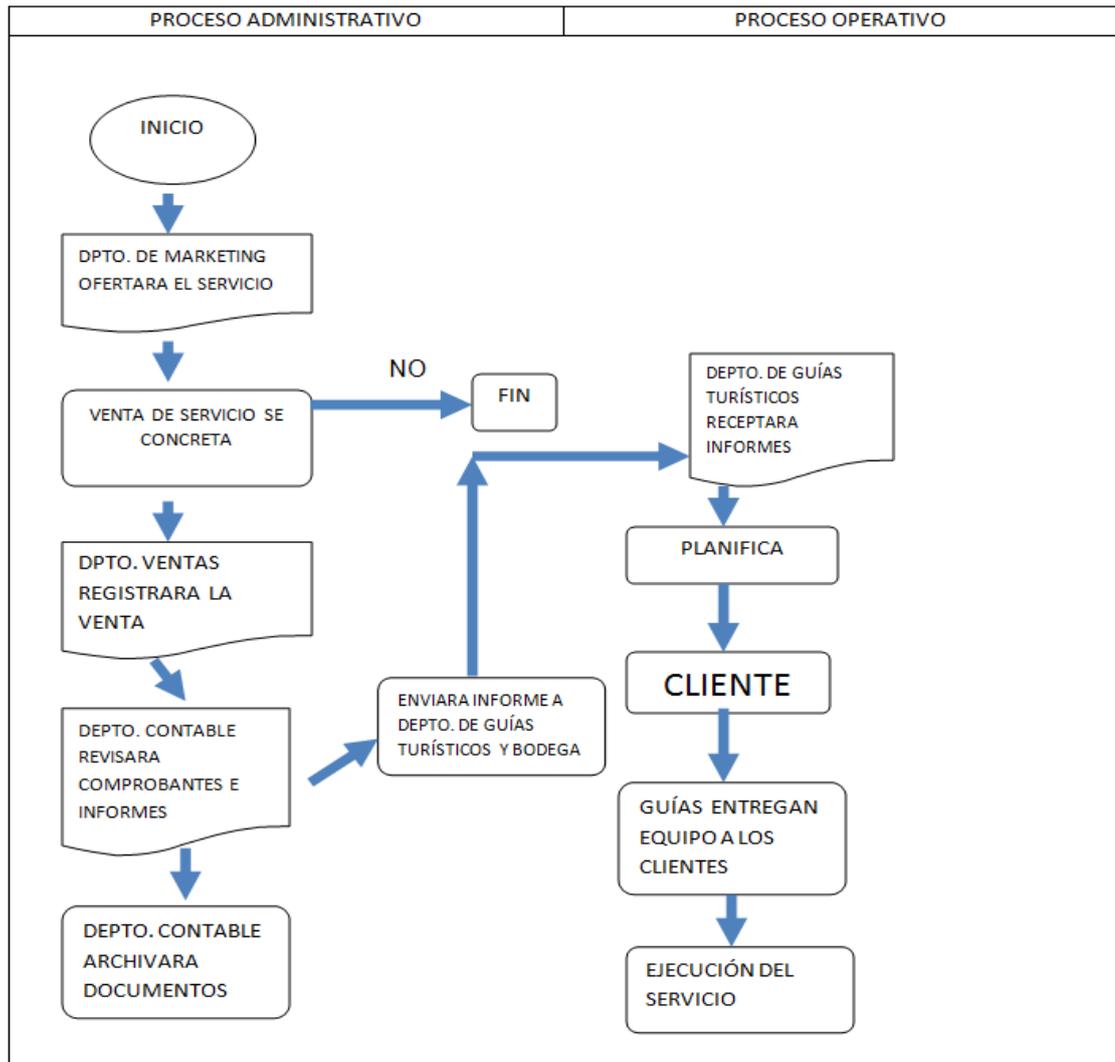
El recurso humano de la empresa, haciendo uso de los recursos materiales y tecnológicos de la misma, deberá seguir los procesos detallados en los siguientes diagramas para llevar a cabo el proceso de oferta del proyecto, la simbología que se ha utilizado se la explica a continuación:

- 4.5.1 Operación** 
Indica las principales fases del proceso, métodos o procedimientos.
- 4.5.2 Inspección** 
Indica que se verifique la calidad o cantidad de algo.
- 4.5.3 Desplazamiento o transporte** 
Indica el movimiento de los empleados, material y equipos de un lugar a otro.
- 4.5.4 Depósito provisional o espera** 
Indica demora en el desarrollo de las actividades.
- 4.5.5 Almacenamiento** 
Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo o un objeto en cualquier almacén.
- 4.5.6 Documento** 
Representa cualquier tipo de documento que entre, que se genere o salga del procedimiento.
- 4.5.7 Decisión o Alternativa** 
Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos.

4.5.8 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

En el siguiente cuadro se muestran los procesos en los cuales se procederá a prestar el servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura.

Gráfico N° 19 Flujograma de Procesos



Elaborado: Por el Autor
Año 2013

4.6 TAMAÑO DEL PROYECTO

La definición de tamaño del proyecto es importante ya que nos permite tomar en cuenta la repercusión sobre el nivel de las inversiones y gastos que se deben calcular para obtener una estimación de la rentabilidad que genera el proyecto.

4.6.1 TECNOLOGÍA

Un factor importante que la organización debe usar es el factor tecnológico que existe hasta el momento para atraer clientes, y abrirse lugar a nuevos mercados, hoy en día el internet es una herramienta tecnológica muy primordial para

cualquier tipo de empresa ya que este es el mayor difusor de comercio y publicidad. A través de una página web la organización dará a conocer todas las características de nuestra provincia y empresa, mostrando todos los beneficios experiencias, vivencias de turismo y servicios que la microempresa está ofertando; además la tecnología permitirá optimizar tiempo, recursos, dinero, en lo que respecta a pagos, cobros, anticipos, reservaciones, ya que estos se pueden hacer de manera sencilla y rápida por medio de internet.

También nos permite acortar distancias de país a país, logrando enlazarnos con cualquier parte del mundo, ofertar nuestros servicios a los turistas que se encuentren en otros países.

La tecnología que se propone en el presente proyecto está basada de acuerdo a los requerimientos que necesita la microempresa como sistemas informáticos contables, software tributario, administrativo, equipos de computación, internet, teléfono etc. a continuación se detalla las características de la tecnología que se va a implementar en el proyecto.

4.6.2 PRESUPUESTO TÉCNICO

El proyecto se financiara con capital propio y la diferencia con crédito obtenido en una entidad financiera.

Cuadro N° 35 Presupuesto

CUADRO DE INVERSIONES		
	DESCRIPCIÓN	
1	Inversión Variable	9,331.67
2	Inversión Fija	40.668,33
	TOTAL	50.000,00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año 2013

4.6.3 LOCAL

Para el desarrollo del proyecto se alquilara un local ubicado en las Calles Fray Vacas Galindo y Avenida Mariano Acosta de la Ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 36 Arriendo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Arriendo Oficina	\$ 250,00 usd

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año 2013

4.6.4 SISTEMAS INFORMÁTICOS

Se adquirirá al Asesor Contable el sistema de pago de impuestos e información ante el SRI llamado SICOF.

a. Software de pago de impuestos y declaraciones ante el SRI (SICOF)

- Entre sus características esta:
- Declaración y pago del Impuesto a la Renta.
- Elaboración y Retenciones del IVA y del adelanto del Impuesto a la Renta
- Elaboración de anexos de compras y retenciones en la fuente por otros conceptos (ATS), relación de dependencia, gastos personales.
- Elaboración de formularios 107, 104, 103, 102

4.6.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.6.5.1 Muebles de Oficina Administrativos

Cuadro N° 37 Muebles y Enceres

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	MODULARES DE TRABAJO	180,00	360,00
2	SILLONES GIRATORIOS	45,00	90,00
4	SILLA NORMALES	23,00	92,00
1	ARCHIVADOR GRANDE	150,00	150,00
1	SALA DE ESTAR	500,00	500,00
1	CUADRO INFORMATIVO	120,00	120,00
4	ESTANTERÍAS	121,00	484,00
2	ARCHIVADORES AÉREOS	98,00	196,00
1	PIZARRA DE TIZA LÍQUIDA 1.20 X 2 MTS	50,00	50,00
TOTAL			2.042,00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año 2013

4.6.5.2 Equipo De Oficina

Cuadro N° 38 Equipos de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA TOSHIBA	980.00	1,960.00
1	SOFTWARE SITAC PLUS (PAGO IMPUESTOS)	300.00	300.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN HP	280.00	280.00
1	PROYECTOR HP	560.00	560.00
1	TELEVISOR SONY 32"	560.00	560.00
1	IMPRESORA LASER CANON	370.00	370.00
TOTAL			4,030.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año 2013

4.6.5.3 Equipos De Computación.

Se implementara en el área de administración, recepción, marketing, bodega y ventas computadores los que se utilizarán para ejecutar el proceso del servicio y mejor control contable financiero.

Cuadro N° 39 Equipos de Computación

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA TOSHIBA	980.00	1,960.00
1	LICENCIA DE MICROSOFT	120.00	120.00
1	IMPRESORA LASER	370.00	370.00
TOTAL			2,450.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

GASTOS DE VENTAS

4.6.6.1 Muebles de Oficina

Cuadro N° 40 Muebles De Oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	MODULARES DE TRABAJO	180.00	180.00
1	SILLÓN GIRATORIO	45.00	45.00
2	SILLA NORMALES	23.00	46.00
1	ARCHIVADORES AÉREOS	98.00	98.00
TOTAL			369.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.5.4 Equipos De Oficina

Cuadro N° 41 Equipos de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SUMADORA	100.00	100.00
1	TELÉFONO PANASONIC PL 350	80.00	80.00
TOTAL			180.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.5.5 Equipo de Computación y Software

Cuadro N° 42 Suministros de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	COMPUTADORA TOSHIBA	980.00	980.00
1	SOFTWARE SITAC PLUS (PAGO IMPUESTOS)	300.00	300.00
1	IMPRESORA MATRICIAL	240.00	240.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	280.00	280.00
1	IMPRESORA LASER	370.00	370.00
TOTAL			2,170.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.6 GASTOS OPERATIVOS

4.6.7.1 Vehículos

Cuadro N° 43 Vehículos

DETALLE	VEHÍCULOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CAMIONETA DOBLE CABINA FORD	23,609.69	23,609.69
TOTAL			23,609.69

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.6.2 Muebles de Oficina Operativos

Cuadro N° 44 Muebles de Oficina Operativos

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	MODULARES DE TRABAJO	180.00	180.00
1	SILLÓN GIRATORIO	45.00	45.00
2	SILLA NORMALES	23.00	46.00
1	ARCHIVADORES AÉREOS	98.00	98.00
TOTAL			369.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.7.2 Equipos de Oficina Operativos

Cuadro N° 45 Equipos de oficina Operativos

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SUMADORA	100.00	100.00
1	CÁMARA FOTOGRÁFICA	180.00	180.00
1	TELÉFONO PANASONIC PL 350	80.00	80.00
TOTAL			360.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.7.3 Equipo de Computación y Software

Cuadro N° 46 Equipo de computación y software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	LAPTOP	850.00	850.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	280.00	280.00
TOTAL			1,130.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.7.4 Equipo de Campamento y Excursión

Cuadro: N° 47 Equipo de campamento y excursión

CANTIDAD	EQUIPOS DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
10	SLEEPING	30.00	300.00
3	CARPAS	95.00	285.00
10	LINTERNAS	30.00	300.00
3	LÁMPARAS A GAS	27.30	81.90
3	BOTIQUÍN PRIMEROS AUXILIOS	35.70	107.10
5	COBIJAS	35.50	177.50
4	TERMOS	8.50	34.00
10	CAÑAS DE PESCAR	25.00	250.00
10	BICICLETAS	235.00	2,350.00
5	BOMBA AIRE MANUAL	8.00	40.00
TOTAL			3,925.50

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.7.5 Equipo de Seguridad

Cuadro N° 48 Equipo de seguridad

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Extintor	120.00	120.00
1	Alarma	80.00	80.00
1	Equipo con 10 metros manguera	300.00	300.00
5	Señalética	25.00	125.00
	Total Equipos de seguridad Operativos		625.00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Año: 2013

4.6.8 RESUMEN DE LAS INVERSIONES

4.6.8.1 RESUMEN INVERSIÓN FIJA

Se ha determinado la inversión fija y variable del proyecto a ponerse en marcha a continuación se presenta un cuadro detallando el monto de la inversión a realizarse.

Cuadro N° 49 Resumen de Inversión Fija

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
Numero	DESCRIPCIÓN	Valor Total
	INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA	
2	ADECUACIONES	1,200.00
3	MUEBLES DE OFICINA	2,042.00
4	EQUIPOS DE OFICINA	4,030.00
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2,450.00
	subtotal	9,722.00
	INVERSIONES ÁREA VENTAS	
1	MUEBLES DE OFICINA	369.00
2	EQUIPOS DE OFICINA	180.00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2,170.00
	Subtotal Ventas	2,719.00
	INVERSIONES OPERATIVAS	
1	VEHÍCULOS	22,186.83
2	EQUIPOS DE OFICINA	360.00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1,130.00
4	EQUIPOS DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN	3,925.50
5	EQUIPOS DE SEGURIDAD	625.00
	Subtotal	28,227.33
	INVERSIONES	40,668.33

Elaborado: Por el Autor
Año: 2013

4.6.8.2 Resumen Inversión Variable

Cuadro N° 50 Resumen Inversión Variable

RESUMEN DE INVERSIONES VARIABLES		
	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
1	Proyección Costos Operativos	2,949.13
2	Proyección Gastos Administrativos	4,331.68
3	Proyección Gastos Ventas	1,349.42
4	Proyección Gastos Financieros	701.43
	<u>total Capital Trabajo</u>	9,331.67

Elaborado: Por el Autor
Año: 2013

4.6.8.3 Estructura del Capital

Cuadro N° 51 Estructura del Capital

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	20,000.00	40.00
Préstamo	30,000.00	60.00
TOTAL	50,000.00	100.00

Elaborado: Por el Autor
Año: 2013

4.7 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Para poner en marcha el negocio se cuenta con un monto de capital propio no tan grande y ciertos activos que se utilizan dentro del proyecto. Además se necesita de financiamiento para complementar y dar inicio a las operaciones. Dentro del sistema financiero, en general se ha dado mayor prioridad a los microempresarios, facilitándoles créditos que les permita nacer, crecer y mantenerse en el mercado, estos créditos en la mayoría de los casos se los obtiene con altas tasas de interés.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO

En este capítulo se analizará minuciosamente el capital que se va a requerir para empezar a operar con la microempresa, de la misma manera se definirá la forma y fuente de financiamiento la cual nos permitirá la implementación de la nueva unidad productiva. Además se presentarán los presupuestos de costos y gastos, las proyecciones de ingresos que se generaran a largo plazo, proyecciones de estados financieros, los cuales nos permitirán conocer los flujos de efectivo, en base los cuales se aplicará la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que permitirán conocer más acertadamente la viabilidad del proyecto.

5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos proyectados están en concordancia a la capacidad del proyecto enlazado a la demanda potencial que se hace cargo el proyecto, para su proyección se tomó en cuenta el crecimiento económico del 2013, de 4,4 % , y para el aumento de precios se considera la inflación del 2013 que es del 2,70 %

Cuadro N° 52 Estructura del Capital

RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETE 1 (PRECIO BAJO)					
Cantidad	135	141	147	154	160
Precio	125.00	128.38	131.84	135.40	139.06
ANUAL	16,875.00	18,093.17	19,399.28	20,799.68	22,301.16
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETE 2 (PRECIOS BAJOS)					
Cantidad	135	141	147	154	160
Precio	185.00	190.00	195.12	200.39	205.80
ANUAL	24,975.00	26,777.90	28,710.94	30,783.52	33,005.72
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETES 3 (PRECIO ALTO)					
Cantidad	135	141	147	154	160
Precio	300.00	308.10	316.42	324.96	333.74
ANUAL	40,500.00	43,423.61	46,558.28	49,919.23	53,522.80
TOTAL USD.....	82,350.00	88,294.68	94,668.50	101,502.43	108,829.69

Elaborado: Por el Autor

Año 2013

5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

5.2.1. Costos de Operativos

Los costos operativos están relacionados directamente con el servicio de TOURS que brinda a los clientes y estos rubros son: Mano de Obra Operativa y Costos Indirectos Operativos.

5.2.1.2. Mano de Obra Operativa

La mano de obra operativa son los guías turísticos encargado de la atención directa a los turistas, y para el cálculo de los salarios se realizó mediante la fórmula de crecimiento exponencial, tomando en cuenta la alza salarial decretada por el Gobierno Nacional en los últimos cuatro años que es del 9,4%.

Cuadro N° 53 Mano de Obra

AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2009	218	
2100	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
	SUBTOTAL	0,47
TOTAL	$\sum i = 0,094$	

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Año: 2013

El pago a los guías turísticos tienen un Salario Mensual Unificado más los beneficios sociales y componentes salariales como son: Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Aporte Patronal, Vacaciones, y Fondos de Reserva.

Cuadro N° 52 Personal Operativo

SUELDOS OPERATIVOS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018
Guía Turístico 1	349.25	382.08	417.99	457.29	500.27
Guía Turístico 2	349.25	382.08	417.99	457.29	500.27
MENSUAL	698.50	764.16	835.99	914.57	1,000.54
ANUAL	8,382.00	9,169.91	10,031.88	10,974.88	12,006.51
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	8,382.00	9,169.91	10,031.88	10,974.88	12,006.51
Vacaciones	349.25	382.08	417.99	457.29	500.27
Aporte Patronal	1,018.41	1,114.14	1,218.87	1,333.45	1,458.79
Fondos de Reserva	-	763.85	835.66	914.21	1,000.14
Décimo Tercero	698.50	764.16	835.99	914.57	1,000.54
Décimo Cuarto	4,080.00	4,463.52	4,883.09	5,342.10	5,844.26
TOTAL	14,528.16	16,657.66	18,223.48	19,936.49	21,810.52

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Ministerio Relaciones Laborales, IEES.

Año: 2013

5.1.2.2. COSTOS INDIRECTOS OPERATIVOS

Cuadro N° 53 Servicios Básicos

Servicios Básicos						
AÑOS	RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
	Agua Potable					
	Cantidad (m3)	10,00	10,44	10,90	11,38	11,88
	Precio	0,51	0,52	0,54	0,55	0,57
	Valor mensual	5,10	5,47	5,86	6,29	6,74
	ANUAL	61,20	65,62	70,35	75,43	80,88
	Energía Eléctrica					
	Cantidad (KW)	250	256,75	263,68	270,80	278,11
	Precio	0,119	0,12	0,12	0,13	0,13
	Valor mensual	29,63	31,25	32,96	34,76	36,66
	ANUAL	355,50	374,96	395,48	417,12	439,95
	Teléfono Mensual	300	308,10	316,42	324,96	333,74
	Precio	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07
	Valor mensual	18,00	18,99	20,02	21,12	22,28
	ANUAL	216,00	227,82	240,29	253,44	267,31
	Internet mensual	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
	ANUAL	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
	TOTAL	752,70	791,64	832,69	875,98	921,63

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación EMELNORTE, EMAPA. CNT

Año: 2013

Cuadro N° 54 Combustibles y lubricantes

Combustibles y Lubricantes					
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Combustible					
Cantidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Precio	1,48	1,52	1,56	1,60	1,65
Total	1.183,92	1.215,89	1.248,71	1.282,43	1.317,06
Lubricantes					
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Precio	23,50	24,13	24,79	25,46	26,14
Total	282,00	289,61	297,43	305,46	313,71
Filtro					
Cantidad	6,00	6,30	6,93	7,62	8,39
Precio	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Total	18,00	19,41	21,93	24,77	27,98
Neumáticos					
Cantidad	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Precio	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
Total	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98
TOTAL	1.963,92	2.017,87	2.074,35	2.132,61	2.192,73

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Cuadro N° 55 Materiales de Protección

Materiales de protección						
AÑOS	RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
	Uniformes	2		2		
	Cantidad	170,00		179,18		
	Total	340,00		358,36		
	Ponchos de agua					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Precio	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
	Total	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
	Zapatos tipo botas					
	Cantidad 2 pares	2		2		
	Precio	45,00		47,43		
	Total	90,00		94,86		
	TOTAL	450,00	20,54	474,31	21,66	22,25

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Cuadro N° 56 Costos Indirectos

Resumen de Costos Indirectos de Operativos						
DESCRIPCIÓN		2014	2015	2016	2017	2018
1	Servicios Básicos 50 %	752,70	791,64	832,69	875,98	921,63
2	Materiales de protección	450,00	20,54	474,31	21,66	22,25
3	Combustibles y Lubricantes	1.963,92	2.017,87	2.074,35	2.132,61	2.192,73
Total		3.166,62	2.830,05	3.381,35	3.030,25	3.136,61

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

5.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

5.2.2.1 Sueldos Administrativos

Cuadro N° 57 Personal Administrativo

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	600.00	656.40	718.10	785.60	859.45
Secretaria	347.45	380.11	415.84	454.93	497.69
Contador	352.85	386.02	422.30	462.00	505.43
MENSUAL	1,300.30	1,422.53	1,556.25	1,702.53	1,862.57
ANUAL	15,603.60	17,070.34	18,674.95	20,430.40	22,350.85
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Salario básico	15,603.60	17,070.34	18,674.95	20,430.40	22,350.85
Vacaciones	650.15	711.26	778.12	851.27	931.29
Aporte Patronal	1,895.84	2,074.05	2,269.01	2,482.29	2,715.63
Fondos de Reserva	-	1,421.96	1,555.62	1,701.85	1,861.83
Decimo Tercero	1,300.30	1,422.53	1,556.25	1,702.53	1,862.57
Decimo Cuarto	1,020.00	1,115.88	1,220.77	1,335.53	1,461.06
Total	20,469.89	23,816.02	26,054.72	28,503.87	31,183.23

Elaborado: Por el Autor

Fuente: MRL, IESS,

Año 2013

5.2.2.2. GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS

Los gastos generales administrativos están relacionados con la administración de recursos financieros, económicos, materiales y humanos para lo cual se requiere de servicios básicos, materiales de oficina y aseo, y gastos de constitución para poner en marcha el proyecto.

Cuadro N° 58 Costos administrativos indirectos

Servicios Básicos					
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Potable					
Cantidad (m3)	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
Precio	0,51	0,52	0,54	0,55	0,57
Valor mensual	5,10	5,38	5,67	5,98	6,31
ANUAL	61,20	64,55	68,08	71,81	75,74
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	250	256,75	263,68	270,80	278,11
Precio	0,119	0,12	0,12	0,13	0,13
Valor mensual	29,63	31,25	32,96	34,76	36,66
ANUAL	355,50	374,96	395,48	417,12	439,95
Teléfono					
Cantidad (minutos)	300	308,10	316,42	324,96	333,74
Precio	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07
Valor mensual	18,00	18,99	20,02	21,12	22,28
ANUAL	216,00	227,82	240,29	253,44	267,31
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
ANUAL	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
TOTAL	752,70	790,57	830,42	872,35	916,49

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación EMELNORTE, EMAPA. CNT

Año: 2013

Cuadro N° 59 Materiales de oficina

Materiales de oficina					
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Carpetas archivadoras					
Cantidad	24	24	24	24	120
Precio	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
Valor	36,00	36,97	37,97	39,00	200,24
Bolígrafos					
Cantidad	24	24	24	24	24
Precio	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28
Valor	6,00	6,16	6,33	6,50	6,67
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	12	12	12	12	12
Precio	4,25	4,36	4,48	4,60	4,73
Valor	51,00	52,38	53,79	55,24	56,74
Grapadora					
Cantidad	5	5	5	5	5
Precio	1,25	1,28	1,32	1,35	1,39
Valor	6,25	6,42	6,59	6,77	6,95
Perforadora					
Cantidad	5	5	5	5	5
Precio	1,25	1,28	1,32	1,35	1,39
Valor	6,25	6,42	6,59	6,77	6,95
Agendas					
Cantidad	6	6	6	6	6
Precio	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Valor	30,00	30,81	31,64	32,50	33,37
TOTAL	135,50	139,16	142,92	146,77	310,93

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

Cuadro N° 60 Materiales de aseo

Materiales de aseo					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
1 Escobas					
Cantidad	12	12	12	12	12
Valor Unitario	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Valor anual	36,00	36,97	37,97	39,00	40,05
2 Trapeador					
Cantidad	12	12	12	12	12
Valor Unitario	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45
Valor anual	48,00	49,30	50,63	51,99	53,40
3 Desinfectante					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45
Valor anual	16,00	16,43	16,88	17,33	17,80
4 Recogedor					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	5,00	5,14	5,27	5,42	5,56
Valor anual	20,00	20,54	21,09	21,66	22,25
5 Franelas					
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Valor Unitario	1,00	1,03	1,05	1,08	1,11
Valor anual	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35
TOTAL	132,00	135,56	139,22	142,98	146,84

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación directa

Año: 2013

Cuadro N° 61 Gastos de constitución

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	100	100
1	Estudios y diseños de la UP.	300	300
1	Publicaciones	150	150
1	Capacitación	850	850
1	Patente	100	100
TOTAL			1.500,00

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación directa

Año: 2013

Cuadro N° 62 Resumen Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios Básicos	752.70	790.57	830.42	872.35	916.49
Materiales de aseo	132.00	135.56	139.22	142.98	146.84
Materiales de oficina	135.50	139.16	142.92	146.77	310.93
Gastos Constitución	1,500.00				
Arriendos	3,000.00	3,081.00	3,164.19	3,249.62	3,337.36
Sueldos Administrativos	20,469.89	23,816.02	26,054.72	28,503.87	31,183.23
TOTAL	25,990.09	27,962.31	30,331.47	32,915.60	35,894.86

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación directa
 Año: 2013

5.2.3. GASTOS DE VENTAS

5.2.3.1. Sueldos Ventas

Los sueldos de ventas son lo que se paga al vendedor encargado de las ventas, imagen institucional, promoción y propaganda.

Cuadro N° 63 Personal de ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018
MENSUAL	346,74	379,33	414,99	454,00	496,68
ANUAL	4.160,88	4.552,00	4.979,89	5.448,00	5.960,11
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Salario básico	4.160,88	4.552,00	4.979,89	5.448,00	5.960,11
Vacaciones	173,37	189,67	207,50	227,00	248,34
Aporte patronal	505,55	553,07	605,06	661,93	724,15
Fondos de reserva	-	379,18	414,82	453,82	496,48
Décimo tercero	346,74	379,33	414,99	454,00	496,68
Décimo cuarto	340,00	371,96	406,92	445,18	487,02
total	5.526,54	6.425,21	7.029,18	7.689,93	8.412,78

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: MRL, IESS
 Año: 2013

5.2.3.2. GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Los gastos de publicidad son necesarios para dar a conocer las bondades del servicio de paquetes turísticos a través de la prensa escrita y oral, además con la página WEB, se pretende informar las bellezas de la Provincia de Imbabura.

Cuadro N° 64 Gastos Publicidad

Gastos de Publicidad					
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Radio canela	720	720	720	720	720
Cantidad(2 cuñas diarias)	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
total	1.080,00	1.109,16	1.139,11	1.169,86	1.201,45
DIARIO EL NORTE					
Página web					
Unidad	950				
Cantidad(1 publicación al mes)	12	12	12	12	12
Precio	45,00	46,22	47,46	48,74	50,06
Total	540,00	554,58	569,55	584,93	600,72
total	2.570,00	1.663,74	1.708,66	1.754,79	1.802,17

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Diario el Norte, Radio Exa

Año: 2014

Cuadro N° 65 Proyección gasto ventas

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos de publicidad	2.570,00	1.663,74	1.708,66	1.754,79	1.802,17
Sueldos ventas	5.526,54	6.425,21	7.029,18	7.689,93	8.412,78
TOTAL	8.096,54	8.088,95	8.737,84	9.444,72	10.214,95

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

5.2.3.4. GASTOS FINANCIEROS

El préstamo bancario se lo realizará en el Banco Nacional de Fomento por ser una Institución Financiera del Estado los intereses son inferiores a otros instituciones financieras particulares.

Requisitos para obtener un préstamo bancario:

2. Copia a color de la Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación del deudor y de los garantes.
3. Copia legible del Registro único de contribuyentes RUC
4. Copia de una carta de servicios básicos agua, luz o teléfono máximo 60 días de antigüedad.
5. Plan de inversión formato Banco Nacional de Fomento para préstamos de \$ 20.000,00 a \$ 100.000,00.

MICROCRÉDITO COMERCIAL Y SERVICIOS	TASA DE INTERÉS 15%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO SERÁ DE 6 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA REFERENCIAL BCE VIGENTE A LA SEMANA DE REAJUSTE. LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 15% NI MAYOR A LA TASA DE REAJUSTE DE LOS MICROCRÉDITOS
------------------------------------	---------------------	---

Fuente: Página WEB. BNF

Año: 2013

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

5.2.3.4.1 Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 30\ 000\ USD$

Tasa interés mensual: $i = 0,0125$

Períodos: $n = 60\ meses\ (5\ años)$

$$V_c = \frac{(30.000)(0,0125)(1+0,0125)^{60}}{[(1+0,0125)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 713,70 \text{ USD}$$

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 15 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 1,25% mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,0125. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización indica la cuota mensual e intereses, conforme se irá pagando el capital, donde los primeros meses, se pagará el interés alto.

Cuadro N° 66: Amortización mensual (USD)

NÚMERO	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	713,70	375,00	338,70	29.661,30
2	713,70	370,77	342,93	29.318,37
3	713,70	366,48	347,22	28.971,15
4	713,70	362,14	351,56	28.619,59
5	713,70	357,74	355,96	28.263,63
6	713,70	353,30	360,40	27.903,23
7	713,70	348,79	364,91	27.538,32
8	713,70	344,23	369,47	27.168,84
9	713,70	339,61	374,09	26.794,76
10	713,70	334,93	378,77	26.415,99
11	713,70	330,20	383,50	26.032,49
12	713,70	325,41	388,29	25.644,20
13	713,70	320,55	393,15	25.251,05
14	713,70	315,64	398,06	24.852,99
15	713,70	310,66	403,04	24.449,95
16	713,70	305,62	408,08	24.041,87
17	713,70	300,52	413,18	23.628,70
18	713,70	295,36	418,34	23.210,35
19	713,70	290,13	423,57	22.786,78
20	713,70	284,83	428,87	22.357,92
21	713,70	279,47	434,23	21.923,69
22	713,70	274,05	439,65	21.484,04
23	713,70	268,55	445,15	21.038,89
24	713,70	262,99	450,71	20.588,18
25	713,70	257,35	456,35	20.131,83
26	713,70	251,65	462,05	19.669,78
27	713,70	245,87	467,83	19.201,95
28	713,70	240,02	473,68	18.728,27
29	713,70	234,10	479,60	18.248,68
30	713,70	228,11	485,59	17.763,08
31	713,70	222,04	491,66	17.271,42
32	713,70	215,89	497,81	16.773,62
33	713,70	209,67	504,03	16.269,59

34	713,70	203,37	510,33	15.759,26
35	713,70	196,99	516,71	15.242,55
36	713,70	190,53	523,17	14.719,38
37	713,70	183,99	529,71	14.189,67
38	713,70	177,37	536,33	13.653,34
39	713,70	170,67	543,03	13.110,31
40	713,70	163,88	549,82	12.560,49
41	713,70	157,01	556,69	12.003,79
42	713,70	150,05	563,65	11.440,14
43	713,70	143,00	570,70	10.869,44
44	713,70	135,87	577,83	10.291,61
45	713,70	128,65	585,05	9.706,56
46	713,70	121,33	592,37	9.114,19
47	713,70	113,93	599,77	8.514,41
48	713,70	106,43	607,27	7.907,14
49	713,70	98,84	614,86	7.292,28
50	713,70	91,15	622,55	6.669,74
51	713,70	83,37	630,33	6.039,41
52	713,70	75,49	638,21	5.401,20
53	713,70	67,52	646,18	4.755,02
54	713,70	59,44	654,26	4.100,75
55	713,70	51,26	662,44	3.438,31
56	713,70	42,98	670,72	2.767,59
57	713,70	34,59	679,11	2.088,49
58	713,70	26,11	687,59	1.400,89
59	713,70	17,51	696,19	704,71
60	713,51	8,81	704,70	0,00
TOTALES	42.821,81	12.821,81	30.000,00	

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Año: 2013

Cuadro N° 67 Tabla de interés anual

TABLA DE INTERÉS ANUAL AL CRÉDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
INTERÉS	4.208,60	3.508,38	2.695,60	1.752,17	657,07	12.821,81
CAPITAL	4.355,80	5.056,02	5.868,80	6.812,23	7.907,14	30.000,00
TOTAL	8.564,40	8.564,40	8.564,40	8.564,40	8.564,21	42.821,81

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Año: 2013

5.4. TABLA DE DEPRECIACIONES

Según el artículo 28 inciso 6, del Reglamento para la Aplicación del Régimen Tributario Interno los activos de Propiedad Planta y Equipo se deprecian tomando en cuenta los siguientes parámetros:

5.4.1 Depreciaciones de Propiedad Planta y Equipo

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

1. Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
2. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
3. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
4. Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos.

Cuadro N° 68 Depreciación Bienes

NRO.	BIENES	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
	ÁREA ADMINISTRATIVA		
2	ADECUACIONES		1.200,00
3	MUEBLES DE OFICINA		2.042,00
4	EQUIPOS DE OFICINA		4.030,00
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		2.450,00
6	Reinversión Equipos de computación	2.450,00	
	ÁREA DE VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA		369,00
2	EQUIPOS DE OFICINA		180,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		2.170,00
4	Reinversión Equipos de computación	2.170,00	
	INVERSIONES OPERATIVAS		
1	VEHÍCULOS		23.609,69
2	EQUIPOS DE OFICINA		360,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		1.130,00
4	EQUIPOS DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN		3.925,50
5	EQUIPOS DE SEGURIDAD		625,00
5	Reinversión Equipos de computación	1.130,00	
	TOTAL USD.....	5.750,00	42.091,19

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Cuadro N° 69 Resumen gastos de Depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACIÓN								
Nº	DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
	ÁREA ADMINISTRATIVA							
2	ADECUACIONES	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	300.00	900.00
3	MUEBLES DE OFICINA	204.20	204.20	204.20	204.20	204.20	1,021.00	1,021.00
4	EQUIPOS DE OFICINA	403.00	403.00	403.00	403.00	403.00	2,015.00	2,015.00
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	816.67	816.67	816.67			2,450.00	-
6	Reinversión Equipos de computación				816.67	816.67	1,633.33	816.67
	subtotal	1,483.87	1,483.87	1,483.87	1,483.87	1,483.87	7,419.33	4,752.67
	ÁREA DE VENTAS							
1	MUEBLES DE OFICINA	36.90	36.90	36.90	36.90	36.90	184.50	184.50
2	EQUIPOS DE OFICINA	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	90.00	90.00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	723.33	723.33	723.33			2,170.00	-
4	Reinversión Equipos de computación				723.33	723.33	1,446.67	723.33
	Subtotal Ventas	778.23	778.23	778.23	778.23	778.23	3,891.17	997.83
	INVERSIONES OPERATIVAS							
1	VEHÍCULOS	4,721.94	4,721.94	4,721.94	4,721.94	4,721.94	23,609.69	-
2	EQUIPOS DE OFICINA	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	180.00	180.00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	376.67	376.67	376.67			1,130.00	-
4	EQUIPOS DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN	392.55	392.55	392.55	392.55	392.55	1,962.75	1,962.75
5	EQUIPOS DE SEGURIDAD	62.50	62.50	62.50	62.50	62.50	312.50	312.50
4	Reinversión Equipos de computación				376.67	376.67	753.33	376.67
	Subtotal	5,589.65	5,589.65	5,589.65	5,589.65	5,589.65	27,948.27	2,831.92
	TOTAL USD.....	7,851.75	7,851.75	7,851.75	7,851.75	7,851.75	39,258.77	8,582.42

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

TABLA RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

Cuadro N° 70 Presupuestos de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
GASTO PERSONAL					
SUELDOS OPERATIVOS	14,528.16	16,657.66	18,223.48	19,936.49	21,810.52
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	20,469.89	23,816.02	26,054.72	28,503.87	31,183.23
GASTOS PERSONAL VENTAS	5,526.54	6,425.21	7,029.18	7,689.93	8,412.78
TOTAL	40,524.59	46,898.89	51,307.39	56,130.28	61,406.53
OTROS GASTOS					
Costos indirectos producción	3,166.62	2,830.05	3,381.35	3,030.25	3,136.61
Gastos administrativos	5,520.20	4,146.29	4,276.74	4,411.73	4,711.63
Gastos de ventas	2,570.00	1,663.74	1,708.66	1,754.79	1,802.17
Gastos financieros	4,208.60	3,508.38	2,695.60	1,752.17	657.07
TOTAL	15,465.42	12,148.46	12,062.36	10,948.94	10,307.48
Depreciaciones	37,835.91	7,567.18	7,567.18	7,567.18	7,567.18
Utilidades trabajadores	2,818.92	3,252.02	3,559.74	4,028.40	4,432.27
Impuesto Renta	413.39	695.58	912.78	1,311.14	1,654.43
TOTAL PRESUPUESTO	97,058.23	70,562.13	75,409.44	79,985.95	85,367.90

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

5.6. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El Balance inicial Proforma están todos los activos de propiedad Planta y Equipo, que son las inversiones fijas, y los activos de libre disponibilidad que es el capital de trabajo, y los pasivos como son obligaciones con Instituciones financieras más la inversión propia.

Cuadro N° 71 Estado de situación inicial

LAGO TOURS			
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
	9,331.67	<u>Obligaciones con</u>	
		<u>Instituciones Financieras</u>	
<u>Efectivo y equivalente del efectivo</u>	9,331.67	Obligación Largo Plazo	30,000.00
Bancos	9,331.67		
		TOTAL PASIVO	
			30,000.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	40,668.33		
ADECUACIONES	1,200.00		
MUEBLES DE OFICINA	2,411.00		
EQUIPOS DE OFICINA	4,570.00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	5,750.00	PATRIMONIO	20,000.00
EQUIPOS DE CAMPAMENTO Y EXCURSIÓN	3,925.50		
EQUIPOS DE SEGURIDAD	625.00		
VEHÍCULOS	22,186.83	Aporte de Capital	20,000.00
		TOTAL PATRIMONIO	
		TOTAL PASIVO + Patrimonio	
TOTAL ACTIVO	50,000.00		50,000.00

Elaborado: Por el Autor
Fuente: Investigación Directa
Año: 2013

5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En el estado de resultados están sintetizadas todas las cuentas de ingresos y egresos proyectados y demostrada la utilidad del ejercicio.

Cuadro N° 72 Proyección de costos operativos

Proyección Costos Operativos					
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018
VENTAS PROYECTADAS	82,350.00	88,294.68	94,668.50	101,502.43	108,829.69
VENTAS NETAS	82,350.00	88,294.68	94,668.50	101,502.43	108,829.69
(-) Costos de Operativos	22,999.87	24,792.79	26,909.92	28,271.82	30,252.22
Mano de obra operativa	14,528.16	16,657.66	18,223.48	19,936.49	21,810.52
Costos indirectos operativos	8,471.70	8,135.13	8,686.43	8,335.33	8,441.70
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	59,350.13	63,501.89	67,758.58	73,230.60	78,577.47
GASTOS ADMINISTRACIÓN	27,473.95	29,446.17	31,815.33	34,399.46	37,378.72
Servicios básicos	752.70	790.57	830.42	872.35	916.49
Materiales de aseo	132.00	135.56	139.22	142.98	146.84
Materiales de oficina	135.50	139.16	142.92	146.77	310.93
Gastos constitución	1,500.00				
Arriendos	3,000.00	3,081.00	3,164.19	3,249.62	3,337.36
Sueldos administrativos	20,469.89	23,816.02	26,054.72	28,503.87	31,183.23
Gastos depreciación	1,483.87	1,483.87	1,483.87	1,483.87	1,483.87
GASTOS VENTAS	8,874.77	8,867.19	9,516.08	10,222.95	10,993.19
Gastos personal	5,526.54	6,425.21	7,029.18	7,689.93	8,412.78
Gastos publicidad	2,570.00	1,663.74	1,708.66	1,754.79	1,802.17
Gastos depreciación	778.23	778.23	778.23	778.23	778.23
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	23,001.41	25,188.53	26,427.17	28,608.18	30,205.56
GASTOS FINANCIEROS	4,208.60	3,508.38	2,695.60	1,752.17	657.07
Intereses Pagados	4,208.60	3,508.38	2,695.60	1,752.17	657.07
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	18,792.81	21,680.15	23,731.57	26,856.02	29,548.49
Participación trabajadores 15 %	2,818.92	3,252.02	3,559.74	4,028.40	4,432.27
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	15,973.89	18,428.13	20,171.83	22,827.62	25,116.21
Impuesto a la Renta	413.39	695.58	912.78	1,311.14	1,654.43
UTILIDAD O PERDIDA NETA	15,560.50	17,732.55	19,259.06	21,516.47	23,461.78

Elaborado: Por el Autor
Fuente: Investigación Directa
Año: 2013

Cuadro N° 73 Calculo de Impuesto a la renta

Cálculo Impuesto para el quinto año			
base imponible	fracción básica	excedente	total
24.597,38	19.920,00	4.677,38	
valor a pagar	875,00	701,61	1.576,61

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Año: 2013

Cuadro N° 74 Tabla Impuesto a la renta

AÑO 2014 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Año: 2013

5.7. FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO

El flujo de caja es el resultado de los ingresos por venta de servicios durante los cinco años menos los egresos en efectivo realizados, este estado permite conocer si realmente se tiene efectivo para cumplir con todas la obligaciones.

Cuadro N° 75 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2014	2015	2016	2017	2018
Capital propio	(20,000.00)					
Capital financiado	(30,000.00)					
INVERSIÓN TOTAL	(50,000.00)					
Utilidad del Ejercicio		15,560.50	17,732.55	19,259.06	21,516.47	23,461.78
(+) Depreciaciones		7,567.18	7,567.18	7,567.18	7,567.18	7,567.18
TOTAL DE INGRESOS		23,127.69	25,299.74	26,826.24	29,083.66	31,028.96
Egresos						
Pago de deuda		4,355.80	5,056.02	5,868.80	6,812.23	7,907.14
Reinversión					5,750.00	
(-) Total de egresos		4,355.80	5,056.02	5,868.80	12,562.23	7,907.14
(+) Recuperación efectivo 5to año						9,331.67
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						8,582.42
FLUJO NETO	(50,000.00)	18,771.88	20,243.72	20,957.44	16,521.42	41,035.91

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

RECUPERACIÓN EFECTIVA	
O CAPITAL DE TRABAJO	9,331.67
RECUPERACIÓN ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	8,582.42
TOTAL	17,914.08

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1. COSTO DE OPORTUNIDAD O TASA RENDIMIENTO MEDIO

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 12.5 %, del capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 15 %, que es el porcentaje del préstamo para servicios que la pequeña empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por 30.000,00 USD, para implantar la misma. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 2.70 %, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación

Cuadro N° 76 Costo de oportunidad

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO		
INVERSIÓN PROPIA	20,000.00	40.00	12.60	504.00		
INVERSIÓN FINANCIERA	30,000.00	60.00	15.00	900.00		
TOTAL	50,000.00	100.00%		1,404.00	14.04	0.1404
TASA RENDIMIENTO MEDIO = $(1+IF)(1+CK)-1$						
TASA RENDIMIENTO MEDIO	$(1+0,0270)(1+0.1400)-1$		0.1708	17.08	BASE INFLACIÓN	

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD
IF = TASA DE INFLACIÓN

La Tasa de Rendimiento Medio es de 17,08

5.8.2. CÁLCULO DEL VAN

El VAN de un proyecto de inversión se determina como la suma actualizada o deflactada de los flujos de caja que se espera que genere el proyecto a lo largo de la ejecución que es de cinco años..

En otros términos, es igual a la diferencia entre el valor actual de sus cobros restado el valor actual de sus pagos. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

De acuerdo con este criterio, el proyecto de inversión será factible siempre que su VAN sea positivo, que en el caso de esta microempresa es de \$21.309,20 USD.

Cuadro N° 77 Flujos netos Actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización 1/(1+r)^(n)	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
1	18,771.88	0.85	16,033.65
2	20,243.72	0.73	14,768.61
3	20,957.44	0.62	13,059.08
4	16,521.42	0.53	8,793.19
5	41,035.91	0.45	18,654.67
	117,530.37		71,309.20

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

$$VAN = -50.0000 + \left[\frac{18.771,88}{(1+0.1708)^1} + \frac{20,243,72}{(1+0.1708)^2} + \frac{20.957,44}{(1+0.1708)^3} + \frac{16.521,42}{(1+0.1708)^4} + \frac{39.035,91}{(1+0.1708)^5} \right]$$

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN			
VAN =	71,309.20	-50,000.00	21,309.20 VAN

Elaborado: Por el Autor
Fuente: Investigación Directa
Año: 2013

VAN: \$ 21.309,20

5.8.3. CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Constituye otro método de descuento muy utilizado para evaluar inversiones. Se define como la tasa de descuento que hace el valor actual neto sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo será exactamente igual a la inversión inicial neta realizada.

Si la TIR es mayor o igual al costo de oportunidad del capital que tiene la empresa o el inversionista, se debe aceptar el proyecto, en caso contrario rechazarlo. Una TIR mayor que la Tasa de Rendimiento Medio garantiza que el proyecto, en el caso del presente proyecto la Tasa Interna de Retorno es 32.62 %, superior a la Tasa de Rendimiento Medio.

Cuadro N° 78 TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 30 %	VAN NEGATIVO 33 %
0	-50,000.00	-50,000.00	-50,000.00
1	18,771.88	14,329.68	14,114.20
2	20,243.72	11,796.35	11,444.24
3	20,957.44	9,322.33	8,908.07
4	16,521.42	5,609.99	5,280.08
5	41,035.91	10,636.72	9,860.66
	67,530.37	1,695.07	- 392.75

Elaborado: Por el Autor
Fuente: Investigación Directa
Año: 2013

$$VAN = -50.0000 + \left[\frac{18.771,88}{(1+0.30)^1} + \frac{20.243,72}{(1+0.30)^2} + \frac{20.957,44}{(1+0.30)^3} + \frac{16.521,42}{(1+0.30)^4} + \frac{41.035,91}{(1+0.30)^5} \right]$$

$$VAN_{30\%} = 1.695,07 \text{ USD}$$

$$VAN = -50.0000 + \left[\frac{18.771,88}{(1+0.33)^1} + \frac{20.243,72}{(1+0.33)^2} + \frac{20.957,44}{(1+0.33)^3} + \frac{16.521,42}{(1+0.33)^4} + \frac{41.035,91}{(1+0.33)^5} \right]$$

$$VAN_{33\%} = -392.75 \text{ USD}$$

Para el cálculo del TIR se procede mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = T.I. + (T.S. - T.I.) \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

Simbología y datos:

Tasa inferior: T.I.= 30 %

Tasa superior : T.S.= 33 %

VAN tasa inferior: VAN (T.I.)= 1.695,07 USD

VAN tasa superior: VAN (T.S.)= -392.75 USD

$$TIR = 30\% + (33\% - 30\%) \left(\frac{1.695,07USD}{1.695,07USD - (-392,75USD)} \right)$$

$$TIR = 32.62\%$$

5.8.4. RECUPERACIÓN DE DINERO EN EL TIEMPO

El plazo de recuperación real de la inversión inicial del presente proyecto, se basa en los flujos actualizados que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será en 3 años 7 meses, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

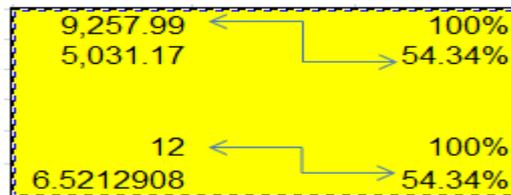
Cuadro N° 79 Recuperación del dinero en el tiempo

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS	CANTIDAD	RECUPERACIÓN
1	18,771.88	16,241.46	16,241.46	16,241.46
2	20,243.72	15,153.92	15,153.92	31,395.38
3	20,957.44	13,573.45	13,573.45	44,968.83
4	16,521.42	9,257.99	5,031.17	50,000.00
5	41,035.91	19,895.30		
	117,530.37	74,122.12	50,000.00	
RECUPERACIÓN 3 AÑOS 7 MESES				

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013



5.8.5. ÍNDICE BENEFICIO-COSTO

La relación Beneficio / costo está representada por la relación entre los Ingresos deflactados sobre los Egresos deflactados.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en 1.14, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de 0,14 centavos.

Cuadro N° 80 Índice costo beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	82,350.00	97,058.23	70,337.72	82,900.48
2	88,294.68	70,562.13	64,414.55	51,477.93
3	94,668.50	75,409.44	58,990.16	46,989.39
4	101,502.43	79,985.95	54,022.57	42,570.87
5	108,829.69	85,367.90	49,473.30	38,807.72
TOTAL	475,645.29	408,383.65	297,238.31	262,746.40

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	=	$\frac{297,238.31}{262,746.40}$	=	1.13 COSTO BENEFICIO
-----------------	---	--	---	---------------------------------	---	----------------------

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,13, ES DECIR GANA 0,13

5.8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 60. 390.57 USD

Costos variables: CV= 3.166.92 USD

Ingresos por ventas: IV= 82.350,00 USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

$$PEq = \frac{60.390,75 \text{ USD}}{1 - (3.166,92 \text{ USD} / 82.350,00 \text{ USD})} = 62.805. 64 \text{ USD}$$

$$PEq_u = \frac{IV_p}{PVU}$$

Cuadro N° 81 Proyección punto de equilibrio

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
VENTAS	82,350.00	88,294.68	94,668.50	101,502.43	108,829.69
COSTOS FIJOS					
SUELDOS OPERATIVOS					
Sueldos Personal administrativo	20,469.89	23,816.02	26,054.72	28,503.87	31,183.23
GASTOS PERSONAL VENTAS	5,526.54	6,425.21	7,029.18	7,689.93	8,412.78
SUELDOS OPERATIVOS	14,528.16	16,657.66	18,223.48	19,936.49	21,810.52
Gastos de ventas	2,570.00	1,663.74	1,708.66	1,754.79	1,802.17
Gastos Administrativos	5,520.20	4,146.29	4,276.74	4,411.73	4,711.63
Gastos financieros	4,208.60	3,508.38	2,695.60	1,752.17	657.07
Depreciación	7,567.18	7,567.18	7,567.18	7,567.18	7,567.18
TOTAL COSTO FIJO	60,390.57	63,784.49	67,555.58	71,616.16	76,144.58
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos Producción	3,166.62	2,830.05	3,381.35	3,030.25	3,136.61
TOTAL COSTO VARIABLE	3,166.62	2,830.05	3,381.35	3,030.25	3,136.61
PE DÓLARES	62,805.64	65,896.62	70,057.89	73,819.98	78,404.30

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2013			
$PE (\$) =$	$\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$	$= \frac{60390.57}{0.96}$	62,805.64 USD

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

Cuadro N° 82 Punto de equilibrio en dólares y unidades

DESCRIPCIÓN	PRODUCTO	%	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%	PUNTO EQUILIBRIO O DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
PAQUETE 1 (PRECIO BAJO)	135	33.33%	125	16875	20.49%	12,870.01	103
PAQUETE 2 (PRECIOS BAJOS)	135	33.33%	185	24975	30.33%	19,047.61	103
PAQUETES 3 (PRECIO ALTO)	135	33.33%	300	40500	49.18%	30,888.02	103
TOTAL	405	100.00%		82,350	100.00%	62,805.64	309

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

Cuadro N° 83 Resumen punto de equilibrio

PUNTO EQUILIBRIO EN SERVICIOS Y DÓLARES		
DESCRIPCIÓN	PRODUCTO	DÓLARES
PAQUETE 1 (PRECIO BAJO)	103	12,870.01
PAQUETE 2 (PRECIOS BAJOS)	103	19,047.61
PAQUETES 3 (PRECIO ALTO)	103	30,888.02
TOTAL	309	62,805.64

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

5.8.7. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Cuadro N° 84 Resumen de la Inversión

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NR O	SIGLA S	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	17.08%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	32.62%	ES SUPERIOR TIR
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	21,309.20	
4	RC	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	RECUPERACIÓN 3 AÑOS 7 MESES	PROYECTO SOCIAL
5	CB	COSTO BENEFICIO	1.13	POR CADA DÓLAR GANA 0,13
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	62,805.64	PARA NO GANAR NI PERDER

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

5.8.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cuadro N° 85 Análisis de sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACIÓN
Aumento de costos operativo	10%	30.90%	18,804.43	OK
Disminución de ingresos	-10%	20.64%	4,685.98	SENSIBLE
Aumento Gastos Administrativos Y VENTAS	10%	28.68%	15,678.09	OK
<u>Normal</u>	0%	<u>32.62%</u>	21,309.20	O.K.

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Si aumentan los costos de operativos en 10% la TIR queda en 30.90% y el VAN en 18,804.43 esto quiere decir que no es sensible, pero si se rebaja las ventas en un 10% la TIR sería de 20.64 % y el VAN 4,685.98 el proyecto rebaja sus ingresos de manera considerable. Se debería mantener las ventas ya que el proyecto poco resiste y si se aumenta en un 10% en los gastos administrativos y de ventas el TIR quedaría en 28.68% y el VAN en USD 15,678.09 no pasaría nada se podría aumentar los sueldos administrativos y de ventas.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Para otorgar el nombre a la empresa, es importante considerar aspectos como la originalidad, claridad, simpleza, atractivo y reflejo; lo cual permita a los consumidores identificar el servicio.

Se denomina empresa a la institución o agente económico que por cuenta propia toma decisiones sobre la utilización de los factores de producción, factores financieros para la producción de bienes o servicios los mismos que serán ofertados en el mercado. La microempresa turística con servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura será una organización turística creada como persona natural obligada a llevar contabilidad la misma que estará dedicada a ofrecer tours hacia las lagunas de Imbabura con todos los equipos de excursión incluidos, además en nuestros paquetes estará incluido un seguro contra accidentes, para que los turistas que accedan a nuestros servicios se encuentren protegidos ante cualquier accidente que les pueda ocurrir durante su travesía a las lagunas de Imbabura.

Gráfico N° 20 Logotipo Empresarial



Elaborado: Por el Autor
Fuente: Juan Alarcón Diseñador Grafico
Año: 2013

6.2 FORMULACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN

6.2.1 Misión

Nuestra misión consiste en ser la primera Microempresa de servicio turístico. Nos esforzamos por ofrecer valor a los inversores a la vez que proporcionamos oportunidades de crecimiento y enriquecimiento a nuestros empleados, nuestros socios comerciales y a las comunidades en las que desarrollamos nuestras operaciones. Y en todo lo que hacemos, luchamos por la honestidad, la justicia y la integridad.

5.2.2 Visión

La responsabilidad de LAGO TOURS es mejorar continuamente todos los aspectos del mundo en el que desarrollamos nuestras operaciones (medioambiente, sociedad, economía) creando un futuro mejor que el presente.

6.1 OBJETIVOS

- Establecer una eficiente organización administrativa contable que garantice el buen funcionamiento de las operaciones.
- Lograr máxima rentabilidad sobre la inversión.
- Obtener mayor nivel de satisfacción para los clientes; y mayor contribución de mercado.
- Aumentar su capacidad de comercialización en un 100%.
- Atender permanentemente la demanda de los servicios con oportunidad y calidad adecuada, con eficiencia económica y equidad social, asegurando en todos sus actividades la preservación de los servicios a largo plazo.

6.4 POLÍTICAS Y VALORES CORPORATIVOS

6.4.1 POLÍTICAS EMPRESARIAL

Nuestro compromiso es brindar un servicio de calidad referente al turismo además proteger la seguridad y salud de todos nuestros clientes, con la convicción de que los accidentes dentro del tour y profesionales pueden y deben ser evitados. Para ello, adoptamos el principio de mejora permanente de la acción preventiva,

que incluye, entre otras, selección de equipos de trabajo y servicios, coordinación entre microempresas turísticas para poder brindar el mejor servicio.

Nuestra Microempresa asume lo expuesto anteriormente como garantía de supervivencia y crecimiento.

6.4.2 POLÍTICA ECONÓMICA

La Política económica es del 70/30, el préstamo se hace a 5 años para capital e intereses la deuda se cobra el 4.53% anual y los pagos son mensuales la rentabilidad de la inversión propia es del 1.5%, la inflación prevista 2.27%

6.5. VALORES CORPORATIVOS

6.5.1 COMPROMISO: Mostrar compromiso total con lo que somos, decimos y hacemos.

- Actuar con transparencia y honestidad
- Ser responsable de las acciones individuales
- Respetar la confidencialidad de la información
- Cumplir oportunamente con los compromisos adquiridos
- Respetar el medio ambiente para el bienestar de generaciones futuras.
- Respetar a las personas sin discriminación de raza, sexo, edad, orientación sexual o creencias religiosas.

6.5.2 CALIDAD: Hacer las cosas con excelencia desde el principio.

- Realizar el trabajo según las especificaciones, sin cometer errores.
- Superar las expectativas de nuestros clientes
- Cumplir con los tiempos de entrega
- Buscar oportunidades para el mejoramiento continuo
- Respetar los procesos establecidos en los manuales de procedimientos.

6.5.3 LIDERAZGO: Pensar estratégicamente y ejecutar de manera impecable.

- Ser un modelo a seguir, liderar con el ejemplo e inspirar a otros.

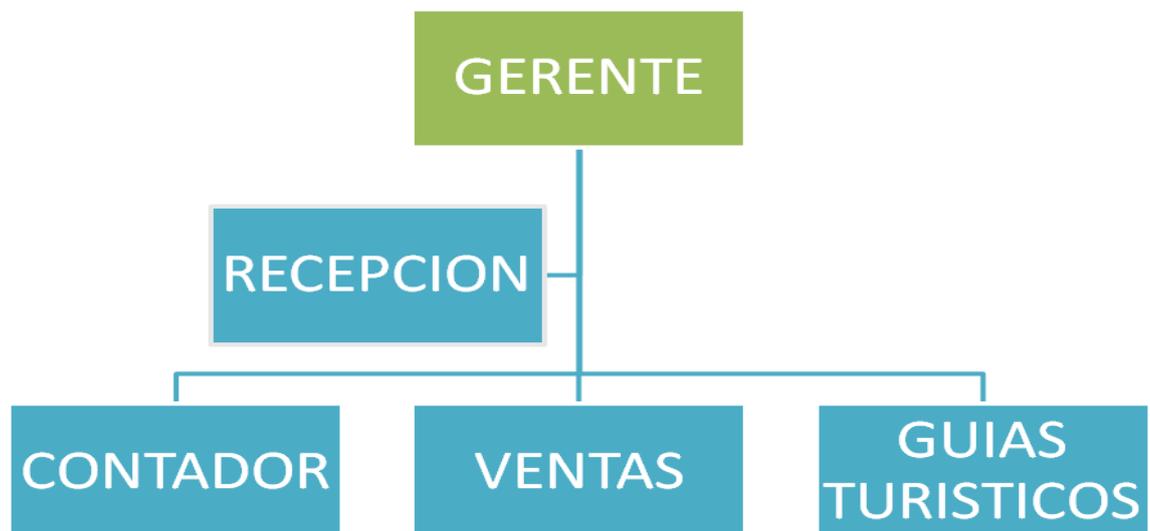
- Efectuar el trabajo con pasión y convicción.
- Mostrar iniciativa personal
- Planificar y aceptar los cambios objetivamente
- Participar activamente en la mejora de los procesos en busca de la eficiencia en los costos.
- Desarrollar el talento y motivar el pensamiento creativo
- Ser responsable por los resultados
- Promover la seguridad en el área de trabajo.

6.5.4 TRABAJO EN EQUIPO: Cooperar y participar, con agrado en el desarrollo de los objetivos comunes.

- Crear un ambiente de respeto, armonía y compañerismo.
- Establecer una comunicación oportuna y efectiva a todo nivel
- Ser flexible, compartir el conocimiento y buscar retroalimentación.
- Ser responsable al expresar nuestras y opiniones, respetando las normas del buen hablante y del buen oyente.
- Ser asertivo del manejo de los conflictos, mostrando tolerancia, paciencia y comprensión frente al pensamiento de los otros.

6.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico N° 21 Organigrama estructural

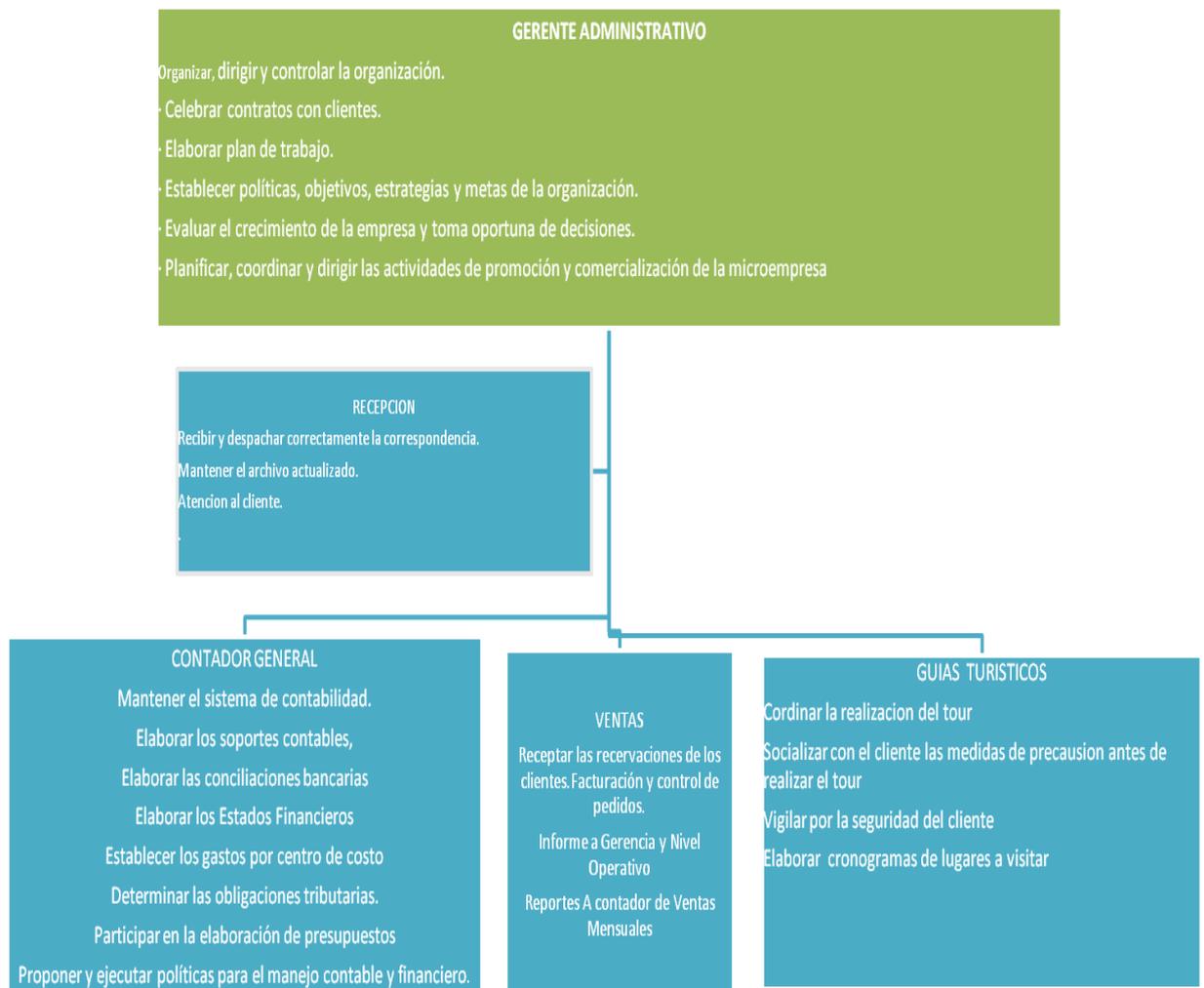


Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

6.7 ESTRUCTURA FUNCIONAL

La estructura funcional de cualquier organización muestra cuales son las funciones y cargos que cada nivel posee, además en el presente proyecto se elaborará una matriz de competencias para los puestos de trabajo fijos; se diseñó también un Manual de Funciones en el que se encuentran detallados los perfiles de todos los trabajadores de la microempresa.

Gráfico N° 22 Organigrama funcional



Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

6.8. MODELO DE COMPETENCIAS

El modelo de competencias es una herramienta que facilita la intermediación con los subsistemas y procesos del área, posibilita su acción de manera integrada.

El perfil por Competencias de un puesto o cargo nos permite visualizar una lista de tareas e identifica las actividades relevantes de un puesto, facilitando también una distribución de trabajo.

6.8.1 MATRIZ DE COMPETENCIAS

Cuadro N° 86 Matriz de Competencias GERENTE

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	REQUISITO
	Gerente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar, planificar, ejecutar y controlar las actividades financieras de la empresa ✓ Negocia adquisiciones para todas las aéreas de la empresa de bienes y servicios ✓ Informa asesora y toma decisiones ✓ Diseñar sistemas administrativos, manuales e instructivos que se apliquen en la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirección ✓ Delegación ✓ Liderazgo de personas ✓ Capacidad de negociación ✓ Pensamiento crítico ✓ Escucha activa ✓ Trabajo en Equipo ✓ Independencia ✓ Toma de riesgos ✓ Integración ✓ Orientación al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formación Mínima: ✓ Título de Tercer Nivel en Administración de Empresas o carreras afines. ✓ Requisitos de conocimientos técnicos específicos. ✓ Niveles ✓ Dirección estratégica ✓ Gestión de la información ✓ Gestión de Calidad ✓ Haber tenido experiencia de dirección en otros centros de trabajo antes de ocupar la plaza actual

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Cuadro N° 87 Matriz de competencias SECRETARIA

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	REQUISITO
	Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender al público y personas de la empresa en cuanto a información ✓ Atender todo lo relacionado con correspondencia, llamadas telefónicas ✓ Mantener actualizado y en orden el archivo y todo lo relacionado con el archivo de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente ✓ Habilidad para colaborar ✓ Comunicación escrita Dominio de la comunicación de la comunicación no verbal ✓ Auto organización ✓ Dominio técnico 	Formación Mínima: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación mínima egresado o graduado en Contabilidad y Auditoría o afines. ✓ Estar cursando carrera universitaria acorde con el puesto. ✓ No se requiere experiencia previa ✓

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

Cuadro N° 88 Matriz de competencias CONTADOR

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	REQUISITO
	Contador	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Áreas básicas: contabilidad, finanzas, fiscal y auditoría. ✓ Áreas complementarias: métodos, informática, derecho. ✓ Generación y análisis financiero ✓ Determinación de costos y presupuestos. ✓ Evaluación de proyectos. ✓ Emisión de opinión, observaciones y recomendaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de cuestionamiento y crítica. ✓ Disposición para el trabajo en equipo. ✓ Capacidad para el trabajo bajo presión. ✓ Agilidad de pensamiento. ✓ Habilidad para negociar. ✓ Capacidad de retención. ✓ Responsabilidad y compromiso social. ✓ Capacidad de organización. ✓ Desempeñarse con ética. ✓ Actualizarse de manera continua. Proponer y efectuar soluciones 	Formación Titulada (CPA). Experiencia 2 años cargos similares. Alto conocimiento de la Ley Tributaria Labora, Social. Agilidad numérica; Agudeza visual. Aptitudes. Carácter muy discreto. Destreza para la utilización de equipo informático. Responsabilidad. Manejo de documentos confidenciales.

Elaborado: Por el Autor
 Fuente: Investigación Directa
 Año: 2013

Cuadro N° 89 Matriz de competencias GUÍAS TURÍSTICOS

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	REQUISITO
	Guías Turísticos	Es la persona encargada de proteger la integridad física de las personas donde labora, teniendo a su disposición recursos técnicos (su experiencia) y tecnológicos (cámaras de video, radios de comunicación, kit de primeros auxilios, kit de tour), entre otros). También pueden utilizar otros medios como perros amaestrados.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimientos Jurídicos de Seguridad ✓ Conocimientos Técnicos de Seguridad ✓ Protección Civil. ✓ Primeros Auxilios. ✓ Combate de incendios. ✓ Acondicionamiento físico 	<p>Superior. Haber cumplido con el servicio militar nacional.</p> <p>Mayor de 25 años y menor de 35 años.</p> <p>Gozar de buena salud.</p> <p>No ser farmacodependiente, consumidor de estupefacientes, ni tener el hábito del alcoholismo.</p> <p>Contar con habilidades físico-atleticas.</p> <p>Estatura mínima hombres 1.68mts.</p>

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

Cuadro N° 90 Matriz de competencias VENDEDORA

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	REQUISITO
	Vendedora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender al público y personas de la empresa en cuanto a información ✓ Atender todo lo relacionado con correspondencia, llamadas telefónicas ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente ✓ Habilidad para colaborar ✓ Comunicación escrita Dominio de la comunicación de la comunicación no verbal ✓ Auto organización ✓ Dominio técnico 	<p>Formación Mínima:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación mínima egresado o graduado en Contabilidad y Auditoría o afines. ✓ Estar cursando carrera universitaria acorde con el puesto. ✓ No se requiere experiencia previa ✓

Elaborado: Por el Autor

Fuente: Investigación Directa

Año: 2013

**6.9 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA MICROEMPRESA
LAGO TOURS.**

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

CONTENIDO

CAPITULO PRIMERO

DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL PRESENTE REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.

CAPITULO SEGUNDO

DE LA CLASIFICACIÓN INTERNA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL DE TRABAJADORES.

CAPITULO TERCERO

DE LA ADMISIÓN Y REQUISITOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.

CAPITULO CUARTO

DEL CUMPLIMIENTO DE LAS JORNADAS DE TRABAJO Y OTRAS NORMAS RELATIVAS A LOS TURNOS, EJECUCIÓN Y PAGO DE REMUNERACIONES Y SOBRETIEMPO.

CAPITULO QUINTO

DE LAS FALTAS, DE SUS CLASES Y SANCIONES

CAPITULO SEXTO

DISPOSICIONES GENERALES

LAGO TOURS.

CAPITULO PRIMERO

**DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL PRESENTE
REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO**

ARTICULO PRIMERO.- El presente Reglamento Interno de Trabajo regula las relaciones entre trabajadores y patrones en la Microempresa. Y el personal de Trabajadores (funcionarios, empleados y obreros) que presta sus servicios en la misma en todas sus áreas, dependencias, departamentos, sistemas, oficinas; y en general, en los lugares de trabajo, sin consideración a la clase o modalidad de contrato de trabajo que los vincule con la empresa e independientemente de sus

funciones o jerarquías; respetándose las disposiciones contenidas en el Contrato de Trabajo así como las disposiciones del Código del Trabajo y más Leyes conexas.

Como consecuencia de lo antes mencionado, las normas estipuladas en este instrumento se considerarán incorporadas a toda relación jurídica contractual de naturaleza laboral existente, así como también a cada Contrato Individual de Trabajo que se celebre con fecha posterior a la aprobación de este Reglamento Interno de Trabajo.

ARTICULO SEGUNDO.- El presente Reglamento Interno de Trabajo es de aplicación obligatoria en las oficinas administrativas e instalaciones que mantiene la Microempresa en la Ciudad de Ibarra y en los que posteriormente puedan establecerse, en la Ciudad; así como también, en cualquier otro lugar en el país.

Como consecuencia de lo expuesto en el párrafo que antecede, todo Trabajador de la Microempresa queda sujeto al cumplimiento de las disposiciones prescritas en este Reglamento, no siendo su desconocimiento causa de eximente de responsabilidad para ninguno de los Trabajadores.

ARTICULO TERCERO.- Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 64 del Código del Trabajo, y con el objeto de que los Trabajadores conozcan las disposiciones prescritas en este Reglamento, la Administración mantendrá en exhibición permanente en sitios visibles y en los distintos lugares de trabajo, copia auténtica de este instrumento junto con la copia legalizada del horario de los trabajadores, aprobados por la respectiva autoridades de trabajo. Sin perjuicio de entregarle un ejemplar del presente Reglamento aprobado a cada trabajador.

CAPITULO SEGUNDO

DE LA CLASIFICACIÓN INTERNA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL DE TRABAJADORES

ARTICULO CUARTO.- Son Trabajadores de **LAGO TOURS.** todas las personas que prestan sus servicios lícitos y personales para la Microempresa en

virtud de sus respectivos Contratos Individuales de Trabajo, siempre y cuando perciban su remuneración directamente de la Microempresa.

ARTICULO QUINTO.- Para efectos de orden interno-administrativo, los Trabajadores de **LAGO TOURS**. Se dividen en Funcionarios y Empleados.

ARTÍCULO SEXTO.- - Establecer la naturaleza, requisitos mínimos, misión y funciones de cada uno de los cargos, para la Microempresa, como se detalla en los artículos siguientes.

ARTÍCULO SEPTIMO.-

Nombre del cargo:	GERENTE
Superior Inmediato:	
Dependencia:	DIRECCIÓN EJECUTIVA
Nivel del cargo:	DIRECTIVO
Cargo de Dirección, manejo o confianza:	Sí

PERFIL

1. Motivación Para Dirigir.
2. Inteligencia.
3. Capacidad De Análisis Y De Síntesis.
4. Capacidad De Comunicación.
5. Dotes De Psicología.
6. Capacidad De Escucha.
7. Espíritu De Observación.
8. Dotes De Mando.
9. Capacidad De Trabajo.
10. Espíritu De Lucha.
11. Perseverancia Y Constancia.
12. Fortaleza Mental Y Física.
13. Capacidad De Liderazgo.
14. Integridad Moral Y Ética.

15. Espíritu Crítico.

REQUISITOS MÍNIMOS

1. Título Profesional en Finanzas o carreras afines.
2. Cursos especializados en inversiones y planeación financiera.
3. Experiencia de 3 años en el desempeño de cargos de dirección superior en el área.
4. Espíritu crítico; Alta capacidad de análisis y síntesis; Agudeza visual; Fluidez verbal.
5. Capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones.

FUNCIONES

1. Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
2. Dirigir la gestión técnica Administrativa y financiera.
3. Elaborar la proforma del presupuesto anual de la microempresa.
4. Formular planes de actividades que mejoren los servicios.

ARTÍCULO OCTAVO.-

Nombre del cargo:	SECRETARIA
Superior Inmediato:	GERENTE
Dependencia:	DIRECCION EJECUTIVA
Nivel del Cargo:	ADMINISTRATIVO
Cargo de dirección, manejo o confianza:	No

PERFIL

1. Persona de buen trato, amable, cortés y seria.
2. Excelente redacción y ortografía.
3. Facilidad de expresión verbal y escrita.
4. Persona proactiva y organizada.
5. Facilidad para interactuar en grupos.
6. Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet.
7. Brindar apoyo a todos los departamentos.

8. Desempeñarse eficientemente en su Área.
9. Aptitudes para la Organización.
10. Buenas relaciones interpersonales.
11. Dinámica entusiasta.
12. Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.
13. Habilidades para el planeamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones.

REQUISITOS MINIMOS

1. Instrucción de segundo grado; secretariado o su equivalente.
2. 2 años de experiencia en cargos Similares.
3. Personalidad atrayente y cortés; carácter muy discreto y responsable, buena Redacción y ortografía, destreza manual, fluidez verbal, memoria asociativa de nombres, datos y fisonomías, capacidad de síntesis y análisis.
4. Alta capacidad de interrelaciones personales, excelente raciocinio abstracto noción del tiempo y capacidad para prevenir.

FUNCIONES

1. Recibir y despachar correctamente la correspondencia.
2. Mantener el archivo actualizado.
3. Atender al personal de la empresa y público en general.
4. Elaborara informe de actividades dispuesta por la gerencia.
5. Gerenciamiento de la Motivación del Personal.
6. Conducción de Grupos de Trabajo.
7. Liderazgo.
8. Comunicación Eficaz.
9. Dirección de Personas.
10. Gestión del Cambio y Desarrollo de la Organización.

ARTICULO DECIMO.-

Nombre del cargo:	CONTADOR
Superior Inmediato:	GERENTE
Dependencia:	COORDINACION DE CONTABILIDAD
Nivel del Cargo:	PROFESIONAL
Cargo de dirección y manejo o confianza:	Si

PERFIL

El perfil del contador parte de la necesidad universal de información financiera, por lo que su actividad no se limita a las entidades con fines de lucro, si no que sirve a todas las entidades económicas, con dependencia de sus objetivos. De este modo el contador público sirve también a entidades no lucrativas, como en el caso de organismos internacionales, gobiernos, entidades públicas, sociedades civiles, fundaciones de asistencia, organismos de centralizados, asociaciones deportivas etc.

Finalmente, es deseable que el contador, como servidor social, se adelante a las necesidades de los usuarios de sus servidores, sin esperar que estos manifiesten sus características. Sobra recordar la necesidad de actuar con apego a las realidades humanas y sociales que influyen en el medio que se desenvuelve, observando siempre la ética profesional.

REQUISITOS MÍNIMOS

1. Licenciatura en Contabilidad y Auditoría (CPA).
2. Experiencia 2 años cargos similares.
3. Alto conocimiento de la Ley Tributaria Labora, Seguro Social; Ley Societaria, Ley de Compañías.
4. Agilidad numérica; Agudeza visual.
5. Aptitudes.
6. Carácter muy discreto y exigente deserción acentuada en asuntos confidenciales.
7. Destreza para la utilización de equipo informático.
8. Responsabilidad.

9. Manejo de documentos confidenciales de alta prioridad para la empresa.

FUNCIONES

1. Diseñar implementar y mantener el sistema de contabilidad.
2. Elaborar los soportes contables, efectuar los asientos en los libros de contabilidad, mayores y auxiliares, respondiendo porque se encuentren al día y sean herramienta eficaz en el completo entendimiento y detalle de la contabilidad de la Cámara.
3. Vigilar porque los registros contables se lleven correctamente.
4. Elaborar las conciliaciones bancarias de la entidad, mantener a la Gerencia permanentemente informada al respecto y en caso de encontrar alguna anomalía informar de inmediato a la Gerencia
5. Elaborar los Estados Financieros de la Microempresa y sus notas, a más tardar dentro de los primeros diez días del mes siguiente al corte, en forma oportuna y de conformidad con todas las normas del régimen contable.
6. Establecer los gastos por centro de costo y preparar los estados financieros adicionales que considere necesarios o que se le encomienden.
7. Llevar por medio del programa el control sobre el presupuesto de la entidad
8. Llevar el inventario general de la entidad y los inventarios individuales por dependencia y funcionario, de todos los recursos físicos de consumo y activos fijo, llevando el respectivo control de activos.
9. Determinar las obligaciones tributarias.
10. Participar en la elaboración de presupuestos y proyectos, de las diferentes áreas, en los cuales se requiere de su apoyo.
11. Proponer y ejecutar políticas para el manejo contable y financiero de la

entidad.

12. Asistir a los empresarios y comerciantes en el área tributaria, contable y financiera.

ARTICULO DECIMO PRIMERO:

Nombre del cargo:	JEFE DE GUÍAS TURÍSTICOS
Superior Inmediato:	GERENTE
Dependencia:	DIVISION ADMINISTRATIVA
Nivel del Cargo:	OPERATIVO
Cargo de dirección, manejo o confianza:	No

PERFIL

Es la persona encargada de proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de la empresa donde labora, teniendo a su disposición recursos técnicos (su experiencia) y tecnológicos (cámaras de video, radios de comunicación, detectores de metales o dispositivos electrónicos biométricos de control de acceso (huella y iris del ojo), entre otros). También pueden utilizar otros medios como perros amaestrados. En muchos lugares también les es permitido portar armas de fuego y usarlas en defensa propia o cuando el objetivo que intentan proteger está bajo amenaza.

REQUISITOS MÍNIMOS

1. Superior
2. Haber cumplido con el servicio militar nacional.
3. Mayor de 25 años y menor de 35 años.
4. Gozar de buena salud.
5. No ser farmacodependiente, consumidor de estupefacientes, ni tener el hábito del alcoholismo.
6. Contar con habilidades fisico-atleticas.
7. Estatura mínima hombres 1.68mts.

FUNCIONES

1. Proteger la integridad personal de la microempresa.

CAPITULO TERCERO
DE LA ADMISIÓN Y REQUISITOS PARA LA
CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- La admisión de Trabajadores es potestativa de la GERENCIA, debiendo él o la aspirante proporcionar en la solicitud de empleo, de manera clara y verás, obligatoria y fielmente, todos los datos que les sean requeridos, a fin de hacerlos constar en el Registro que para el efecto lleva la Microempresa.

Tales requisitos, entre otros, son los siguientes:

- 1.-** Nombres y apellidos completos, edad, estado civil, profesión u ocupación, nacionalidad, dirección domiciliaria y cargas familiares. Para el caso de que sea contratado, estas últimas podrán ser alegadas por el Trabajador previa a la presentación de la documentación que las acredite legalmente como tales;
- 2.-** Cédula de Ciudadanía o de identidad, según el caso, certificado de votación, carnet de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), si lo tuviere. La presentación de la Libreta Militar o su equivalente, será requisito indispensable para la admisión de un Trabajador de sexo masculino;
- 3.-** Ser mayor de edad y encontrarse en goce de los derechos de ciudadanía;
- 4.-** Presentar certificados de trabajo de los últimos cinco años, si hubiere laborado durante dicho lapso. De solvencia moral, de salud, certificado de antecedentes personales, y según lo requiera la Microempresa, de competencia o experiencia ocupacional o profesional.

El o la aspirante deberá reunir los requisitos adicionales, legales o administrativos que se le soliciten, los que se requerirán de acuerdo al cargo que aspire desempeñar.

Si después de haber adquirido la calidad de Trabajador se descubriere falsedad o alteración en los datos o documentos presentados, el que incurriere en tal evento será separado inmediatamente de la Microempresa, al tenor de lo dispuesto en el Código del Trabajo, en concordancia con lo dispuesto en el presente Reglamento.

ARTICULO DECIMO TERCERO.- Cualquier cambio de domicilio deberá ser notificado por el Trabajador al Departamento de Recursos Humanos Regional o de la respectiva Provincia donde esté asignado prestando sus servicios,

comunicación que deberá efectuar en un término no mayor de cinco días contados a partir del momento en que ocurrió dicho cambio.

De no cumplirse con esta obligación, la Administración considerará como domicilio del Trabajador la dirección que consta en los registros que para el caso lleva la Microempresa. Información que como queda expresado en el Artículo anterior, es proporcionada por el Trabajador al momento de llenar el formulario de solicitud de admisión para laborar en la Microempresa.

ARTICULO DECIMO CUARTO.- Como norma general, todo Trabajador que ingrese por primera vez a prestar sus servicios en la Microempresa, deberá suscribir un Contrato de Trabajo con inclusión de un período de prueba de hasta noventa días, al tenor de lo prescrito en el Código del Trabajo, salvo el caso de que se trate de labores que por su naturaleza deban ejecutarse mediante la suscripción de Contratos de Trabajo de naturaleza ocasional, eventual, temporal, precaria o extraordinaria, así como también los de obra cierta y aquellos que hagan referencia a labores de tipo técnico o profesional.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- Los Trabajadores que fueren contratados en calidad de Empleados u Obreros, se ceñirán en la realización de sus ocupaciones a lo determinado en sus respectivos contratos.

ARTICULO DECIMO SEXTO.- Cuando un Trabajador ingrese a laborar por primera vez en la Microempresa, la determinación o asignación del lugar, sección o dependencia en la que prestará sus servicios, quedará a criterio exclusivo de la GERENCIA.

Determinadas administrativamente las necesidades, para efectos de llenar las vacantes que se produzcan, cuando vayan a ser llenadas por Trabajadores de la Microempresa, la Administración tomará en cuenta la capacidad del aspirante, sus conocimientos técnicos, culturales y académicos; de la misma manera tomará en cuenta sus antecedentes de trabajo, tales como actitud, índice de ausentismo, disciplina, desempeño, colaboración, etc., igual criterio en términos generales, se aplicará y se exigirá para cuando la vacante vaya a ser llenada por terceras personas.

CAPITULO CUARTO

DEL CUMPLIMIENTO DE LAS JORNADAS DE TRABAJO Y OTRAS NORMAS RELATIVAS A LOS TURNOS, EJECUCIÓN Y PAGO DE REMUNERACIONES Y SOBRETIEMPO

ARTICULO DECIMO SÉPTIMO.- Los horarios y turnos de trabajo serán los que para cada caso estipule la Administración en atención a lo prescrito para el efecto en el Contrato Colectivo, sin perjuicio de que la Microempresa, según sus necesidades, pueda mantener o cambiar los horarios de trabajo para el sector del personal que no tiene reguladas sus jornadas de labores en los respectivos Contratos Individuales de Trabajo.

Si se labora los turnos rotativos, al finalizar sus turnos respectivos, los Trabajadores procurarán no abandonar sus puestos de trabajo mientras el reemplazante no se encuentre presente.

Cuando el Trabajador entrante no llegue a la hora de iniciar la respectiva jornada diaria, y el Trabajador saliente no vaya a doblar el turno, éste deberá comunicar el particular a su superior inmediato a fin de que éste tome las medidas correspondientes.

ARTÍCULO OCTAVO.- Se denomina turno al grupo de Trabajadores que debe realizar una labor de acuerdo al plan de Trabajo dentro de un lapso determinado. La conformación de los turnos será hecha por la Administración, particular que será puesto en conocimiento del grupo de Trabajadores con la debida anticipación.

ARTICULO NOVENO.- Todo Trabajador saliente de turno deberá poner al corriente a su compañero entrante cualquier anomalía o irregularidad que hubiere observado en el área o sección en la cual labora. Aquel Trabajador que no cumpla con esta obligación será amonestado por escrito.

ARTICULO VIGÉSIMO.- Todo Trabajador está en la obligación de registrar personalmente su sistema de control de tiempo, tanto al ingreso como a la salida de sus labores diarias.

Este registro permitirá a la empresa verificar su horario de trabajo, horas suplementarias y/o extraordinarias trabajadas por disposición superior.

ARTICULO VIGÉSIMO PRIMERO.- Queda terminantemente prohibido laborar horas suplementarias y/o extraordinarias sin estar previamente autorizado por los Funcionarios con competencia y facultad para ello.

ARTICULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- Las remuneraciones se calcularán de acuerdo a los tiempos de trabajo registrados en los sistemas de control de tiempo, previa verificación por parte de la Administración.

ARTICULO VIGÉSIMO TERCERO.- De las remuneraciones se deducirán todos los descuentos y retenciones dispuestas por la Ley, así como también los descuentos expresamente autorizados por el Trabajador, debiéndose tener presente lo pactado para el efecto en el Contrato Colectivo.

Las remuneraciones se pagarán directamente al Trabajador o a la persona que estuviere expresamente autorizada por escrito por aquel para percibir su remuneración.

ARTICULO VIGÉSIMO CUARTO.- La Microempresa, pagará las remuneraciones de sus Trabajadores en sobres individuales, en los que constará por lo menos: El nombre del Trabajador, el valor percibido, el período al que corresponde el pago, las deducciones por aporte individual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), del impuesto a la renta, si hubiere lugar, los préstamos o anticipos, así como cualquier otro rubro que deba constar y que legalmente pueda o deba deducirse. Al último constará el saldo neto o el haber final al que tenga derecho el Trabajador.

Por convenio escrito entre la Microempresa y un Trabajador individualmente considerado, la remuneración de éste podrá ser depositada en una cuenta de una Institución Bancaria previamente determinada por las partes.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO.- Cuando un Trabajador no esté conforme con una liquidación de pago de cualquier concepto, podrá expresar su disconformidad, reclamo o queja en el mismo momento de recibirla, en cuyo caso dejará constancia del particular en el recibo que firmase.

CAPITULO QUINTO

DE LAS FALTAS, DE SUS CLASES Y SANCIONES

ARTICULO VIGÉSIMO SEXTO.- Para la aplicación de las sanciones, las transgresiones al presente Reglamento Interno se dividen en dos grupos, así:

FALTAS LEVES y FALTAS GRAVES, en concordancia con lo dispuesto en los siguientes Artículos:

ARTICULO VIGÉSIMO SÉPTIMO.- Para los efectos de este Reglamento se consideran como faltas leves, todas las transgresiones a las obligaciones que tienen los Trabajadores según lo dispuesto en el Código del Trabajo en general, y además, a las siguientes:

1.- No ejecutar el trabajo en los términos del Contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

2.- No restituir al Empleador los materiales no usados y no conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de estos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.

3.- No trabajar en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o de la Microempresa.

En estos casos tendrá derecho al recargo en su remuneración de acuerdo con la Ley.

4.- No dar aviso previo al Empleador (Superior Inmediato) cuando por causa justa faltare al trabajo; de no poder hacerlo por cualquier causa debidamente justificada deberá hacerlo en las siguientes 24 horas laborables.

5.- No cumplir con las jornadas, horarios y turnos de trabajo establecidos en el contrato colectivo, debiendo registrar personalmente su entrada y salida de acuerdo con las disposiciones establecidas en la empresa; y no concurrir puntualmente al trabajo.

6.- No encontrarse en disposición de iniciar el trabajo a la hora señalada en el horario respectivo.

7.- Dentro de la jornada diaria de labor, trabajar con pérdidas innecesarias de tiempo.

8.- Cuando en la ejecución del trabajo se presentaren fallas o cualquier dificultad grave que no pueda ser subsanada por el personal encargado de efectuar el trabajo, no comunicar el particular inmediatamente a los superiores, a fin de que tomen las medidas que el caso requiera.

9.- Utilizar sin consentimiento el servicio telefónico, Xerox, etc., para fines ajenos a las actividades del trabajo.

10.- Leer periódicos, revistas, libros, etc., durante las horas de labor.

11.- Comer en lugares de trabajo.

12.- No atender en forma cortés y respetuosa al público.

13.- No proporcionar información personal fidedigna a la empresa con la finalidad de actualizar sus datos en la unidad de Recursos Humanos, cuando La Microempresa así lo requiera.

14.- No someterse a exámenes médicos dispuestos por la empresa.

15.- No asistir a los cursos de capacitación o formación a los que la empresa lo haya asignado.

16.- No utilizar durante la jornada de labor los uniformes e identificación de la empresa en forma permanente y obligatoria.

ARTÍCULO VIGÉSIMO OCTAVO.- Las faltas leves a las que se hace referencia en el Artículo que antecede, serán sancionadas con una multa equivalente de hasta el diez por ciento (10%) de la remuneración diaria. La comisión dentro de un mismo período mensual de tres faltas leves por parte de un trabajador, será considerada como falta grave, quedando facultada la Microempresa para solicitar el correspondiente Visto Bueno, ante Inspector de Trabajo.

ARTICULO VIGÉSIMO NOVENO.- Toda Falta Leve prescribe en un mes. Por lo tanto, para efecto de solicitar Visto Bueno, la Microempresa considerará como no cometidas las faltas leves que hayan ocurrido en un período anterior a un mes contado hacia atrás desde la fecha de la comisión de una falta leve.

ARTICULO TRIGÉSIMO.- Las multas a las que hubiere lugar por aplicación de lo prescrito en el presente Reglamento Interno de Trabajo, serán aplicadas por el Gerente de Recursos Humanos de la Microempresa, y en su falta, por el Representante Legal de la Microempresa o quien hiciere sus veces, quienes en su

caso, dispondrán el cobro de la multa mediante retención de la remuneración del Trabajador.

ARTICULO TRIGÉSIMO PRIMERO.- La comisión de una cualquiera de las Faltas Graves establecidas como tales en este Reglamento Interno, serán sancionadas con la separación del servicio, previo el trámite administrativo de Visto Bueno solicitado ante las competentes Autoridades del Trabajo.

ARTICULO TRIGÉSIMO SEGUNDO.- Además de las prohibiciones del Trabajador prescritas en el Código del Trabajo, las que para los efectos de este Reglamento, constituyen y se las considera como Faltas Graves, son también faltas de la misma naturaleza, las siguientes:

- 1.- No acatar las órdenes y disposiciones de trabajo, vale decir, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que diga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.
- 2.- No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte la Microempresa para el efecto o por las Autoridades competentes.
- 3.- No respetar a sus superiores y a sus compañeros de trabajo, así como desafiar, amenazar o ultrajar de palabra u obra a los mismos, o hacer o promover escándalos en las instalaciones de la Microempresa o utilizar vocabulario soez o impropio.
- 4.- No comunicar oportunamente a la Administración, cuando se tenga conocimiento de la comisión de cualquier tipo de infracción penal cometida por sus compañeros de trabajo o de terceras personas, dentro de las instalaciones de la Microempresa o en ejercicio de sus funciones.
- 5.- Ingerir bebidas alcohólicas en las instalaciones de la Microempresa o en el ejercicio de sus funciones.
- 6.- Introducir, usar o tomar en las instalaciones de la Microempresa, o en el ejercicio de sus funciones, sustancias sicotrópicas y/o drogas.
- 7.- Propalar rumores o hacer comentarios que vayan en desmedro de los intereses de la Microempresa o del buen nombre y prestigio de sus personeros o sus compañeros de trabajo; o, produzcan inquietud y malestar entre el personal.

- 8.-** Informarse o recabar datos de la correspondencia que pertenece al fuero privado de la Microempresa o de su personal.
- 9.-** Divulgar información confidencial que posee el Trabajador en virtud de las labores que desempeña.
- 10.-** Abandonar herramientas, materiales u otros objetos o desperdicios.
- 11.-** Utilizar sin autorización previa los bienes de la Microempresa.
- 12.-** Inducir a la Microempresa a celebrar un Contrato de Trabajo mediante información falsa o adulterada, o presentar para tal fin Certificados, Títulos, Diplomas o datos falsos.
- 13.-** No cumplir con las disposiciones que dicte la Administración para el uso de vehículos de propiedad de la Microempresa.
- 14.-** Abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo, vale decir, sin la autorización previa del superior correspondiente. Disposición que se dicta en aditamento y en concordancia con lo dispuesto en el Código del Trabajo.
- 15.-** Hacer rifas, negocio o actividades similares en las instalaciones de la Microempresa, salvo el permiso expreso de la Administración.
- 16.-** Participar en juegos de azar u otros dentro de las instalaciones de la Microempresa.
- 17.-** Entregar sin autorización a cualquier persona la realización de cualquier trabajo a él encomendado.
- 18.-** Ejecutar o realizar tareas u obras particulares dentro de las dependencias de la Microempresa a favor de terceros, salvo que para ello tenga permiso escrito otorgado por la Administración de la Empresa, así mismo, realizar en horas de trabajo otras labores que no sean las propias de su función o cargo.
- 19.-** No registrar el ingreso y salida de acuerdo con los sistemas de control que para el efecto establezca la Microempresa, ni alterar, sustraer o usar indebidamente los controles establecidos.
- 20.-** Dormir durante las horas de trabajo.
- 21.-** Para las personas que manejan fondos de la Microempresa, cambiar sin autorización superior cheques de Trabajadores o de terceras personas, así como también, aceptar vales no autorizados.

A este respecto, se estará de manera estricta a las políticas que determine la

Microempresa sobre el manejo y utilización de los recursos económicos, políticas internas que tienen el carácter de obligatorias.

22.- Realizar instalaciones, reparaciones u otros trabajos en forma clandestina.

23.- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y otros que por razón de su trabajo conociere o les fueren confiado

24.- Utilizar sin autorización previa la papelería, sellos, rótulos de la empresa y en general aspectos que constituyan infracciones a la ley de propiedad intelectual.

CAPITULO SEXTO

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO TRIGÉSIMO TERCERO.- Se deja expresamente establecido que si alguna o algunas de las normas estipuladas en este Reglamento, contradicen, reforman o modifican lo prescrito en el Código del Trabajo, Reglamentos y más Leyes relacionadas con la materia, prevalecerán estas últimas. En todo lo demás, se aplicarán las disposiciones contempladas en este reglamento en la forma aquí establecida.

ARTICULO TRIGÉSIMO CUARTO.- En todo cuanto no estuviere señalado en el presente Reglamento Interno de Trabajo, se estará a lo dispuesto en el Código de Trabajo y más disposiciones legales que se dicten en materia laboral.

ARTICULO TRIGÉSIMO QUITO.- El valor de los útiles, instrumentos o materiales de trabajo, para el caso de pérdidas o deterioros, originados por negligencia o descuido imputable del Trabajador, correrá a cargo de éste, pudiendo la Empresa efectuar el descuento pertinente en el próximo inmediato pago. Siempre y cuando el valor no exceda del porcentaje establecido en la Ley, en cuyo caso se diferirá el pago hasta completar el valor respectivo.

ARTICULO TRIGÉSIMO SEXTO.- Todo Trabajador que por enfermedad comprobada o por calamidad doméstica no pudiere concurrir a sus labores dentro de los turnos establecidos, deberá comunicar el particular obligatoriamente a la Microempresa, dentro de un tiempo no mayor de 24 horas de ocurrido el hecho.

ARTICULO TRIGÉSIMO SÉPTIMO.- Al momento de ser notificado con la terminación de su Contrato de Trabajo, y antes de recibir su liquidación, el

Trabajador deberá entregar a la Microempresa a través de su Superior inmediato, todas las herramientas, materiales, equipos y en general, cualquier bien que le haya sido proporcionado por la Microempresa para la ejecución de su trabajo.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO OCTAVO.- Cuando por cualquier circunstancia se termine un Contrato de Trabajo, al momento en que se efectúe la correspondiente liquidación final del Trabajador saliente, la Microempresa inicialmente liquidará su cuenta personal, a efectos de que se deduzca lo que se encuentre adeudando a la Microempresa por concepto de préstamos, multas o cualquier otro rubro que sea legalmente deducible.

ARTICULO TRIGÉSIMO NOVENO.- Quienes conduzcan vehículos de propiedad de la Microempresa o arrendados por ésta, serán personalmente responsables por las contravenciones y delitos de tránsito que cometieren por desconocimiento y violación de la Ley de Tránsito Terrestre y más ordenamientos legales. Tales Trabajadores deberán de manera rutinaria efectuar los controles básicos de las condiciones mecánicas y de seguridad de los vehículos, tales como: Chequeo de niveles de aceite, batería, frenos, funcionamiento de indicadores de tablero, etc.

Cuando un vehículo necesite ingresar a un taller automotriz para reparaciones no rutinarias; esto es, diferente a las de mantenimiento diario, el Chofer notificará el particular a su Superior inmediato, quien ordenará lo conveniente.

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO.- La Administración se reserva el derecho de determinar las políticas o normas administrativas internas, las cuales deberán ser acatadas y cumplidas por el personal. La determinación de políticas administrativas se hará conocer por parte de la Administración a los Trabajadores, mediante memorándum o circulares. La falta de cumplimiento de las políticas que imparta la Administración, de acuerdo a sus necesidades y para el mejor desenvolvimiento de la misma, siempre que no violen ninguna norma legal ni contractual, serán consideradas como indisciplina y acarrearán las sanciones legales correspondientes.

Dado en Ibarra, a los..... días del mes de..... de 2014

**PRESIDENTE DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS
DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS**

SECRETARIA

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

Para el presente proyecto se procedió a elaborar una matriz, con la cual se analizará cada uno de los impactos para concluir con un análisis general. Primero seleccionamos los niveles de impacto numéricamente de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N° 90 Impactos del Proyecto

NIVEL DE IMPACTOS	
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado Por: Autor del Proyecto
Fuente: Investigación Directa
Año 2013

Una vez hecho esto, aplicamos la fórmula para determinar el Nivel de Impacto Educativo, que es la siguiente:

$$NIVELDEIMPACTO = \frac{\sum}{NUMERODEINDICADORES}$$

7.1 IMPACTO SOCIAL- ECONÓMICO

Cuadro N° 91 Impacto Social – Económico

NIVEL DE IMPACTO							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejor calidad de vida						X	
Fuentes de trabajo							X
Evitar la migración						X	
Estabilidad Familiar							X
TOTAL						4	6

Elaborado Por: El autor
Fuente: Investigación Directa

$$NI = \frac{\sum 10}{4} = 2.5 = 3$$

7.1.1 ANÁLISIS

7.1.1.1 El indicador mejor calidad de vida se lo calificó como impacto medio positivo ya que al existir fuentes de trabajo ya sea directo o indirecto se lograra generar ingresos económicos para las personas que forman parte del proyecto al igual que nuestros turistas tendrán la gran satisfacción de adquirir un servicio de calidad.

7.1.1.2 El indicador fuentes de trabajo tiene una calificación de impacto alto positivo ya que el presente proyecto genera un considerable número de fuentes de empleo con lo que apoyaremos a nuestro país y el nivel de desempleo disminuirá.

7.1.1.3 El indicador evitar la migración tiene el valor de impacto medio positivo debido que al desarrollar el proyecto las personas que van a formar parte del se verán motivados a seguir adelante sin abandonar su ideal, produciendo ingresos para nuestro país y en futuro se pueda incrementar microempresas competitivas.

7.1.1.4 El indicador estabilidad familiar toma una calificación de lado positivo ya que al prestar sus servicio van a obtener ingresos así los miembros de los hogares gozarán de estabilidad económica y emocional.

7.2 IMPACTO EMPRESARIAL

$$NI = \frac{\sum 9}{4} = 2.25 = 2$$

Cuadro N° 92 Impacto Empresarial

NIVEL DE IMPACTO							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de microempresas							x
Ingresos por grupos vulnerables						x	
Reactivación del aparato productivo						x	
Incremento del fisco						x	
TOTAL						6	3

Elaborado Por: Autor del proyecto

Fuente: Investigación Directa

ANÁLISIS

7.2.1.1 El indicador generación de microempresas tiene como calificación impacto alto positivo ya que al crear microempresas las personas pueden tener empleo.

7.2.1.2 El indicador ingresos por grupos vulnerables tiene una calificación de impacto medio positivo puesto que estos proyectos van a necesitar de ayuda para ser desarrollados y son ayudados por las ONG o proyectos que le brindan el presupuesto necesario para ser posible cualquier negocio.

7.2.1.3 El indicador reactivación del aparato productivo toma una calificación de impacto medio positivo, ya que al realizar este tipo de proyectos ayuda a que la economía de estado se mantenga.

7.2.1.4 El indicar incremento del fisco tiene como calificación impacto medio positivo, ya que al generar proyectos de esta naturaleza estamos incentivando al gobierno que asigne partidas presupuestarias, para el desarrollo económico social.

7.3 IMPACTO CULTURAL- EDUCATIVO

Cuadro N° 93 Impacto Cultural Educativo

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Generación de nuevos conocimientos.						x	
Atención al cliente						x	
Investigación							x
TOTAL						6	3

Elaborado Por: Autor del proyecto

Fuente: Investigación Directa

$$NI = \frac{\sum 9}{4} = 2.25 = 2$$

7.3.1 ANÁLISIS

7.3.1.1 El indicador generar nuevos conocimientos tiene una calificación de impacto medio positivo ya que para ejecutar el proyecto fue necesario buscar y entender nuevos conocimientos sobre el tema.

7.3.1.2 El indicador Retomar nuevas costumbres alimenticias tiene calificación como impacto medio positivo ya que con la microempresa el público tendrá a su disposición servicio de calidad.

7.3.1.3 El indicador atención al cliente se lo ha calificado como impacto medio positivo, es decir el producto que vamos a ofrecer tendrá las condiciones de calidad establecidas, cumpliendo con todas las normas.

7.3.1.4 El indicador investigación tiene como calificación impacto alto positivo ya que para realizar el proyecto ha sido de vital importancia una investigación tanto cuantitativa como cualitativa.

7.4 CONCLUSIONES

- En la actualidad existe una tendencia de contratación de centros turísticos de forma positiva permitiendo que se tenga mercado meta disponible para sobrevivir en el medio.
- La ubicación de la oficina está en un lugar estratégico que permite tener una cobertura adecuada de mercado tomando en cuenta el flujo de personas en las épocas trimestrales, vacacionales y días de feria.
- El proceso y diagrama de flujo corresponden a desarrollar una atención fluida y eficiente a los clientes.
- El proyecto provee que la microempresa está legalmente constituida y además tenga efectos directos e indirectos de generación de empleo.
- Las estrategias de promoción y publicidad se la realizara mediante página web, televisión en el establecimiento.
- De acuerdo a la evaluación financiera y económica se obtuvo que el proyecto arroja resultados positivos probabilísticos, con lo que se demuestra factibilidad.
- En general se concluye que el proyecto de la microempresa de servicio turístico es factible en el mercado de la ciudad de Ibarra porque existe demanda para este tipo de servicios.

7.5 RECOMENDACIONES

- Insinuar a las autoridades respectivas, iniciar una campaña de dar a conocer las bellezas naturales del país de igual forma concientizar al público para en la preservación del medio ambiente.
- Para mantener el lugar estratégico es necesario que se esté en continuo mejoramiento y planificación técnicos de servicio de calidad y publicidad para conservar la demanda de los Turistas.
- Es necesario recomendar que los procesos y diagramas de flujo estén en constante actualización, para así poder enfrentar los cambios del entorno y no exista consumidores insatisfechos.
- Se debe buscar las debidas fuentes de financiamiento y tener un claro conocimiento de los requisitos así como de los derechos y obligaciones que debe cumplir una microempresa a fin de que se ejecute el proyecto y genere fuentes de empleo directo e indirecto.
- Es necesario mantener un análisis permanente de las estrategias de Servicio turístico para mantener una estabilidad de los precios y asegurar a los clientes potenciales.
- Se sugiere a los involucrados del proyecto observar todos los factores que en el futuro se puedan ser considerados como potenciadores de la demanda sean planificados y evaluados oportunamente.
- Se recomienda que en cada actividad realizada se actúe con completa responsabilidad para no cometer errores y los resultados de este trabajo reflejen lo esperado tanto del autor como de los involucrados del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

GUEVARA Juan (2011) La productividad sectorial en España: primera edición
Editorial biblioteca S.L impreso por Label Industria Gráfica.

IZQUIERDO María Ángeles (2010) Finanzas Sostenibles, Primera Edición,
Editorial Biblioteca S.L. La Coruña - ESPAÑA.

NOGUERA TOUR Joan (2009) Gestión Y Promoción Del Desarrollo Local.
Cuarta edición, Guada Impresores S.L.
España – Valencia.

OLMOS Lourdes y García Rafael (2011) Estructura Del Mercado Turístico,
Primera Edición, Ediciones paraninfo S. A Madrid – España.

BOULLÓN Roberto C. (2010) Las actividades turísticas y recreacionales: el
hombre como protagonista, Cuarta Edición, Editorial Las Trillas.

ACERENZA Miguel (2010) Desarrollo sostenible y gestión del turismo,
Segunda Edición, Editorial Trillas SA De Cv.

MANTECON Alejandro (2008) La experiencia del Turismo, Tercera Edición,
Editorial Icaria Editorial S. A

Barahona J (2010), GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO, Editorial UOC,
Primera Edición, España – Barcelona.

CEBRIAN Abellan (2010) Turismo rural y desarrollo local, Primera edición,
Ediciones de la Universidad de Castilla, Sevilla – España.

SELVA Josefa Parreño, Conde Enar (2012): Dirección de Marketing: variables
comerciales, Cuarta Edición, Editorial Club Universitario, Alicante – España.

MARÍA Caldas; 2011 Empresa e Iniciativa Emprendedora, Primera Edición, Fer
Composición S. A 2011 Madrid - España

OROZCO de Jesús Meza (2013) Evaluación financiera de proyectos, Tercera
Edición, Editorial Ecoe Ediciones 2013 Bogotá – Colombia

BACA, Gabriel; (2010) Evaluación de proyectos, Editorial McGraw-Hill,
Madrid – España.

ZAPATA, Pedro; 2008. Contabilidad General, Sexta Edición, MC Graw- Hill
2008, Distrito Federal-México.

DIEZ Ignacio, BOSCH Antoni (2010): Como Entender Las Finanzas De Hoy:
Bienes Inmuebles, Acciones, Bo Nos, Productos Estructurados, Private Equity,
Hedge Funds, Primera Edición, Editorial: ANTONI BOSCH

BLOCK, Stanley; Administration Financiera, Editorial Mc Graw Hill, Onceava
Edición. 2010

BRAVO, Mercedes; Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, Séptima
Edición, Quito Ecuador 2011.

CHIAVENATO Idalberto, Administración de Recursos Humanos, Octava
Edición Mac Graw Hill México 2009.

ESTUPIÑAN G, Rodrigo; Estados financieros básicos bajo NIC/NIIF, Ecoe
Ediciones, Bogotá 2009

HANSEN, Don R; Administración de costos: contabilidad y control; Thomson
2009

HARTLEY, Kerin; Marketing “Core”, Mc Graw Hill, Segundo edición. España
2010

HILL Charles W. y JONS Gareth R, Administración Estratégica un Enfoque
Integrado, Sexta Edición Mac Graw Hill México 2009.

HITT Black Michael, Administración, Novena Edición, Pearson Educación,
México 2009

LEY DE COMPAÑÍAS-ECUADOR

MANKIW, Gregory. Principios de Economía. McGrawHill. Tercera Edición. México 2009.

MEZA, Jhonny; Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, Editorial Linotipia Bolívar 2010, Bogotá-Colombia.

MONTEROS Edgar E MBA; Manual de Gestión Micro-empresarial; Primera Edición; Editorial Universitaria; Ecuador 2011; UTN

SAMUELSON, Paul., Economía, 19Ed. con aplicaciones latinoamericana. McGrawHill. Décimo novena edición. México 2010.

LINKOGRAFÍA

WIKIPEDIA (2011) Ibarra (Ecuador)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))

FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR.

[Ley de Turismo del Ecuador](#)

<http://www.feptce.org/doc/marco-legal/02-reglamento-aplicacion-de-la-ley-de-turismo.pdf>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

[Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador](#)

http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf

KATHLEEN C. [Turismo](#)

<http://www.monografias.com/trabajos17/trabajo-de-turismo/trabajo-de-turismo.shtml>

RAMÓN R. (2006) [Historia y evolución del pensamiento científico](#)

<http://www.eumed.net/libros/2007a/257/index.htm>

MERCADEO.COM http://www.mercadeo.com/46_sobre_com_JM.htm

ESTUDIO TÉCNICO <http://www.xuletas.es/ficha/estudio-tecnico/>

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

<http://www.lagerencia.com/articles/320/1/CLASIFICACION-DE-LAS-EMPRESAS/Page1.html>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

Reciba un atento y cordial saludo:

Objetivo.

Determinar el grado de aceptación de una microempresa turística con servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura en la ciudad de Ibarra.

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN IMBABURA Y POBLADORES LOCALES.

Marque con una X la respuesta que crea correcta.

Encuesta

DATOS TECNICOS

Sexo Hombre Mujer

Edad Entre 15 y 25 Entre 26 y 35 Entre 36 y 45 46 en adelante

Procedencia Ibarra Otavalo Pimampiro Urcuqui Cotacachi Atuntaqui Otros

DESARROLLO

1. ¿Conoce usted alguna empresa de servicio turístico que ofrezca tours hacia las lagunas de Imbabura?
Si No

2. Conoce usted las lagunas existentes en la provincia de Imbabura?
Si No

3. Si su respuesta fue positiva en la anterior pregunta mencione cuales son las lagunas que usted conoce?
Piñan Yahuarcocha Cuicocha San Pablo Cristo Cocha
Mojanda Puruhanta Caricocha Huarmicocha Cochas
Yanacocha Cubilcha Cunrro San Marcos otras _____

4. ¿Qué actividades realiza usted los fines de semana y/o feriados?
Ver TV Deportes Paseo Excursiones Viajar reunión social Otra _____

Cuanto invierte usted y su familia en este tipo de actividades mensualmente?
Nada Entre 75-150 Entre 151-225 Más de 226

5. Donde o a través de que medio acostumbra o le gustaría contratar servicios de Turismo?
Agencia de turismo Página web Reservaciones telefónicas Promotores Otro _____

6. ¿Con que periodicidad contrataría usted nuestros servicios?
Mensual Trimestral Semestral Anual Vacaciones

7. Cual considera el medio más apropiado para la promoción de la nueva microempresa turística con servicio de tours hacia las lagunas de Imbabura?
TV Radio Internet Volantes Promotor

Periódico-revistas

8. ¿En qué sitio de la ciudad prefiere hospedarse?
Hotel Residencia Hosteria Cabañas

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir el servicio turístico que ofrezca tours hacia las lagunas de Imbabura?
Si No

10. De cuanto es su promedio de ingresos mensualmente?

Menos de 292 Entre 293-400 Entre 401-600 más de 601

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

Objetivo.

Efectuar un diagnóstico situacional, en la ciudad de Ibarra para la creación de una microempresa turística con servicio de tour hacia las lagunas de Imbabura.

Entrevista

DESARROLLO

1. ¿La atención de su negocio es permanente?

Si la atención es permanente, todos los días del año contamos con nuestro administrador que vive en la misma hostería pro lo cual estamos disponibles al público siempre.

¿De qué manera promociona su negocio?

¿Qué características tiene sus instalaciones?

¿El precio de sus productos es?

¿Cuáles son las épocas de mayor afluencia de turistas?

¿Cómo enfrenta la competencia?

¿Le gustaría tener aliados estratégicos?

¿Qué tipo de clientes adquieren sus paquetes turísticos?

¿Qué servicios oferta en su negocio?

¿Qué medidas toman para le preservación del medio ambiente?

¿Cómo realiza su registro contable?

¿Satisface usted la demanda existente?

ANEXO 3

FICHA DE OBSERVACIÓN

Lugar que se visitó:

Días de observación:

Aspectos importantes que se observó:

También se realizó la observación de los indicadores de la variable que se en lista a continuación; información que se encuentra en los análisis de los resultados.

-

Observador:

ANEXO 4

Hyundai TQ 12 pas 2.5 TM DSL AC - 2011

♥ Agregar favorito
📌
🔔 Crear Alerta
🚩 Reportar

Ciudad **Quito**
 Recorrido **110,000 kms.**
 Cilindraje **2500**

\$24,500
Fijo

Ficha Técnica	
Marca: ▶ Hyundai	Modelo: ▶ TQ 12 pas 2.5 TM DSL AC
Subtipo: ▶ Microbus	Año: ▶ 2011
Precio Actual: ▶ \$24,500 Fijo	Color: ▶ Blanco
Transmisión: ▶ Manual	Vidrios: ▶ Eléctricos delanteros
Dirección: ▶ Hidráulica	Placa: ▶ Pichincha
Ensamblado en: ▶ Korea	Recorrido: ▶ 110,000 kms.
Motor (Cilindraje): ▶ 2500 CC	Sistema de Climatización: ▶ Aire Acondicionado
Tapizado: ▶ Tela	Tracción: ▶ 4 x 2
Combustible: ▶ Diesel	Último número de la Placa: ▶ 7