



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, EN EL BARRIO SANTA MARIANITA PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos
Seccionales.**

Autor: Pérez Patricio.

Directora: PHD. La Serna Adelfa

Ibarra, Noviembre del 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo como actividad generadora de recursos económicos se pone de relevancia en el sistema de economía y así lo hacen notar las estadísticas oficiales del estado. La riqueza natural, las vivencias de los pueblos ancestrales, los ecosistemas, deportes de aventura y tours de itinerarios elegidos por los propios turistas hacen atractivo al visitante nacional e internacional. La inversión que se realice en este sector de turismo, se afianzará en el mercado y serviría de base para entrar en procesos de desarrollo y crecimiento económico. El Turismo Internacional surge en la Parroquia La Esperanza en el año 1975, en época de los Hippies Mochileros, en la actualidad es conocida mundialmente, existe solamente una casa de hospedaje y un programa de turismo comunitario; es evidente que no existe la infraestructura necesaria para cubrir la demanda, por esta razón es necesario incrementar la actividad hotelera, implantando un Hospedaje Ecológico, el mismo que impulsará y fomentará el turismo local, Nacional e Internacional, desarrollando el sistema socio económico, activando la producción y comercialización de artesanías en cuero, bordado, repujado en metal y pintura que se realiza en la zona. El presente estudio de factibilidad permitirá la creación de la Empresa de Turismo Ecológico “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, en el barrio Santa Marianita, Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. De esta manera se fortalecerá el mercado del turismo alternativo. En el primer capítulo se abordó el diagnóstico situacional, se desarrolló la identificación de variables e indicadores; en el segundo capítulo se elaboró el marco teórico, el que permitió concretar definiciones del ramo especializado del turismo alternativo; el tercer capítulo consta del estudio de mercado donde se analizó el perfil del turista, sus niveles de gustos y preferencia, el cuarto capítulo se estableció la ingeniería del proyecto con propósitos de brindar servicios de calidad integral; el quinto capítulo se abordó la organización del proyecto, el sexto capítulo determinó la factibilidad del proyecto de acuerdo a sus indicadores financieros; el séptimo capítulo establece los impactos del proyecto, social, ambiental, educativo, económico y cultural.

ABSTRACT

Tourism as an economic resource generating activity becomes relevant in the economic system and so do note the official state statistics. The natural wealth, the experiences of native peoples, ecosystems, adventure sports and tours of routes chosen by tourists themselves make it attractive to domestic and international visitors. The investment made in this sector of tourism, will be established in the market and provide a basis for entering into processes of development and economic growth. International Tourism arises in the Parish La Esperanza in 1975, in time for Backpackers Hippias, today is known worldwide, there is only one guesthouse and a program of Community tourism; Clearly there is the necessary infrastructure to meet demand, therefore it is necessary to increase the hotel business, implementing a Green Lodging, it will boost and encourage local, national and international tourism, developing the socio-economic system, activating production and marketing of leather crafts, embroidery, metal embossing and painting being done in the area. This feasibility study will create Ecotourism Company “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, in the neighborhood St. Marion, Parish La Esperanza Canton Ibarra, Imbabura Province. Thus alternative tourism market will be strengthened. In the first chapter the situational diagnosis on board, was developed to identify variables and indicators; in the second chapter the theoretical framework was developed, which allowed narrow definitions of specialized field of alternative tourism; The third chapter consists of market research where the profile of tourists, their tastes and preference levels, pricing, marketing, sale, promotion and advertising was analyzed; The fourth chapter the project engineering purposes to provide comprehensive quality services was established; The fifth chapter the project organization was addressed , the sixth chapter determined the feasibility of the project according to financial indicators ; the seventh set of project impacts , social , environmental , educational, economic and cultural .

AUTORÍA

Yo, PATRICIO PÉREZ LÓPEZ, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 1001463189 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Ecológico “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, en el barrio Santa Marianita, Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....
Patricio Pérez López

C.I. 1001863479

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Patricio Pérez López, para optar por el título de Ingeniero en Administración Pública, cuyo tema es: Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Ecológico “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, en el barrio Santa Marianita, Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de marzo del 2015.

PHD. Adelfa La Serna

DIRECTORA



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Patricio Pérez López, con cédula de ciudadanía No. 1001863479 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 del trabajo de grado denominado: Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Ecológico “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, en el barrio Santa Marianita, Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Patricio Pérez López

C.I. 1001463189

Ibarra, a los 23 días del mes de noviembre del 2015.



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD	1001463189	
APELLIDOS Y NOMBRES	PEREA LOPEZ PATRICIO ALFREDO	
DIRECCIÓN:	LA ESPERANZA BARRIO SANTA MARAIANITA CALLE GALO PLAZA	
EMAIL:	patosperez@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062660260	TELÉFONO MÓVIL: 0989036140
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO "HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN", EN EL BARRIO SANTA MARIANITA, PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.	
AUTOR:	PÉREZ LÓPEZ PATRICIO	
FECHA:	23/11/2015	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
ASESOR/DIRECTOR	PHD. ADELFA LA SERNA	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Patricio Pérez López, con cédula de ciudadanía Nro. 1001463189 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la Obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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 es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 23 días del mes de noviembre del 2015.

Patricio Pérez

EL AUTOR:



Patricio Pérez López

C.C.: 1001463189

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

A mis hijos y esposa que son quienes me han dado la fuerza y la voluntad necesaria, por darme cariño, apoyo permanente y la energía para culminar con éxito mis estudios.

A mis padres por haberme dado la vida y poder tener la experiencia de conocer seres con sueños de alcanzar metas como la mía.

A los docentes que me dieron la confianza y me transmitieron el conocimiento científico ayudándome a potenciar mis capacidades, habilidades y destrezas para alcanzar con éxito el presente trabajo de investigación.

A todos los seres, que de uno u otra manera me apoyaron física y espiritual, dándome la aprobación necesaria al ver que mi proyecto tiene la expectativa de implantar un nuevo paradigma en nuestra sociedad.

Patricio Pérez

AGRADECIMIENTO

A mi esposa e hijos, por haberme dado la posibilidad de acceder a estudios superiores y brindarme su apoyo incondicional en cada uno de mis metas propuestas.

A la Universidad Técnica del Norte, por haberme dado la oportunidad de superarme y capacitarme con altos niveles de estándares en conocimiento científico.

A todos los docentes, que con sus saberes científicos y sus sabios consejos me han permitido adquirir bases científicas y valores que permanentemente me ayudan a ser un mejor profesional y un excelente ser humano.

A la PHD. Adelfa Lacerna, a la Econ. Vilma Guerrero, al Ing. Luis Calderón, al Ing. Fancisco Rosales y al Econ. Luis Cervantes por el apoyo, orientación, asesoría y dirección en mi trabajo de investigación.

En general, a todas las instituciones y a todos quienes contribuyeron al éxito de cumplir con los objetivos del presente trabajo.

A todos de corazón, ¡Muchas gracias!

PRESENTACIÓN

El presente estudio tiene como objetivo general determinar la Factibilidad para la creación de una Empresa de Turismo Ecológico “HOSPEDAJE LUZ DE VIDA FUENTE DE ILUMINACIÓN Y RELAJACIÓN”, en el barrio Santa Marianita, Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, se desarrolló en la parroquia rural La Esperanza y en el diagnóstico se pudo evidenciar una oportunidad de mercado.

Los flujos de turismo nacional e internacional son los que dotan de ingentes recursos económicos a la cadena de valor de la prestación de productos/servicios turísticos, exigente en la demanda de obtener un servicio con calidad y calidez.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada, como se manifiesta en el Objetivo 10 del Plan del Buen Vivir donde se debe “Impulsar la transformación de la matriz productiva” y como lo menciona en el ítem 10.3 “Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios” en sus literales: g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera y h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

En el Capítulo I, se abordó el diagnóstico situacional, se desarrolló la identificación de variables e indicadores que permitió en el trabajo de campo establecer las exigencias de los turistas a las entidades que se está dedicando al turismo alternativo. Con ayuda del análisis de la Matriz AOOR se determinó la viabilidad de ejecución del proyecto aún más cuando se tiene una infraestructura propia que solamente le hace falta algunas adecuaciones para su potencial utilización como una entidad dedicada al turismo ecológico.

En el Capítulo II, se elaboró el marco teórico, que contribuyó a sustentar las variables de investigación como el turismo alternativo y empresas.

En el Capítulo III, se realizó el estudio de mercado, el que analizó el perfil del turista, sus niveles de gusto y preferencias, precios, comercialización, oferta, demanda, promoción, publicidad y estrategias.

En el Capítulo IV, se realizó el estudio técnico que contribuyó en la Micro y Macro localización, inventarios, capital de trabajo, costo de operaciones y financiamiento del proceso productivo, la estructura, los estados financieros y elaborar el flujo de caja y otros de los indicadores financieros que determinan la viabilidad del proyecto.

En el Capítulo V, la organización del proyecto nos ayudo a establecer el marco legal, misión, visión, políticas y la estructura organizacional.

En el Capítulo VI la parte financiera fue determinante al establecer la factibilidad debido a que los indicadores especialmente la TIR y el VAN son los adecuados para la inversión y buscar posibilidades de expansión comercial.

En el Capítulo VII, se determinó los impactos Social, Ambiental, Educativo, Económico y Cultural, como resultado de la implementación del Proyecto:

Sobre los productos más comercializados por trade internacional, se identificó que el 80.00% de turistas si conoce los términos técnicos que se manejan en los procesos de turismo a nivel internacional.

De qué forma se enteró sobre los atractivos turísticos de Imbabura, el 50.00% de los encuestados indicaron que internet fue el medio de información.

Se hospedaría en un centro turístico alternativo para compartir con turistas nacionales y extranjeros, a lo cual respondió el 75.00% de manera afirmativa, debido que el turismo comunitario es un proceso de intercambio cultural.

También en las estadísticas oficiales se observa que llegaron a la provincia de Imbabura en el año 2010: 221,398 turistas; año 2011: 236,342 turistas; año 2012: 252,295 turistas; año 2013: 269,324 turistas; año 2014: 287,503 turistas.

Con la implementación del presente estudio de factibilidad se contribuirá a generar mayor capacidad de la infraestructura turística del sector, mejorar la calidad de vida de los beneficiarios directos e indirectos mediante el incremento del nivel de ingreso.

Este proyecto no solamente es de carácter de alojamiento sino que brindará alternativas innovadoras al turista como lo especificamos en el estudio de mercado al definir los productos y servicios turísticos.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TEMAS Y SUBTEMAS

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACION DEL DIRECTOR	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE TABLAS	xx
CAPÍTULO I	
Diagnóstico	23
Antecedentes	23
Objetivos	25
Objetivo General	25
Específicos	25
Variables	25
Indicadores	26
Creación de Empresas Turísticas	26
Caracterización socio-económica	26
Perfil demanda turística	26
Políticas públicas	26
Comercialización productos/servicios turísticos	27
Matriz de Relación Diagnóstica	27
Desarrollo Operativo del diagnóstico	28

Información Secundaria, Análisis del Macroentorno y Factores políticos	28
Leyes	28
Normas y reglamentos	28
RUC	29
RUP	29
CIIU	30
Emprendedor	30
Inversión	30
Caracterización socio económica	30
Identificación de la población	30
Economía	31
PEA	32
Pobreza	32
Salud	32
Educación	32
Vivienda	33
Perfil Demanda Turística	33
Demanda	33
Precios	33
Calidad	33
Demanda Nacional	34
Mercado Emisor	34
Políticas Públicas	34
Ministerio de Turismo	34
Gestión Financiera	34
Capacitación	35
Asociatividad	35
Comercialización productos/servicios turísticos	35
Productos/servicios	35
Comercialización	35
Captación de turistas extranjeros	36
Alianzas estratégicas para mercado interno	36
Matriz AOOD	36

Identificación de las necesidades y oportunidades de la inversión	38
CAPÍTULO II	
Marco Teórico	39
Turismo Ecológico	39
¿Qué es el Turismo Ecológico?	39
Consecuencias del turismo ecológico	41
Empresa de Turismo Ecológico	42
¿Qué es un hospedaje de turismo ecológico?	44
Desarrollo local	46
Servicios que presta un Hospedaje Ecológico	47
Inversión Total	48
Inversión Fija, Variable y Diferida	50
Estados Financieros Proforma	51
Macrolocalización	52
Microlocalización	53
Tamaño del Proyecto	53
Estudio de Mercado	54
Ingeniería del Proyecto	55
Equipamiento para la Instalación	56
Distribución de la Infraestructura	57
Organización del Proyecto	57
Estructura de la Inversión	58
Presupuesto de Ingresos y Egresos	58
Flujo de Efectivo	59
Evaluadores Financieros: VAN, TIR, B/C	59
CAPÍTULO III	
Estudio de Mercado	61
Presentación	61
Objetivos	62
Objetivo General	62
Objetivos Específicos	63
Identificación de los Productos	63
Mercado Meta	64

Investigación	64
Segmento de Mercado	64
Cálculo de la muestra para el estudio de mercado	65
Presentación de resultados de encuestas y entrevistas aplicadas	67
Análisis de resultados de encuestas realizadas a los potenciales turistas	67
Identificación de la Demanda	79
Clientes	79
Lugar de prestación del servicio	80
Proyección de la Demanda	81
Fórmula para el cálculo de proyección de la demanda	81
Análisis de la Oferta	83
Análisis de Precios	83
Comercialización	84
Promoción	85
Publicidad	85
Balance Oferta – Demanda	86
Conclusiones del Estudio de Mercado	86
CAPÍTULO IV	
Estudio Técnico	88
Localización del Proyecto	88
Macrolocalización del proyecto	88
Microlocalización del proyecto	88
Tamaño del Proyecto	91
Ingeniería del Proyecto	91
Proceso general de control y registro de turistas	91
Presupuesto técnico	93
Inversiones fijas	93
Inversiones diferidas	95
Inversiones variables	95
Distribución de la Infraestructura	96
CAPÍTULO V	
Organización del Proyecto	97
Marco legal	97

Aspectos fiscales	97
Base Filosófica de la entidad	97
Visión	97
Misión	98
Políticas de la entidad	98
Valores Corporativos	99
Estructura Organizacional	100
Descripción de Funciones	101
Propuesta Mercadológica	102
Precios	102
Promoción	102
Producto	103
Plaza	103
CAPÍTULO VI	
Estudio Económico y Financiero	104
Inversión del Proyecto	104
Inversión fija	104
Inversión diferida	107
Inversión Variable y / o Capital de Trabajo	107
Estructura de la inversión	108
Financiamiento del proyecto	108
Presupuesto de Ingresos y Egresos	108
Presupuesto de ingresos	108
Presupuesto de egresos	109
Flujo de caja	114
Punto de equilibrio	116
CAPÍTULO VII	
Impactos del Proyecto	118
Análisis de Impactos	118
Impacto Social	119
Impacto Ambiental	120
Impacto Educativo	121
Impacto Económico	122

Impacto Cultural	123
Impacto General	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
CONCLUSIONES	125
RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA	128
ANEXOS	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
GRÁFICO No. 01. TRADE INTERNACIONAL	67
GRÁFICO No. 02. ATRACTIVOS DE TURISMO	68
GRÁFICO No. 03. MOTIVOS DE VISITA	69
GRÁFICO No. 04. TURISMO ALTERNATIVO	70
GRÁFICO No. 05. TURISMO RURAL	71
GRÁFICO No. 06. COMPARTIR TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	72
GRÁFICO No. 07. PRESUPUESTO FINANCIERO DIARIO	73
GRÁFICO No. 08. RITUALES ANCESTRALES	74
GRÁFICO No. 09. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	75
GRÁFICO No. 10. MEJORAS DE LA ESTANCIA DEL HOSPEDAJE ECOLÓGICO	76
GRÁFICO No. 11. CALIDAD RECURSO HUMANO	77
GRÁFICO No. 12. SEGURIDAD Y TURISMO	78
GRÁFICO No. 13. MACROLOCALIZACIÓN	88
GRÁFICO No. 14. MICROLOCALIZACIÓN	89
GRÁFICO NO. 15. SERVICIOS TURÍSTICOS	91
GRÁFICO NO. 16. ATENCIÓN AL CLIENTE	92
GRÁFICO NO. 17. PERFIL DE ATENCIÓN AL CLIENTE	92
GRÁFICO NO. 18. SERVICIOS GENERAL DE TURISMO	93
GRÁFICO No. 19. PLANIMETRÍA OBRA CIVIL	96
GRÁFICO No. 20. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	100
GRÁFICO No. 21. PUNTO DE EQUILIBRIO	117

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
TABLA No. 01. Matriz de relación diagnóstica	27
TABLA No. 02. Población de Ibarra por Parroquias y Género	31
TABLA No. 03. Matriz AOOD	37
TABLA No. 04. Productos más comercializados	67
TABLA No. 05. Atractivos turísticos de Imbabura	68
TABLA No. 06. Motivos para visitar Ibarra- Imbabura	69
TABLA No. 07. Turismo alternativo	70
TABLA No. 08. Turismo rural o comunitario	71
TABLA No. 09. Compartir turistas nacionales y extranjeros	72
TABLA No. 10. Presupuesto diario	73
TABLA No. 11. Rituales pueblos indígenas	74
TABLA No. 12. Servicios turísticos complementarios	75
TABLA No. 13. Mejoras de la Estancia del Hospedaje Ecológico	76
TABLA No. 14. Nivel de calidad del recurso humano	77
TABLA No. 15. Seguridad y turismo	78
TABLA No. 16. Flujo de Mercado Nacional	80
TABLA No. 17. Proyección Demanda Potencial	83
TABLA No. 18. Gasto Diario de los Turistas	84
TABLA No. 19. Distribución de los Gastos de los Turistas	84
TABLA No. 20. Proyección Oferta - Demanda	86
TABLA No. 21. Valoración Atractivos Turísticos	90
TABLA No. 22. Equipo de Oficina	93
TABLA No. 23. Materiales de Oficina	94
TABLA No. 24. Mobiliario	94
TABLA No. 25. Equipo y Maquinaria	94
TABLA No. 26. Suministros de Limpieza	94
TABLA No. 27. Obra Civil	95
TABLA No. 28. Inversión Fija	104
TABLA No. 29. Equipo de Oficina	104
TABLA No. 30. Equipo y Maquinaria	105
TABLA No. 31. Mobiliario	105

TABLA No. 32. Materiales de Oficina	106
TABLA No. 33. Suministros de Limpieza	106
TABLA No. 34. Obra Civil	107
TABLA No. 35. Inversión Diferida	107
TABLA No. 36. Inversión Variable	107
TABLA No. 37. Estructura de la Inversión	108
TABLA No. 38. Estructura de la Inversión/Financiamiento	108
TABLA No. 39. Ingresos	108
TABLA No. 40. Costo Unitario	109
TABLA No. 41. Proyección de Ingresos	109
TABLA No. 42. Gastos variables, fijos, depreciación	109
TABLA No. 43. Rol de Pagos	110
TABLA No. 44. Gastos Administrativos y Ventas	110
TABLA No. 45. Depreciación	111
TABLA No. 46. Gasto Financiero	111
TABLA No. 47. Costo capital y tasa de redescuento	112
TABLA No. 48. Balance de Resultados	113
TABLA No. 49. Flujo de Caja Económico	114
TABLA No. 50. Flujo de Caja Financiero	115
TABLA No. 51. Punto de Equilibrio	116

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. ANTECEDENTES

Las estadísticas oficiales de la Organización Mundial de Turismo (OMT), del año 2014 establecen que las llegadas de turistas internacionales alcanzaron el 1, 456,130 lo cual constituye el 6,75% más que el año anterior.

Los mercados emisores principales para Ecuador están estructurados por cuatro regiones emisoras importantes:

- ✓ Norteamérica: Estados Unidos y Canadá.
- ✓ Europa: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos.
- ✓ MERCOSUR: Argentina, Chile y Brasil.
- ✓ Países Vecinos: Colombia y Perú.

Sin embargo, para nuestro tratado investigativo los flujos del mercado interno son los que se pretende cubrir en exigencias y gustos de los movimientos de turistas internos en nuestro país. Es decir, los mercados internacionales, aquellos turistas que de manera permanente están visitando la Parroquia La Esperanza y el mercado interno de nuestro territorio que en varias ocasiones ha permitido equilibrar la acción del turismo en el contexto de desarrollo del país.

En el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014 (PIMTE 2014) se determina datos estadísticos de los años 2007 y 2008 en donde su análisis permite augurar para el futuro a corto y mediano plazo de este sector una acción positiva para los inversionistas, en donde tendrán seguridad de su inversión y la posibilidad de crecer económicamente con sostenibilidad y sustentabilidad. Aquí se identifican a los productos más comercializados en el trade turístico ecuatoriano a:

- ✓ En primer lugar se encuentra el Ecoturismo y turismo de naturaleza.
- ✓ En segundo lugar, se ubica Galápagos.

- ✓ En tercer lugar, se ubica Sol y playa.

Por lo expuesto entonces, nuestro proyecto se encuentra en el primer lugar de las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros.

En territorio, se observa riqueza en paisajes, historia, arqueología, artesanía, fiestas populares, culturales, deportes de aventura y extremos, en fin se contextualiza favorablemente el medio ambiente para esta iniciativa de creación de la empresa turística. El Plan de Turismo 2006 caracteriza a este sector La Esperanza y Angochagua como parroquias rurales del Sector 4 del perfil del turismo cantonal de Ibarra, ciudad Blanca.

El Turismo Internacional surge en la Parroquia La Esperanza en el año 1975, en época de los Hippies Mochileros, en la actualidad es conocida mundialmente, existe solamente una casa de hospedaje y un programa de turismo comunitario; es evidente que no existe la infraestructura necesaria para cubrir la demanda existente, por esta razón es necesario incrementar la actividad hotelera, implantando un Hospedaje Ecológico, el mismo que impulsará y fomentará el turismo local, Nacional e Internacional.

Esta actividad de la dinámica productiva desarrollando el sistema socio económico, activando la producción y comercialización de artesanías en cuero, bordado, repujado en metal y pintura que se realiza en la zona.

El Proyecto tiene como finalidad entregar a los clientes una oferta integrada que consta de:

- ✓ Estadía confortable.
- ✓ Caminatas de Recreación de mediano y alto nivel.
- ✓ Ciclismo de montaña.
- ✓ Escalada de Montaña, rapel, canotaje en ríos y lagunas.
- ✓ Cabalgatas, conexión con los elementales tierra, aire, agua, sol y plasma.
- ✓ Aromaterapia, musicoterapia, masajes, alimentación tradicional consciente con productos propios de la zona.
- ✓ Ritos de purificación en ríos, cascadas, lagunas y Aguas Termales.
- ✓ Espectáculos de intercambio socio cultural, en la cual los visitantes tendrán la oportunidad de interactuar, compartiendo costumbres y tradiciones de la gente de la zona, teatro, música, danza, fotografía y clases de español.

Esto brindará al turista la oportunidad de tener nuevas experiencias y momentos de sano esparcimiento, actividades que darán al cliente un estado de relajación y renovación, enriqueciendo así el conocimiento práctico vivencial de los turistas, lo que dará una nueva perspectiva de como disfrutar la vida a plenitud, también se dictará charlas de concientización universal, las mismas que estarán dirigidas al cuidado de la naturaleza, purificación del cuerpo y conexión con el espíritu en todas sus expresiones, lo que nos dará un panorama amplio de como cultivar el mantenimiento de la energía mental, espiritual y material, creando un nuevo paradigma dirigido a la evolución del hombre con su ambiente que lo rodea, el objetivo es que los visitantes y/o turistas conozcan de cerca la belleza natural que nos rodea, como también sus tradiciones, costumbres y filosofía de nuestra cultura ya que estas tiene una riqueza ancestral inmensa.

En el proceso de desarrollo, además se impulsará la creación de un club comprometido con el cuidado y conservación de nuestro querido Planeta, Club que se lo denominará Limpiadores del Planeta, los mismos que en cada caminata recojan todas las basuras encontradas en la naturaleza, pues de esta manera ayudaríamos a mantener nuestro sagrado planeta más atractivo, limpio, saludable y sustentable; pasando a ser los protagonistas y responsables de crear un presente activo, alegre y dinámico, creando un futuro lleno de esperanza y haciendo historia por precautelar la integridad de nuestro ecosistema, como se apreciará en el impacto ecológico que lo analizaremos en su acápite correspondiente.

Este proyecto promoverá viajes hacia lugares paradisiacos existentes en nuestro ecosistema, sin contaminación, con la oportunidad de estudiar, admirar, disfrutar e interactuar con nuestro entorno, conociendo nuevas plantas como las chuquiraguas, achupallas, mortiños, gualicones, moras silvestres, chimbalitos, los mismos que se encuentran comúnmente en nuestra zona, también podemos admirar aves como el cóndor, águilas, preñadilla, chiguacos, biracchuros, colibrís, palomas, gavilanes, quilicos, pájaros carpinteros, pavos, patos, gallinas y otros animales como: osos, vacas, borregos, llamas, chanchos, truchas; conectándose también con la diversidad étnica y pluricultural de nuestras comunidades. Impulsaremos el desarrollo de otros proyectos, mejorando y reconociendo la capacidad del talento humano existente en la zona, con una visión sostenible y sustentable.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico técnico situacional en la Parroquia La Esperanza de Ibarra, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Específicos

- ✓ Identificar las formas de creación de unidades productoras y prestadoras de servicios turísticos.
- ✓ Determinar los datos socio-demográficos y económicos en el cantón Ibarra.
- ✓ Establecer el perfil de la demanda turística interna y externa de nuestra zona de influencia la Provincia de Imbabura.
- ✓ Precisar el apoyo del gobierno a las iniciativas privadas o de micro emprendimiento turísticos.
- ✓ Establecer las formas de comercialización de los productos/servicios turísticos centros de acopio.

1.3. VARIABLES

- ✓ Creación de empresas turísticas.
- ✓ Caracterización socio-económica.
- ✓ Perfil Demanda turística.
- ✓ Políticas públicas.
- ✓ Comercialización productos/servicios turísticos.

1.4. INDICADORES

1.4.1. Creación de Empresas Turísticas.

- ✓ Leyes.
- ✓ Normas y reglamentos.
- ✓ RUC.
- ✓ RUP.
- ✓ CIU.
- ✓ Emprendedor.
- ✓ Inversión.

1.4.2. Caracterización socio-económica.

- ✓ Identificación de la población.
- ✓ Economía.
- ✓ PEA.
- ✓ Pobreza.
- ✓ Salud.
- ✓ Educación.
- ✓ Vivienda.

1.4.3. Perfil demanda turística

- ✓ Demanda.
- ✓ Precios.
- ✓ Calidad.
- ✓ Demanda nacional.
- ✓ Mercado emisor.

1.4.4. Políticas públicas

- ✓ Ministerio Turismo.

- ✓ Gestión financiera.
- ✓ Capacitación.
- ✓ Asociatividad.

1.4.5. Comercialización productos/servicios turísticos

- ✓ Productos/servicios.
- ✓ Comercialización.
- ✓ Captación de turistas extranjeros.
- ✓ Alianzas estratégicas para mercado interno

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

TABLA No. 01. Matriz de relación diagnóstica.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
Identificar las formas de creación de unidades productoras y prestadoras de servicios turísticos.	Creación de empresas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes. • Normas y reglamentos. • RUC. • RUP. • CIU. • Emprendedor. • Inversión. 	Primaria Secundaria	Bibliográficas Entrevistas.	Turistas nacionales. Expertos. Funcionarios gubernamentales.
Determinar los datos socio-demográficos y económicos en el cantón Ibarra.	Caracterización socio-económica.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de la población. • Economía. • PEA. • Pobreza. • Salud. • Educación. • Vivienda. 	Primaria Secundaria	Bibliográficas Entrevistas.	Turistas nacionales. Expertos. Funcionarios gubernamentales.
Establecer el perfil de la demanda turística interna y externa de nuestra zona de influencia.	Perfil del turista.	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda. • Precios Accesibles • Calidad. • Demanda nacional. • Mercado emisor. 	Primaria Secundaria	Encuestas. Fichas de observación.	Turistas nacionales. Expertos. Funcionarios gubernamentales.
Precisar el apoyo del gobierno a las iniciativas privadas o de micro emprendimientos turísticos.	Políticas públicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio Turismo. • Gestión financiera. • Capacitación. • Asociatividad-IEPS 	Primaria Secundaria	Entrevistas. Documentos	Turistas nacionales. Expertos. Funcionarios gubernamentales.
Establecer las formas de comercialización de los productos/servicios turísticos.	Comercialización productos/servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Productos/servicios. • Comercialización. • Captación de turistas extranjeros. • Alianzas estratégicas para mercado interno. 	Primaria Secundaria	Encuestas. Fichas de observación.	Turistas nacionales. Expertos. Funcionarios gubernamentales.

Fuente: Trabajo de campo-Autor 2015.

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

1.6.1. Información Secundaria, Análisis del Macroentorno y Factores políticos.

Leyes.

Es necesario tener en consideración que las actividades lícitas son las que tienen alguna ley especial para crear compañías o empresas que vayan a realizar actividades económicas y productivas en nuestro país.

Sin embargo es necesario indicar que una persona que desee emprender en alguna actividad económica, en nuestro país puede hacerlo, como una actividad unipersonal o una sociedad de hecho. Pero cuando necesita crear una compañía la Ley de Compañías es determinante para este propósito.

Antes los trámites se lo hacían demasiados lentos y duraban hasta 60 días en la actualidad se puede crear una compañía en solo 2 días, de acuerdo a los datos del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

En materia turística la Ley de Compañías también determina la creación de éstas cuyo objeto social es la acción turística y sus diversas modalidades.

Normas y reglamentos.

Para concretar una actividad de emprendimiento y darle vigencia legal a una compañía se debe cubrir el siguiente proceso:

- ✓ Reserva un nombre.
Superintendencia de compañías.
- ✓ Elabora el estatuto social.
Abogado.
- ✓ Abre una cuenta de integración.
Banco.
- ✓ Eleva a escritura pública el estatuto social.
Notario.
- ✓ Aprueba el estatuto.

- Superintendencia de compañías.
- ✓ Publica la resolución aprobatoria.
Diario nacional.
- ✓ Obtén permisos.
Municipio, Bomberos.
- ✓ Inscribe tu compañía.
Registro Mercantil.
- ✓ Realiza la Junta General de Accionistas.
- ✓ Obtén los documentos habilitantes.
Superintendencia de compañías.
- ✓ Inscribe el nombramiento del representante.
Registro Mercantil.
- ✓ Obtén el Registro Único de Contribuyente.
SRI.
- ✓ Obtén la carta para el banco.
Superintendencia de compañías.

RUC.

El Registro Único de Contribuyentes RUC se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas:

- ✓ Formulario correspondiente debidamente lleno.
- ✓ Original y copia de escritura de constitución.
- ✓ Original y copias de los nombramientos.
- ✓ Copias de cédulas y papeleta de votación de los socios.
- ✓ De ser el caso una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que está realizando el trámite.

RUP.

El Registro Único de Proveedor es necesario según la Ley Nacional del Sistema de Contratación Pública, cuando la entidad o empresa privada pretende trabajar con las entidades del sector público. Se lo obtiene en el Servicio de Compras Públicas (SERCOP).

CIU.

El Clasificador Industrial Internacional Uniforme de actividades económicas, constituye un catastro de las principales actividades que se realizan en un sistema de economía. En función de este se disponen recursos para obtener permisos de patentes de funcionamiento de los diferentes negocios.

Emprendedor.

- ✓ Persona que como cualidad sustancial es la de asumir riesgos.
- ✓ Es ingenioso y aprovecha al máximo los pocos recursos económicos.
- ✓ Trabaja por resultados.
- ✓ Toma decisiones de manera permanente.
- ✓ Trabaja con proyectos.
- ✓ Trabaja con equipos de trabajo.
- ✓ Soluciona problemas.
- ✓ No tiene miedo al cambio.

Inversión.

- ✓ Los recursos económicos son escasos se debe optimizarlos en el proyecto empresarial.
- ✓ La inversión total es generadora de recursos para manejar los flujos de fondos de manera técnica.
- ✓ Permite medir la rentabilidad y solvencia de las entidades.
- ✓ La inversión inteligentemente desarrollada genera más recursos económicos.

1.6.2. Caracterización socio económica.**Identificación de la población.**

La población del cantón Ibarra es de 181.175 habitantes.

TABLA No. 02. Población de Ibarra por Parroquias y Género.

2.010			
PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
IBARRA	67.115	72.556	139.721
ANGOCHAGUA	1.510	1.753	3.263
LA CAROLINA	1.448	1.291	2.739
LA ESPERANZA	3.686	3.677	7.363
AMBUQUI	2.707	2.770	5.477
LITA	1.788	1.561	3.349
SALINAS	887	854	1.741
SAN ANTONIO	8.595	8.927	17.522
TOTAL	87.736	93.389	181.175

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Autor-2015.

Economía.

La dinámica de la economía del Cantón Ibarra está supeditada en tres sectores básicos:

- ✓ Agropecuario.
- ✓ Industrial.
- ✓ Servicios.

Los negocios que se hallan catastrados el 54,95% se clasifican como actividades “G”, es decir comercio al por menor y mayor de productos diversos incluidos automotores y son 3.415 casos que generan el 73,33% de los ingresos registrados en el cantón.

En sector terciario identifica a:

- ✓ Comercio.
- ✓ Restaurantes y hoteles.

- ✓ Transporte, almacenaje y comunicaciones.
- ✓ Servicios financieros.
- ✓ Servicios comunales.
- ✓ Otros.

PEA.

La población económicamente activa del cantón Ibarra para el año 2010 es de 80.669 habitantes. Este indicador corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos específicos.

Pobreza.

Las necesidades básicas insatisfechas (NBI) en el cantón de Ibarra la pobreza son de un 44,6%, mientras que en la provincia de Imbabura es de un 58,2%. La extrema pobreza por NBI es de un 20,6%. Estos porcentajes evidencian los niveles de pobreza.

Salud.

Se busca permanentemente mejorar los servicios y dotar de los equipos necesarios a los Hospitales en donde acude gente de todos los estratos sociales. Además, al Hospital del IESS.

En Ibarra existen 10 clínicas- hospitales privados registrados en la Dirección Provincial de Salud de Imbabura, en donde se brinda atención de primera a pacientes de toda la provincia y en especial de la ciudad de Ibarra.

Educación.

En lo concerniente a tasa de analfabetismo del cantón es de 5,47%, mientras que la tasa de analfabetismo de la provincia de Imbabura es de 10,63% (VII Censo de Población y Vivienda, 2010).

Vivienda.

En el cantón Ibarra, según estadísticas oficiales del INEN 2010, se establece que el indicador vivienda representa el 53.10% correspondiente a viviendas propias y totalmente pagadas; el 46.90% no disponen de vivienda propia.

1.6.3. Perfil Demanda Turística.**Demanda.**

Los flujos de turismo internacional están en función de sus mercados emisores.

En tanto que el movimiento interno se orienta por: Los desplazamientos típicos son fines de semana (estimado de 1/2 noches), puentes (estimado de 2/3 noches) y vacaciones (estimado de 7 noches). Los desplazamientos de 3 a 4 días suponen un estimado del 48% de los desplazamientos, los de 6-7 días un 25%, los de 1 a 2 días 19% y los demás de 9 días 19%.

Precios.

En relación al precio el presupuesto diario que tiene un turista (excursionista) estimado por día está en el rango de USD \$42 y USD \$52.

Calidad.

La competitividad se alcanza con la calidad de la prestación del servicio turístico. La calidad se ha convertido en una aspiración esencial de los ofertantes de servicios turísticos.

El Ministerio de Turismo indica que, la oferta de alojamiento de Lujo solo representa el 2% del total nacional, pero si asociamos a la primera categoría se evidencia el 21%. Es menester indicar que los esfuerzos por el mejoramiento de la calidad, exige procesos de inversión de recursos y que el sector estatal debería tener la primera opción de ayuda para los inversores turísticos.

Demanda Nacional.

En el contexto de la demanda nacional o movimientos turísticos internos, los productos que la demanda requiere son: 1) Ecoturismo y turismo de naturaleza. 2) Galápagos. 3) Sol y playa.

Mercado Emisor.

Para el Ecuador los principales mercado emisores son: 1) Norteamérica: EEUU y Canadá. 2) Europa: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos. 3) MERCOSUR: Argentina, Chile y Brazil. 4) Países Vecinos: Colombia y Perú.

1.6.4. Políticas Públicas.**Ministerio de Turismo.**

Entidad estatal que está ayudando al sector y futuros inversionistas en turismo con investigaciones y estadísticas, constituyéndose en un gran banco de datos para planificar la inversión de recursos económicos.

Además este Ministerio canaliza los proyectos con este fin hacia entidades como la Corporación Financiera Nacional para obtener el crédito correspondiente.

Este ministerio está ayudando con personal técnico para orientar el proceso de inversión en el sector turístico, de tal forma que esa inversión vaya generando mayores niveles de ingresos.

Gestión Financiera.

En coherencia con las políticas públicas se está orientando a un acompañamiento en los procesos de inversión, debido a que el estado está otorgando créditos en condiciones especiales a personas emprendedoras turísticas.

De igual manera algunos GAD's están fortaleciendo los procesos de capacitación en el manejo económico y financiero.

Capacitación.

Existen políticas públicas en donde algunas entidades estatales tienen esta competencia el fortalecimiento del talento humano, como es el caso del SECAP, CIESPAL, IAEN y algunas entidades privadas pero que tienen una certificación de parte del Ministerio de Relaciones Laborales.

Asociatividad.

Políticas como las identificadas en el sector de economía popular y solidaria, hacen que sean inclusivas, por citar un ejemplo las Ferias inclusivas que fortalece la asociatividad y facilita que personas particulares puedan comerciar con entidades estatales en condiciones de ventajas.

1.6.5. Comercialización productos/servicios turísticos.**Productos/servicios.**

En el contexto del sector turístico podemos mencionar los productos de turismo se complementan sinérgicamente con los servicios de tal manera que se tiene un producto turístico integral que busca la plena satisfacción de los gustos y preferencias de los consumidores o demandantes.

Comercialización.

Al considerarse los productos turísticos especializados, se requiere de algún básico conocimiento para poder identificar e insertarse en la cadena de valor que se genera a partir de esta actividad, es necesario poder conocer las fases que se podrían aglutinar, a saber: agentes intermediarios, agentes canales, agencias de viaje, operadores de turismo, agencias de viaje receptivo, empresas de organización de viajes a visitantes.

Captación de turistas extranjeros.

De acuerdo a los postulados estatales, en la actualidad el turismo es un sector prioritario para el cambio de la matriz productiva, planea el estado generar intensivas campañas promocionales del país como destino turístico, participación de ferias internacionales, promoción permanente a través de la página Web.

Alianzas estratégicas para mercado interno.

Se puede concretar alianzas con los diferentes niveles de gobierno: central, local y regional. Con los gobiernos autónomos descentralizados, a nivel de Juntas Parroquiales, Municipios y Prefecturas.

Además con centros de educación públicos y privados, para generar convenios de desplazamientos motivados por los ecosistemas, naturaleza y aspectos de orden académico.

1.7. Identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos MATRIZ AOOD

El análisis de tipo externo a través de Matriz AOOD nos facilitó determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del presente proyecto.

TABLA No. 03. Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
1. Entidades de los diferentes niveles de gobierno. 2. Organizaciones especializadas en turismo. 3. Junta Parroquial. 4. Créditos de la banca estatal. 5. Movimientos de turistas internos. 6. Líderes académicos que regentan instituciones educativas. 7. Mejoramiento de la imagen de país como destino turístico.	1. Falta capacitación institucional en el tema de turismo ecológico. 2. Flujos de turistas al exterior, por poca promoción turística. 3. Bajo nivel de preparación de actores turísticos a pequeña escala. 4. Requisitos rígidos para concretar convenios con organismos internacionales de turismo. 5. Oferta turística foránea.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
1. Buenas posibilidades de ampliar la cobertura del mercado. 2. Intercambio comercial con países Europeos. 3. Asistencia estatal en manejo técnico de finanzas y marketing de unidades productivas turísticas. 4. Leyes de fomento turístico. 5. Activos procesos de reinversión. 6. Fortalecimiento de la gestión empresarial.	1. Falta de promoción en las diferentes entidades de Turismo. 2. Falta de estabilidad política. 3. Falta de estabilidad económica. 4. Resistencia al cambio y tecnificación. 5. Escases de proveedores locales 6. Posible saturación de mercado en el futuro.

Fuente: Trabajo de campo.
 Elaborado por: Autor-2015.

1.8. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DE LA INVERSION

En el Ecuador los productos turísticos más comercializados en el trade turístico y de acuerdo a información oficial del Ministerio de Turismo, está: 1) Ecoturismo y turismo de naturaleza. 2) Galápagos. 3) Sol y Playa. Precisamente este proyecto está en el contexto turístico del ecoturismo y turismo de naturaleza.

El producto turístico/servicio que se va ofertar es original y obedece al conocimiento del emprendedor en generar nuevas formas imaginativas de atención y fortalecimiento de los gustos y preferencias de los demandantes de estos productos turísticos.

Las condiciones de localización en el sector rural de la Parroquia La Esperanza y su historia de frecuentes visitas de turistas extranjeros y algunos movimientos internos.

Se plantea la concreción de convenios inclusivos con los actores del gobierno estatal para generar una nueva visión de hacer turismo y fortalecer la matriz productiva.

La situación actual de poseer una infraestructura que con readecuaciones físicas cambie y se fortalezca para generar acción turística da la pauta de invertir con conocimiento de causa y sobretodo ayudados por un manejo técnico y profesional.

Con lo antes indicado se puede manifestar que la entidad turística tendrá una buena acogida tanto en los turistas nacionales como extranjeros, asegurando de esta manera la sostenibilidad y sustentabilidad de esta unidad productiva turística.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TURISMO ECOLÓGICO

El turismo ecológico constituye el primer factor motivante para los desplazamientos de turistas que dan forma a la demanda. “Los productos turísticos del Ecuador más comercializados por el trade turístico ecuatoriano son:

En primer lugar, se encuentra el Ecoturismo y turismo de naturaleza.

En segundo lugar, se ubica Galápagos.

En tercer lugar, se ubica Sol y playa.”(MINTUR, 2014, pág. 18)

En este aspecto la investigación que se desarrolló se identifica en lo definido como ecoturismo y turismo de naturaleza.

“...la etiqueta ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio”. (ECOTUR, 2014, pág. 1)

2.1.1. ¿Qué es el turismo ecológico?

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. (Acerenza, 2003, pág. 28)

Los flujos de personas con el perfil de turistas generan una acción importante en la economía de la localidad, región o país. Se puede distinguir dos tipos importantes en la clasificación básica del turismo: interno o nacional y externo o internacional.

“Turismo interno o nacional, denominado también turismo doméstico,...se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país”.(Acerenza, Administración del Turismo, 2003, pág. 40)

“Turismo externo o internacional... se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual”.(Acerenza, Administración del Turismo, 2003, pág. 41)

De la variedad de clasificación que existe del turismo, se puede poner de manifiesto a la que identifica al turismo alternativo y aquí se puede distinguir al turismo cultural, al de aventura, al rural y al ecológico o ecoturismo. Estos tienen también variantes las que dependen de características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas.

“La demanda turística actual, en especial ciertos estratos de viajeros experimentados, con grados escolares altos y con capacidad de gasto, se caracterizan por preferencia a disfrutar sus vacaciones en espacios naturales y culturales de gran calidad, autenticidad y seguridad. Han reconocido el valor del medio ambiente natural”.(Molina, 2000, pág. 138)

No es, el auténtico turismo, un producto más en el mercado tradicional, como tampoco una ramificación agregada a la industria turística, sino más bien, y en un sentido riguroso, de un turismo de nueva generación, regido por un conjunto de condiciones que superan la práctica del turismo convencional de masas. Esto no quiere decir que prescindan de soportes como el alojamiento, el transporte, los establecimientos de alimentos y bebidas, las carreteras y de otros servicios complementarios, que no requieran de la planificación y del marketing, pero sin duda que tales elementos y funciones por parte de la oferta adquieren otras características en términos de diseño, tamaño y operación.(Molina, Turismo y Ecología, 2000, págs. 139-140)

Entonces podemos afirmar que el ecoturismo es un tipo de turismo nuevo, alternativo a lo tradicional. Este requiere de gran capacidad técnica de la oferta. Puede éste incidir en gran medida en el turismo de aventura que da origen al montañismo, trekking, rafting, canotaje, safaris o excursiones por zonas desérticas o selváticas.

“Hoy en día podemos contar al turismo como una industria polifacética...se cuenta al turismo como uno de los comercios más grandes de la economía mundial, que está bajo una expansión notable. El turismo constituye el 6% del comercio mundial y remunera a 100 millones de personas”.(Sundstrom, 2003, pág. 3)

“El turismo ecológico es parte del turismo de naturaleza que se basa en experiencias originales de la naturaleza”. (Sundstrom, El Ecoturismo como instrumento para el desarrollo sostenible, 2003, pág. 7)

Entonces la activación de la naturaleza como acción o interacción sinérgica con elementos propios faculta al ser humano buscar un habitat en plenitud de desarrollo y bienestar.

2.1.2. Consecuencias del turismo ecológico

Se pueden identificar aquellas consecuencias favorables, así:

- ✓ Creación de empleo.
- ✓ La población local puede recibir un ingreso directo.
- ✓ Creación de infraestructura alternativa.
- ✓ Hace sustentable la vida económica local.
- ✓ Contribuye a tener un mayor entendimiento de la naturaleza.
- ✓ Fortalece las raíces culturales y autóctonas.
- ✓ Genera valor agregado a la acción turística y la hace sustentable y sostenible.
- ✓ Da un valor a la naturaleza y a las culturas que puede competir con otras fuerzas económicas.

Además se pueden determinar situaciones desfavorables, así:

- ✓ Ecosistemas pueden extinguirse.
- ✓ Sobre explotación del medio natural.
- ✓ Injerencia de políticas que privilegien los recursos económicos.
- ✓ Especies exóticas con tendencia a desaparecer.

2.2. EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO

Constituye de esencial importancia partir antes del abordaje a la empresa turística ecológica, de lo que significa el turista como elemento dinámico del sistema.

“Si el turista es el nervio motor del sistema, es evidente que los aspectos más importantes, en lo que se refiere a su funcionamiento, se relacionan precisamente con el estudio de aquellos factores que hacen que éste tome una decisión de viaje y con los criterios de comportamiento que adopta para la realización del mismo”.(Acerenza, Administración del Turismo, 2003, pág. 174)

Se puede mencionar los principales motivos de viajes:

- ✓ Aspectos culturales.
- ✓ El descanso.
- ✓ El placer.
- ✓ La recreación.
- ✓ Necesidad de relajamiento y recuperación corporal.
- ✓ Deseo de practicar algún tipo de deporte.
- ✓ Expectativas de diversión.
- ✓ Interés de conocer lugares diferentes.
- ✓ Relaciones interpersonales.
- ✓ Prestigio y estatus personal.

Adicionalmente se puede indicar aquellas motivaciones para un turismo alternativo de tipo especializado:

- ✓ Expectativas de emoción y aventura.
- ✓ Interés científico.

Los motivos que dan origen al turismo de afinidad o interés común, son:

- ✓ Propósitos espirituales.
- ✓ Razones profesionales o de negocios.

La actividad turística identifica a los diferentes actores generadores de la dinámica turística: turista, agencia de turismo, lugar de destino, estado, empresa privada, producto turístico. El turismo como acción productiva puede tener beneficiarios directos e indirectos, que tienen cobertura por la acción y presencia de flujos de turistas nacionales e internacionales.

“...los transportes operan porque tienen pasajeros que los emplean; los hoteles existen porque hay viajeros que en ellos se hospedan; los restaurantes no podrían operar sin clientes, ni las agencias de viaje ni los guías de turistas subsistirían, si no hubiera quienes utilizarán sus servicios”.(Acerenza, Administración del Turismo, 2003, pág. 162)

Aquí es necesario poner de evidencia que la creación de una entidad o empresa que sea parte de la oferta de turismo de la localidad es esencial en la generación de productos y servicios de calidad.

Una organización o institución puede en nuestro medio crearse de acuerdo a lo establecido en la Ley de Compañías puede crearse empresas o negocios de hecho y de derecho, las de hecho solamente con la anuencia de las partes es suficiente para aparecer y desarrollar acciones de negocios. Las de derecho en cambio, son las que deben cumplir ciertas solemnidades para estar legalmente constituidas. Puede ser sociedades o compañías de capital y de personas.

Una vez constituidas deben obtener la patente municipal y el permiso de funcionamiento, de manera complementaria al registro único contribuyente.

Un aspecto de relevancia constituye la organización, esto implica determinar los siguientes aspectos:

- ✓ La dirección estratégica.
- ✓ La administración.
- ✓ La planificación y control.
- ✓ El diseño organizativo.
- ✓ La gestión del recurso humano.
- ✓ La gestión medioambiental.
- ✓ Proveedores.
- ✓ Competidores.
- ✓ Clientes.

- ✓ Competidores potenciales.
- ✓ Substitutos.
- ✓ Factores económicos.
- ✓ Factores tecnológicos.
- ✓ Factores ecológicos.
- ✓ Factores socio culturales.
- ✓ Factores políticos.
- ✓ Comunidad local.

2.2.1.¿Qué es un hospedaje de turismo ecológico?

Un hospedaje de turismo ecológico es parte de la infraestructura de una unidad productiva del sector turístico.

Esta organización turística aspira cubrir con su acción el desarrollo de los talentos humanos involucrados, definido éste como la acción que hace pasar una persona, una cosa o una idea por una serie de estados sucesivos cada uno de los cuales es más perfecto que el precedente. Es necesario mencionar que una entidad de estas características, persigue los siguientes objetivos:

Ecológicos que representan el estado físico de los ecosistemas y su permanente cuidado.

Económicos debe promoverse una economía productiva.

Sociales, los beneficios y costos deben ser distribuidos equitativamente entre los miembros del grupo al cual pertenece la unidad productiva turística.

La plantilla del talento humano puede estar organizada de la siguiente manera:

Dirección General.

Director de Habitaciones:

- ✓ Recepción:

- ✓ Mostrador.
- ✓ Reservas.
- ✓ Mano corriente.
- ✓ Caja.
- ✓ Pisos:
- ✓ Lencería.
- ✓ Costura.
- ✓ Lavandería.
- ✓ Plancha.

Director de Administración:

- ✓ Administración.
- ✓ Caja general.
- ✓ Contabilidad.
- ✓ Director de comidas y bebidas:
- ✓ Compras.
- ✓ Relación proveedores.
- ✓ Economato:
- ✓ Artículos de la Huerta.
- ✓ Artículos alimenticios.
- ✓ Bodega.
- ✓ Almacén.
- ✓ Cocina:
- ✓ Clientes:
- ✓ Clientes internos.
- ✓ Clientes externos.
- ✓ Restaurante.
- ✓ Loung Bar.

Director comercial:

- ✓ Promoción.
- ✓ Marketing.

- ✓ Ventas.
- ✓ R.R.P.P.

2.2.2. Desarrollo local

Los procesos de desarrollo social se orientan siempre a la búsqueda del bienestar del ser humano y su armonía con la naturaleza.

Mejorar la calidad de la vida humana, sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan. De este modo, el desarrollo sustentable es una estrategia que se bifurca en caminos estrechamente vinculados y dependientes: 1. Orientar esfuerzos y obtener resultados concretos que mejoren el nivel de bienestar de la población. 2. Favorecer la evolución ecológica para mantener la vitalidad y biodiversidad de los recursos disponibles en el planeta.(Molina, Turismo y Ecología, 2000, pág. 157)

Para entender la dimensión del concepto de desarrollo es preciso señalar los principios de la sustentabilidad:

- ✓ Respetar y cuidar la comunidad de los seres vivientes.
- ✓ Mejorar la calidad de la vida humana.
- ✓ Conservar la vitalidad y diversidad de la Tierra.
- ✓ Reducir al mínimo el agotamiento de los recursos no renovables (Molina, Turismo y Ecología, 2000).
- ✓ Mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra.
- ✓ Modificar las actitudes y prácticas personales.
- ✓ Facultar a las comunidades para que cuiden de su propio medio ambiente.
- ✓ Proporcionar un marco nacional para la integración del desarrollo y la conservación.
- ✓ Forjar una alianza mundial.

El panorama descrito hace tomar en consideración que una unidad productiva del sector turístico debe comprometer sus buenos oficios a ayudar a cubrir las expectativas de los postulados de la sustentabilidad.

La acción de inversión de recursos da la posibilidad de darle la dinámica suficiente a la economía local.

2.3. SERVICIOS QUE PRESTA UN HOSPEDAJE ECOLÓGICO

Es necesario entender la complejidad que puede contener el definir el producto y /o servicio turístico, la clasificación de las actividades turísticas nos ayudan en este cometido.

Programas locales: dentro del centro turístico o localidad incluyendo áreas rurales.
Dura hasta 8 horas.

Programas Locales Pedestre: Parques nacionales, Museos, Plazas, Plantas de producción.

Programas Locales con medios de transporte: traslados, excursiones, city tour, tour de compras, citybynight.

Programas regionales o circuitos turísticos: incluye obligatoriamente mínimo un pernocte, uno o más medios de transporte, alojamiento, entradas a uno o varios destinos.(Vergara, 2015, pág. 3)

Así mismo es necesario conocer la guía básica para elaboración de un paquete turístico:

Etapa previa (Levantamiento de información):

- ✓ Investigación de mercado, interés del viajero, perfil del pasajero.
- ✓ Investigación del producto, investigación de la ruta turística, tiempos, destinos, vías de acceso.

Estructuración del paquete:

- ✓ Esquemas de programación: Plantillas por producto, productos por rangos.
- ✓ Definir itinerario.
- ✓ Definir proveedor.
- ✓ Variaciones de la programación.
- ✓ Precio de venta al público, comisiones, tarjetas de crédito.
- ✓ Elaboración del producto final, descripción itinerario y tarifas.

- ✓ Inducción al personal sobre el producto final.

Como conclusión se puede manifestar que el producto turístico se complementa de manera indexada por la calidad del servicio incorporado en la atención integral del turista.

2.4. INVERSIÓN TOTAL

La inversión requerida para un proyecto se la puede apreciar en lo que se conoce como inversión total, la misma que identifica a la inversión fija, a la inversión variable y a la inversión diferida.

“Una inversión son todas las erogaciones necesarias para crear o incrementar la capacidad de dotación de bienes y servicios. Dos o más inversiones pueden ser dependientes o independientes”. (De la Torre, 2002, pág. 11)

Desde el punto de vista económico, una propuesta de inversión es independiente de una segunda si los flujos de efectivo (beneficio y costos) de la primera inversión son los mismos independientemente de que se acepte o rechace la segunda...debe ser posible desde un punto de vista técnico, los beneficios netos que se obtendrían de la primera inversión no deben afectar a la decisión de realizar la segunda.(De la Torre, Evaluación de proyectos de inversión, 2002, pág. 11)

Las inversiones dependientes, tienen que ver con:

- ✓ Inversiones complementarias.
- ✓ Inversiones sustitutas.
- ✓ Inversiones mutuamente excluyentes.

La inversión que se realiza en un proyecto está sujeta a evaluación durante todas las fases de preparación, ejecución y evaluación del mismo.

“Un proyecto integra información de mercado, técnica, financiera, económica, legal e institucional que proporciona los fundamentos requeridos para la toma de decisiones respecto a la conveniencia de llevar a cabo una inversión”.(De la Torre J. Z., 2002, pág. 1)

“Un proyecto de inversión se puede entender como un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos de aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida”.(Mokate, 2004, pág. 1)

La inversión total se la puede asociar a las tres etapas de un proyecto:

- ✓ Etapa de formulación, desarrollo de alternativas, evaluación ex ante.
- ✓ Etapa de gestión, ejecución de actividades e inversiones, evaluación sobre la marcha.
- ✓ Etapa ex post, generación de efectos e impactos de mediano y largo plazo, evaluación ex post.

Son varios los estudios que forman parte de la formulación y evaluación de un proyecto. Entre ellos, podemos mencionar los siguientes:

- ✓ El estudio del entorno.
- ✓ El estudio legal.
- ✓ El estudio de mercado.
- ✓ El estudio técnico.
- ✓ El estudio administrativo-organizacional.
- ✓ El estudio financiero.
- ✓ El estudio socio-económico.
- ✓ El estudio ambiental.(Mokate, Evaluación Financiera de proyectos de inversión, 2004, pág. 30)

Una inversión de recursos económicos en una actividad productiva asegura con el manejo técnico que la misma se oriente adecuadamente y genere más recursos.

“La idea de la etapa inicial de un proyecto, es la solución a un problema en una primera parte. Quien tiene la idea, debe permanecer en la elaboración del proyecto y no dejarlo sólo a los técnicos que verán muy fríamente esta solución; tampoco tratar de hacer la formulación solo, sin los técnicos”.(Eyzaguirre, 2010, pág. 5)

Un proyecto se puede decir que su orientación a la ejecución es para solucionar un problema o necesidad del entorno. Se requiere de recursos variados, sobretudo el recurso económico que viabilice la consecución de resultados óptimos.

La inversión total de un proyecto está determinada por la inversión en activos fijos y diferidos, activos circulantes, necesarios como inversión inicial del proyecto.

2.5. INVERSIÓN FIJA, VARIABLE Y DIFERIDA

Propiedades, maquinarias y equipos necesarios para activar la producción, y que reúnen ciertas características a saber: tiene una vida útil mayor a un año, no está destinados para la venta y de uso exclusivo de la entidad. Se conoce también como propiedad, planta y equipo.

Se puede distinguir aquellos activos depreciables y no depreciables.

Los activos fijos constan en el balance de arranque o inicial en el rubro de inversión fija.

Dentro de las inversiones fijas se incluyen las siguientes:

- ✓ Valor de los terrenos para la instalación.
- ✓ Valor de la preparación y acondicionamiento del emplazamiento.
- ✓ Valor de los recursos naturales que se compran una vez.
- ✓ Valor de la maquinaria y equipo de planta, incluido el equipo auxiliar.
- ✓ Valor de la instalación de los equipos.
- ✓ Valor de los vehículos.
- ✓ Valor de los muebles y enseres.
- ✓ Valor de ciertos activos fijos incorporados, tales como patentes, derechos de autor y similares. (Arboleda, 2000, pág. 259)

La inversión variable, conocida también como capital de trabajo o de operación, es aquella que activa la movilidad de los recursos, dependiendo de los productos y servicios que elabore la entidad, ésta se la puede calcular para un mes, tres meses, seis meses o un año.

La inversión diferida resulta de los gastos pre operativos antes de que el proyecto genere ingresos y tengamos que cotejar ingresos con gastos y costos, este tipo de inversión es amortizable.

Los conceptos de inversión deben considerar, de manera vinculada al análisis financiero las diversas proyecciones que vienen a perfeccionar el proceso operacional de la inversión.

2.6. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

“Balance general proforma: inversión. Aunque la información contenida en los balances proyectados no avala la conveniencia económica de los proyectos, suele presentarse como refuerzo del VAN y de la TIR”.(Burbano, 2005, pág. 345)

Un proceso de inversión puede identificar en la inversión en el balance general proforma a:

- ✓ Activos corrientes.
- ✓ Activos fijos.
- ✓ Activos diferidos.

El financiamiento puede ser con los propios recursos, o con la asistencia de un crédito de la banca formal, el balance general proforma financiamiento puede identificar a:

- ✓ Pasivos corrientes.
- ✓ Pasivos a largo plazo.
- ✓ Capital.

Cuando se está concretando un estudio de factibilidad en la parte pertinente al estudio financiero, es obligatorio hacer el balance de arranque o inicial, que es sin dudas el estado proforma o balance general proforma. Es necesario tener de igual manera un estado de resultados proforma.

En el estado de resultados se visualiza la manera cómo vamos a llegar a la concreción de las metas financieras y la obtención de las utilidades.

“Una vez determinada la factibilidad del proyecto en los frentes legal, comercial, técnico y financiero, debe precisarse si puede reportar niveles de rentabilidad (tasa interna de retorno) que iguallen o superen las expectativas del inversionista”.(Burbano, Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos, 2005, pág. 335)

2.7. MACROLOCALIZACIÓN

El contexto general del sitio mismo en el cual se desarrollará el proyecto constituye la localización a nivel macro.

Esta macro localización se la puede efectuar con la matriz PEST, que nos ayuda a establecer las condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas, en cuanto al sitio mismo y su contexto general.

Es indispensable conocer las fuerzas locacionales, a saber:

- ✓ Transporte.
- ✓ Mano de obra.
- ✓ Materias primas.
- ✓ Energía eléctrica.
- ✓ Combustibles.
- ✓ Agua.
- ✓ Mercado.
- ✓ Terrenos.
- ✓ Facilidades de distribución.
- ✓ Comunicaciones.
- ✓ Condiciones de vida.
- ✓ Leyes y reglamentos.
- ✓ Clima.
- ✓ Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.
- ✓ Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.
- ✓ Actitud de la comunidad.
- ✓ Zonas francas.
- ✓ Condiciones sociales y culturales.

Con estos argumentos se analiza en la primera fase de la macro localización la toma de decisión en donde se instalará la empresa o negocio.

2.8. MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización se refiere al sitio específico en donde instalaré la infraestructura fabril o empresarial. Los factores que ayudan en este cometido son:

- ✓ Localización urbana, o suburbana o rural.
- ✓ Transporte del personal.
- ✓ Policía y bomberos.
- ✓ Costo de los terrenos.
- ✓ Cercanía a carreteras.
- ✓ Cercanía al aeropuerto.
- ✓ Disponibilidad de vías férreas.
- ✓ Cercanía del centro de la ciudad.
- ✓ Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico).

Las fuerzas locacionales son: “factores que influyen en la decisión de la localización de un proyecto. En forma global se pueden reunir en los siguientes tres grupos: la suma de los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad y costos relativos de la mano de obra y de los insumos y los factores ambientales”.(Arboleda, Proyectos: Formulación, evaluación y control, 2000, pág. 133)

2.9. TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto...es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto”.(Arboleda, Proyectos: Formulación, evaluación y control, 2000, pág. 119)

El tamaño del proyecto obedece a la capacidad productiva de la entidad, la misma que tomo en consideración la maquinaria y equipo, tecnología, la disponibilidad de materiales y mano de obra.

Se puede distinguir al abordar el tamaño del proyecto, a la capacidad de productividad, así:

Capacidad normal, aquella que se logra en condiciones normales de trabajo.

Capacidad nominal, aquella teórica y responde a los referentes técnicos de los fabricantes de las maquinaria de producción.

Capacidad real, aquella que nos permite medir la eficiencia del proceso productivo.

2.10. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado en todo proyecto es determinante para establecer quiénes serán los potenciales clientes.

Las *variables*: oferta, demanda, precios, competencia, demanda insatisfecha nos permiten procesar la información y con un análisis técnico evidenciar quiénes serán nuestros clientes y en segmentos del mercado podemos ubicarles.

Una vez determinada la oferta y la demanda, el cruce de estas variables nos facilita la obtención de la demanda insatisfecha, que es la que marca la posibilidad cierta de conocer a quienes comprarán nuestros productos.

“El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”.(Arboleda, Proyectos: Formulación, evaluación y control, 2000, pág. 47)

Los objetivos que debe cubrir un estudio de mercado son:

- ✓ Estimar la cuantía de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción.
- ✓ Cuantificación de la demanda que podría satisfacer el proyecto.
- ✓ Fijación del precio de venta de los bienes y/o servicios.
- ✓ Facilita la definición de los canales de comercialización y distribución.
- ✓ Ayuda a la selección de las actividades de promoción.
- ✓ Posibilita determinar el nivel de producción.

Cuando elaboramos un estudio técnico del mercado, abordamos el conocimiento del producto, ciclo de vida de un producto, investigación del producto, distribución del producto. De similar forma la demanda y el perfil del consumidor. La oferta y sus rasgos característicos. El precio y análisis del nivel de precios. Las formas como se comercializarán los productos o servicios de la entidad.

Es importante advertir que en la empresa moderna se pone énfasis a la conducta del empresario como estrategia inicial de marketing de la empresa. “En una nueva empresa, la conducta comercial del empresario se convierte en la estrategia empresarial; de esta manera, al mirar su organización, se estará mirando a sí mismo, porque el personal corresponde exactamente a lo que desea transmitir a sus clientes.(Díaz, 2013, pág. 12)

Entonces, un estudio de mercado nos permite determinar los siguientes aspectos:

- ✓ Identificación del producto.
- ✓ Mercado meta o target.
- ✓ Segmentación del mercado.
- ✓ Identificar la demanda.
- ✓ Conocer a los potenciales clientes.
- ✓ Determinar el sitio de la prestación del servicio.
- ✓ Proyección de la demanda.
- ✓ Oferta.
- ✓ Precios.
- ✓ Comercialización.
- ✓ Mix de marketing.
- ✓ Balance oferta demanda.

2.11. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Constituye el diseño de la entidad o proyecto que espero implementar a razón de definir:

- ✓ La infraestructura productiva.
- ✓ El proceso industrial o de elaboración.

- ✓ Los componentes de la inversión fija, variable y diferida.
- ✓ Los recursos necesarios.
- ✓ La administración.
- ✓ Los procesos operativos.
- ✓ La forma de atención al cliente.
- ✓ Distribución de la planta.
- ✓ Tecnología.
- ✓ Presupuestos técnicos.
- ✓ Inversión total.
- ✓ Formas de financiamiento.
- ✓ Gestión del talento humano.
- ✓ Operación del proyecto.
- ✓ Logística de funcionamiento y otros.

Se asocia la ingeniería del proyecto, al estudio técnico que se realiza en los proyectos de factibilidad.

“Módulo técnico comprende la cuantificación de las inversiones, así como de los insumos y costos asociados a la operación y mantenimiento del proyecto. En este módulo debe incluirse el análisis requerido para la obtención de la alternativa de mínimo costo, la cual hay que diferenciar de la más barata”.(De la Torre J. Z., Evaluación de proyectos de inversión, 2002, pág. 5)

2.12. EQUIPAMIENTO PARA LA INSTALACIÓN

Una vez definido el tipo de proyecto o empresa que está bajo estudio de factibilidad, es indispensable identificar el equipamiento que demanda la inversión: maquinarias, herramientas, computadoras, software, menaje, lencería, cristalería, vehículos, terrenos, edificaciones, mobiliario, cámaras de video, implementos de seguridad, utensilios entre otros. Este equipamiento se visualiza en el activo fijo o inversión fija que se describe en la parte financiera o en el estudio económico del proyecto.

2.13. DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

La planimetría de la ubicación específica de la factoría o unidad productiva, constituye una gráfica presentación de la distribución de los espacios empresarial: parqueaderos, puertas de acceso, garita de vigilancia, cámaras de vigilancia y seguridad, departamentos administrativos, financiero y de recursos humanos, almacenamiento materiales e insumos, sitios de descanso de la plantilla de obreros y trabajadores, localización de maquinaria y equipo tecnológico, sistemas de trabajo computarizado, TIC's, software, mapas de evacuación, señalética de seguridad industrial y riesgos del trabajo entre otros.

2.14. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

La organización del proyecto es la forma de fijar la visión, misión, principios y valores institucionales. Es decir, los elementos de una gestión o planificación estratégica.

Definir la estructura administrativa, los organigramas estructural, posicional y funcional, reglamentos internos, normas políticas.

Determinar el perfil profesional de los recursos humanos que se incorporarán al trabajo empresarial.

La delegación de responsabilidades y los diferentes v niveles de toma de decisiones.

Definir la locación adecuada del proyecto ayudados por la matriz cualitativa de factores por puntos.

Parametrizar los niveles jerárquicos en los obreros de fábrica, las metas financieras, presupuestos.

Entonces se puede afirmar que la estructura organizacional puede estar representada por los siguientes aspectos:

- ✓ La empresa o unidad productiva.
- ✓ Razón social.

- ✓ Conformación jurídica.
- ✓ Fines empresarios.
- ✓ Representación legal.
- ✓ Misión.
- ✓ Visión.
- ✓ Políticas.
- ✓ Valores.
- ✓ Niveles de la estructura organizacional.
- ✓ Orgánico funcional.

2.15. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

La estructura de la inversión de un proyecto significa conocer la manera como estoy asignando recursos necesarios a las acciones productivas previamente establecidas.

Nos permite identificar: activos fijos, activos corrientes, pasivo a largo plazo, pasivo corriente y el patrimonio. Estos elementos constan en el balance general del proyecto o empresa. Dentro de esta estructura de la inversión es menester señalar que se debe informar sobre el financiamiento de la misma.

La inversión fija, variable y diferida es la que se puede colegir en la creación de una unidad productiva o empresa industrial o de otra índole.

2.16. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

“la eficiencia y la productividad se materializan en utilidades monetarias que dependen en grado sumo de la planificación. La gerencia es dinámica si recurre a todos los recursos disponibles, y uno de ellos es el presupuesto, el cual, empleado de una manera eficiente, genera grandes beneficios”.(Burbano, Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos, 2005, pág. 12)

El presupuesto corresponde entonces a una herramienta de la gerencia que permite tener un mejor control de los recursos que ingresan a la entidad y aquellos que salen.

El presupuesto de ingresos se lo puede concretar en la cédula de ingresos en donde se puede apreciar a cada uno de los niveles o motivos por los que la entidad recibirá recursos económicos.

De igual manera se puede decir del presupuesto de egresos que en su cédula presupuestaria de egresos se identifica aquellos motivos por los que se desembolsarán recursos económicos.

2.17. FLUJO DE EFECTIVO

“La administración de las disponibilidades monetarias constituye un punto medular de la gestión financiera, por cuanto de ella depende la planificación y el control de la inversión, condiciona las decisiones sobre los gastos...tiene injerencia directa con las pretensiones financieras concernientes a la obtención de rentabilidad”.(Burbano, Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos, 2005, pág. 291)

El flujo de efectivo o de fondos nos facilita graficar un escenario de la inversión que pretendemos realizar, nos ayuda a identificar el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno.

El flujo de fondos o presupuesto de caja debe ser manejado técnicamente, ya que este debe ser equilibrado y siempre mantener un saldo de caja positivo y en el tamaño adecuado.

En el flujo de fondos nos permite detectar las condiciones de pago del crédito y su tabla de amortización correspondiente. Las obligaciones que se tendrán que cubrir con el desembolso de recursos económicos.

2.18. EVALUADORES FINANCIEROS: VAN, TIR, B/C

“El concepto de evaluación de proyectos se refiere a la utilización de herramientas analíticas que permiten valorar si cada una de las etapas del ciclo del proyecto justifica su realización”.(De la Torre J. Z., Evaluación de proyectos de inversión, 2002, pág. 7)

Para evaluar un proyecto se tiene los indicadores principales como los son: el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el beneficio costo.

El valor actual neto se considera para su cálculo, la tasa de redescuento o costo de oportunidad al cual debemos añadir la tasa de inflación. Para calcular el costo de oportunidad o tasa de redescuento se considera la tasa activa y pasiva del sistema financiero legal del país y la forma como se encuentra estructurado el financiamiento de la inversión.

El valor actual neto se puede calcular con la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \dots + \frac{FNC}{(1+i)^1}$$

En tanto que la tasa interna de retorno se calcula con la siguiente fórmula:

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

La Tasa Interna de Retorno nos permite medir la rentabilidad del proyecto.

El valor actual neto debe ser positivo para viabilizar la concreción de una unidad productiva.

El beneficio costo en cambio debe ser mayor a uno y positivo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

La economía ecuatoriana tiene como factor importante al sector turístico, el mismo que año tras año crece su impacto positivo en la dinámica de la economía nacional.

Varias acciones se han desarrollado en torno al fortalecimiento del sector, el estado por una parte ha generado políticas públicas de apoyo a los actores del turismo nacional, acompañado de la ejecución de importantes obras de infraestructura para conseguir que nuestro país sea un sitio de destino turístico. Además los empresarios particulares hacen sus esfuerzos económicos al realizar sus inversiones, debido a que sienten que sus ingresos mejorarán notablemente por el desarrollo de esta acción productiva.

La inversión que se hace de recursos económicos en este panorama de contexto, da como resultado que crece y al inversor da la posibilidad de mejorar su situación económica y social.

El turismo en sus diversas modalidades tiene un impacto directo e indirecto en sus beneficiarios.

El turismo alternativo, hoy en día, toma fuerza debido a que los turistas internos y externos demandan este tipo de propósito, la aventura, el conocimiento de la naturaleza, el conocimiento vivencial de los pueblos ancestrales, las etnias, el enfoque cultural, costumbres, deportes extremos, caminatas, cabalgatas, el científismo, la cosmovisión andina entre otros aspectos que dan moda o perfil a los gustos y preferencias de los movimientos turísticos internos y externos.

Los componentes del estudio de factibilidad, en particular, el de mercado posibilita identificar la demanda potencial que tendrá el proyecto empresarial, en la Parroquia rural del cantón Ibarra como alternativa a lo convencional.

El Turismo Internacional surge en la Parroquia La Esperanza en el año 1975, en época de los Hippies Mochileros, en la actualidad conocida mundialmente, existe solamente una casa de hospedaje y un programa de turismo comunitario; es evidente que no existe la infraestructura necesaria para cubrir la demanda existente, por esta razón es necesario incrementar la actividad hotelera, implantando un Hospedaje Ecológico, el mismo que impulsará y fomentará el turismo local, Nacional e Internacional, desarrollando el sistema socio económico, activando la producción y comercialización de artesanías en cuero, bordado, repujado en metal y pintura que se realiza en la zona.

El estudio de mercado involucra el análisis del producto complementado por el servicio de turismo, la oferta, demanda, precios, canales de comercialización, para en este entorno decidir si se invierte o no.

La finalidad de este estudio investigativo es buscar la identificación de los movimientos internos y el fortalecimiento hacia los destinos alternativos y ecológicos como un servicio especializado, es decir captar los flujos de turismo nacionales, a través de convenios con entidades del gobierno que están respaldando este tipo de iniciativas, como mandato inclusive de ejecución de las políticas públicas, especialmente con aquellas instituciones educativas que tienen dentro de su currículo los desplazamiento de índole educativo hacia espacios de la naturaleza.

También es importante captar el turismo internacional, esta parroquia precisamente con mucha frecuencia es visitada por extranjeros de varios países del mundo.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, demanda y la aceptación de la empresa de turismo ecológico “Hospedaje Luz de Vida fuente de iluminación y relajación”, en el barrio Santa Marianita parroquia La Esperanza del cantón Ibarra, provincia de Imbabura”.

3.2.2. Objetivos Específicos

3.2.2.1. Establecer las principales características de estos productos del sector turístico.

3.2.2.2. Determinar la demanda histórica, actual y potencial del Turismo en Imbabura.

3.2.2.3. Conocer los sistemas turísticos determinados como oferta.

3.2.2.4. Identificar los precios vigentes en el mercado.

3.2.2.5. Precisar los canales de comercialización.

3.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Los productos que se ofrecerán giran alrededor del siguiente contexto de servicio turístico:

Hospedaje que brinde una alternativa diferente, por ser eco turística tiene un concepto nuevo de fomentar la protección de nuestra bella y rica biodiversidad la misma da la oportunidad de reconectar con la divinidad natural de nuestro ecosistema paradisiaco, creando conciencia de protección a nuestros espacios naturales por contar con una rica biodiversidad de flora y fauna, avivando también la activación de la producción de artesanías, agricultura y/o servicios varios, la misma que ayudará en la sustentabilidad pertinente para conservar una economía dinámica, lo cual ayuda a mejorar nuestro estilo de vida mejorando nuestros hábitos y costumbres, por tener ese intercambio cultural, ayudará a progresar en nuestra evolución personal, mejorando también nuestro clima ambiental por la responsabilidad en la conservación ecológica.

Como conclusión podemos definir los principales productos turísticos:

- Hospedaje.
- Alimentación típica.
- Desplazamientos en los diferentes tours.
- Noches culturales.
- Rituales indígenas.
- Enseñanza del idioma.

- Rutas especializadas de desplazamientos: montañas, cerros, cascadas, ríos.
- Rutas de acompañamiento nocturnas.

Al disponer de una propiedad con condiciones a estos menesteres, se hace necesario realizar algunas adecuaciones a la infraestructura y potencializar el uso de materiales de la zona para que todo el contexto de este tipo de unidad productiva tenga los matices de tipicidad y ancestralidad.

Las experiencias de reencuentros con la naturaleza se los realizarán con mucha responsabilidad, creando un desarrollo sostenible y sustentable, promoviendo un turismo étnico en el cual se presume como primordial, el bienestar de la población en general, incentivando al compromiso de los distintos grupos sociales.

3.4. MERCADO META

Los productos turísticos se ofertarán al turista nacional, aquellos jóvenes universitarios y secundarios que como resultado de su acción educativa requieren de estas entidades especializadas en el turismo alternativo.

3.5. INVESTIGACIÓN

3.5.1. Segmento de Mercado

Movimientos internos de turistas identificados jóvenes en edad escolar, secundaria y universitaria.

Turistas extranjeros que se desplazan al territorio nacional.

Turistas motivados por:

- Circuitos generales.
- Turismo comunitario.
- Turismo cultural.
- Vivencias ancestrales.

➤ Tours especializados.

En los turistas nacionales consideramos la población estudiantil del cantón Ibarra que se espera captar son 17,077. Éste valor que nos permitió calcular la muestra para efectuar el trabajo de campo.

3.5.2. Cálculo de la muestra para el estudio de mercado

El valor de la muestra se la obtiene con la siguiente fórmula:

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

Las variables de la fórmula muestral son:

N = Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra 17,077

Z = Nivel de confianza = 1.96.

d= Varianza = 0.25

e = Nivel de error = 0.05

Desarrollo de la fórmula:

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.25) (17,077)}{(0.05)^2 (17,077 - 1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$N = \frac{(3.8416) (4269.25)}{(0.0025) (17076) + (3.8416) (0.25)}$$

$$N = \frac{16,400.75}{42.69 + 0.9604}$$

$$N = \frac{16,400.75}{43.6504}$$

$$N = 375.72$$

$$N = 376$$

3.6. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS APLICADAS

3.6.1. Análisis de resultados de encuestas realizadas a los potenciales turistas

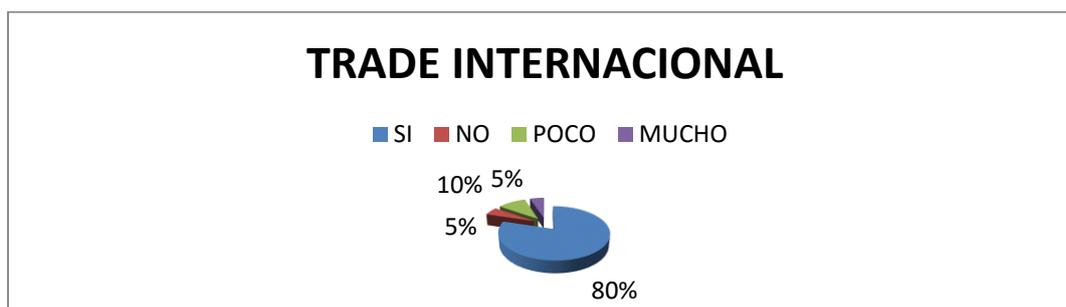
1. ¿Conoce Ud., que los productos más comercializados en el trade internacional están en priorizados así: circuitos turísticos generales, ecoturismo, cruceros, turismo cultural, otros?

TABLA No. 04. Productos más comercializados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	300	79.78
NO	19	5.06
POCO	38	10.10
MUCHO	19	5.06
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 01. TRADE INTERNACIONAL



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

De la información recopilada en el trabajo de campo, se determinó los siguientes resultados al interrogarles si conocen los productos turísticos más comercializados en el trade internacional: El mayor porcentaje de esta entrevista manifestaron que la mayoría de turistas si conoce los términos técnicos que se manejan en los procesos de turismo a nivel internacional y que de manera óptima tienen argumentos para discernir respecto de este aspecto como lo es la comercialización internacional de productos turísticos.

La jerarquización en el trade internacional está dado en la siguiente jerarquía: circuitos turísticos generales, ecoturismo, cruceros, turismo cultural, otros. Se puede establecer además que como productos alternativos del turismo todo lo que signifique la naturaleza y el intercambio de experiencias culturales son válidas para estos menesteres.

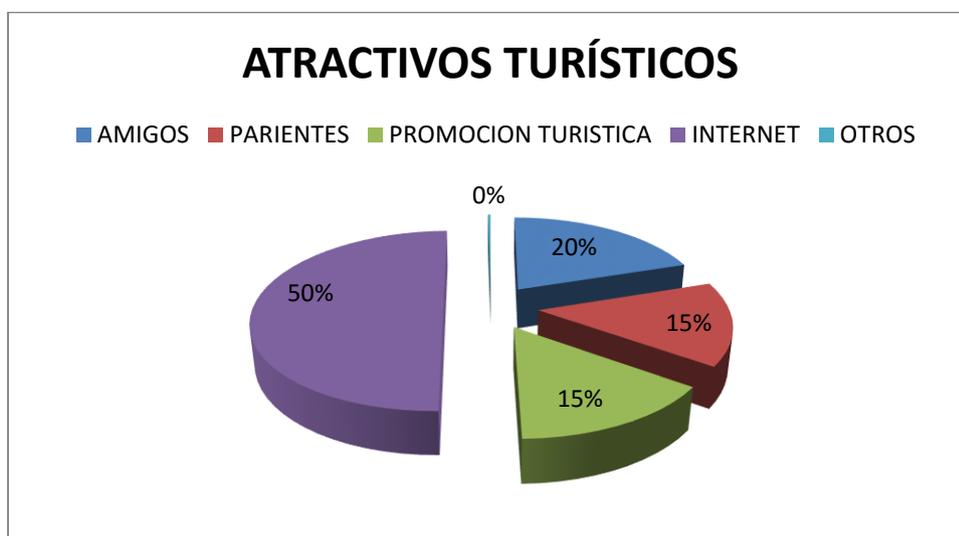
2. ¿Cómo se enteró Ud., de los atractivos turísticos de la provincia de Imbabura?

TABLA No. 05. Atractivos turísticos de Imbabura

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AMIGOS	75	19.95
PARIENTES	56	14.89
PROMOCIÓN TURISTICA	56	14.89
INTERNET	188	50.00
OTROS	1	0.27
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 02. ATRACTIVOS DE TURISMO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Los datos receptados en esta pregunta como resultado obtenido dan la razón a la vía de internet con su variedad de datos informativos y tecnológicos, que tiene el porcentaje más alto.

3. ¿Qué le motivó a visitar la Provincia de Imbabura y el Cantón Ibarra?

TABLA No. 06. Motivos para visitar Ibarra- Imbabura

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUEVAS EXPERIENCIAS	38	10.11
VACACIONES	113	30.05
CENTROS CULTURALES	75	19.95
ASENTAMIENTOS INDIGENAS	94	25.00
GASTRONOMIA	38	10.11
CENTROS DE SANACIÓN ESPIRITUAL	17	4.52
OTROS	1	0.26
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 03. MOTIVOS DE VISITA



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Al interrogarles sobre los motivos de visita a Imbabura y especialmente al cantón Ibarra, tenemos que la mayor porción de respuestas están orientadas a la prevalencia de los turistas nacionales de ahí que las vacaciones constituyen el factor de más alto porcentaje.

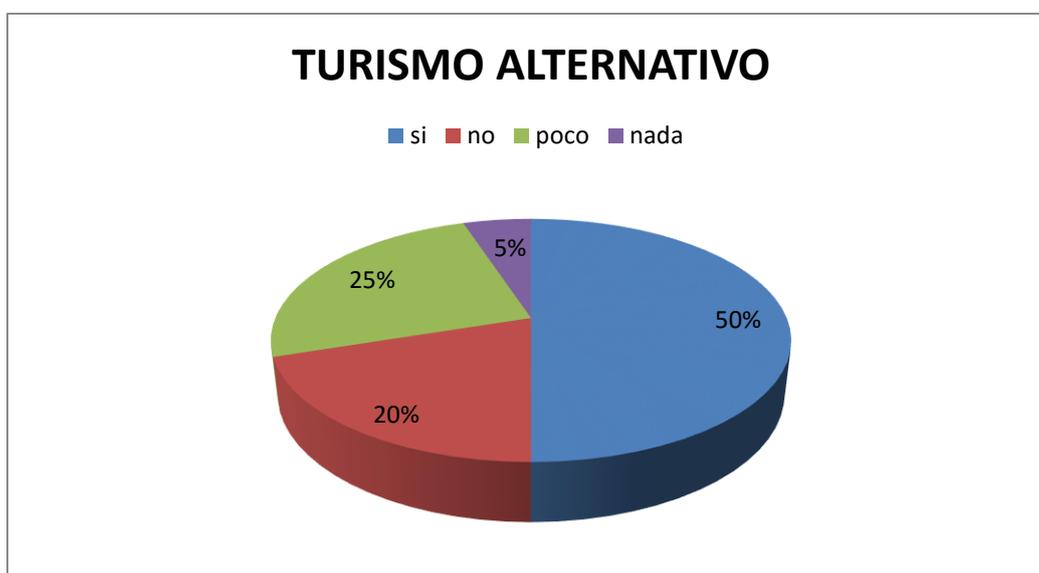
4. ¿Conoce Ud, que el turismo alternativo o de naturaleza está creciendo en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura?

TABLA No. 07. Turismo alternativo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	188	50%
NO	75	19,94%
POCO	94	25%
NADA	19	5,05%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 04. TURISMO ALTERNATIVO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Se puede mencionar que el conocimiento del turismo de naturaleza o alternativo si está creciendo en la ciudad y esa es la percepción de la mayor parte de los encuestados. Sin embargo, por ser una actividad innovadora y muy exigente en conocimiento para lograr la satisfacción del turista, existe algunos individuos que no logran identificar todos los elementos para una buena funcionalidad de la empresa turística.

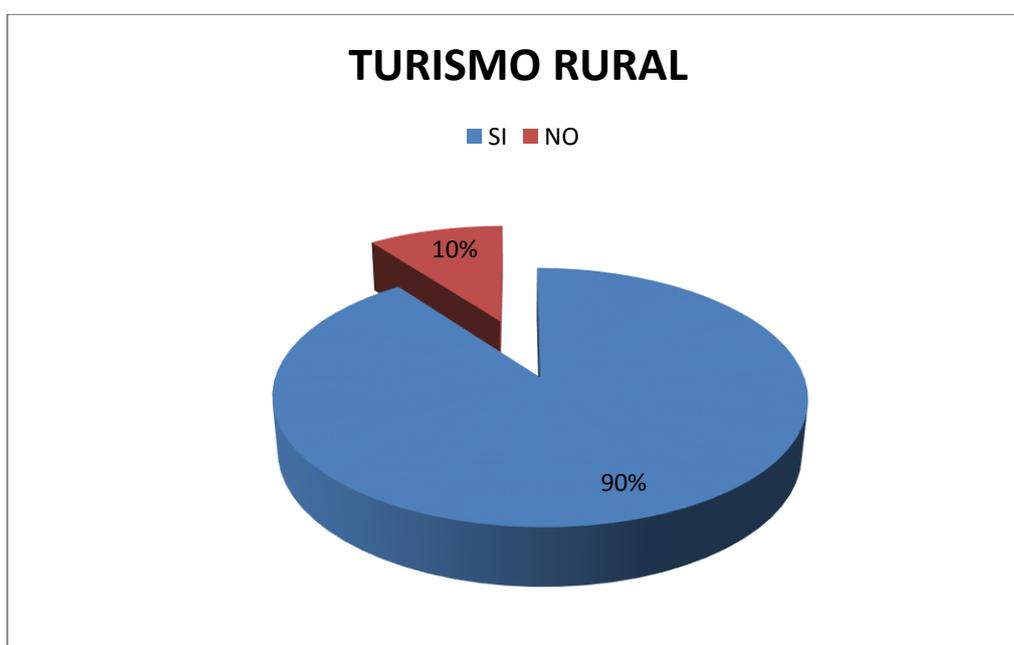
5. ¿Conoce Ud., que el turismo rural o comunitario se está vivenciando en los asentamientos indígenas del cantón Ibarra, especialmente en La Parroquia La Esperanza?

TABLA No. 08. Turismo rural o comunitario

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	89,89%
NO	38	10,10%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 05. TURISMO RURAL



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Cuando se le indaga a los encuestados, sobre las experiencias de donde se está practicando y vivenciando el turismo rural o comunitario como alternativa a lo convencional, dicen en un alto porcentaje que si conocen que en la Parroquia rural La Esperanza, existe un asentamiento indígena y ancestral y que es contexto propicio para establecer a la dinámica del turismo alternativo para mejorar las condiciones de vida de los diversos individuos involucrados en esta actividad.

La diversidad cultural, el intercambio de experiencias, el conocimiento de la cosmovisión indígena ayuda a traer más turistas nacionales como extranjeros.

6. ¿Se hospedaría en un centro turístico alternativo que le oferte paquetes especializados y pueda compartir con turistas nacionales y extranjeros sus vivencias?

TABLA No. 09. Compartir turistas nacionales y extranjeros

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	282	75.00
NO	94	25.00
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 06. COMPARTIR TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

La expectativa es positiva tanto para el turista nacional cuanto para el extranjero, se abre la posibilidad de compartir experiencias entre diversas culturas.

El turismo comunitario, es un proceso de participación con hombres de diferente cultura y ésta debe ser activa, con respeto y responsabilidad.

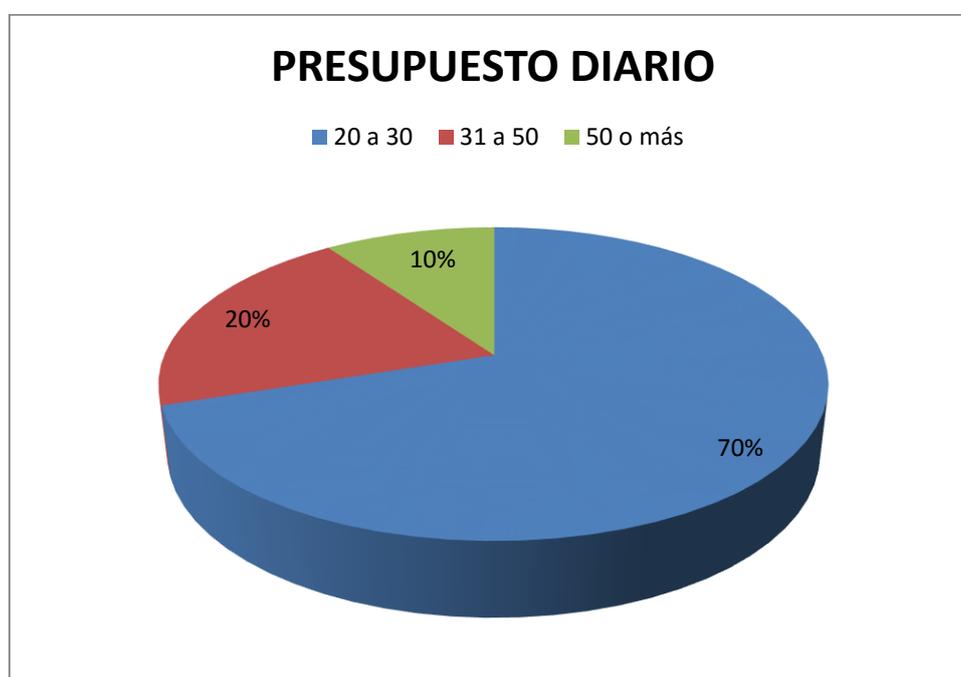
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a asignar de presupuesto diario para su estadía, alimentación y diversión en un Hospedaje ecológico?

TABLA No. 10. Presupuesto diario

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 USD a 30 USD	197	69,94
31 USD a 50 USD	57	20,21
50 USD a Más	28	9,84
TOTAL	282	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 07. PRESUPUESTO FINANCIERO DIARIO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Cuando se identifica respecto de los recursos económicos, de antemano tenemos datos de investigaciones anteriores por entidades oficiales que ya nos dan algunos estándares tal es el caso del nivel de dinero que asignan los turistas en un promedio diario y como lo va gastar.

En las respuestas obtenidas: manifiestan que están de acuerdo con el rango USD 20.00 a USD 30.00, es importante señalar que se puede apreciar el criterio de los turistas especialmente a los nacionales, aquí podríamos identificar el criterio de varios turistas extranjeros de algunos nacionales que si tendrían la capacidad económica de pago en este nivel.

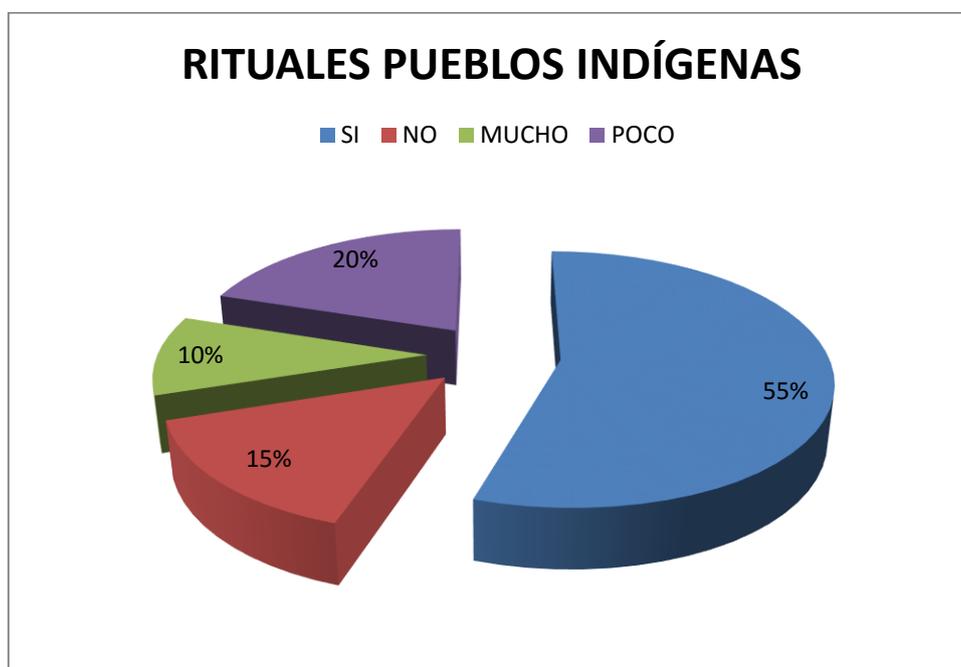
8. ¿Participaría en rituales de los pueblos indígenas y autóctonos?

TABLA No. 11. Rituales pueblos indígenas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	207	55,05%
NO	56	14,89%
MUCHO	38	10,10%
POCO	75	19,94%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 08. RITUALES ANCESTRALES



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Al preguntarles si les gustaría participar en los rituales de los pueblos ancestrales, una de las motivaciones intrínsecas de los turistas internacionales, es tener la posibilidad de vivenciar el mundo andino y conocer de cerca las costumbres que tienen los pueblos indígenas, en otros turistas se puede identificar el activismo a participar directamente en estas vivencias.

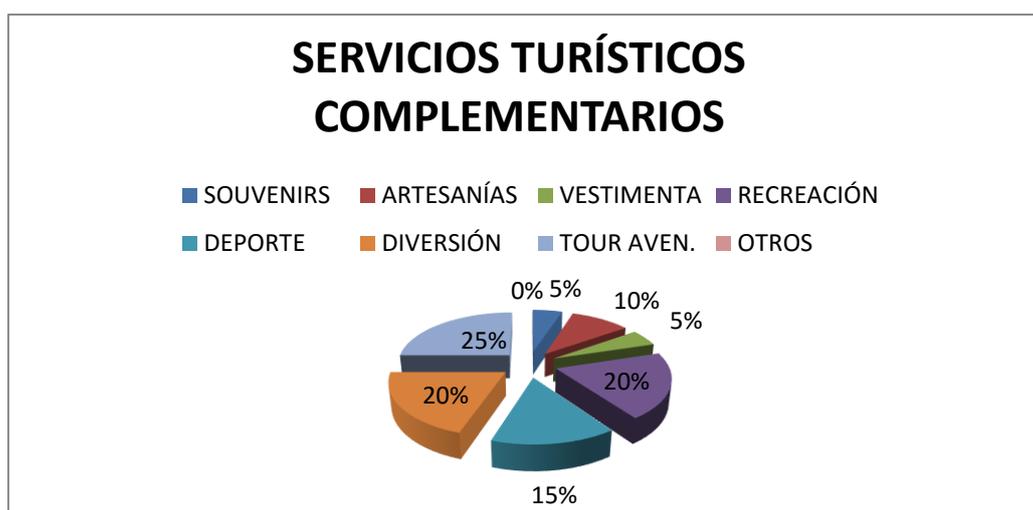
9. ¿Qué servicios turísticos complementarios requeriría, adicional al hospedaje?

TABLA No. 12. Servicios turísticos complementarios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOUVENIRS	19	5.05%
ARTESANÍAS	38	10.10%
VESTIMENTA AUTOCTONA	19	5.05%
RECREACIÓN	75	19.95%
DEPORTE	56	14.90%
DIVERSIÓN	75	19.95%
TOURS DE AVENTURA	94	25.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 09. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Los servicios turísticos complementarios como: tours de aventura, recreación, diversión, forman parte de los paquetes turísticos a ofertar, con esto se puede determinar que mientras más variado es el servicio integral turístico más posibilidades de captar los recursos de parte de los visitantes.

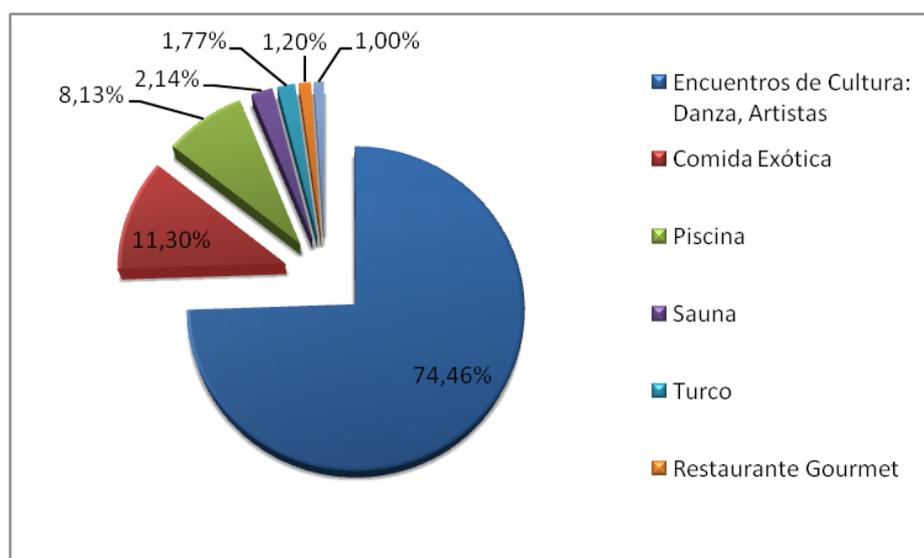
10. ¿Cómo mejoraría su estancia en el Hospedaje Ecológico?

TABLA No. 13. Mejoras de la Estancia del Hospedaje Ecológico

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Encuentros de Cultura: Danza, Artísticas	210	74,46%
Comida Exótica	32	11,30%
Piscina	23	8,13%
Sauna	6	2,14%
Turco	5	1,77%
Restaurante Gourmet	3	1,20%
Karaoke	3	1,00%
TOTAL	282	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 10. MEJORAS DE LA ESTANCIA DEL HOSPEDAJE ECOLÓGICO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

Entre las mejoras para la Estancia en el Hospedaje Ecológico se obtuvo como servicios turísticos complementarios los siguientes: Encuentros de Cultura: Danza Artistas, Comida Exótica, la mayoría de los encuestados prefieren la parte cultural como un servicios adicional de mejoría y excelencia para su estadía.

11. ¿Considera que los recursos humanos del sector turístico ecológico, cumple con niveles de calidad acorde al status internacional?

TABLA No. 14. Nivel de calidad del recurso humano

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	39.89%
NO	94	25.00%
POCO	94	25.00%
NADA	38	10.10%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 11. CALIDAD RECURSO HUMANO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

La mayoría de los entrevistados responden positivamente, ya que tienen un concepto que el recurso humano que labora en las entidades turísticas, si está bien capacitado para brindar un servicio de calidad.

12. ¿Cree Ud., que la seguridad es importante para hacer turismo?

TABLA No. 15. Seguridad y turismo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	376	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	376	100.00%

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

GRÁFICO No. 12. SEGURIDAD Y TURISMO



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Análisis:

El total de los individuos encuestados responden afirmativamente, frente al interrogante de la seguridad en el quehacer turístico. Los niveles de seguridad garantizan al visitante el disfrute en plenitud de su descanso y diversión.

Los resultados de las encuestas con mayor porcentaje son:

El 80.00% manifestaron que si conocen el trade turístico internacional.

El 50.00% identificaron al internet como medio de información adecuado.

El 30.00% estableció la motivación para visitar Imbabura en temporada de vacaciones.

El 50.00% indicó que si conoce que está creciendo el turismo alternativo o de naturaleza en la provincia de Imbabura.

El 90.00% respondieron que conocen sobre las experiencias turísticas en asentamientos indígenas, sobretodo en la Parroquia rural de la Esperanza.

El 75.00% dijo afirmativamente que se hospedaría en un centro turístico alternativo.

El 70.00% señalaron que el presupuesto diario para estadía y alimentación estaría en el rango de 20 USD a 30 USD.

El 55.00% manifestaron que si participarían en rituales de pueblos ancestrales.

El 25.00% señala que como servicios turísticos complementarios desearían el tours de aventura.

El 74% prefiere los encuentros culturales como adicional a los servicios de hospedaje ecológico.

El 40.00% dijo que sí está de acuerdo con el nivel de calidad en la prestación del servicio turístico.

El 100.00% de los turistas respondieron afirmativamente sobre la importancia de la seguridad.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.6.1. Clientes

En los flujos de desplazamientos internacionales tenemos turistas de:

TABLA No. 16. Flujo de Mercado Nacional

FLUJO DE MERCADO NACIONAL		
Actividad Realizada	Total Visitantes	%
Práctica Deportes	326,317.00	12.2%
Observar Flora y Fauna	79,232.00	3.0%
Visitar Naturaleza en áreas protegidas	695,169.00	26.1%
Visita a Comunidades	4,473.00	0.2%
Visitar Shamanes Curativos	1,608.00	0.1%
Visitar sitios arqueológicos históricos	77,126.00	2.9%
Diversión	1,214,990.00	45.6%
Gastronomía	170,882.00	6.4%
Realizar Compras	52,381.00	2.0%
Otros	44,137.00	1.7%
Total	2,666,315.00	100.0%

Fuente: Ministerio de Turismo.
Elaborado: Autor – 2015.

De lo cual se espera captar aproximadamente el 0,6% turistas nacionales.

En lo que se refiere a los movimientos internos de turistas se identifican a los estudiantes secundarios y universitarios del cantón Ibarra.

3.6.2. Lugar de prestación del servicio

De acuerdo a la micro localización tenemos en la Parroquia rural del cantón Ibarra, La Esperanza está ubicada en el sector sur este del cantón Ibarra, fue creada por resolución del Municipio el 17 de mayo de 1969, como Santa María de la Esperanza. La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 2759 personas que corresponde al 37,47% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de trabajar PET (15-64 años) es de 4344 personas que corresponde al 59%.

Es imperativo identificar el Producto que se estará ofertando en la entidad turística.

- Tours comunitario, montañismo, alimentación y hospedaje dos días y una noche \$25.00
- Tours de hacienda Cunro, montañismo, ciclismo, trekking, alimentación dos días y una noche \$ 30.

- Tours libre: \$30.00 (Elección del paquete por parte del turista).

En el caso de los alimentos podrán ser de la zona y/o a gusto del turista.

3.7. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.7.1. Fórmula para el cálculo de proyección de la demanda

El método de crecimiento exponencial nos facilita identificar la demanda, se considera a la tasa de crecimiento poblacional del 2.5% de la población ecuatoriana, con la siguiente fórmula a saber:

$$V_f = V_o (1 + i)^t$$

En donde:

V_f = Valor final.

V_o = Valor inicial.

i = Tasa de crecimiento.

t = Periodo de observación.

Productos turísticos: 15 habitaciones, capacidad para cuatro personas igual sesenta turistas por cuatro semanas igual 240 mes multiplicado por doce meses igual a 2,880 turistas. Los turistas día que se atenderá son un promedio de 8 diarios y está en función de la capacidad instalada del presente estudio de factibilidad, esto es la creación del Hospedaje ecológico. Se considerará el 50% de la capacidad que se atenderá a los diferentes turistas.

De igual forma para considerar el año base se estableció que de las encuestas efectuadas, los turistas que dijeron si representa el 75%, esto es aproximadamente 12,075 turistas.

Año 2015:

$$V_{2015} = V_{2014} (1 + 0.025)^1$$

$$V_{2015} = 12075 (1.025)$$

$$V_{2015} = 12,376$$

Año 2016:

$$V_{2016} = V_{2014} (1 + 0.025)^2$$

$$V_{2016} = 12075 (1.025)^2$$

$$V_{2016} = 12075 (1.050625)$$

$$V_{2016} = 12,686$$

Año 2017:

$$V_{2017} = V_{2014} (1 + 0.025)^3$$

$$V_{2017} = 12075 (1.025)^3$$

$$V_{2017} = 12075 (1.076890625)$$

$$V_{2017} = 13,003$$

Año 2018:

$$V_{2018} = V_{2014} (1 + 0.025)^4$$

$$V_{2018} = 12075 (1.025)^4$$

$$V_{2018} = 12075 (1.103812891)$$

$$V_{2018} = 13,328$$

Año 2019:

$$V_{2019} = V_{2014} (1 + 0.025)^5$$

$$V_{2019} = 12075 (1.025)^5$$

$$V_{2019} = 12075 (1.131408213)$$

$$V_{2019} = 13,661$$

TABLA No. 17. Proyección de la Demanda Potencial

PROYECCIÓN DE LA CANTIDAD DEMANDADA			
Año	Turistas	Valor del 5% de Incremento	Demanda Proyectada
2015	12376	618	12994
2016	12686	634	13320
2017	13003	650	13653
2018	13328	667	13995
2019	13661	683	14344

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En lo referente a la oferta en el medio no existe una infraestructura especializada con las características que estamos considerando para el presente estudio de factibilidad, por tal circunstancia no hay oferta o no existe competencia.

Sin embargo de que la potencial demanda no tiene valor de oferta para efectuar la diferencia y obtener un valor de la demanda insatisfecha, este valor constituye la demanda de la cual se pretende cubrir el 20%.

3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios en la localidad en las hostales convencionales están sobre los USD 20.00 solamente el hospedaje, sin la alimentación que le están facturando por separado.

En tanto los comuneros ocasionalmente con estos servicios están cobrando un promedio al día con alimentación de USD 25.00

Nuestros precios se determinaron en función de los presupuestos que tienen los turistas y lo establecimos de acuerdo a la siguiente información:

TABLA No. 18. GASTO DIARIO DE LOS TURISTAS

GASTO DIARIO	PORCENTAJE %
50 USD O MENOS	45%
51 USD A 100 USD	26%
101 USD A 150 USD	8%
151 USD A 200 USD	8%
201 USD A 250 USD	7%
251 USD A 300 USD	4%
MÁS DE 300 USD	2%
TOTAL	100%

Fuente: Ministerio de Turismo, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2014.

TABLA No. 19. DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DE LOS TURISTAS

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE %
Acomodación	49%
Alimentación y bebidas en hotel	13%
Tours	2%
Museos y teatros	1%
Eventos deportivos y de recreación	1%
Compras	11%
Transporte local, renta de autos	7%
Otros	3%
TOTAL	100%

Fuente: Ministerio de Turismo, INEC, Anuario de Entradas y Salidas, Clasificación OMT, 2014.

3.10. COMERCIALIZACIÓN

La creciente demanda de la acción turística, va perfeccionando los canales de comercialización dado el involucramiento de muchos actores productivos del sector, lo interesante es la definición de varios canales de venta que facilita precisamente este cometido:

- ✓ Directo: Productor-Consumidor.
- ✓ Productor-Minorista-Consumidor final.

- ✓ Productor-Mayorista-Minorista-Consumidor final.
- ✓ Productor-Representante-Minorista-Consumidor final.
- ✓ Productor-Representante-Mayorista-Minorista-Consumidor final.

Las alianzas estratégicas que se puedan concretar con las operadoras de turismo nacional será el imperativo de la gestión y liderazgo del talento humano.

3.11. PROMOCIÓN

Dentro de la promoción se acostumbra a la creación de la imagen corporativa a través de un logotipo, es mismo que identifica al volcán Imbabura, a los turistas nacionales.

La promoción se la efectuará por medio de:

- ✓ Internet.
- ✓ Promoción del gobierno nacional.
- ✓ Participación en ferias internacionales.
- ✓ Blogs especializados.
- ✓ Fundaciones internacionales.
- ✓ Gestión de socialización de los GAD's.
- ✓ Folletos.
- ✓ Oficinas de información turística.
- ✓ Sugerencias de otros visitantes.

3.12. PUBLICIDAD

La publicidad se la efectuará principalmente a través de la red internet con la creación de una página Web.

Las radios comunitarias serán también el medio para generar publicidad.

Los diarios locales.

La televisión pública.

La folletería.

3.13. BALANCE OFERTA – DEMANDA

TABLA No. 20. Proyección Oferta– Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda potencial a satisfacer
2015	12994	0	12994
2016	13320	0	13320
2017	13653	0	13653
2018	13995	0	13995
2019	14344	0	14344

Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado: Autor – 2015.

Se debe indicar que la competencia es marginal debido especialmente a la falta de especialización de algunos comuneros que pretenden hacer turismo de naturaleza, es evidente que se debe procurar superar esta acción y dotarle de calidad integral al hacer turismo ecológico y de naturaleza.

Debido a que la fortaleza de los clientes potenciales están en la ciudad de Ibarra, se busca mediante alianzas estratégicas entre las instituciones o empresas que generan la cadena de valor en el sector turístico: agencias de viajes, operadoras de turismo, intermediarios de turismo; atraer turistas hacia nuestra parroquia La Esperanza. Además nuestro proyecto no solamente es de alojamiento, el portafolio de productos y servicios turísticos constituyen varias alternativas inclusive la posibilidad de que el propio turista cree el tours o paquete turístico que desee en su condición de cliente.

3.14. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Debido a la especialización que se requiere es este tipo de turismo no convencional, sino alternativo, sus actores económicos deben tener los conocimientos académicos esenciales para hacer placentera la estadía en esta entidad con ideas innovadoras.

Con la inversión de recursos complementarios para adecuar la infraestructura existente, se busca hacer de la actividad turística sostenible y sustentable.

Las modificaciones a la infraestructura se la realizarán con materiales del medio de tal manera que no salga del contexto natural.

En función de los perfiles y gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros se preparó la agenda de productos y servicios turísticos.

Cuando se invierte en turismo con una orientación técnica, se asegura la inversión, al decir de los expertos. Esta industria es la generadora de la riqueza de muchos países.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. Macrolocalización del proyecto

Este proyecto está ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, el mismo que tiene una superficie de 1.1622,22 Km², está constituido por las siguientes parroquias urbanas: San Francisco, La Dolorosa del Priorato, Caranqui, El Sagrario, Alpachaca; y las parroquias rurales: Angochagua, La Esperanza, San Antonio, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

GRÁFICO No. 13. MACROLOCALIZACIÓN

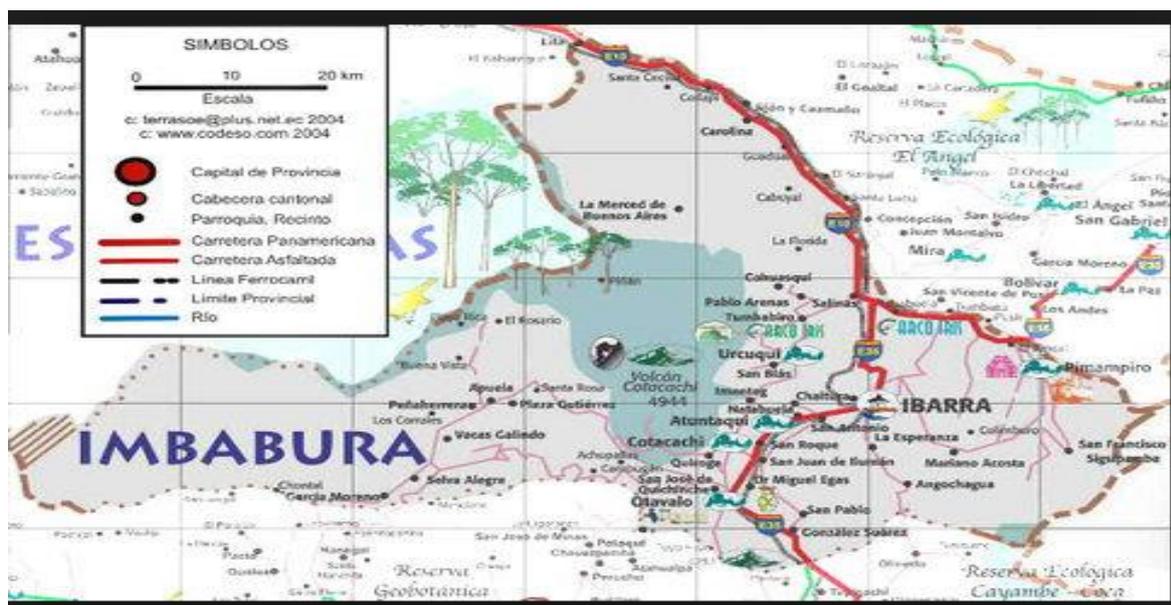


Gráfico No. 12. Imbabura – Ibarra – La Esperanza.
Fuente: Google Maps – 2015.

4.1.2. Microlocalización del proyecto

La Parroquia de la Esperanza está ubicada en el sector sur este del cantón Ibarra, fue creada por resolución del Municipio el 17 de mayo de 1969, como Santa María de la Esperanza. La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 2759

personas que corresponde al 37,47% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de trabajar PET (15-64 años) es de 4344 personas que corresponde al 59%.

GRÁFICO No. 14. MICROLOCALIZACIÓN

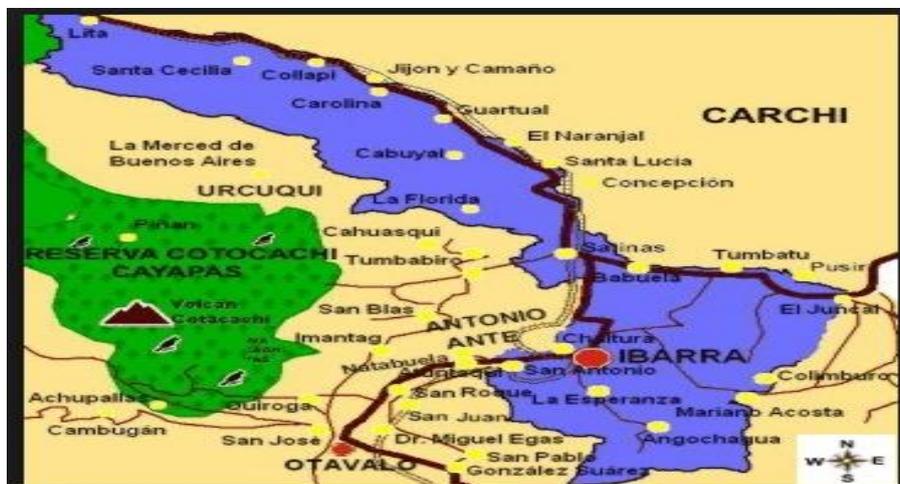


Gráfico No.13. Imbabura – Ibarra – La Esperanza.
Fuente: Google Maps – 2015.

La parroquia de la Esperanza conocida con este nombre posee asentamientos indígenas que están bordeando el 70.00% de los habitantes, el casco urbano con una población blanco mestiza.

Es importante establecer la calidad de los atractivos turísticos del cantón, así:

TABLA No. 21. VALORACIÓN ATRACTIVOS TURISTICOS

<i>Valoración de los atractivos turísticos</i>	
JERARQUÍA	SIGNIFICADO
JERARQUÍA IV	Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
JERANQUÍA III	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
JERARQUÍA II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesara visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
JERANQUÍA I	Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Tabla No. 20 . Valoración atractivos turísticos – Ibarra – La Esperanza.
Fuente: MINTUR, 2005.

Esta ubicación al sur oriente del cantón Ibarra y sus bondades naturales se identifican en la valoración de los atractivos turísticos en la jerarquía IV, III y II.

La disponibilidad de una infraestructura en la Parroquia La Esperanza, antes de llegar al ingreso del Cuartel de Caballería Yaguachi, es determinante como centro de movilidad y desplazamientos a los diversos espacios de turismo.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad instalada del presente proyecto está dada por: la posibilidad de albergar a los clientes en el Hospedaje Ecológico, Productos turísticos: 15 habitaciones, capacidad para cuatro personas igual sesenta turistas por cuatro semanas igual 240 mes multiplicado por doce meses igual a 2,880 turistas.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para efectos del estudio técnico se consideraron los siguientes aspectos:

- ✓ Productos/servicios de turismo.
- ✓ Proceso de atención al turista.
- ✓ Maquinaria y equipo.
- ✓ Personal operativo.
- ✓ Personal administrativo.
- ✓ Distribución del área.

4.3.1. Proceso general de control y registro de turistas

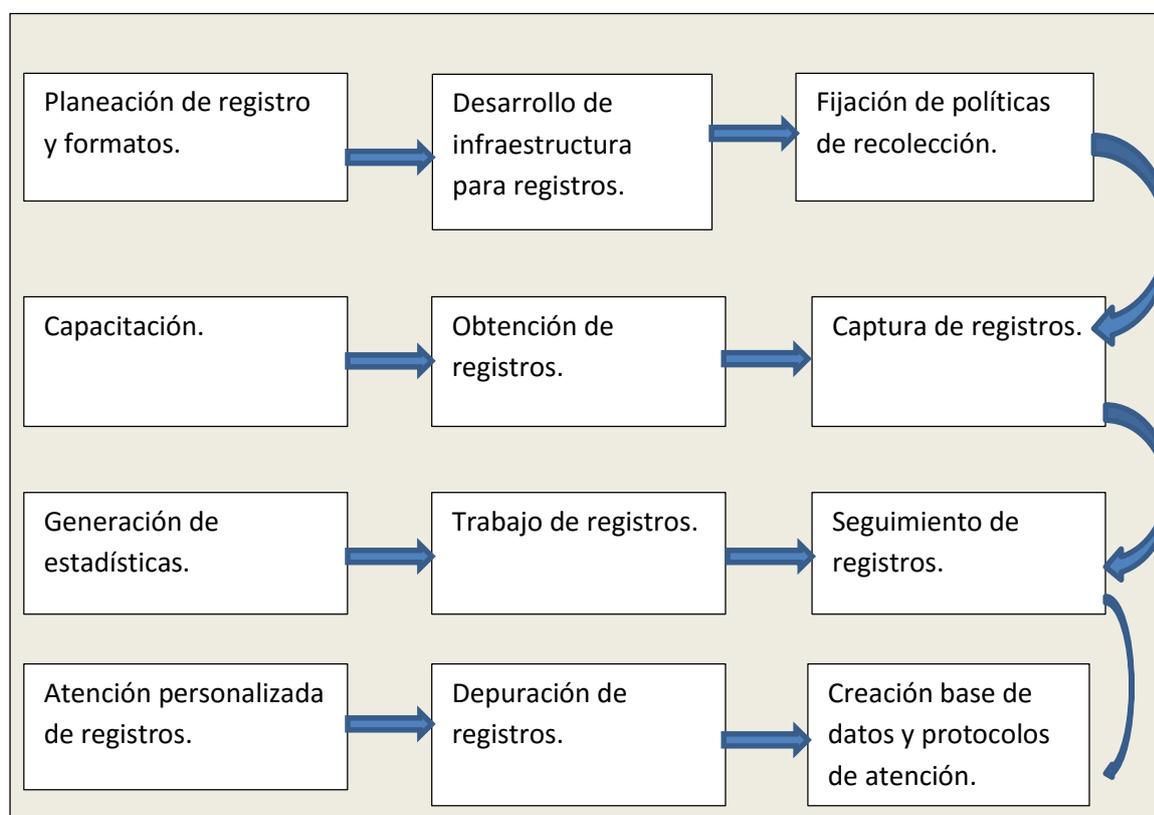


Gráfico No. 15. Servicios turísticos.
Fuente: Slideshare 2014 – Autor.

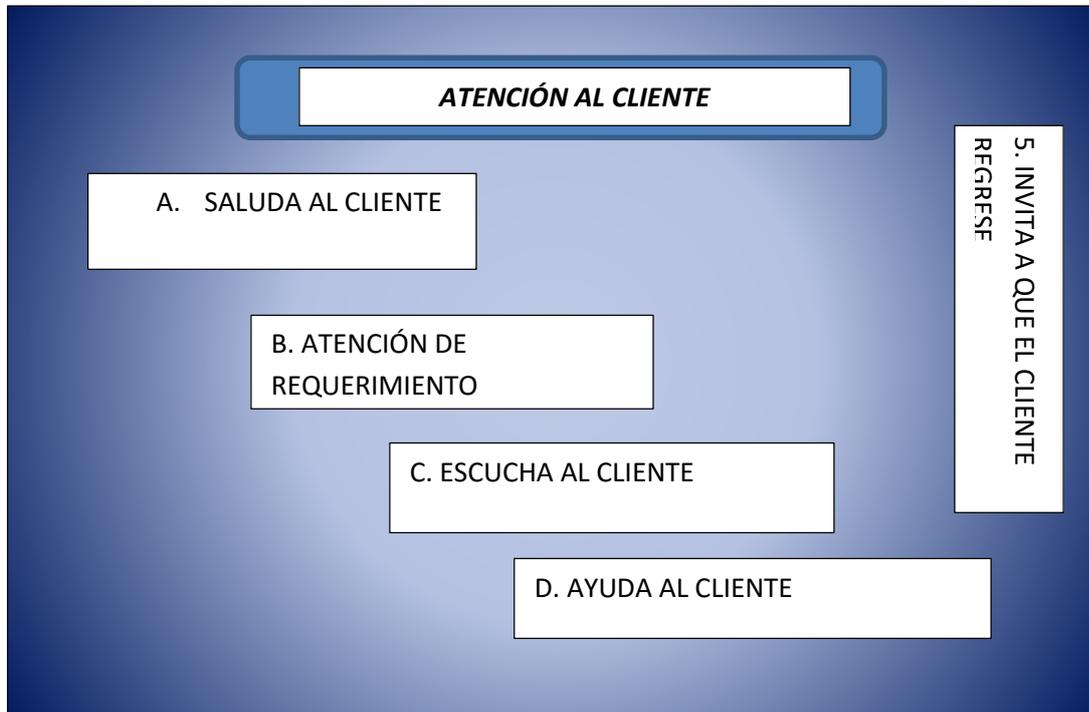


Gráfico No. 16. Atención al cliente.
Fuente: Trabajo de campo – Autor.

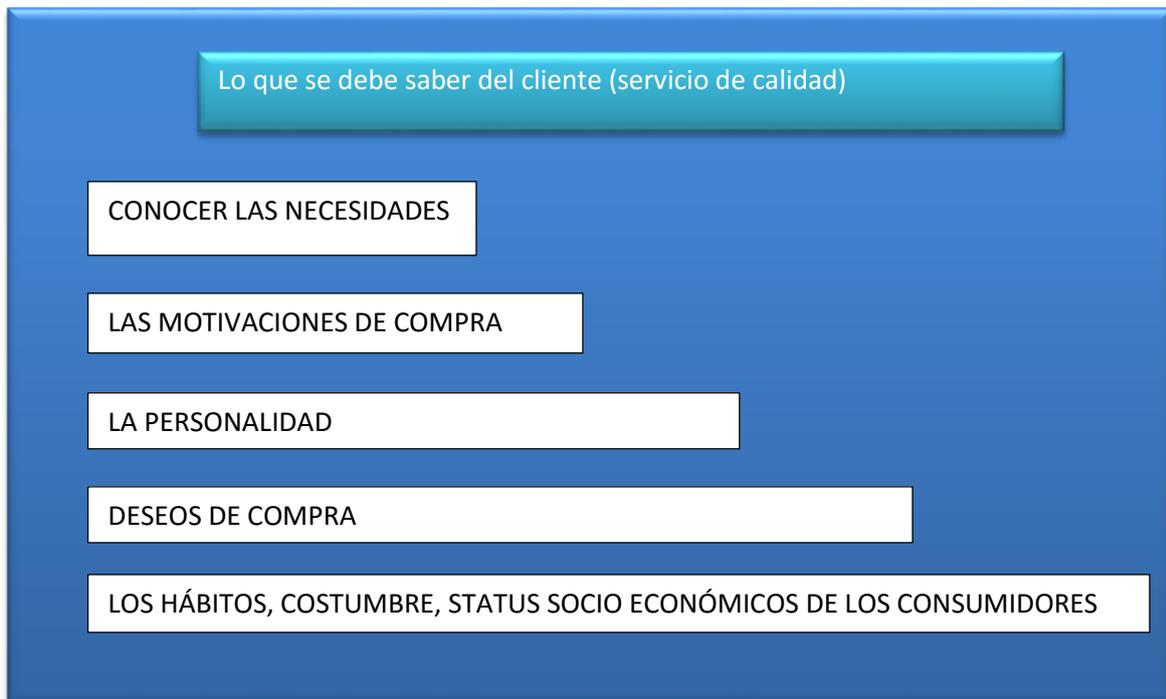


Gráfico No. 17. Perfil de atención al cliente.
Fuente: Trabajo de campo – Autor.



Fuente: Trabajo de campo – Autor.

4.3.2. Presupuesto técnico

4.3.2.1. Inversiones fijas

La inversión fija para el proyecto es la siguiente:

TABLA No.22. EQUIPOS DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Computador HP	u	1
Impresora Samsung	u	1
Teléfono móvil	u	1
Cámara de video laboral	u	1
Cámara fotográfica	u	1

Fuente: Trabajo de campo-2015.

TABLA No. 23. MATERIALES DE OFICINA

MATERIALES DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Libretín Factura	u	1
CD	caja	1
Esferográficos	caja	2
Folders	u	50

Fuente: Trabajo de campo-2015.

TABLA No. 24. MOBILIARIO

MOBILIARIO		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Estación	U	1
Sillón	U	1
Archivador metálico	U	1
Muebles	Juego	1

Fuente: Trabajo de campo-2015.

TABLA No. 25. EQUIPO Y MAQUINARIA

EQUIPO Y MAQUINARIA		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Congelador panorámico	U	1
Refrigeradora	U	1
Equipo de sonido y audio	U	1
Bicicletas montaÑeras	U	5
Menaje y otros	U	20

Fuente: Trabajo de campo-2015

TABLA No. 26. SUMINISTROS DE LIMPIEZA

SUMINISTROS DE LIMPIEZA		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Cloro	Galón	2
Herbicida	Galón	3
Desinfectante	Galón	4

Fuente: Trabajo de campo-2015

TABLA No. 27. OBRA CIVIL

TERRENO - OBRA CIVIL		
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Terreno	U	1
Obra civil	U	1

Fuente: Trabajo de campo-2015

4.3.2.2. Inversiones diferidas

Es aquella inversión pre operativa, antes de que el proyecto genere ingresos. En el presente proyecto asciende a la suma de USD 3,500.00.

4.3.2.3. Inversiones variables

Este tipo de inversión se calcula dependiendo de la naturaleza de los productos que se vayan a producir, muchas veces se calcula para un mes, para tres meses, para seis meses, para un año o más si se tratan de productos agrícolas de ciclos largos. Aquí vamos a calcular la inversión variable para un mes.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

GRÁFICO No.19. PLANIMETRÍA OBRA CIVIL



Fuente: Trabajo de campo-2015

CAPÍTULO V

5. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

5.5.1. Marco legal

La presente entidad económica, en primera instancia funcionará como una unidad personal, debido a que es de un solo propietario, más adelante se pensará en cambiar a una sociedad para potenciar los procesos de inversión.

5.5.2. Aspectos fiscales

En lo concerniente a aspectos tributarios, se obtendrá el RUC para habilitarse como una entidad que tiene actividad económica, son requisitos para este efecto los siguientes:

- ✓ Cédula de identidad.
- ✓ Certificado de votación.
- ✓ Recibo de un servicio básico.

El plazo necesario se extiende a 30 días para poder obtener este registro único de contribuyente.

Después se debe obtener la patente municipal y el correspondiente permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

5.5.3. Base Filosófica de la entidad

5.5.3.1. Visión

Para el año 2019 consolidar su presencia a nivel local y provincial como una entidad especializada en turismo alternativo.

5.5.3.2. Misión

Brindar servicios turísticos ecológicos con calidad y calidez: alojamiento, tours especializados, vivencias ancestrales, sinergia con elementos de la naturaleza y otros a preferencia del turista nacional y extranjero.

5.5.3.3. Políticas de la entidad

Gestión empresarial:

- ✓ Horarios de trabajo 24h00 del día a disposición del cliente.
- ✓ Solucionar todas las inquietudes y requerimientos del cliente.
- ✓ Respeto en los itinerarios de turismo ecológico.
- ✓ Cumplimiento de los precios pactados.
- ✓ Seguridad alimentaria.

Servicio de calidad:

- ✓ Rapidez.
- ✓ Actitud positiva.
- ✓ Cortesía.
- ✓ Colaboración.
- ✓ Precisión.
- ✓ Atención.

Recepción:

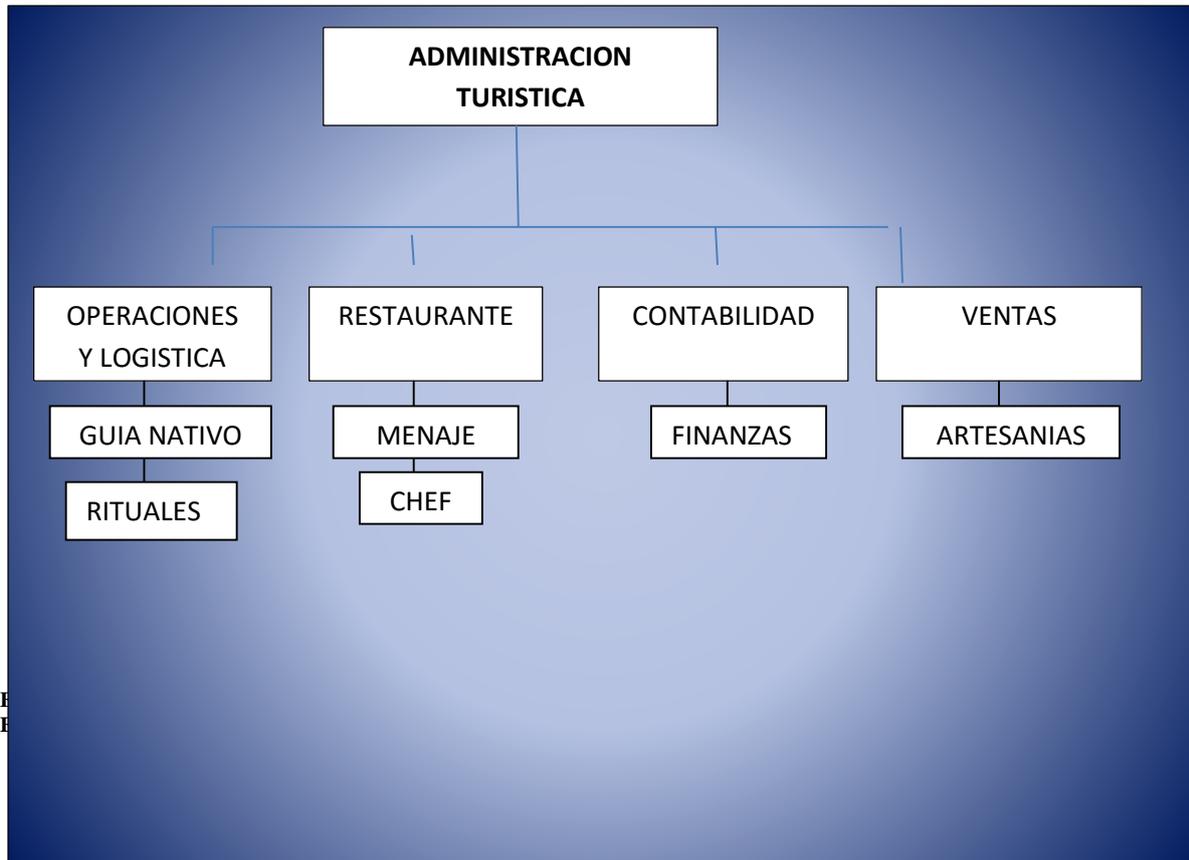
- ✓ Diligencia.
- ✓ Documentología.
- ✓ Alternativas del servicio.
- ✓ Reserva de información.
- ✓ Equipajes y movilidad.
- ✓ Factura.
- ✓ Cierre con cortesía.

5.5.4.4. Valores Corporativos

- ✓ Respeto a la naturaleza.
- ✓ Interacción con el mundo andino.
- ✓ Aptitud.
- ✓ Lealtad.
- ✓ Colaboración.
- ✓ Responsabilidad social.
- ✓ Productividad.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Compromiso.

5.5.4.5. Estructura Organizacional

GRÁFICO No.20. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.



Fuente: Trabajo de campo-2015

5.5.4.6. Descripción de Funciones

PUESTO	FUNCIONES	PERFIL
LÍDER EN GESTIÓN TURÍSTICA – ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar el desarrollo empresarial. ✓ Captación de flujos de turistas nacionales y extranjeros. ✓ Concretar convenios interinstitucionales. ✓ Cuidado y seguimiento de la permanencia placentera del visitante. ✓ Dirigir la acción operativa y logística. ✓ Solución inmediata de problemas. ✓ Monitorear permanente el mercado turístico. ✓ Rendición de cuentas. ✓ Liderar procesos de trabajo colaborativo. ✓ Proponer mejoras a la mejora de la calidad integral. ✓ Responsable de las finanzas. 	<p>Nivel de instrucción: Superior.</p> <p>Título: Ingeniería vinculado al manejo empresarial.</p>
ASISTENTE DE VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventas de productos turísticos alternativos. ✓ Vinculación permanente con operadoras de turismo locales, nacionales e internacionales. ✓ Firma de convenios. ✓ Promoción, publicidad y marketing integral. ✓ Relacionador público. 	<p>Nivel de instrucción: Secundaria.</p> <p>Título: Tecnólogo en ventas y marketing, de preferencia</p>
JEFE DE OPERACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de recursos materiales, económicos. ✓ Proveeduría. ✓ Aprovechamiento de insumos y materiales. 	<p>Nivel de instrucción: Secundaria.</p> <p>Título: Bachiller.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control interno de la entidad. ✓ Menaje. 	
CHEF	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar el menú diario. ✓ Preparar el menú platos a la carta. ✓ Conocimiento de elaboración platos exóticos. ✓ Preparación de bebidas. ✓ Planificar las dietas especiales para clientes que lo requieran 	Nivel de instrucción: Secundaria. Título: Bachiller.
GUÍA NATIVO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir los tours contratados, parte del paquete contratado. ✓ Explicar los aspectos sobresalientes de los sitios visitados. ✓ Informar respecto de los beneficios de la medicina andina. ✓ Estar con actitud positiva y de ayuda permanente a los turistas. 	Nivel de instrucción: Secundaria. Título: Bachiller.

5.5.4.7. Propuesta Mercadológica

PRECIOS

- ✓ Con nivel competitivo.
- ✓ Expresión de lo que sucede en el mercado.
- ✓ Tendencia de mantener precios, debido a que se tiene áreas de producción de plantas medicinales y se adquiere verduras de los productores locales.
- ✓ El valor agregado se inicia aquí precios a los turistas nacionales y extranjeros sin ninguna diferenciación.

PROMOCIÓN

- ✓ Radios comunitarias.
- ✓ Medios alternativos: altoparlantes.

- ✓ Folletos.
- ✓ Realización de eventos deportivos.
- ✓ Medios de prensa escrito.
- ✓ Revistas especializadas y de microemprendimientos.

PRODUCTO

- ✓ Calidad integral en la oferta de los productos de este centro de hospedaje alternativo y ecológico, es la carta de presentación y lo que va a generar recursos económicos.
- ✓ Los productos se integran al servicio completo de este sector turístico.

PLAZA

- ✓ Ayuda colaborativa de doble vía con las operadoras y agencias de turismo nacional e internacional.
- ✓ Gestión con directivos gubernamentales para fomentar el respeto a la naturaleza y el conocimiento ancestral.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

6.1.1. Inversión fija

TABLA No. 28. INVERSIÓN FIJA

INVERSIÓN FIJA	
ACTIVO	VALOR UNITARIO
TERRENO	5.000
OBRA CIVIL	10.000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPO	20.000,00
MOBILIARIO /MENAJE	3.000,00
EQUIPO DE OFICINA	500,00
COMPUTADOR	2.000,00
TOTAL	40.500,00

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 29. EQUIPO DE OFICINA

VEHÍCULO			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computador, impresora	1	2000	2000
Cámara fotográfica y de video	1	400	400
Teléfono	1	100	100
		TOTAL	2500

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 30. EQUIPO Y MAQUINARIA

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Congelador panorámico	1	800	800
Refrigeradora	1	600	600
Equipo de sonido y audio	1	2000	2000
Bicicletas montañeras	5	5000	5000
Menaje	Varios	Varios	11600
		TOTAL	20000

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

La implementación de las habitaciones se lo efectuará con el rubro de Menaje que asciende a \$ 11.600,00 USD. Lo cual cubrirá menaje: edredones, cobijas, sábanas, camas, principalmente.

TABLA No. 31. MOBILIARIO

MOBILIARIO			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estación	1	500	500
Sillón	1	200	200
Archivador metálico	1	200	200
Juego de muebles	1	1	1600
		TOTAL	2500

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 32. MATERIALES DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Libretín	1	10	10
CD	Caja	1	200
Esferográficos	Caja	1	20
Folders	Caja	1	20
		TOTAL	250

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 33. SUMINISTROS DE LIMPIEZA

EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cloro	Galón	30	50
Herbicida	Galón	100	100
Desinfectante	Galón	100	100
		TOTAL	250

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 34. OBRA CIVIL

OBRA CIVIL			
DETALLE	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno		5000	5000
Obra civil	Varios	10000	10000
		TOTAL	15000

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

EL rubro de obra civil incluye los costos unitarios correspondientes a la adecuación de los servicios higiénicos en las habitaciones y uno de tipo general.

6.1.2. Inversión diferida

TABLA No. 35. INVERSIÓN DIFERIDA

INVERSIÓN DIFERIDA	
RUBRO:	VALOR UNITARIO
Gastos de constitución legal	1.000,00
Preoperativo	500,00
Ingeniería	2.000,00
TOTAL	3.500,00

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

6.1.3. Inversión Variable y / o Capital de Trabajo

TABLA No. 36. INVERSIÓN VARIABLE

CAPITAL DE TRABAJO UN MES	
COSTOS VARIABLES	
2880 u x \$12,5 costo unitario	3.000,00
COSTOS FIJOS (adminis y ventas)	
Sueldos, materiales, ss básicos, seguros, folletos	3.116,30
TOTAL	6.116,30

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

6.1.4. Estructura de la inversión

TABLA No. 37. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN	VALOR \$
Fija	40.500,00
Variable	6.116,30
Diferida	3.500,00
TOTAL	50.116,30

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

6.1.5. Financiamiento del proyecto

TABLA No. 38. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO INVERSIÓN

INVERSIÓN	VALOR \$	PROPIO	PRESTADO
FIJA	40.500,00	24.300,00	16.200,00
VARIABLE	6.116,30	3.669,78	2.446,52
DIFERIDA	3.500,00	2.100,00	1.400,00
TOTAL	50.116,30	30.069,78	20.046,52
		60%	40%

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

6.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

6.2.1. Presupuesto de ingresos

TABLA No. 39. INGRESOS

VENTAS

Cantidad de unidades a producir y vender mensuales	240
Cantidad de unidades a producir y vender año	2880
Precio de venta por unidad (\$)	\$ 30,00

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

TABLA No. 40. COSTO UNITARIO

Costo Unitario (1Pq)	
Alojamiento	4,00
Alimentos	5,00
Otros	2,00
Mano de obra directa	1,50
Total Unitario mensual	12,50
TOTAL MENSUAL (u)	3.000,00
TOTAL ANUAL	36.000,00

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

TABLA No. 41. PROYECCIÓN DE INGRESOS

	0	1	2	3	4	5
Inversion Inicial	-50.116,30					
Servicios/productos turisticos		2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Precio		30,00	31,02	32,08	33,17	34,31
Ingresos		86.400,00	89.346,24	92.392,95	95.543,55	98.801,58

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

6.2.2. Presupuesto de egresos**TABLA No. 42. GASTOS VARIABLES, FIJOS, DEPRECIACIÓN**

GASTOS	0	1	2	3	4	5
Gastos Variables		36.000,00	37.227,60	38.497,06	39.809,81	41.167,33
Gastos Fijos		40.999,55	36.428,35	36.428,35	36.428,35	36.428,35
Gastos de depreciación		6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

GASTOS

TABLA No. 43. ROL DE PAGOS

SUELDOS AREA ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS PARA EL AÑO 1							
Cargo	N. Trabajadores	Sueldo nominal mensual	Sueldo nominal anual	IESS (11,15%)	XIII	XVI	Costo total año 1
Gerente	1	500,00	6.000,00	669,00	500,00	340,00	7.509,00
Asistente	1	250,00	3.000,00	334,50	250,00	340,00	3.924,50
Guía nativo	1	400,00	4.800,00	535,20	400,00	340,00	6.075,20
Chef	1	354,00	4.248,00	473,65	354,00	340,00	5.415,65
TOTAL AREA ADMINISTRATIVA		1.504,00	18.048,00	2.012,35	1.504,00	1.360,00	22.924,35
Jefe de Ventas	1	400,00	4.800,00	535,20	400,00	340,00	6.075,20
TOTAL AREA DE VENTAS	5	400,00	4.800,00	583,20	400,00	340,00	6.075,20
							28.999,55

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

Tabla No. 44. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS AÑO 1		
ADMINISTRATIVOS	MENSUAL (\$)	ANUAL (\$)
Materiales de limpieza y suministros de oficina	150,00	1.800,00
Gastos por servicios básicos	120,00	1.440,00
Seguros	300,00	3.600,00
Sueldos	1.671,70	22.924,35
TOTAL	2.241,70	29.764,35
V E N T A S		
Viáticos para el vendedor	100,00	1.200,00
Folletos publicitarios	330,00	3.960,00
Sueldos	444,60	6.075,20
TOTAL	874,60	11.235,20
TOTAL ADM Y VENTAS	3.116,30	40.999,55

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS AÑOS 2 AL 5		
ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
Materiales de limpieza y suministros de oficina	150,00	1.800,00
Gastos por servicios básicos	120,00	1.440,00
Seguros	300,00	3.600,00
Sueldos		17.953,15
	TOTAL	24.793,15
V E N T A S		
Viáticos para el vendedor	100,00	1.200,00
Folletos publicitarios	330,00	3.960,00
Sueldos		6.475,20
	TOTAL	11.635,20
TOTAL ADM Y VENTAS		36.428,35

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

DEPRECIACIÓN

TABLA No. 45. DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN Y VALOR EN LIBROS

Rubros	Valor Unitario (\$)	Cuota Depreciación	Plusvalía	Depreciación (\$)					Depreciación Acumulada	Valor en Libros (\$)
				1	2	3	4	5		
Obra civil	15.000,00	20%		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	15.000,00	0,00
Maquinarias y equipo	20.000,00	10%		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	10.000,00	10.000,00
Mobiliario	3.000,00	10%		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.500,00	1.500,00
Equipo de oficina	500,00	10%		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00	250,00
Computadoras	2.000,00	33,33%		666,67	666,67	666,67			2.000,00	0,00
Total inversión fija	40.500,00			6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00		11.750,00

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

GASTO FINANCIERO

TABLA No. 46. GASTO FINANCIERO

Cálculo del gasto financiero:	
Capital prestado (c)	20.047
Plazo (n)	5
Tasa de interés (r)	11,28%
Periodo	Anual
Pago (\$):	5.462,25

Tabla amortización:					
N. pagos	Capital Inicial (\$)	Cuota periódica (\$)	Interés (\$)	Capital (\$)	Capital final (\$)
1	20.046,52	5.462,25	2.261,25	3.201,00	16.845,52
2	16.845,52	5.462,25	1.900,17	3.562,07	13.283,44
3	13.283,44	5.462,25	1.498,37	3.963,88	9.319,57
4	9.319,57	5.462,25	1.051,25	4.411,00	4.908,56
5	4.908,56	5.462,25	553,69	4.908,56	0,00

Gasto Interés:	1	2	3	4	5
Intereses	2.261,25	1.900,17	1.498,37	1.051,25	553,69
Capital	3.201,00	3.562,07	3.963,88	4.411,00	4.908,56

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

TABLA No. 47 COSTO CAPITAL Y TASA DE REDESCUENTO

COSTO DE CAPITAL Y TASA DE REDESCUENTO				
Financiamiento Inicial	Valor \$	% Participación	Costo/Capital Ponderado	Costo/Capital Neto
Propio	30.069,78	60,00%	5,10%	3,06%
Crédito	20.046,52	40,00%	11,28%	4,51%
	50.116,30	100,00%		7,57%

$$T_p = 5,10\%$$

$$T_a = 11,28\%$$

$$T_{af} = 3,41\%$$

Tasa Mínima Aceptable de Retorno:

$$T.M.A.R = (1 + k_p) (1 + T_{af}) - 1$$

$$T.M.A.R = (1 + 0,0757) (1 + 0,0341) - 1$$

$$T.M.A.R = (1,0757) (1,0341) - 1$$

$$T.M.A.R = 1,11238137 - 1$$

$$T.M.A.R = 0,11238137$$

$$T.M.A.R = 11,28\%$$

ESTADO DE SITUACION INICIAL

ESTADO DE SITUACION INICIAL		
ACTIVOS		PASIVOS
Activo Circulante		Préstamos 20.046,52
Capital/ Trabajo	6.116,30	Bancos por Pagar
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO
Terrenos	5.000,00	Capital 26.569,78
Obra Civil	10.000,00	
Maquinaria y Equipos	20.000,00	
Mobiliario/Menaje	3.000,00	
Equipo de Oficina	500,00	
Computador	2.000,00	
	_____	_____
TOTAL	46.616,30	46.616,30

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

TABLA No. 48. BALANCE DE RESULTADOS

BALANCE DE RESULTADOS					
	1	2	3	4	5
Servicios/productos turísticos	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Precio	30,00	31,02	32,08	33,17	34,31
Ingresos	86.400,00	89.346,24	92.392,95	95.543,55	98.801,58
Gastos Variables	36.000,00	37.227,60	38.497,06	39.809,81	41.167,33
Gastos Fijos	40.999,55	36.428,35	36.428,35	36.428,35	36.428,35
Gastos de depreciación	6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00
Utilidad Operativa	3.383,78	9.673,62	11.450,87	13.955,38	15.855,90
Participación utilidades 15%	507,57	1.451,04	1.717,63	2.093,31	2.378,39
Utilidad neta antes de impuestos	2.876,21	8.222,58	9.733,24	11.862,08	13.477,52
Impuesto a la renta (base imponible)	632,76	1.808,96	2.141,31	2.609,65	2.965,05
Utilidad neta	2.243,45	6.413,62	7.591,93	9.252,43	10.512,47

Fuente: Trabajo de campo-2015

Elaborado por: Autor.

6.2.3. Flujo de caja

TABLA No. 49. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	-50.116,30					
Servicios/productos turísticos		2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Precio		30,00	31,02	32,08	33,17	34,31
Ingresos		86.400,00	89.346,24	92.392,95	95.543,55	98.801,58
Gastos Variables		36.000,00	37.227,60	38.497,06	39.809,81	41.167,33
Gastos Fijos		40.999,55	36.428,35	36.428,35	36.428,35	36.428,35
Gastos de depreciación		6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00
Utilidad Operativa		3.383,78	9.673,62	11.450,87	13.955,38	15.855,90
Participación utilidades 15%		507,57	1.451,04	1.717,63	2.093,31	2.378,39
Utilidad neta antes de impuestos		2.876,21	8.222,58	9.733,24	11.862,08	13.477,52
Impuesto a la renta (base imponible)		-1.681,57	-879,61	-653,01	-333,69	-91,37
Utilidad neta		4.557,78	9.102,19	10.386,25	12.195,76	13.568,89
Gastos de depreciación (fondo)		6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00
Flujos de efectivo		10.574,45	15.118,86	16.402,92	17.545,76	18.918,89
Flujo de cierre (valor en libros y capital trabajo)						17.866,30
FLUJOS DE FECTIVO NETOS	-50.116,30	10.574,45	15.118,86	16.402,92	17.545,76	36.785,19
Tasa de descuento	11,28%					
VAN	16.498					
TIR	21%					

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \frac{FNC_3}{(1+i)^3} + \frac{FNC_4}{(1+i)^4} + \frac{FNC_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -50.116,30 + \frac{10.574,45}{(1+0,1128)} + \frac{15.118,86}{(1+0,1128)^2} + \frac{16.402,92}{(1+0,1128)^3} + \frac{17.545,76}{(1+0,1128)^4} + \frac{36.785,19}{(1+0,1128)^5}$$

$$VAN = -50116.30 + 9.502,56 + 12.209,13 + 11.903,37 + 11.442,05 + 21.556,96$$

$$VAN = 16.498$$

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

TABLA No. 50. FLUJO DE CAJA FINANCIERO

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	-50.116,30					
Litros		2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Precio		30,00	31,02	32,08	33,17	34,31
Ingresos		86.400,00	89.346,24	92.392,95	95.543,55	98.801,58
Gastos Variables		36.000,00	37.227,60	38.497,06	39.809,81	41.167,33
Gastos Fijos		40.999,55	36.428,35	36.428,35	36.428,35	36.428,35
Gastos de depreciación		6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00
Utilidad Operativa		3.383,78	9.673,62	11.450,87	13.955,38	15.855,90
Gasto financiero (intereses)		2.261,25	1.900,17	1.498,37	1.051,25	553,69
Utilidad antes de participación		1.122,53	7.773,45	9.952,49	12.904,14	15.302,22
Participación utilidades 15%		168,38	1.166,02	1.492,87	1.935,62	2.295,33
Utilidad neta antes de impuestos		954,15	6.607,43	8.459,62	10.968,52	13.006,89
Impuesto a la renta (base imponible)		-1.401,30	-722,91	-844,06	-467,72	-161,97
Utilidad neta		2.355,46	7.330,34	9.303,68	11.436,24	13.168,85
Gastos de depreciación (fondo)		6.016,67	6.016,67	6.016,67	5.350,00	5.350,00
Flujos de efectivo		8.372,12	13.347,01	15.320,34	16.786,24	18.518,85
(-) Pago de capital de crédito		3.201,00	3.562,07	3.963,88	4.411,00	4.908,56
Flujo de cierre (valor en libros y capital trabajo)						17.866,30
Préstamos desembolsados	20.046,52					
FLUJOS DE EFECTIVO NETOS	-30.069,78	5.171,12	9.784,93	11.356,47	12.375,24	31.476,59
Tasa de descuento	11,28%					
VAN	17.236					
TIR	27%					

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \frac{FNC_3}{(1+i)^3} + \frac{FNC_4}{(1+i)^4} + \frac{FNC_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -30.069,78 + \frac{5.171,12}{(1+0,1128)} + \frac{9.784,93}{(1+0,1128)^2} + \frac{11.356,47}{(1+0,1128)^3} + \frac{12.375,24}{(1+0,1128)^4} + \frac{31.476,59}{(1+0,1128)^5}$$

$$VAN = -30.069,78 + 4.646,94 + 7.901,75 + 8.241,23 + 8.070,22 + 18.446,00$$

$$VAN = 17.236$$

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

TIR = 27%

6.2.4. Punto de equilibrio

TABLA No. 51. PUNTO DE EQUILIBRIO

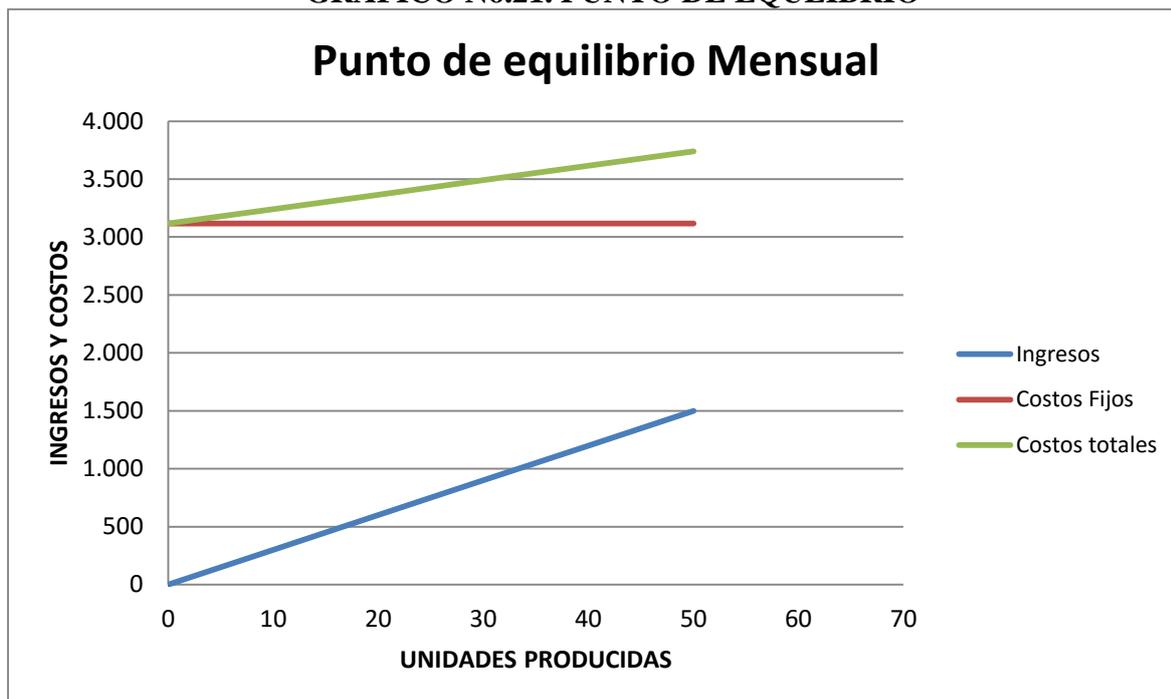
CAPITAL DE TRABAJO UN MES	
COSTOS VARIABLES	
2880 u x \$12.5 costo unitario	3.000
COSTOS FIJOS	
Sueldos, materiales, servicios básicos, seguros viáticos, folletos	3.116
TOTAL	6.116

CAPITAL DE TRABAJO UN MES				
Margen de contribución	PV - CV		\$ 17,50	
Punto de Equilibrio	<u>CF</u>	<u>3.116</u>	178	5.342
	Margen Contribuc.	17,50	Unidades	dólares
Utilidad		(50 -25) * 131	1.084	

Mensual				
Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costo variables	Costos totales
0	0	3.116	0	3.116
10	300	3.116	125	3.241
20	600	3.116	250	3.366
30	900	3.116	375	3.491
40	1.200	3.116	500	3.616
50	1.500	3.116	625	3.741
60				

Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

GRÁFICO No.21. PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Trabajo de campo-2015
Elaborado por: Autor.

Para el estudio financiero se tomó en consideración los siguientes argumentos técnicos:

- ✓ Aporte patronal 11.15%.
- ✓ Décimo cuarto sueldo 340.00.
- ✓ Financiamiento propio 60.00%.
- ✓ Préstamo 40.00%.
- ✓ Plazo 5 años.
- ✓ Tasa Activa 11.28 PYMES 2014.
- ✓ Inflación anual 3.41%.
- ✓ Participación trabajadores 15.00%.
- ✓ Depreciación: Edificios obra civil 20.00%; Líneas de producción 10.00%; Muebles y enseres 10.00%; Equipo de oficina 10.00%; Equipo de cómputo 33.33%.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la asignación de valores en la matriz de impactos se utilizará la siguiente valoración:

VALORACIÓN DE IMPACTOS	
VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
-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

Para cada uno de los impactos se elabora una Matriz en donde horizontalmente se identifican los diversos niveles de impacto y verticalmente los indicadores que nos facilitan hacer la reflexión y análisis.

7.2. IMPACTO SOCIAL

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Permite dar seguridad económica por el empleo de la gente.						X		
Los beneficiarios directos tienen una ocupación permanente.							X	
Se puede elevar las condiciones de vida de los participantes.							X	
Se mejora las habilidades del trato con personas de otras latitudes.							X	
Se aprende vivencias de otros lugares del país y fuera de éste.						X		
Se pueden modificar los comportamientos de las personas.					X			
TOTAL					1	4	9	14

Total de impacto social 14 / 6

Total impacto social = 2.33

Total impacto social = Impacto medio positivo.

La gente cuando está ocupada y por su labor tiene un ingreso de tipo económico le brinda seguridad y deseos de seguir trabajando.

Los beneficiarios directos tienen la posibilidad de un trabajo permanente lo que le favorece en varios sentidos, en la seguridad social y cubrir sus necesidades.

Las condiciones de vida de los involucrados se mejoran en tanto mejoren su actitud frente a considerar que la entidad debe surgir para bien de todos los estamentos.

La posibilidad de intercambio de experiencias vivenciales entre gentes de diversa cultura es importante y se desarrolla una habilidad del buen trato a las personas, condición básica para prestar un servicio de calidad.

Si vamos a atender a turistas nacionales, de éstos se aprende mucho por cuanto la diversidad de nuestra nación permite tener distintas costumbres y tradiciones. Más aún de los turistas foráneos.

Los estereotipos de fuera pueden llegar a influenciar en las personas de nuestro territorio, puede adoptar otras iniciativas.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Respeto a la naturaleza como sujetos de derechos.							X	
Respetar la carga natural de los diversos ecosistemas.						X		
Modificación de los sitios nativos.						X		
Ayuda a la conservación y limpieza del planeta.							X	
Vulnerabilidad de espacios sagrados y protegidos.			X					
Educación ambiental y ecológica a los individuos del contexto de prestación del servicio turístico.					X			
TOTAL			-1		1	4	6	10

Total de impacto ambiental 10 /6

Total impacto ambiental 1.66

Total impacto = Impacto medio positivo.

La naturaleza y sus derechos son de suma importancia como actividad de prevención y conservación de la misma. Esta nos permite desarrollar nuestros procesos de vida.

La sobre saturación de los espacios naturales trae consigo desequilibrios generados por el hombre, se debe conocer y entender que no debemos desequilibrar la acción del medio ambiente natural.

Con el afán de turismo y de recreación de experiencias de la cosmovisión indígena se pueden llegar a modificar los espacios naturales, sin embargo estas acciones debemos manejarlas adecuadamente.

Uno de los grandes objetivos es generar una conciencia de limpieza del planeta, se pretende con esta iniciativa empresarial, dentro de los itinerarios turísticos que se planifiquen cuidar la salubridad del medio y recoger inclusive los desperdicios generados por otras personas que les falta educación y respeto por la naturaleza.

La posible vulnerabilidad de espacios sagrados para los asentamientos ancestrales, por el afán de aventura y de búsqueda de respuestas a muchas interrogantes de la vida misma de los pueblos ancestrales.

Con el accionar del equipo de trabajo de guías nativos que se consolide, por el accionar de éstos se generarán nuevos comportamientos que a modo de ejemplo ayuden a la educación medioambiental.

7.4. IMPACTO EDUCATIVO

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Generar comportamientos amigables con el medio ambiente.							X	
Concretar con entidades educativas alianzas para movilizar a los estudiantes y conozcan de manera eficiente acciones de prevención al cuidado del medio natural.						X		
Enseñanza del idioma español y otras habilidades y destrezas.					X			
Motivar a aprender el lugar natal y sus procesos de vida.						X		
Proporcionar información dialógica a los turistas de costumbres.					X			
TOTAL					2	4	3	9

Total de impacto educativo 9 /5

Total impacto educativo 1.8

Total impacto = Impacto medio positivo.

Si conseguimos generar comportamientos amigables con el medio ambiente los ecosistemas no serán vulnerados.

Como práctica educativa se está llevando a efecto la movilidad de los estudiantes hacia el medio ambiente y espacios naturales para mejorar el aprendizaje.

El intercambio cultural es importante, la enseñanza del idioma español a los turistas extranjeros es una acción complementaria de la entidad, de igual forma la posibilidad de brindar espacios de artesanías y su elaboración.

Los mitos y leyendas se transmitirán a los visitantes de manera que ellos se formen su propio juicio de valor.

7.5. IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de impacto indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de niveles de ingreso que permitan permanecer en el mercado con un nivel aceptable de calidad.							X	
Sostenibilidad						X		
Sustentabilidad						X		
Desarrollo							X	
Mejorar estilo de vida							X	
TOTAL						4	9	13

Total de impacto económico 13 /5

Total impacto económico 2.6

Total impacto = Impacto alto positivo.

Los flujos de turistas tanto internos como externos están ocupando sitios importantes en los modelos de economía de los países, se nutren de ingresos por el desarrollo de esta actividad, dadas las condiciones favorables para ejecutarlas, la inversión que se realice en este sector está asegurada y crecerá financieramente.

La sostenibilidad, sustentabilidad, desarrollo buscan mejorar las condiciones de vida de los seres humanos, por eso la acción especializada del turismo alternativo ayudará a conseguir este cometido.

7.6. IMPACTO CULTURAL

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
La planificación de encuentros de tipo cultural enriquece la labor del servicio de calidad.						X		
La atención con personal nativo.							X	
Las celebraciones y rituales atraen al turista.							X	
Aculturación de parte de nuestros pobladores.			X					
TOTAL			-1			2	6	7

Total de impacto cultural 7 / 4

Total impacto cultural 1.75

Total impacto = Impacto medio positivo.

Los encuentros de tipo cultural y el intercambio de vivencias, música, costumbres, gastronomía fortalecen la capacidad de ofertar productos y servicios de calidad.

La atención en la entidad con personal nativo debidamente capacitado, dará mayor realce a la vivencia y espectacularidad del servicio integral que se oferta a los turistas nacionales y extranjeros.

El conocimiento de celebraciones de índole cultural atrae a turistas que quieren participar activamente en estos procesos de manifestaciones culturales.

Sin embargo de todo lo bueno y de servicios de calidad con enfoque cultural, el intercambio de experiencias y otros, puede traer consigo procesos de aculturación hacia los jóvenes.

7.7. IMPACTO GENERAL

Nivel de impacto indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto social						X		
Impacto ambiental						X		
Impacto educativo						X		
Impacto económico							X	
Impacto cultural						X		
TOTAL						8	3	11

Total de impacto general 11 /5

Total impacto 2.2

Total impacto = Impacto medio positivo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

En el estudio diagnóstico se evidencia un contexto de tipo económico que facilitó el análisis y perspectiva del sector turístico con la ayuda de información de turismo que genera el Ministerio de Turismo entidad estatal que ayuda en este cometido, nos permitió evidenciar las propicias condiciones de desarrollo en este campo con una entidad que se dedicará al turismo de tipo alternativo, con flujos de turismo interno y externo. La situación actual de poseer una infraestructura que con readecuaciones físicas cambie y se fortalezca para generar acción turística da la pauta de invertir con conocimiento de causa y sobretodo ayudados por un manejo técnico y profesional. Con lo antes indicado se puede manifestar que la entidad turística tendrá un buena acogida tanto en los turistas nacionales como extranjeros, asegurando de esta manera la sostenibilidad y sustentabilidad de esta unidad productiva turística.

Los referentes de orden teórico facilitó el contraste con la realidad en la acción del trabajo de campo, en el proceso de recolección de información y en los planteamientos de mejora al servicio de calidad turístico, se consolidó la imagen de una entidad ecológica al servicio de los turistas que buscan lo alternativo a los procesos convencionales.

En el estudio de mercado se pudo llegar a determinar la demanda insatisfecha, a conocer el perfil de la demanda, oferta, precios, canal de comercialización y el potencial de crecimiento en este sector.

El estudio técnico o ingeniería del proyecto de evidenció las necesidades de definir cada uno de los procesos de trabajo intra empresa, identificar los productos turísticos y que se complementan con la acción del servicio, precisamente para dar un servicio de calidad y calidez. Lo locación en sus fases afianzan a la creación de la entidad debido a tener una infraestructura en este ambiente de vivencia ecológica y natural, se determinó los equipos necesarios y además el personal que se tendrá, de igual forma se estableció la forma de organización empresarial.

El estudio financiero y el que da la viabilidad financiera de ejecución respondió favorablemente al establecer un valor positivo del VAN y una tasa interna de retorno que sumada a la tasa de descuento supera el 30.00%.

El impacto del presente proyecto ayudados con la matriz de impactos de determinó como medio positivo y esto aconseja invertir con seguridad en este sector productivo que genera divisas en el país.

RECOMENDACIONES

El turismo en el país se ubica día a día en posiciones relevantes como generador de divisas y trabajo productivo. El apoyo estatal a iniciativas privadas con asesoramiento técnico y sobretodo con créditos a intereses no muy altos frente a los convencionales. Este panorama, motiva a que más gente e inversionistas incursionen en este sector.

Los preceptos de tipo académico deben ser orientaciones hacia la especialización en cuestiones del turismo alternativo, natural o ecológico, no se debe a priori pensar que una entidad será prospera sino se demuestra capacidad y desempeño en este sector.

En la demanda potencial se identificó a los turistas y su perfil, como ellos están planeando sus propios paquetes o tours turísticos y debe haber una entidad que solvente estos pedidos y exigencias.

La ubicación en este sector que ya es visitado periódicamente por turistas foráneos es esencial para determinar parámetros en la gestión empresarial y atraer también al turista nacional.

Se recomienda en función del estudio económico y al ser los indicadores los adecuados a crear la entidad.

El nivel de impacto medio positivo augura que la inversión inicial va a generar más inversión por el manejo adecuado y técnico de la entidad turística.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2003). *Administración del Turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. (2003). *Administración del Turismo*. México: TRillas.
- Acerenza, M. (2003). *Administración del Turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. (2003). *Administración del Turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. (2003). *Administración del Turismo*. México: Trillas.
- Arboleda, G. (2000). *Proyectos: Formulación, evaluación y control*. Bogotá: MAc GrawHill.
- Arboleda, G. (2000). *Proyectos: Formulación, evaluación y control*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Arboleda, G. (2000). *Proyectos: Formulación, evaluación y control*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Arboleda, G. (2000). *Proyectos: Formulación, evaluación y control*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Bogotá - Colombia: Mc Graw Hill.
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Bogotá - Colombia: Mc Graw Hill.
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Bogotá: Mc GRaw Hill.
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Bogotá - Colombia: Mc Graw Hill.
- De la Torre, J. Z. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Pearson Educación.
- De la Torre, J. Z. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Pearson Educación.
- De la Torre, J. Z. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Pearson Educación.
- De la Torre, J. Z. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Mc Grw Hill.
- De la Torre, J. Z. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Pearson educación.

- Díaz, R. (2013). *Cómo elaborar un Plan de Marketing*. Lima - Perú: MACRO.
- ECOTUR. (17 de Noviembre de 2014). *Definición de ecoturismo*. Recuperado el 20 de enero de 2015, de www.ecotur.es: http://www.ecotur.es/ecoturismo/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo_4318_2483_4723_0_1_in.html
- Eyzaguirre, C. (2010). *Costos y Presupuestos para Edificaciones*. Lima - Perú: MACRO.
- MINTUR. (20 de Agosto de 2014). *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador*. Recuperado el 11 de enero de 2015, de www.mintur.gob.ec: www.mintur.gob.ec
- Mokate, K. (2004). *Evaluación Financiera de proyectos de inversión*. Bogotá: ediciones UNIANDES.
- Mokate, K. (2004). *Evaluación Financiera de proyectos de inversión*. Bogotá: Ediciones UNIANDES.
- Molina, S. (2000). *Turismo y Ecología*. México: Trillas Turismo.
- Molina, S. (2000). *Turismo y Ecología*. México: Trillas Turismo.
- Molina, S. (2000). *Turismo y Ecología*. México: Trillas Turismo.
- Sundstrom, S. (2003). *El Ecoturismo como instrumento para desarrollo sostenible*. Suecia: Information@kam.se.www.kau.se.
- Sundstrom, S. (2003). *El Ecoturismo como instrumento para el desarrollo sostenible*. Suecia: Information@kau.se.www.kau.se.
- Vergara, P. (12 de Noviembre de 2015). *Elaboración de paquetes turísticos*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de www.slideshare.com: <http://es.slideshare.net/elysilva86/elaboracion-de-paquetes-tursticos?related=1>

ANEXOS

ANEXO 1:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA

OBJETIVO

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información relevante acerca de los productos turísticos alternativos en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, Parroquia rural La Esperanza, para fines de diagnóstico y estudio de mercado.

INSTRUCCIONES:

A continuación, encontrará una serie de preguntas relacionadas con el tema mencionado. Marque con una (X) en el casillero que mejor se ajuste a su criterio.

.....

1. ¿Conoce Ud., que los productos más comercializados en el trade internacional están en priorizados así: circuitos turísticos generales, ecoturismo, cruceros, turismo cultural, otros.

- Si
- No
- Poco
- Mucho

2. ¿Cómo se enteró Ud., de los atractivos turísticos de la provincia de Imbabura?

- Amigos
- Parientes
- Promoción turística
- Internet
- Otros

3. ¿Qué le motivó a visitar la Provincia de Imbabura y el Cantón Ibarra?

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Nuevas experiencias | <input type="checkbox"/> |
| Vacaciones | <input type="checkbox"/> |
| Centros culturales | <input type="checkbox"/> |
| Asentamientos indígenas | <input type="checkbox"/> |
| Gastronomía | <input type="checkbox"/> |
| Centros de sanación y espiritualidad | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Conoce Ud, que el turismo alternativo o de naturaleza está creciendo en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura?

- | | |
|------|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
| Poco | <input type="checkbox"/> |
| Nada | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Conoce Ud., que el turismo rural o comunitario se está vivenciando en los asentamientos indígenas del cantón Ibarra, especialmente en La Parroquia La Esperanza?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Se hospedaría en un centro turístico alternativo que le oferte paquetes especializados y pueda compartir con turistas nacionales y extranjeros sus vivencias?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a asignar de presupuesto diario para su estadía, alimentación y diversión en un Hospedaje ecológico?

20 USD a 30 USD

31 USD a 50 USD

50 USD a Más

8. ¿Participaría en rituales de los pueblos indígenas y autóctonos?

Si

No

Mucho

Poco

9. ¿Qué servicios turísticos complementarios requeriría, adicional al hospedaje?

Souvenirs

Artesanías

Vestimenta autóctona

Recreación

Deporte

Diversión

Tours de aventura

Otros

10. ¿Cómo mejoraría su estancia en el Hospedaje ecológico?

Encuentros de Cultura: Danza, Artísticas

Comida Exótica

Piscina

Sauna

Turco

Restaurante Gourmet

Karaoke

11. ¿Considera que los recursos humanos del sector turístico ecológico, cumple con niveles de calidad acorde al status internacional?

Si

No

Poco

Nada

12. ¿Cree Ud., que la seguridad es importante para hacer turismo?

Si

No

Turista Nacional.....

Turista Internacional..... País de origen.....

Edad Sexo.....

Nivel de instrucción educativa:

Escolar.....Secundario..... Universitario..... Postgrado.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PP.

Enero 2015

SIEMBRA DE ARBOLES NATIVOS



LIMPIEZA DE LA NATURALEZA Y REFORESTACION



TRADICIONES Y COSTUMBRES DE LA ZONA



CULTIVO DE HUERTOS FAMILIARES



CABALGATAS Y PASEOS TURISTICOS



CAMINATAS DE AVENTURA





CAMINATAS DE ALTO NIVEL







CICLISMO DE MONTAÑA

