



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD
SAN CLEMENTE, PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

ZAIRE CABASCANGO CARLOSAMA

TUTOR:

ECO. LUIS CERVANTES

Ibarra, Febrero 2016

RESUMEN EJECUTIVO

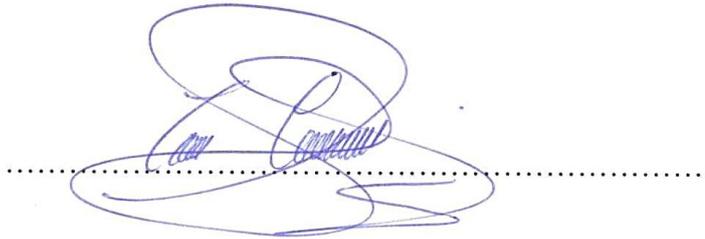
El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de un centro de turismo comunitario en la comunidad San Clemente parroquia La Esperanza de la ciudad de Ibarra; el mismo que pretende satisfacer los requerimientos de los turistas nacionales y extranjeros, que en los últimos años se ha incrementado gracias a la promoción turística que lleva a cabo el Ministerio de Turismo. Así mismo, se pretende apoyar a los comuneros del sector ya que de esta forma se aprovecha todos los atractivos que tiene la zona, demostrando la forma de vida que tienen sus habitantes y los atractivos naturales con un criterio de sostenibilidad y sustentabilidad, mediante la recolección y análisis de datos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación. La factibilidad del proyecto se realiza a través de un estudio que permite identificar la aceptación o no del servicio a brindarse. Por otro lado se considera que la investigación planteada ayuda a establecer el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado. Los fundamentos matemáticos y financieros que permiten una evaluación adecuada del proyecto y su rentabilidad, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, la tasa de descuento, presupuestos, flujos de caja, TIR, VAN, entre otros aspectos importantes para la correcta evaluación del proyecto. La estructura organizacional tradicional que se maneja en la comunidad ayuda a una adecuada administración del centro turístico. También consideramos el análisis de los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto. Para finalizar se han redactado conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is a feasibility study for the creation of Community Tourism in San Clemente community, of La Esperanza in the Ibarra city; the same as to satisfy the requirements of domestic and foreign tourists, who in this years has increased thanks to the promotion by the Ministry of Tourism. Likewise, it aims to support the villagers in the sector and that in this way all the attractions that the area is used, showing lifestyle with community members and natural attractions on a basis of all the benefits and limitations it has the area through the collection and analysis of data to help develop the structure of that investigation. The feasibility of the project is done through a study that identifies the acceptance or rejection of service to be provided. On the other hand it considers that the investigation raised helps set the target market, which seeks to structure and develop different strategies in the market positioning. Mathematical and financial fundamentals that allow a correct and adequate assessment of the project and profitability for the effect you need to consider the kind of investment required, the calculation of opportunity cost, the discount rate, budgets, cash flows, TIR, VAN, among other financial aspects to consider for proper evaluation. The organizational structure and administrative requirements of the new project. We also consider the analysis of impacts and possible consequences that may arise in the implementation of the project. Finally they have drawn conclusions and recommendations that have been reached after completing all stages of the investigative process.

AUTORÍA

Yo, Zaire Valerio Cabascango Carlosama, portador de la cédula de ciudadanía N° 100404144-6, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE, PARROQUIA LA ESPERANZA, 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.

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and appears to be 'Zaire Valerio Cabascango Carlosama'.

Zaire Valerio Cabascango Carlosama

C.C. 1004041446

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director(a) del Trabajo de Grado presentado por el egresado Zaire Valerio Cabascango Carlosama para optar por el Título de Ingeniero Comercial MBA , cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE, PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.” Considero que el presente trabajo reúne todos 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 24 días del mes de Febrero del 2016.



ECO. LUIS CERVANTES

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por darme la vida, por su amor y cariño incondicional, porque en los momentos difíciles me ayudó a comprender el verdadero significado del esfuerzo, sacrificio y deseos de superación personal que tenemos todos en esta vida.

Así como también a toda mi familia por estar a mi lado en los momentos alegres y en los difíciles, porque esos momentos fueron los que me enseñaron a crecer y valorar a las personas que me rodean. De manera especial a mis compañeros y amigos de promoción de quienes he aprendido a ser mejor y levantarme de todas las caídas que se han presentado, sabiendo respetar y apreciar a quienes realmente se preocuparon por darme los consejos necesarios para estar en el lugar que me encuentro en este momento.

Zaire Cabascango Carlosama

AGRADECIMIENTO

Quiero extender un profundo agradecimiento en primer lugar a Dios que me ha permitido alcanzar este objetivo en mi vida profesional, a mi familia, a mis compañeros quienes más que eso fueron mis amigos y demás familiares por todo el apoyo que me brindaron durante mis estudios y en el proceso de este trabajo.

Agradezco a mi asesor de tesis Eco. Luis Cervantes, quien me colaboró en el desarrollo de este proyecto de grado, transmitiéndome sus conocimientos y experiencias adquiridas en el ejercicio de su profesión.

De igual forma a mis profesores, al personal administrativo del Departamento de Talento Humano de la Universidad Técnica del Norte quienes me supieron ayudar en los momentos más necesitados, así como a mis profesores de la secundaria y primaria, por compartir sus conocimientos de una manera profesional y ética.

Así como también a todas las personas que de alguna u otra manera me colaboraron para la culminación de este proyecto, de manera muy especial al Ing. Marcelo Vallejos, Mgs. Alexandra Mena y Mgs. Nelly Galiano quienes me apoyaron en el mejor desarrollo de presente trabajo, gracias por su paciencia y consejos útiles.

Zaire Cabascango Carlosama



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

Yo, ZAIRE VALERIO CABASCANGO CARLOSAMA, con cedula de identidad Nro. 100404144-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado dominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE, PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: DE INGENIERO COMERCIAL M.B.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

Nombre: Zaire Valerio Cabascango Carlosama

Cedula: 1004041446

Ibarra, a los 24 días del mes de febrero del 2016



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACION DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino 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 DEL CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	100404144-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CABASCANGO CARLOSAMA ZAIRE VALERIO		
DIRECCIÓN:	Comunidad San Clemente- Parroquia La Esperanza		
EM@IL:	cabascango990@gmail.com		
TELEFONO FIJO:	2 660 641	TELÉFONO MÓVIL:	0997450247
DATOS DE LA OBRA			
TITULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE, PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”		
AUTOR (ES):	CABASCANGO CARLOSAMA ZAIRE VALERIO		
FECHA: AAAAMMDD	2016 - 02 - 24		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, CABASCANGO CARLOSAMA ZAIRE VALERIO, con cédula de identidad Nro. 100404144-6, 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 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; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin valorar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (les) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra a los 24 días del mes de febrero del 2016

EL AUTOR		ACEPTACIÓN	
(Firma):		(Firma):	
Nombre:	Zaire Cabascango C.	Nombre:	-----
C.C.:	100404144-6	Cargo:	JEFE DE BIBLIOTECA

Facturado por resolución de Consejo Universitario.....

ÍNDICE GENERAL

Resumen ejecutivo.....	II
Executive summary	III
Autoría.....	IV
Certificación	V
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento	VII
Biblioteca universitaria.....	VIII
Índice General.....	XI
Índice de Ilustraciones	XXIII
Indice de Gráficos.....	XXIV
Indice de Tablas.....	XXVI
INTRODUCCIÓN.....	- 0 -
Justificación y viabilidad	- 1 -
Objetivo general	- 3 -
Objetivos específicos	- 3 -
CAPÍTULO I.....	- 4 -
Diagnóstico situacional	- 4 -
1.1. Antecedentes.....	- 4 -

1.2.	Objetivos del diagnóstico	- 5 -
1.2.1.	Objetivo general.....	- 5 -
1.2.2.	Objetivos específicos	- 5 -
1.3.	Variables diagnósticas	- 6 -
1.4.	Indicadores.....	- 6 -
1.4.1.	Historia, geografía, clima, demografía	- 6 -
1.4.2.	Situación económica	- 7 -
1.4.3.	Aspecto social	- 7 -
1.4.4.	Legislación.....	- 8 -
1.4.5.	Situación política	- 8 -
1.4.6.	Tecnología.....	- 8 -
1.4.7.	Infraestructura	- 8 -
1.5.	Matriz de relación diagnóstica.....	9
1.6.	Información primaria.....	11
1.7.	Información secundaria	11

1.8.	Análisis de las variables diagnósticas.....	11
1.8.1.	Historia, geografía, clima.....	11
1.8.2.	Situación económica	16
1.8.3.	Aspecto social	18
1.8.4.	Legislación.....	22
1.8.5.	Situación política	23
1.8.6.	Tecnología.....	23
1.8.7.	Infraestructura	23
1.9.	Análisis e interpretación	24
1.9.1.	Aliados	24
1.9.2.	Oponentes	24
1.9.3.	Oportunidades	25
1.9.4.	Riesgos.....	25
1.10.	Matriz AOOR	26
1.11.	Identificación de oportunidad de inversión	27

CAPÍTULO II.....	28
Marco teórico.....	28
2.1. Información General.....	28
2.2. Estudio de Mercado	28
2.2.1. La empresa	28
2.2.2. Empresa turística.....	29
2.2.3. Clasificación de las empresas	29
2.2.4. Segmentación de mercados turísticos	30
2.2.5. Características de la empresa turística	30
2.2.6. El producto turístico.....	31
2.2.7. Servicio	31
2.2.8. Turismo	31
2.2.9. Turismo comunitario.....	32
2.2.10. Oferta	33
2.2.11. Demanda	33

2.2.12. Mercado	34
2.2.13. Producto	34
2.2.14. Precio	34
2.3. Estudio Técnico	35
2.3.1. Estudio técnico.....	35
2.3.2. Tamaño del proyecto.....	35
2.3.3. Localización del proyecto	36
2.3.4. Macro localización.....	36
2.3.5. Micro localización	37
2.3.6. Ingeniería del proyecto	37
2.4. Estudio Financiero	38
2.4.1. Concepto Estudio Financiero	38
2.4.2. Capital de trabajo	38
2.4.3. Ingresos	39
2.4.4. Egresos	39

2.4.5. Costos.....	40
2.4.6. Costo de ventas	40
2.4.7. Mano de obra	40
2.4.8. Estados financieros	41
2.4.9. Flujo de caja.....	41
2.4.10. Valor actual neto (VAN).....	42
2.4.11. Tasa interna de retorno (TIR)	42
2.4.12. Punto de equilibrio	43
2.5. Estructura Organizacional	43
2.5.1. Misión	43
2.5.2. Visión.....	44
2.5.3. Objetivos de la empresa	44
2.5.4. Políticas institucionales.....	45
2.5.5. Estructura organizacional.....	46
2.5.6. Estructura funcional	46

CAPÍTULO III	48
Estudio De Mercado	48
3.1. Objetivos del estudio de mercado.....	49
3.1.1. Objetivo general.....	49
3.1.2. Objetivos específicos	49
3.2. Segmentación del mercado.....	49
3.2.1. Mercado meta.....	50
3.2.2. Mercado potencial.....	52
3.3. Variables e indicadores.....	53
3.3.1. Variable de la oferta.....	53
3.3.2. Variable de la demanda.....	54
3.3.3. Variable de precio	54
3.3.4. Variable de comercialización.....	55
3.3.5. Variable de publicidad.	55
3.4. Indicadores de las variables.....	55

3.4.1. Indicación de la población y cálculo de la muestra	56
3.4.2. Herramientas de recopilación de información	58
3.5. Descripción del producto o servicio.	74
3.6. Análisis de la demanda	75
3.6.1. Demanda real	75
3.7. Análisis de la oferta	77
3.7.1. Oferta real	77
3.7.2. Oferta potencial.....	78
3.8. Demanda insatisfecha	80
3.9. Demanda potencial	81
3.10. Análisis y determinación de precios.	82
3.11. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto. ...	83
CAPÍTULO IV	84
ESTUDIO TÉCNICO	84
4.1. Tamaño del proyecto	84

4.1.1.	Factores que afectan el tamaño	86
4.1.2.	Determinación de la capacidad del proyecto	86
4.2.	Localización del proyecto.....	91
4.2.1.	Macro-localización	91
4.2.2.	Micro-localización	93
4.3.	Ingeniería del proyecto	95
4.3.1.	Infraestructura física	95
4.4.	Ingeniería del proyecto	95
4.4.1.	Proceso de prestación del servicio turístico	96
4.4.2.	Flujograma de los principales procesos del servicio.....	97
4.5.	Inversión en el Proyecto	98
4.5.1.	Requerimiento de equipo de computación.....	98
4.5.2.	Requerimiento de talento humano	98
4.5.3.	Costos indirectos de fabricación	99
4.5.4.	Financiamiento.....	99

4.5.5. Depreciación	101
4.6. Gasto de constitución.....	101
CAPÍTULO V	102
ESTUDIO FINANCIERO.....	102
5.1. Presupuesto de ingresos.....	102
5.1.1. Ingresos	102
5.2. Presupuesto de egresos	103
5.3. Balance de situación inicial	106
5.4. Estructura de financiamiento	107
5.5. Estado de resultados proyectados	108
5.6. Flujo de caja proyectado.....	109
5.7. Determinación del costo de capital.....	110
5.8. Evaluación financiera	111
5.8.1. VAN.....	111
5.8.2. TIR.....	112

5.8.3. Beneficio-costo	113
5.9. Punto de equilibrio.....	114
CAPÍTULO VI	117
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	117
6. Nombre de la empresa.....	117
6.1.1. Determinación de la forma jurídica	117
6.2. Misión.....	122
6.3. Visión.....	122
6.4. Principios y valores	123
6.5. Políticas	124
6.6. Organigrama estructural	125
6.7. Manual de Funciones.....	125
6.8. Constitución legal	128
CAPÍTULO VII.....	132
IMPACTOS	132
7. Impacto económico	133

7.2.	Impacto social.....	134
7.3.	Impacto ambiental	135
8.	Conclusiones.....	137
9.	Recomendaciones	139
10.	Bibliografía.....	142
	ANEXOS.....	145
1.1.1.	FOTOS.....	158

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 PEA Provincia de Imbabura	17
Ilustración 2 Turistas extranjeros que visitaron Ecuador 2015.....	49
Ilustración 3 Porcentaje de Visitas de Turistas Extranjeros a la Provincia de Imbabura	51
Ilustración 4 Mapa de la Provincia de Imbabura	92
Ilustración 5 Perfil Territorial Cantón Ibarra	94

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tabulación pregunta 1 turistas extranjeros.....	67
Gráfico 2 Tabulación pregunta 2 turistas extranjeros.....	68
Gráfico 3 Tabulación pregunta 3 turistas extranjeros.....	69
Gráfico 4 Tabulación pregunta 4 turistas extranjeros.....	70
Gráfico 5 Tabulación pregunta 5 turistas extranjeros.....	71
Gráfico 6 Tabulación pregunta 6 turistas extranjeros.....	72
Gráfico 7 Tabulación pregunta 7 Turistas Extranjeros.....	73
Tabla 35 Flujograma de los principales procesos del servicio	97

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación Diagnóstica.....	9
Tabla 2 Población Parroquia La Esperanza	12
Tabla 3 Factores Climáticos	13
Tabla 4 Tipo de relieve	14
Tabla 5 CLASIFICACIÓN DE TIERRAS POR CLASES AGRÍCOLAS	15
Tabla 7 DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE SALUD.....	21
Tabla 8 Matriz de Relación FODA.....	26
Tabla 11 Procedencia de Turistas al CTC San Clemente año 2015	51
Tabla 16 Medios de Comunicación	66
Tabla 17 Tabulación pregunta 1 turistas extranjeros.....	67
Tabla 18 Tabulación pregunta 2 turistas extranjeros.....	68
Tabla 19 Tabulación pregunta 3 turistas extranjeros.....	69
Tabla 20 Tabulación pregunta 4 turistas extranjeros.....	70
Tabla 21 Tabulación pregunta 5 turistas extranjeros.....	71
Tabla 22 Tabulación pregunta 6 turistas extranjeros.....	72
Tabla 23 Tabulación pregunta 7 Turistas Extranjeros.....	73
Tabla 24 Paquete Turístico Básico	74
Tabla 25 Ingreso de turistas al ferrocarril en Ecuador.....	76
Tabla 26 Comuneros para el servicio de cabalgata	79

Tabla 27 GRUPO DE BORDADORAS.....	79
Tabla 28 DEMANDA INSATISFECHA	80
Tabla 29 Demanda Potencial	81
Tabla 30 Tabla de proyección de la demanda insatisfecha.....	82
Tabla 31 CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO	85
Tabla 34 CUADRO DE FACTORES Y PODERACIÓN	94
Tabla 35 Flujograma de los principales procesos del servicio	97
Tabla 36 Requerimiento De Equipo De Computo.....	98
Tabla 38 Tabla de amortización del financiamiento	100
Tabla 39 Tabla de Amortización del Financiamiento	100
Tabla 40 DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	101
Tabla 45 Gastos CIF	104
Tabla 46 Total de Costos y Gastos Proyectados.....	105
Tabla 53 TIR.....	112

INTRODUCCIÓN

La Esperanza es una parroquia rural perteneciente al Cantón Ibarra, la cual consta de 12 comunidades, estas son San Clemente, Chirihuasi, La Cadena, San José de Cacho, Rumipamba Chico, Rumipamba Grande, La Florida, Punkuhuayco, El Abra, Paniquindra, Cashaloma, y cuatro barrios San Francisco, San Pedro, Santa Marianita y Barrio Rumipamba. La parroquia se fundó el 30 de Julio de 1882, se caracteriza por tener un atractivo natural hermoso el cual es aprovechado por los lugareños, quienes realizan actividades enfocadas al turismo sustentable que ha dado mayor realce a la parroquia.

La comunidad de San Clemente se caracteriza por tener una gran diversidad de paisajes y atractivos naturales que lo convierten en uno de los lugares más hermosos del sector, también se puede rescatar la cultura y tradiciones que se conservan casi intactas fortaleciendo de esta forma las costumbres propias de la zona.

En los últimos años se ha visto la necesidad de crear un centro de turismo comunitario en San Clemente contribuyendo de esta forma al fortalecimiento de los programas nacionales, regionales y locales los cuales están enfocados en fomentar la mejor calidad de vida de los ecuatorianos, el mismo que brindará atención a los turistas nacionales y extranjeros, se observó también la disponibilidad de paisajes naturales además la ideología de conservación del medio ambiente que se tiene en la comunidad, viendo la oportunidad de crear un CTC en San Clemente por la cercanía a la ciudad y las vías de acceso que se encuentran en buenas condiciones.

Para el desarrollo del presente proyecto es de gran importancia realizar el diagnóstico situacional las mismas que permitirán establecer las características con las que cuenta el área de influencia, fue enfocado de una manera objetiva con el propósito de recopilar la información necesaria que permita analizar la situación de la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza para de esta manera conocer los posibles aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que pueden incidir directa o indirectamente en el desarrollo del presente proyecto.

Justificación y viabilidad

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la oportunidad para crear un centro de turismo comunitario que brinde servicios turísticos en la comunidad San Clemente el cual en el futuro se pretende convertirse en una de las mejores empresas en esta rama.

A través del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Turismo Comunitario en la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza se propone fomentar la inclusión productiva, ambiental, cultural y un enlace social entre los pobladores de la parroquia. Dentro de un enfoque de diversificación económica la apuesta por el turismo que propone un CTC basado en que el Ecuador es un país rico en recursos naturales, que no han sido explotados; en la actualidad el turismo constituye la tercera actividad económica, aunque aún hay mucho por explorar.

Este propósito se alcanzará específicamente a través de: la recuperación, mejoramiento, conservación de los recursos naturales, sociales, culturales y la diversificación en la creación de negocios, al mismo tiempo se fortalecerá y mejorará la calidad de vida de los pobladores del sector de influencia, que se encuentran incursionando en la actividad turística, a través de

la cual se impulsará la comercialización, para ofrecer un producto y servicio turístico de excelente calidad en el mercado local e internacional.

La comunidad San Clemente cuenta con todas las características geográficas y naturales para desarrollar turismo comunitario en la zona, aprovechando estos recursos como una fortaleza y oportunidad para el centro de turismo comunitario, considerando también que la comunidad en estudio es considerada como una de la mejores de la zona en la conservación, seguridad y fortalecimiento de programas y eventos culturales que ayudan a conocer en realidad los indígenas.

El impulso de este proyecto se enmarca en rescatar diversos aspectos como: impulsar la creación de nuevas fuentes de trabajo, conservar la costumbres y tradiciones propias de la cultura, a la vez será una propuesta atractiva para conocer no solamente la comunidad, la parroquia, el cantón y porque no también la provincia.

En relación a lo expuesto anteriormente se puede determinar que el presente proyecto es viable ya que se cuenta con la información necesaria que aportará al correcto desarrollo de la investigación a realizar, para posteriormente elaborar un estudio de factibilidad que justifique la razón de crear un centro de turismo comunitario de servicios turísticos en la comunidad San Clemente.

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo comunitario en la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Objetivos específicos

- ✓ Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades del proyecto.
- ✓ Establecer el marco teórico que nos permita sustentar las bases teóricas, conceptuales y legales del proyecto.
- ✓ Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta, los precios y la comercialización del servicio.
- ✓ Realizar el estudio técnico para determinar la localización, tamaño del proyecto y las inversiones que requerirá el proyecto en estudio.
- ✓ Elaborar el estudio económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- ✓ Elaborar la estructura organizativa de la empresa para la administración eficiente de los recursos del proyecto.
- ✓ Determinar los principales impactos que generará el proyecto en los aspectos económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

Diagnóstico situacional

1.1. Antecedentes

El Ecuador es considerado como el país con mayor diversidad biológica por unidad de área, riqueza biológica que se sustenta en una gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación, que se convierten en óptimos escenarios para el desarrollo de actividades como el Turismo, que permite a los visitantes nacionales y extranjeros recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio culturales que poseen los grupos humanos que residen en cada una de sus provincias.

Para el desarrollo del presente proyecto es de vital importancia realizar un diagnóstico situacional que permita conocer las características del espacio de influencia del plan, considerando la situación actual, pasada y futura que influyen en el turismo, permitiendo fortalecer los programas nacionales y seguir considerando a la provincia de Imbabura como una provincia turística a nivel regional y nacional. Para que esta investigación se ha enfocada de una manera objetiva y efectiva se potencia los aspectos más relevantes de tal forma que la parroquia La Esperanza y la comunidad San Clemente del cantón Ibarra, ubicado en la provincia de Imbabura; provea de fuentes de información necesaria que permitan la obtención de datos útiles y reales, para establecer las condiciones actuales del turismo comunitario en la parroquia La Esperanza y en especial en la comunidad San Clemente.

La comunidad San Clemente es una de las primeras comunidades en la provincia de Imbabura que ofrece a su gente la oportunidad de tener un empleo en casa, pero la falta de conocimiento y capacitación del verdadero significado de la actividad turística comunitaria ha hecho que el CTC opere sin pilares fundamentales de organización, sostenibilidad, sustentabilidad y conocimientos turísticos esenciales para brindar un servicios adecuado a todos sus turistas nacionales y extranjeros.

Tomando en cuenta todas estas referencias, la elaboración del presente documento el ayudará al fortalecimiento del CTC mediante el uso sostenible y sustentable de los factores que componen dicha actividad, servirá para mejorar el desarrollo del turismo comunitario que se realiza en la comunidad de San Clemente así fomentará y potencializará la actividad turística del sector.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza, cantón Ibarra y la provincia de Imbabura para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades del proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

✓ Determinar el entorno para conocer la historia, geografía, y demográfica de influencia del proyecto.

- ✓ Conocer la situación económica de la población vinculada al proyecto.
- ✓ Analizar el aspecto social del medio en el que se desarrollará el proyecto.
- ✓ Conocer la legislación vigente para la implementación de microempresas dedicadas al turismo comunitario.
- ✓ Determinar la influencia que tiene la situación política nacional en el proyecto.
- ✓ Identificar los medios tecnológicos existentes que contribuirán al desarrollo del proyecto.
- ✓ Conocer la infraestructura que dispone la parroquia y la comunidad de influencia.

1.3. Variables diagnósticas

1.1.1. Historia, geografía, clima, demografía

1.1.2. Situación económica

1.1.3. Aspecto social

1.1.4. Legislación

1.1.5. Situación política

1.1.6. Tecnología

1.4. Indicadores

1.4.1. Historia, geografía, clima, demografía

- ✓ Datos históricos
- ✓ Personajes
- ✓ Altura
- ✓ Límites

- ✓ Ubicación
- ✓ Temperatura
- ✓ Población

1.4.2. Situación económica

- ✓ Nivel de ingresos
- ✓ Actividades productivas
- ✓ Empleo
- ✓ Desempleo
- ✓ Turismo comunitario
- ✓ PEA

1.4.3. Aspecto social

- ✓ Turismo comunitario
- ✓ Población económicamente activa
- ✓ Nivel de educación
- ✓ Calidad de vida
- ✓ Migración
- ✓ Desarrollo comunitario
- ✓ Necesidades básicas
- ✓ Salud

1.4.4. Legislación

- ✓ Ordenanzas municipales
- ✓ Decretos
- ✓ Economía de mercado
- ✓ Inversión extranjera
- ✓ Inversión privada

1.4.5. Situación política

- ✓ Estado regulador
- ✓ Plan nacional del buen vivir

1.4.6. Tecnología

- ✓ Páginas web
- ✓ Redes sociales
- ✓ Blogs
- ✓ Medios de comunicación.

1.4.7. Infraestructura

- ✓ Vías de acceso
- ✓ Lugares turísticos

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1 Matriz de relación Diagnóstica

Objetivos específicos	Variable	Indicadores	Fuente información	de	Técnica
1. Determinar el entorno para conocer la historia, geografía, clima y demográfica de influencia del proyecto		<ul style="list-style-type: none"> a. Historia b. Geografía c. Clima d. Demografía 	<ul style="list-style-type: none"> a. Datos históricos b. Personajes c. Altura d. Límites e. Ubicación f. Temperatura g. Población 	Secundaria	a. Recopilación Bibliográfica
2. Conocer la situación económica de la población vinculada al proyecto	Situación económica	<ul style="list-style-type: none"> a. Nivel de ingresos b. Actividades productivas c. Empleo d. Desempleo e. Turismo comunitario h. Pea 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria y Secundaria 		<ul style="list-style-type: none"> a. Recopilación bibliográfica Observación
3. Definir el aspecto social del medio en el que se desarrollará el proyecto	Aspecto social	<ul style="list-style-type: none"> a. Nivel de educación b. Calidad de vida c. Migración d. Turismo comunitario actual e. Necesidades básicas f. Salud 	Secundaria		a. Recopilación bibliográfica

4. Conocer la legislación vigente para la implementación de centros de turismo comunitario	Legislación	a. Ordenanzas municipales b. Decretos c. Economía de mercado f. Leyes y reglamentos sobre uso de los recursos naturales	Secundaria	a. Recopilación bibliográfica
5. Determinar la influencia que tiene la situación política nacional en el proyecto	Situación política	a. Estado regulador d. Planes (plan nacional del bien vivir)	Secundaria	a. Recopilación bibliográfica
6. Identificar los medios tecnológicos existentes que contribuirán al desarrollo del proyecto	Tecnología	a. Páginas web b. Redes sociales c. Blogs b. Medios de comunicación	Primaria	a. Entrevista.
7. Conocer la infraestructura del medio donde se va a realizar el estudio	Infraestructura	a. Vías de acceso b. Lugares turísticos	Primaria y Secundaria	a. Recopilación bibliográfica b. Observación de campo

Fuente: Investigación directa; 2016

Elaboración: El autor.

1.6. Información primaria

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se considera varios aspectos como eje fundamental que contribuyen al mejor avance del tema en estudio.

Es por esto que la información primaria permite conocer e identificar la realidad en la que se encuentran los habitantes del sector en estudio. Se realiza encuestas a los involucrados y actores principales como son el presidente de la comunidad y algunos pobladores según muestra del censo interno que se realiza cada determinado tiempo. Ver Anexo.

También se realizó una ficha de observación para la determinación de las variables correspondientes al medio ambiente y conocer aspectos importantes sobre los centros de turismo comunitario en San Clemente.

1.7. Información secundaria

Como información secundaria se utilizarán datos y documentos del Ministerio de Turismo, la Ilustre Municipalidad de la ciudad de Ibarra, INEC 2010, Constitución 2008, Plan Nacional del Bien Vivir y libros de la historia de la parroquia La Esperanza.

1.8. Análisis de las variables diagnósticas

1.8.1. Historia, geografía, clima

La parroquia rural La Esperanza perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura fue fundada el 30 de Julio de 1882; en un inicio sirvió como refugio a los

sobrevivientes del cataclismo telúrico del 16 de agosto de 1868. Días después del terremoto, el Presidente Gabriel García Moreno obligó a las Monjas Conceptas que cedieran al traslado de los pobladores, comprando el predio en la cantidad de 7.000 pesos. Los sobrevivientes de Ibarra se asentaron en el llano de las Monjas, donde pensaban edificar una nueva ciudad en remplazo de la ya destruida. La nueva ciudad tendría el nombre de Santa María de la Esperanza, resolución que fue tomada por el Ilustre Municipio, el 17 de mayo del 1869. (Villegas R. 1988)

Construida las obras, el barrio perteneció a la parroquia urbana de San Francisco; hasta que llegó un sacerdote quien con la ayuda de los feligreses apoyaron a la formación de la parroquia civil Santa María de la Esperanza el 30 de julio del 1882. (Obando. S. 1986, citado en PDOT 2012)

La comunidad de San Clemente es una de las doce comunidades pertenecientes a la parroquia La Esperanza y se encuentra a una altura de 2400 msnm – 4600 msnm. Según datos INEC 2010 la población para la parroquia La Esperanza es de 7363 habitantes al 2010, de los cuales el 50,06% son hombres y el 49,94% son mujeres, se realizó una proyección para el año 2015 con un crecimiento poblacional de 1,6%.

Tabla 2 Población Parroquia La Esperanza

PARROQUIA LA ESPERANZA		
SEXO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Hombre	3.981	50,06 %
Mujer	3.971	49,94 %
Total	7.952	100 %

Fuente: Censo de población y vivienda 2010.

Elaboración: Equipo Consultor. PDOT La Esperanza 2015.

La variación de temperatura ocurre como consecuencia de las diferencias de altitud sobre el nivel del mar. Las temperaturas en el territorio van desde los 8°C en la parte alta a un máximo de 12°C en la parte baja de la parroquia.

Tabla 3 Factores Climáticos

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Precipitación	750mm - 1250 mm
Temperatura	7 °C – 12°C
Tipos de clima	Ecuatorial mesotérmico semi-húmedo Ecuatorial de alta montaña

Fuente: IGM. Coberturas climáticas. 2013.

Elaboración: Equipo consultor. PDOT La Esperanza 2015.

El ecosistema de páramo que representa una extensión de 474,67hectáreas, que equivale al 13,7% de la superficie total de la parroquia también constituye un ecosistema de hábitat para la flora y fauna y de abastecimiento del recurso hídrico. El páramo de manera general necesita tener un tratamiento especial por lo que se recomienda realizar prácticas de conservación.

Dentro de los ecosistemas acuáticos presentes en la parroquia se identifica a la laguna de Cubilche, que es una acumulación de las escorrentías de aguas lluvias conformando un espejo de agua permanente y 3 estancamientos de agua estacionales durante la temporada de lluvias. Está ubicada en la parte sur de la parroquia a 3802 msnm.

El relieve se refiere al conjunto de irregularidades que presenta la superficie terrestre. Los relieves van cambiando, aunque estos solo se ven luego de un cierto tiempo, existen distintas formas de relieve que se muestran en la Tabla, en la que se observa el porcentaje del

territorio perteneciente a la parroquia rural de La Esperanza de acuerdo al número de hectáreas presentes, por tipo de pendiente.

Tabla 4 Tipo de relieve

RANGO DE PENDIENTES (%)	RELIEVE	ACTIVIDADES	ÁREA (Ha)	PORCENTAJE DE TERRITORIO (%)
0-5	Plano a casi plano	Cultivos en mayor cantidad	82,85	2,38
5-12	Suave ligeramente ondulado	Cultivos	490,56	14,11
12-25	Moderadamente ondulado	Cultivos en menor cantidad	638,73	18,37
25-50	Colinado	Cultivos, ganadería, pasto	1073,94	30,89
50-70	Escarpado	Bosque natural	20,87	0,60
>70	Montañoso	Bosque natural, prioridad de conservación	1169,31	33,64
TOTAL			3476,29	100,00

Fuente: IGM Mapa de pendientes. 2003.

Elaboración: Equipo consultor. 2015 PDOT Parroquia La Esperanza.

De acuerdo a las características generales de los suelos se puede determinar una clasificación de diversos tipos que se agrupan en diferentes unidades de suelo de clases agrícolas, teniendo como base fundamental, las características morfológicas, físico-químicas y topográficas que contienen; así como delimitándolos sobre un plano de clasificación definitivo, cuyas finalidades son esencialmente de carácter práctico en el buen uso y manejo de la tierra por el hombre. Se presenta en la siguiente tabla

Tabla 5 CLASIFICACIÓN DE TIERRAS POR CLASES AGRÍCOLAS

(CLASES AGROLÓGICAS)	LIMITACIONES	ACTIVIDADES	ÁREA (Ha)	PORCENTAJE (%)
I	Tierras sin limitaciones	laboreo permanente	82,85	2,4
II	Tierras con ligeras limitaciones o con moderadas prácticas de conservación	laboreo permanente	490,56	14,4
IV	Tierras con severas limitaciones, cultivables con métodos intensivos de manejo	laboreo ocasional	558,80	16,5
V	Tierras no cultivables con severas limitaciones de humedad, aptas para pastos	no laboreo	865,80	25,5
VII	Tierras no cultivables, aptas para fines forestales	no laboreo	229,01	6,7
VIII	Tierras aptas para conservación de vida silvestre	reservas de naturales	1169,31	34,4
ROCA	Presencia de rocas	ninguna	79,93	2,4
TOTAL			3476,29	100%

Fuente: MAGAP, Mapa de clases agrícolas. 2013.

Elaboración: Equipo consultor. 2015 PDOT Parroquia La Esperanza.

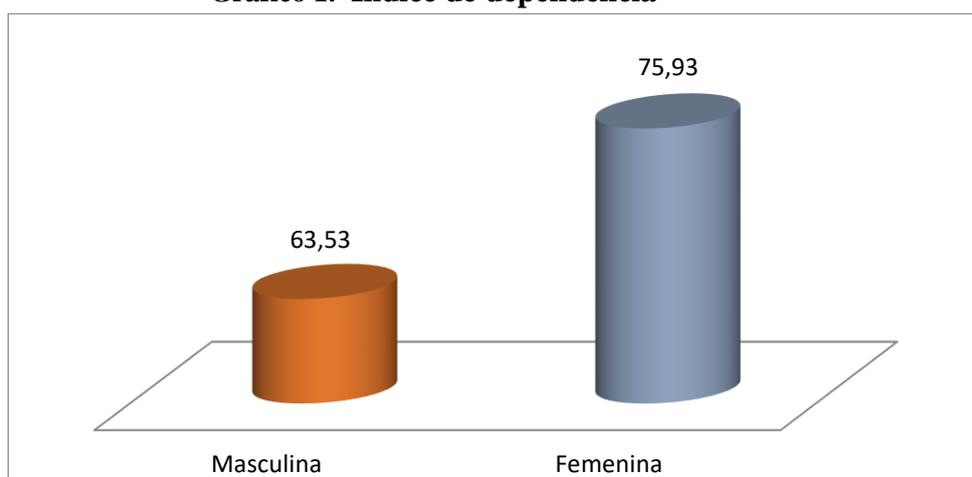
La parroquia La Esperanza se encuentra limitada por al norte y oeste con la parroquia de Caranqui, al este con la parroquia Angochagua, al sur con el cantón Otavalo.

1.8.2. Situación económica

Índice de dependencia: Este indicador está directamente relacionado con la carga económica que le corresponde afrontar al segmento productivo de una población; sin embargo, es importante recordar que aun cuando algunas personas son definidas como “inactivas”, tanto jóvenes como adultos mayores, pueden ser productivas, así como otras comprendidas dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) pueden ser económicamente dependientes. Nos indica la cantidad de personas menores de 15 años y mayores de 64 años (consideradas potencialmente inactivas) que hay por cada 100 personas que están entre las edades de 15 a 73 años.

El índice de dependencia en la parroquia corresponde al 69,50 % expresa, la relación existente entre la población dependiente y la población productiva, mientras que el índice de dependencia masculina del 63,53 % y el femenino es 75,93 %.

Gráfico 1. Índice de dependencia



Fuente: Censo de Población y vivienda 2010.

Año: 2010

La razón de dependencia de menores de 15 años es de 56,5 % y la razón de dependencia de adultos mayores a 64 años es del 13%. Estos datos significan que las personas que no son autónomas, por razones demográficas (la edad), es decir los adultos mayores y los menores de 15 años, se relacionan con las personas que supuestamente deben sostenerlas con su actividad, es decir los que van en la edad de 15 a 64 años.

La situación económica en la parroquia La Esperanza tiene varios niveles, ya que al hablar de una parroquia rural, la mayoría de sus habitantes son indígenas los mismos que se dedican a la agricultura, crianza de animales menores, artesanías como el bordado, la construcción y unos pocos se dedican al turismo, mientras que la mayoría de pobladores del casco parroquial se dedican a trabajar en instituciones públicas o privadas y muchos otros se dedican a la talabartería en cuero.

Economía

La actividad de la que vive el pueblo Karanki es la agrícola; en los cerros o lugares altos cultivan productos de acuerdo con el clima frío como el trigo, cebada, papas, ocas; en los terrenos que se encuentran en las partes más bajas cultivan maíz. La producción se la destina al autoconsumo y a la venta en los mercados.

Otra actividad importante de la comunidad de San Clemente es la producción de bordados y tejidos, que es una tradición importante de las mujeres de la comunidad ya que al ser una costumbre que se ha heredado de generación en generación siendo esta una forma de obtener unos ingresos extras para el sustento de la familia.

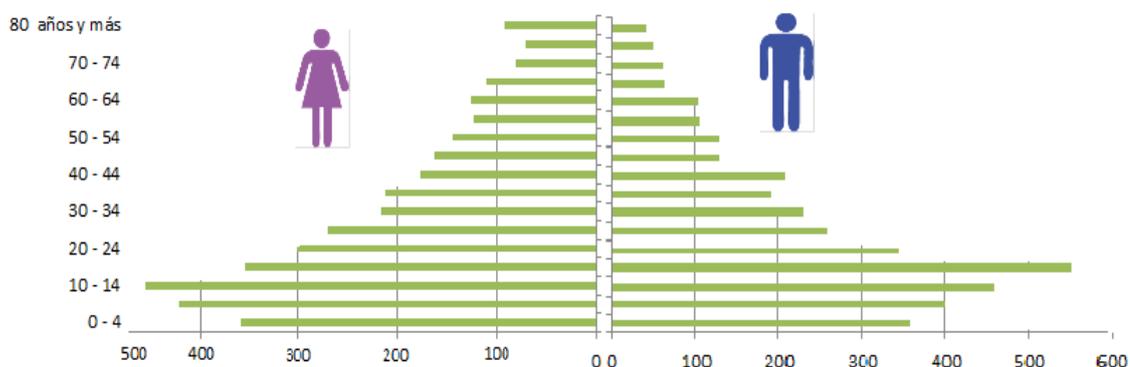
La elaboración de muebles de madera de toda clase es muy importante, ya que siete familias en la comunidad se dedican a esta actividad siendo los juegos de mesa, salas, comedores y dormitorios los principales productos que se producen en esos talleres. Las personas que tienen caballos se dedican a la prestación de los mismos para que los turistas puedan realizar actividades de cabalgata o paseos en los mismos.

La tasa de desempleo para esta parroquia rural según el último censo es de 3,28 siendo uno de los más altos que se encuentra en el cantón debido a que su ubicación y el nivel de educación que tienen sus habitantes es un factor determinante en este aspecto. La pobreza en la parroquia se encuentra en un 73,20 % de la población total.

1.8.3. Aspecto social

Tasa de crecimiento total: La tasa de crecimiento representa el aumento o disminución de la población por año en un determinado período debido al aumento natural y la migración neta expresada como porcentaje de la población del año inicial o base y en la parroquia corresponde al 1,09 %, valor que nos indica que en la parroquia La Esperanza hay crecimiento de la población.

La pirámide poblacional que se muestra en el Gráfico 1, indica que en la parroquia la población que predomina son niños/as, adolescentes y jóvenes hasta los 24 años, reduciéndose la población adultos jóvenes y adultos mayores.

Gráfico 2. Pirámide poblacional

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010,

Elaboración: Equipo consultor. PDOT Parroquia La Esperanza 2015.

Auto identificación étnica: La auto identificación étnica permite conocer que grupos étnicos están presentes y con cual se identifica la población; en la parroquia, la población es mayoritariamente mestiza el 28,02 %, el 70 % como indígena y otros grupos étnicos culturales son minoritarios. En el caso de la población la diferencia entre hombres y mujeres es de aproximadamente el 1 % siendo la población masculina mayoritaria.

En lo que se refiere a la conservación de la lengua, la Tabla 15 muestra el total de población de la Parroquia, según su auto identificación étnica.

Tabla 6 AUTODEFINICIÓN ÉTNICA SEGÚN CULTURA Y COSTUMBRES

ETNIAS	CASOS	%
Indígena	5182	70,38
Mestizo/a	2063	28,02
Blanco/a	58	0,79
Negro/a	23	0,3
Mulato/a	15	0,2
Afroecuatoriano/a	13	0,18
Montubio/a	7	0,1
Otro/a	2	0,03
Total	7,363	100.00

Fuente: Censo de Población y vivienda

Año: 2010

Índice de analfabetismo: El índice de analfabetismo a nivel parroquial es de 17,9 % (1215 casos). En lo que se refiere al analfabetismo por sexo, el porcentaje de analfabetismo es mayor en las mujeres que en los hombres. Esto puede ser explicado ya que históricamente se le atribuyó a la mujer el trabajo de casa y de la parcela, quitándole la posibilidad de acceder a la educación.

Esto provincia que los diferentes sistemas de desarrollo se vean estancados por cuanto el acceso a las diferentes maneras de superación y desarrollo se ven estancados ya que la población del sector se dedica mayoritariamente a la agricultura y al cuidado de animales menores. Es por esto que se considera al turismo comunitario como una alternativa de mostrar el potencial que se tiene dentro de la comunidad y una manera de salir adelante sin afectar a la naturaleza, las costumbres, tradiciones y la sociedad en general.

Nivel de instrucción: Dentro del sistema educativo formal, el nivel de instrucción más alto en la parroquia es 72,80 % de la población que asiste o asistió a la educación primaria, el 19,6 % que está integrado por el nivel secundario, educación básica y bachillerato; el 7 % con nivel de educación Superior.

En lo que refiere a la migración ya sea este dentro o fuera de la ciudad se encuentra en crecimiento con relación a los últimos años debido a que la situación económica obliga a los pobladores a tomar esta decisión. En relación a nivel de educación según datos tenemos que el nivel de educación en la parroquia se encuentra en un 60%. Las necesidades básicas en la parroquia no se encuentran cubiertas completamente teniendo como resultado que el 75,85% de la parroquia no cuenta con todos los servicios básicos que ayude a mejorar la calidad de vida de los pobladores esto se debe a que mayoría de hogares por encontrarse dispersos en

comunidades tienen mayores carencias, no disponen en su totalidad de servicios básicos como agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y servicios higiénicos.

La oferta de equipamiento de salud se reduce a la existencia del subcentro de salud, el cual no abastece a toda la parroquia no así en la adquisición de los medicamentos donde muchas veces se debe acudir a una farmacia y adquirirlos de manera personal los medicamentos que requiere el paciente; existe déficit de cobertura de salud en las comunidades periféricas al área de transición como son: San Clemente, Chirihuasi y la Florida, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7 DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE SALUD

TERRITORIO	PRINCIPALES CAUSAS DE MUERTE	DESNUTRICIÓN	COBERTURA DE SALUD	DISTRIBUCIÓN DE INFRAESTRUCTURA DE SALUD	ENTIDAD RESPONSABLE DE LA GESTIÓN
La Esperanza	Enfermedades isquémicas del corazón			1 Odontólogo	
	Enfermedades cerebro vasculares	41 %	en Subcentro de Salud Rural	3 Médicos	
	Eventos de intención no determinada	de población infantil		5 Enfermeras	Ministerio de Salud Pública
	Neoplasia maligna del hígado y las vías biliares			3 Auxiliares	
	Enfermedades hipertensivas				

Fuente: Censo de Población y vivienda 2010.

Elaboración: Equipo consultor. 2015.

1.8.4. Legislación

Los posibilidades de mejorar la forma de administrar todos y cada uno de los recursos que están disponibles en la naturaleza permite tener un conocimiento claro de las posibles inversiones que se pueden realizar en nuestro país. Teniendo en cuenta los aspectos mencionados podemos apostar a un apoyo tanto de instituciones públicas y privadas para el desarrollo del presente proyecto.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Que el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos. Pág. 1.

El turismo comunitario en la comunidad San Clemente se ha venido fomentando desde el año 2002, la misma que nace como una idea de obtener nuevos recursos mediante el uso adecuado de los recursos que se disponen en la naturaleza y la ideología de mostrar al mundo formas de vida ancestrales.

Las personas que pueden formar parte de un centro de turismo comunitario son aquellas que pertenecen a los pueblos o nacionalidades del Ecuador, siendo estas los indígenas, afroecuatorianos, montubios, o comentarios queden formar parte de los centros.

1.8.5. Situación política

Los decretos y planes que se encuentran vigentes a nivel nacional, regional y local son prometedoras en cuanto se refiere al cambio de la Matriz Productiva impulsada por el gobierno de turno y los mismos que fortalecen a las pequeñas organizaciones y permite el dinamismo de las actividades que se pueden realizar en el país, logrando que la calidad de vida de todos los ecuatorianos tenga un rumbo diferente y de esta manera poder aprovechar al máximo todos los recursos disponibles.

1.8.6. Tecnología

Los medios de comunicación, las redes sociales y los blogs en la actualidad son de fácil acceso a estos, por tal motivo considerando el nivel de educación que tienen los habitantes de la parroquia podemos decir que todos tienen la posibilidad de comunicarse por medio de cualquier forma de comunicación.

1.8.7. Infraestructura

La principal ventaja se puede mencionar el adoquinado que se realizó en el casco parroquial en el año 2014, otra de las principales inversiones es el asfaltado La Esperanza-Zuleta que conectará directamente a las provincias de Imbabura y Quito permitiendo la dinamización y un mejor traslado a diferentes sitios de ambas provincias y permite que el turismo, agricultura y demás actividades que se realizan en los sectores involucrados sean mejores y con calidad.

1.9. Análisis e interpretación FODA

1.9.1. Fortalezas

Se considera como fortalezas a los comuneros de Sn Clemente que tienen la ideología de salir o buscar una nueva forma de obtener los recursos económicos, GAD parroquial La Esperanza que tiene entre sus propuestas de plan de gobierno actualización de datos con respecto al turismo comunitario que se desarrolla en las comunidades y barrios. Variedad de platos típicos de la zona. También son fortalezas los grupos de danza como son Amauta y Mushuk Yuyay; los grupos de música Amaru, Kailly Wambrakuna, Mushuk Taki. Y el centro Sarumaky por la capacitación constante que realiza a las bordadoras de toda la parroquia y grupo de bordadoras de artesanías que existen en el sector por último al los convenios que se pueden realizar con entidades públicas que fomentan el turismo.

1.9.2. Debilidades

Las principales debilidades que tiene el centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente” es la mala distribución de turistas que visitan el sector ya que siempre son los mismos y no dan oportunidad de que otras familias puedan involucrarse en esta actividad, la otra debilidad es la falta de señaléticas en toda la comunidad, y la mejora de los basureros existentes en San Clemente.

1.9.3. Oportunidades

El Plan Nacional del Buen Vivir y los demás proyectos que existen en el país y en los diferentes planes de ordenamiento territorial tanto de los cantones como de las parroquias son consideradas como oportunidades para que el presente proyecto se desarrolle con la mayor posibilidad de establecerse como viable en la actualidad debido a que existe un potencial crecimiento de desempleo y las organizaciones públicas y privadas le apuestan al turismo como una manera de salir de la crisis que afecta al país y la región.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Que es urgente apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza;

1.9.4. Amenazas

Las amenazas que puede tener el proyecto es que las instituciones financieras entren el estado de crisis y no emitan préstamos a los clientes, o de la misma forma que las condiciones cambiantes de la naturaleza no permitan el buen desarrollo de las actividades previstas en el turismo, aparición de nuevos competidores que brinden diferentes o similares servicios tipo tour.

1.10. Matriz FODA

Tabla 8 Matriz de Relación FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comuneros de San Clemente ✓ GAD. Parroquial La Esperanza ✓ Variedad de gastronomía típica de la zona ✓ Asociaciones de bordadoras de la parroquia La Esperanza ✓ Capacitación constante por parte del Complejo Sarumaky ✓ Convenios con instituciones como Ferrocarriles del Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La mala distribución de los turistas que visitan la comunidad ✓ Falta de señalética en toda la comunidad para que los turistas se orienten fácilmente sobre los lugares a visitar ✓ Basureros existentes en la comunidad se encuentran en mal estado.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Financiamiento CFN ✓ Fomento del estado para el sector turístico comunitario, siendo los indígenas, campesinos, afroecuatorianos y montubios los beneficiarios directos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crisis económica ✓ Aparición de nuevos competidores con diferentes o similares servicios tipo tour ✓ Disminución del presupuesto para los GAD, como consecuencia se puede disminuir el rubro para el turismo.

Fuente: investigación directa 2016

Elaborado por: el autor

1.11. Identificación de oportunidad de inversión

Concluida la exploración de campo realizada en los diferentes lugares de la parroquia y la comunidad involucrada, utilizando las respectivas técnicas de investigación se determina que la población, está dispuesta a brindar este tipo de servicios para conocer más a fondo lo que se realiza en el diario vivir de los habitantes del sector y la mejor manera de hacerlo es con el fortalecimiento del centro de turismo comunitario.

Luego de realizar el análisis todo los aspectos mencionados anteriormente en el desarrollo del capítulo y después de haber realizado el diagnóstico situacional interno y externo, se concluye que existen las condiciones suficientes para fomentar el CTC de manera sostenida y sustentable, cumpliendo con los requerimientos de la ley y reglamento vigentes en nuestro país para que el servicios de turismo comunitario en la Comunidad de San Clemente, ubicada en la parroquia La Esperanza perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura beneficie a toda la comunidad.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Información General

A través del presente estudio de factibilidad para el fortalecimiento de un centro de Turismo Comunitario en la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza se propone fomentar la inclusión productiva, ambiental, cultural y un enlace social entre los pobladores de la parroquia. Dentro de un enfoque de diversificación económica la apuesta por el turismo que propone esta empresa se basa en que el Ecuador es un país rico en recursos naturales, que no han sido explotados; en la actualidad el turismo constituye la tercera actividad económica que genera ingresos para los ecuatorianos, aunque aún tiene mucho por explorar y explotar para de esta manera alcanzar una mejor calidad de vida logrando el Sumak Kausay.

2.2. Estudio de Mercado

2.2.1. La empresa

(BRAVO, 2013) Manifiesta: *“Empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”*. Pág. 3

La empresa es una unificación de capital de trabajo, infraestructura e inversiones que al enfocarse en cubrir una necesidad en especial se deben realizar actividades para de esta manera brindar bienes o servicios a la comunidad en general.

2.2.2. Empresa turística

(RAMÍREZ, 2009), la empresa turística es: *“Toda organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos y humanos cuya finalidad es ofertar y proveer de los servicios de ocio, a la sociedad o parte de ella, a cambio del pago de los mismos”* (Pág. 70)

Se conoce como empresa turística a la organización que al estar legalmente constituida como tal utiliza los recursos de la naturaleza para que las personas que requieren de estos servicios logren satisfacer sus necesidades de turismo.

2.2.3. Clasificación de las empresas

(BRAVO, 2013) Se clasifican en: *“Por su naturaleza, por el sector al que pertenece y por la integración de capital.”* (Pág. 3)

Las empresas para su identificación se las puede clasificar según su naturaleza, también según el sector primario, secundario o terciario al cual están enfocados, y por último según la integración del capital si son compañías o sociedades.

2.2.4. Segmentación de mercados turísticos

(CABARCOS, 2008) *Los mercados turísticos suelen estar formados por individuos o grupos heterogéneos. Los consumidores tienen características o atributos diversos, muchos tipos de necesidades diferentes o cuando compran un producto o servicio turístico no buscan siempre los mismos beneficios y prestaciones. La segmentación pone de manifiesto precisamente estas diferencias en las características y necesidades de los consumidores turísticos y permite detectar cuáles de ellas son relevantes. La segmentación de los mercados turísticos es un proceso de división en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada, oferta de productos y servicios turísticos adecuados para cada uno de ellos, que permite satisfacer de forma efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Pág. 40.*

Los mercados turísticos son aquellos que se dedican a brindar servicios referentes a satisfacer necesidades de ocio o distracción, los consumidores de estos servicios

2.2.5. Características de la empresa turística

(RAMÍREZ, PERFIL DEL RECURSO HUMANO, 2009) *La característica de cada empresa obedecen en general a su propia estructura, en función de los servicios y actividades que desarrollan, de sus relaciones con el entorno y mercado al que sirven, y de acuerdo a estas actividades se puede mencionar dos tipos de características las generales, comunes a toda empresa turística y las específicas relativas en particular a la actividad que realiza la empresa. Pág. 88*

Una empresa se puede diferenciarse de las demás si se conoce el tipo de servicios o productos que ofrece a la sociedad, así como también se pueden conocer las características del tipo de actividades que realizan se pueden identificar qué tipo de empresa es.

2.2.6. El producto turístico

(IGLESIAS, 2007) El producto turístico es definido como: *“El conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tienen un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades”* (Pág. 149)

Un producto turístico es aquel atributo visible o imperceptible que los consumidores reciben a cambio de pagar una determinada de dinero por el servicio que está recibiendo el mismo que satisface sus necesidades.

2.2.7. Servicio

(ESCUADERO, 2011) *El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico. El servicio es algo más que la amabilidad y la gentileza. El servicio es un valor agregado para el cliente y en ese campo el cliente es más exigente.* Pág. 215.

Se le denomina servicio a la prestación de un bien o producto que el cliente requiere en un determinado tiempo, es mismo que debe ser prestado con amabilidad, cortesía y rapidez, ya que significa un agregado muy importante para la empresa.

2.2.8. Turismo

(ALVEAR, 2008), el turismo es definido como *“La actividad productiva que se ocupa de las tareas relativas al estudio, planificación, capacitación, implementación, supervisión, promoción, comercialización y prestación de los servicios destinados al turista”*. (pág. 29)

Se le puede denominar turismo al conjunto de actividades que se le brinda a una persona la misma que se denomina turista, este requiere de una previa planificación para que lo que se desee brindar sea del agrado de los visitantes.

2.2.9. Turismo comunitario

(RUÍZ, 2007), *El turismo comunitario se ha convertido en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural que parece encarar varias de las más crecientes expectativas del mundo actual. Por un lado es una alternativa a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro lado cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental, y aun supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural.* Pág.

13

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Art. 3, numeral e) la Ley de Turismo define *entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamento.* Pág. 1

Turismo comunitarios es aquel medio en el cual se ven involucrados la sociedad de un determinado sector, así como también todo lo que se realiza en el medio sean estas actividades culturales, deportivos u otros ámbitos en los cuales los turistas se pueden involucrar directa o indirectamente en ellas.

2.2.10. Oferta

(REY, 2005), *“El número total de empresa, instituciones privada o públicas, que se dedican a la detección, incitación o satisfacción directa de una necesidad, o de un conjunto determinado de necesidades de ocio, mediante un viaje”* (Pág. 74)

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Oferta Turística.- *“Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.”* Pág. 4

Es el número total de empresas que se dedican a presar el mismo servicio que un determinado grupo de compañías los mismos que están enfocados en satisfacer directamente las necesidades de la sociedad.

2.2.11. Demanda

(REY, 2005), *“El volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing”* (Pág. 78)

Se considera demanda al volumen de compras que realizan un determinado grupo de personas estas pueden denominarse clientes o consumidores, los mismos que se encuentran en un determinado sitio o área geográfica.

2.2.12. Mercado

(KOTLER, 2012), *“Es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto o servicio, es donde convergen compradores actuales y los compradores que podrán ser de un producto o servicio.”* Pág. 9

El mercado se considera al grupo de compradores los ismos que pueden ser actuales o potenciales de nuestro producto o servicio que se esta ofreciendo en el mercado.

2.2.13. Producto

(ROJAS, 2013), *“Es un objeto que se ofrece al mercado en calidad de compra para satisfacer una necesidad de consumo”.* Pág. 150.

El producto es un objeto que está sometido a ser comercializado en el mercado, resaltando las características que tiene el mismo y según beneficio que reciben por el mismo los adquirientes están obligados a pagar una determinada cantidad de dinero, producto u otro servicio.

2.2.14. Precio

(PRIETO, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, 2013) *“Es la expresión monetaria del valor del mismo y tiene la función de estimular la demanda y dar rentabilidad a la empresa a largo plazo”.* Pág. 85.

Es el valor monetario que debe cancelar un cliente o consumidor a cambio de recibir un bien o un servicio el mismo que satisface una determinada necesidad. Para el presente estudio se entiende como precio al valor que el turista paga por un servicio recibido por parte de los que conforman el CTC.

2.3. Estudio Técnico

2.3.1. Estudio técnico

(PRIETO, GESTIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL, 2013), *“Permite verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos, las instalaciones y la organización necesaria para su ejecución”*. Pág. 100.

Es aquel que permite constatar y verificar la posibilidad de crear, modificar o insertar un producto o servicio, el mismo que fue analizado anteriormente y se comprobó su viabilidad.

2.3.2. Tamaño del proyecto

(BACA, 2013), *Tamaño del proyecto es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. Es decir el tamaño del proyecto es la capacidad de producción en un tiempo determinado*. Pág. 75.

El tamaño del proyecto se considera a la verdadera capacidad instalada en la empresa, el mismo que está representado por las unidades producidas, ya sean estos semanal, mensual, trimestral, semestral o anual, para luego conocer la rentabilidad que se da en el estado de resultados.

2.3.3. Localización del proyecto

(BACA, 2013) *“La localización del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*. Pág. 86.

Es aquel que determina el lugar donde es más factible ubicar la empresa, también se consideran los más importantes sitios disponibles para lograr una mayor utilidad considerando todos los aspectos necesarios en los cuales se tenga un fácil acceso a todos los factores de la producción.

2.3.4. Macro localización

(CÓRDOVA, 2007), *Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser todo una zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor respuesta a esta necesidad*. Pág. 226

Se trata de comparar las diversas alternativas con las que se tiene para conocer las regiones más adecuadas para la localización del proyecto, este puede ser todo un territorio el mismo que cumpla con las exigencias requeridas por el trabajo a realizarse.

2.3.5. Micro localización

(CÓRDOVA, 2007), Si bien es cierto que la micro localización no supera los problemas generados por la macro localización, es mediante ella como se elabora los datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el microanálisis. Se deben considerar los siguientes aspectos: Cuenta de fletes: costos de transporte y seguros, costo de mano de obra, costo de servicios, costo de los terrenos, subsidios e impuestos. Pág. 226

Se conoce como micro-localización al lugar correcto donde se va ubicar el proyecto ya que se determina de manera técnica la selección según un análisis profundo del mismo, también se logra considerar los posibles costos que pueden presentar en el desarrollo del trabajo.

2.3.6. Ingeniería del proyecto

(BACA, 2013), La ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. Pág. 89.

Se encarga de resolver todo lo referente a la instalación y funcionamiento del proyecto, en este aspecto se analizan y determinan los procesos, maquinaria y equipo, que ayuden al mejor funcionamiento de la empresa.

2.4. Estudio Financiero

2.4.1. Concepto Estudio Financiero

(BACA, 2013), “*El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas).*” Pág. 139.

En este aspecto se determinan cuáles serán los recursos económicos necesarios para utilizar en el desarrollo del proyecto, y también se determina los costos que tendrán cada uno de ellos, de la misma manera se conoce los gastos en los cuales se van a incurrir en las operaciones normales del proyecto.

2.4.2. Capital de trabajo

(ZAPATA, 2011), “*Capital de trabajo es: el valor de las aportaciones ya sean en efectivo o en bienes, hechas por el propietario o los socios de la empresa para su normal funcionamiento*”. Pág. 480.

Es el valor que se da a las aportaciones que han realizado los socios o dueños de la empresa, los mismos que pueden ser recompensados en un determinado período de tiempo.

2.4.3. Ingresos

(ZAPATA, 2011), *Son los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decremento de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio.* Pág. 484.

Se considera a los ingresos a aquellas unidades monetarias que son beneficios económicos que se recibe luego de brindar a un cliente o consumidor un bien o un servicio, el mismo que ayuda a satisfacer la necesidad del mismo.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) SEGÚN el Reglamento de Turismo Comunitario: “*Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística*”. Pág. 1

2.4.4. Egresos

(ZAPATA, 2011), *Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.* Pág. 484.

Los egresos o salidas de dinero que sale de la ejecución de una actividad el mismo que requiere un pago, esto significa que existirá una reducción de la rentabilidad obtenida durante un determinado período contable. Para los centros turísticos comunitarios se entienden como

egresos a todos los gastos que se realiza en las obras o proyectos que se impulsan en la comunidad, el mismo que beneficia a toda la población.

2.4.5. Costos

(BACA, 2013), *“Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual”*. Pág. 139

Los costos son aquellos valores monetarios en los cuales se van a incurrir en el normal desarrollo de un producto o un servicio para al final ser recuperado mediante la venta del bien o prestación del mismo. Los costos para los centros de turismo comunitario

2.4.6. Costo de ventas

(NEGOCIOS, CRECE NEGOCIOS, 2014) Dice: *“El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.”*

El costo de ventas representa el costo que se incurre para poder brindar un producto o servicio a un cliente o consumidor que requiere de lo que se ofrece dentro de las actividades normales de la institución.

2.4.7. Mano de obra

(C RINCÓN, 2010), *“Esfuerzo del trabajo humano que se aplica a la elaboración del producto: se divide en mano de obra directa y mano de obra indirecta”*. Pág. 146

La mano de obra es considerada a cualquier tipo de esfuerzo que se realiza en la elaboración de un bien o un servicio, los mismos que pueden verse reflejados directa o indirectamente en el producto final.

2.4.8. Estados financieros

(ZAPATA, 2011), *“Son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”*. Pág. 60.

Los estados financieros son informes que se realizan al terminar un período contable, el mismo que tiene como objetivo principal brindar la información necesaria sobre el funcionamiento de la organización y la situación financiera en la que se encuentra, para de esta manera analizar los mismos y tomar decisiones en beneficio de todos quienes conforman la empresa.

2.4.9. Flujo de caja

(MUNDO.COM, 2016) Según elmundo.com: *“El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Facilitar la determinación de las necesidades de financiamiento Identificar aquellas partidas que explican la diferencia entre el resultado neto contable y el flujo de efectivo relacionado con actividades operacionales”*

El flujo de caja es una recolección de los activos netos que se han venido presentando en un período determinado, el mismo que constituye una referencia muy importante para conocer sobre la liquidez de la organización. Esto permite tener identificado aspectos

necesarios como la necesidad de financiamiento que la empresa puede tener para continuar con el normal desarrollo de las actividades.

2.4.10. Valor actual neto (VAN)

(NEGOCIOS, CRECE NEGOCIOS, 2014) Dice: *“El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.”*

El valor actual neto muestra el valor futuro que generará el proyecto e mismo que se trae a valor presente para determinar qué valor es el que realmente se tiene al inicio del desarrollo del proyecto.

2.4.11. Tasa interna de retorno (TIR)

(NUNEZ, 2009) Dice: *“La tasa interna de retorno (TIR) representa el retorno generado por determinada inversión (muy utilizada como uno de los indicadores clave en estudios de análisis de viabilidad), o sea, representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. Por otras palabras, representa una tasa que, cuando se le utiliza como tasa de descuento, hace el VAL igual a cero. A partir del momento en que la rentabilidad de los proyectos de inversión sea conocida, el criterio de decisión sobre la inversión consiste, simplemente, en aceptar los que presentan una TIR superior al coste de financiamiento, añadida de determinada tasa de riesgo asociada.”*

La tasa interna de retorno representa el porcentaje que el proyecto va a generar en el transcurso de un período determinado. Razón por la cual esta tasa debe ser positiva ya que de lo contrario si el resultado es negativo muestra que el estudio que se está realizando no generará rentabilidad.

2.4.12. Punto de equilibrio

(NEGOCIOS, CRECE NEGOCIOS.COM, 2016) DICE: *“El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.”*

El punto de equilibrio es aquel que en términos monetarios o de cantidad la empresa , en este caso el centro de turismo comunitario en un volumen de ventas no pierde ni obtiene utilidades, ya que en el punto establecido los costos incurridos en brindar el servicio son iguales a los ingresos que se obtienen por los mismos.

2.5. Estructura Organizacional

2.5.1. Misión

(D'ALESSIO, 2008), *Es el impulsor de la organización hacia la situación futura deseada es el catalizador que permite que esta trayectoria de cambio sea alcanzada por la organización. La misión responde a la interrogante ¿Cuál es nuestro negocio? Y es lo que debe hacer bien la organización para tener éxito. Pág. 62.*

Se considera misión institucional a lo que se dedica la organización en el mismo se ve reflejado la razón por la cual fue creado y cuáles son los objetivos que persigue en el libre desarrollo de sus actividades, considerando como vital importancia nuestros clientes.

2.5.2. Visión

(D'ALESSIO, 2008), *Es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser? Implica un enfoque de largo plazo basado en una precisa evaluación de la situación actual y futura de la industria, así como del estado actual y futuro de la organización bajo análisis.* Pág. 61.

La visión se enfoca principalmente en que es lo que deseo ser en un futuro, conociendo las metas y objetivos que debo cumplir para alcanzar las propuestas planificadas, considerando los cambios que se pueden presentar para lograr dichos objetivos.

2.5.3. Objetivos de la empresa

(JR THOMSON, 2008), *“Metas de desempeño de una organización, es decir son los resultados y productos que la administración desea lograr.”* Pág. 29

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) *Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística.* Pág. 1

Los objetivos organizacionales son aquellos que se van a alcanzar mediante la realización de actividades y procesos, el mismo que requiere de un trabajo en equipo para que al final se obtenga los resultados deseados.

2.5.4. Políticas institucionales

(D'ALESSIO, 2008), *Son los límites o fronteras impuestos por la alta dirección como medio para ayudar a alcanzar los objetivos de corto plazo, y bajo los cuales se deben desarrollar e implementar las estrategias. Deben estar alineadas con los valores de la organización. Se caracterizan por servir como guía en la toma de decisiones, y permite coherencia y coordinación entre las áreas funcionales o procesos. Son establecidas a niveles de la corporación, la división, la función y el proceso.*

Pág. 5.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) *Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.* Pág. 4

Las políticas institucionales son las limitaciones que se establecen por parte de todos los miembros que conforman parte del centro de turismo comunitario como un mecanismo para lograr los objetivos planteados en el menor tiempo posible, estas políticas ayudan a desarrollar las estrategias necesarias para alinear los valores organizacionales y enfocarse en una toma de decisiones acertada con coherencia y coordinación con todas las unidades que conforman la empresa.

2.5.5. Estructura organizacional

(FINANCIERA, 2015) *“La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común”*.

La estructura organizacional es la gráfica en la cual se ve reflejada la jerarquía que tienen todas las unidades de la organización, dentro de los cuales se establece la subordinación y el nivel jerárquico en las que se encuentran todos los departamentos.

2.5.6. Estructura funcional

(R DAFT, 2010) es el: *“Agrupamiento de posiciones en departamentos con base en la similitud de habilidades, experticia, actividades laborales y uso de recursos. Una estructura funcional se puede pensar como una departamentalización de recursos organizacionales debido a que cada tipo de actividad (contabilidad, recursos humanos) representa recursos específicos para el desempeño de las tareas de la organización”*. Pág. 285.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Art. 2.- *Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:*

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.

- *Congresos.*

- *Convenciones.*

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades. Pág. 1

La estructura funcional es aquella en la cual se refleja las responsabilidades y funciones que deben realizar todos y cada uno de los miembros de la comunidad, de igual forma se establecen las actividades que deben realizarse mediante el uso adecuado y eficiente de los recursos disponibles, los mismos que deben ser de manera sostenible y sustentable en busca de una armonía y conservación del medio ambiente y buscando mejorar la calidad de vida de los habitantes.

CAPÍTULO III

Estudio De Mercado

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

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, etc. en referencia a las actividades de turismo comunitario dentro del Cantón Ibarra y la parroquia La Esperanza.

El Cantón Ibarra es muy conocido en el norte del Ecuador gracias a su maravilloso paraje turístico, satisfaciendo a propios y extraños, lo que le ha permitido posesionarse en el mercado como una opción para los turistas de vivir nuevas experiencias el mismo que sirve como un aporte a los servicios turísticos que ofrece el cantón y la provincia.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente, con una ideología de satisfacción a las preferencias del cliente, con espacios de recreación que sirvan de esparcimiento para las personas que visitan el lugar. Sin olvidar el cuidado del medio ambiente tratando de ser un proyecto sostenible y sustentable.

3.1. Objetivos del estudio de mercado

3.1.1. Objetivo general

Analizar el mercado para determinar la demanda, la oferta, los precios y la comercialización del servicio de turismo comunitario a implementarse en la comunidad San Clemente, Parroquia de La Esperanza.

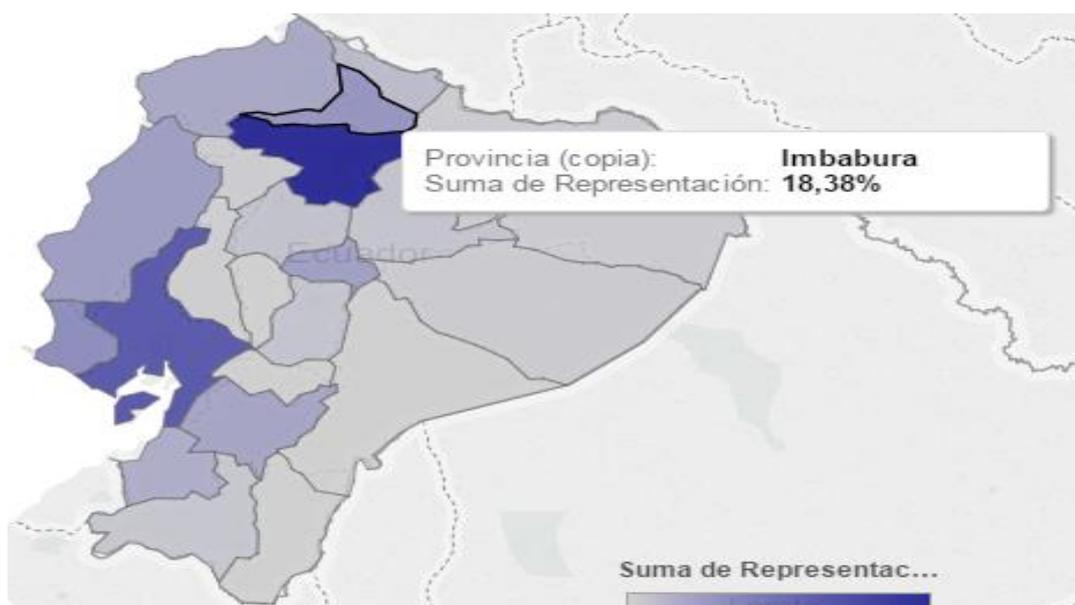
3.1.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar la oferta y la demanda del servicio en el mercado de turismo comunitario.
- ✓ Conocer la demanda potencial insatisfecha a fin de determinar la capacidad que tendría el turismo comunitario para operar en el sector.
- ✓ Establecer y segmentar el mercado objetivo.
- ✓ Formular estrategias de comercialización y competencia que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la microempresa a turistas internos y externos.

3.2. Segmentación del mercado

En lo referente a la provincia de Imbabura según datos del Ministerio de Turismo para el 2014 se establece un porcentaje correspondiente al 18,38% de turistas que visitaron la provincia de los lagos.

Ilustración 1 Porcentaje de Visitas de Turistas Extranjeros a la Provincia de Imbabura



Fuente: Ministerio de Turismo
Año: 2016

Tabla 10 Turistas en la Provincia de Imbabura

Turistas en la provincia de Imbabura			
Año	Total Nacional	%	Total Imbabura
2015	1560429	18,38%	286807

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: el autor, 2016

3.2.1. Mercado meta

Para analizar la población a donde se va a enfocar el presente proyecto se utilizó la información proporcionada por el centro turístico comunitario denominado Tradiciones San Clemente se tiene los siguientes datos que se presentan en el siguiente cuadro el mismo que corresponde a los turistas que han visitado este lugar durante los último cinco años:

Tabla 11 Procedencia de Turistas al CTC San Clemente año 2015

PAIS	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGLATERRA	38	45	54	65	78	94
ESTADOS UNIDOS	19	23	27	33	39	47
CANADA	13	15	18	22	26	31
FRANCIA	31	38	45	54	65	78
ALEMANIA	25	30	36	43	52	63
MÉXICO	12	15	18	21	25	30
BRASIL	7	8	10	12	14	17
ECUADOR	3	4	5	6	7	8
TOTAL	148	178	213	256	307	368

Fuente: Centro de Turismo Comunitario San Clemente 2016

Elaborado por: el autor

Se observó que en los últimos cinco años el número de turistas que visitan el CTC San Clemente se ha incrementado en un 20% cada año tomando como año base el 2010, de igual manera los turistas procedentes del extranjero superan a los nacionales.

También los turistas procedentes de Europa superan a los que corresponde a América, en un porcentaje considerable. Teniendo como mayor visita de turistas procedentes de Inglaterra con un 25.5%, seguido de Francia con 21,2% de turistas procedentes de este país y en tercer lugar tenemos a Alemania con un porcentaje de turistas que representa el 17,1% del total de turistas que visitan el sector.

Una vez identificada el mercado meta al cual se va a dedicar el presente proyecto se procede a determinar los aspectos relevantes que permiten conocer especificar las principales características que ayudarán a segmentar de mejor manera a los potenciales consumidores o clientes del servicio a brindarse.

3.2.2. Mercado potencial

Para determinar el mercado potencial el cual va a abarcar el centro de turismo comunitario se tomara en cuenta los niveles de crecimiento que se han presentado en los últimos años los mismos que según datos históricos ha tenido in crecimiento del 20%.

Para el presente estudio se tomó en consideración todos los aspectos presentes en la economía actual y las dificultades que existen en el país. Es por esto que la promoción de nuevas maneras hacer turismo se ven como una alternativa para continuar fomentando el turismo en el Ecuador.

Tabla 12 Visitas de turistas Extranjeros en Años Anteriores

PAIS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
INGLATERRA	94	113	135	162	195	234
ESTADOS UNIDOS	47	56	68	81	97	117
CANADA	31	38	45	54	65	78
FRANCIA	78	94	113	135	162	195
ALEMANIA	63	75	90	108	130	156
MÉXICO	30	36	44	53	63	76
BRASIL	17	20	24	29	34	41
ECUADOR	8	10	12	14	17	21
TOTAL	368	442	530	636	764	916

Fuente: Ministerio del Interior 2016

Elaborado por: el autor

3.3. Variables e indicadores

3.3.1. Variable de la oferta

En el centro de Turismo Comunitario San Clemente cuenta con varias casas que pueden acoger a los turistas que visitan este sector. En la actualidad se cuenta con 18 familias que brindan el servicio de alojamiento a los visitantes tanto extranjeros como nacionales, y según el número de turistas se distribuyen a las diferentes casas de acogida. En el siguiente cuadro detallamos los nombres de los comuneros que brindan el servicio en estudio:

Tabla 13 Visitas de turistas Extranjeros en Años Anteriores

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	CAPACIDAD PARA ALOJAR TURISTAS
1	HUMBERTO CARLOSAMA	10
2	MANUEL GUATEMAL	5
3	JUAN GUATEMAL	4
4	ALFONSO PUPIALES	4
5	ALBERTO PUPIALES	4
6	WILMAN PUPIALES	4
7	RAUL GUATEMAL	4
8	MATIAS SANDOVAL	3
9	RAMIRO TÚQUERREZ	3
10	ENRIQUE PUPIALES	3
11	OSWALDO GUATEMAL	2
12	EDWIN GUATEMAL	2
13	JUAN CARLOSAMA	3
14	MAURO PUPIALES	3
15	RUBEN CARLOSAMA	2
16	GALO PUPIALES	2
17	SUSANA PUPIALES	2
18	RAFAEL PUPIALES	2
	TOTAL	62

Fuente: Centro de Turismo Comunitario San Clemente, 2016

Elaborado por: el autor

3.3.2. Variable de la demanda

En el análisis de ingreso de turistas al centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente” se puede evidenciar que en los últimos años hasta el 2015 fue de 368 turistas que realizaron actividades relacionadas al turismo comunitario, por tanto el turismo en el Ecuador ha tenido un crecimiento considerable ya que se cumplieron con las expectativas del número de turistas que visitaron el sector, la promoción y difusión de las diferentes formas de realizar turismo dentro de nuestro país ha tenido un efecto positivo lo cual permitió dinamizar el comercio en cuanto a este servicio.

A pesar de los datos obtenidos se observó que el Centro de Turismo Comunitario no ha sufrido disminución importante en cuanto a la dinámica turística, cabe recalcar que el porcentaje de incremento de turistas que han visitado el sector es de 20% de incremento anual durante los 5 años anteriores, manteniéndose como una fuente de ingresos importantes en la economía de la comunidad.

3.3.3. Variable de precio

Los precios referenciales para el turismo comunitario se encuentran establecidas según las características del turismo que se desea realizar. En la parroquia La Esperanza los precios oscilan entre los 20 y 40 dólares por día dependiendo de todas las actividades que el demandante desee realizar pueden ser cabalgatas, Trekking, camping, escalada y visitas a varios lugares.

3.3.4. Variable de comercialización

Las formas de realizar la comercialización de nuestro servicio comprende varias formas de transportarse como por ejemplo mediante transporte público, caballos o a pie, ya que el turismo comunitario comprende la realización de actividades inherentes a las costumbres y tradiciones del sector al cual van a visitar. En la comunidad San Clemente se puede realizar actividades tales como el trabajo de la minga, la convivencia con los comuneros, participar de las diferentes fiestas que se realizan durante todo el año y realizar ayuda comunitaria.

3.3.5. Variable de publicidad.

Para realizar la publicidad de nuestra microempresa se realizará mediante la creación de una página web la cual estará disponible para todas las personas que deseen visitar la misma, esta se actualizará periódicamente para permitir la dinamización del mismo. También se implantará un blog de interacción directa con todos los que deseen consultar sobre el servicio.

3.4. Indicadores de las variables

✓ Oferta

Catastro turístico en Imbabura

Hosterías y hospedajes en La Esperanza

✓ Demanda

Datos históricos de turistas nacionales

Datos históricos de turistas extranjeros

- ✓ **Precio**
 - Valor de mercado
- ✓ **Comercialización**
 - Transporte
 - Vías de acceso
- ✓ **Publicidad**
 - Medios de comunicación
 - Redes sociales
 - Páginas web
 - Blogs

3.4.1. Indicación de la población y cálculo de la muestra

En el primer semestre del año 2015 han ingresado al país un total de 1'544.463 turistas extranjeros, de estos el 65% es decir 1'003.901 turistas han ingresado mediante vía aérea, mientras que vía terrestre han ingresado 471.061 turistas es decir el 30,5%, y por último 69.501 turistas han ingresado mediante vía marítima con un porcentaje representativo del 4,5%.

A la provincia de Imbabura han visitado el 18,38% del total de los turistas extranjeros a nivel nacional siendo la tercera provincia más visitada en el año 2015 con un total de 278.003 turistas extranjeros que han llegado a nuestra hermosa provincia de Imbabura.

Para el presente trabajo se toma en cuenta toda la población de turistas extranjeros que visitaron el centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente” como universo el

mismo que es 368 turistas al 2015, de estos según los datos obtenidos del centro de turístico 8 turistas fueron nacionales y el restante es decir 360 fueron turistas extranjeros que visitaron el sector.

Tabla 14 DATOS PARA CALCULAR LA MUESTRA

Descripción	Nro. Turistas
Turistas nacionales en el centro de turismo comunitario Tradiciones San Clemente	8
Total turistas extranjeros en el centro de turismo comunitario Tradiciones San Clemente	360
Total	368

Fuente: investigación directa 2016

Elaborado por: el autor

Especificación de las variables a utilizar		
n	Muestra	
N	Universo	360
σ	Varianza	0,5
z	Nivel de confianza	1,96
e	Error permitido	0,05

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

$$n = \frac{360(0,5^2)(1,96^2)}{(360 - 1)0,05^2 + (0,5^2)(1,96^2)}$$

$$n = 186$$

3.4.2. Herramientas de recopilación de información

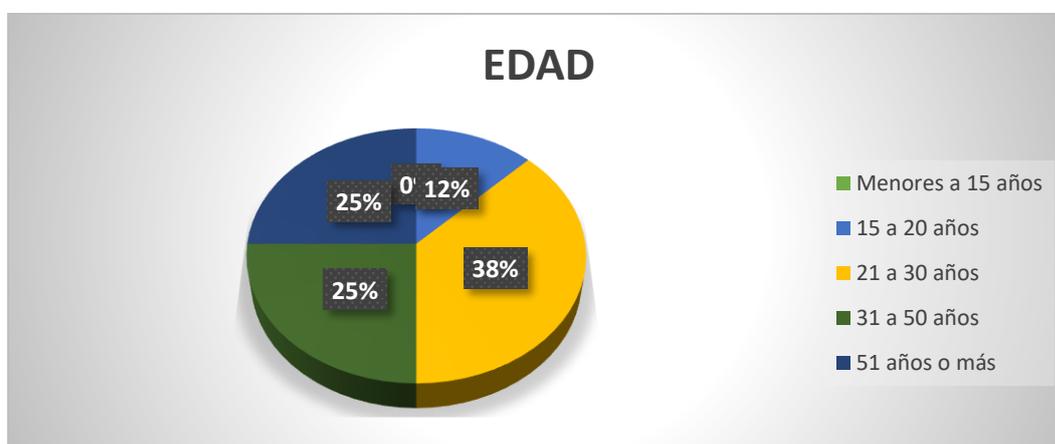
Encuesta dirigida a turistas nacionales:

1. ¿Cuántos años tiene?

Tabla 15 Tabulación Pregunta 1

Menores a 15 años	0	0%
15 a 20 años	1	12%
21 a 30 años	3	38%
31 a 50 años	2	25%
51 años o más	2	25%
TOTAL	8	100%

Ilustración 3 Tabulación Pregunta 1



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

Las edades de la mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de 21 a 30 años con un porcentaje del 38%, seguido por el 25% de personas que se encuentran entre los 31 a 50 años y más de 51 años, siendo este grupo los que más realizan actividades de recreación o diversión.

2. ¿Cuándo usted viaja por que lo hace?

Tabla 16 Tabulación Pregunta 2

Opciones		
Diversión	6	13%
Visitas a áreas naturales	7	15%
Deportes	4	8%
Gastronomía	6	13%
Observación de la flora y fauna	5	10%
Visitas de sitios arqueológicos	3	6%
Realizar compras de bordados y artesanías	4	8%
Visitas a las comunidades	8	17%
Otros	5	10%
TOTAL	48	100%

Tabla 3 Tabulación Pregunta 2



Fuente: investigación directa. 2016

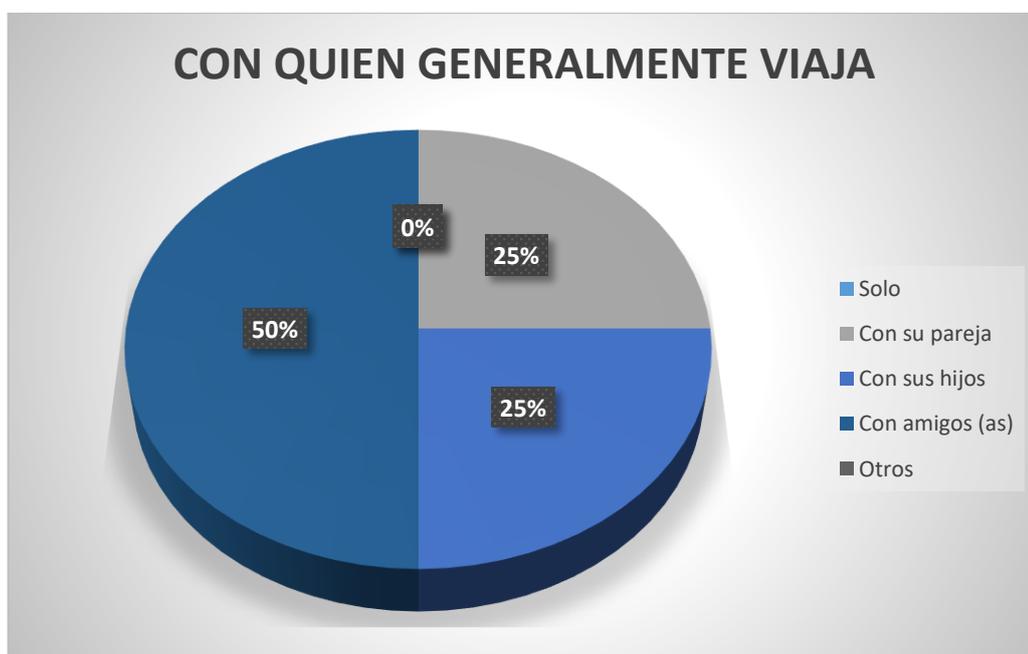
Elaborado por: el autor.

El 17% de los encuestados mencionan que hacen turismo por visitar a las comunidades, por tanto el 15% de turistas les interesa la visita a las áreas naturales, y por diversión o gastronomía el 13% de encuestados para cada opción.

3. Cuando usted viaja ¿Con quién lo hace?

Tabla 17 Tabulación pregunta 3

Solo	0	0%
Con su pareja	2	25%
Con sus hijos	2	25%
Con amigos (as)	4	50%
Otros	0	0%
TOTAL	8	100%

Tabla 5 Tabulación Pregunta 3

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

El 50% de los encuestados mencionan que hacen turismo acompañado de sus amigos, mientras que el otro 25% realizan turismo acompañado de sus parejas y de sus hijos con el mismo porcentaje.

4. ¿Conoce usted que significa el uso adecuado de los recursos naturales?

Tabla 18 Tabulación Pregunta 4

Si	3	38%
No	5	62%
TOTAL	8	100%

Tabla 6 Tabulación Pregunta 4

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

De las personas encuestadas el 50% mencionan que viajan o realizan la actividad turística acompañados de sus amigos, el 22% realiza turismo con sus hijos y mientras que en 17% de los turistas viajan con su pareja.

5. ¿Le gustaría realizar nuevas actividades turísticas comunitarias?

Tabla 19 Tabulación Pregunta 5

Si	7	88%
No	1	12%
TOTAL	8	100%

Tabla 7 Tabulación pregunta 5

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

El 88% de las personas encuestadas mencionan que realizar nuevas actividades al momento de realizar el turismo comunitario es una forma de poder conocer más a fondo las actividades que realizan los habitantes de la zona.

6. ¿Le gustaría convivir o conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos originarios?

Tabla 9 Tabulación Pregunta 8

Si	7	88%
No	1	12%
TOTAL	8	100%

Tabla 10 Tabulación Pregunta 8



Fuente: investigación directa. 2016
Elaborado por: el autor

El 88% de los encuestados menciona que la mejor forma de conocer a los pueblos y nacionalidades originarias es mediante la convivencia directa con las personas que forman parte de los diferentes pueblos existentes en nuestro país diverso y multicultural.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día en la visita a un centro de turismo comunitario?

Tabla 11 Tabulación Pregunta 9

15 - 20 USD	5	63%
21 - 25 USD	2	25%
26 - 30 USD	1	13%
TOTAL	8	100%

Tabla 12 Tabulación Pregunta 9



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

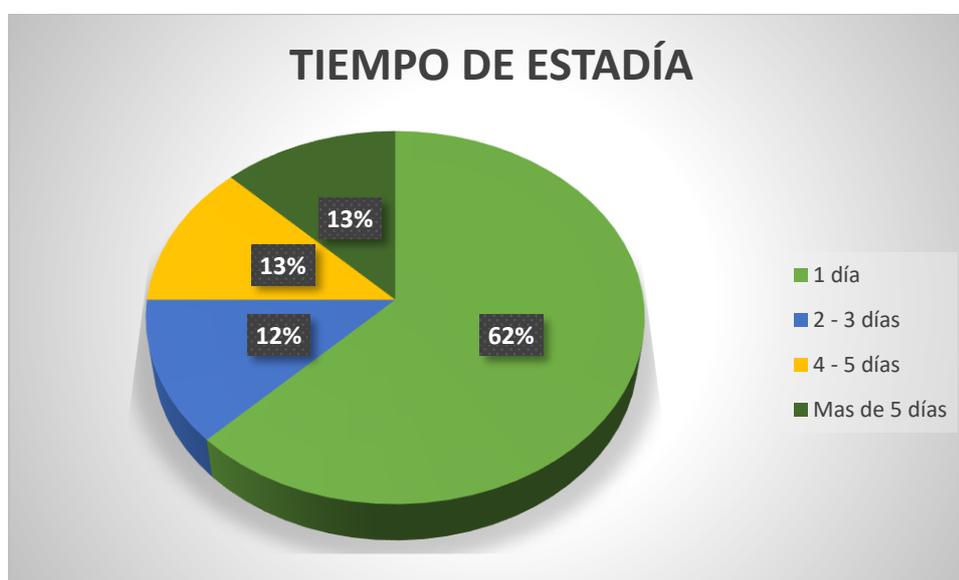
El 62% de las personas encuestadas menciona que por un servicio de esta categoría están dispuestos a pagar de entre USD 15,00 a USD 20,00, mientras que un 25% de encuestados están dispuestos a pagar entre USD 21,00 a USD 25,00 y el porcentaje restante es decir el 13% con una ideología de ayuda a la mejora de la calidad de vida está dispuesta a pagar entre USD 26,00 a USD 30,00 por conocer el centro de turismo comunitario.

8. ¿Si usted visita un centro de turismo comunitario por cuántos días estaría dispuesto a alojarse?

Tabla 13 Tabulación Pregunta 10

1 día	5	63%
2 - 3 días	1	13%
4 - 5 días	1	13%
Mas de 5 días	1	13%
TOTAL	8	100%

Tabla 14 Tabulación Pregunta 10



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

Del total de encuestados se destaca que un 62% prefieren hospedarse en el centro turístico durante un tiempo máximo de 1 día debido a la inseguridad que se puede presentar en sus hogares, el 13% de los encuestados está dispuesto a hospedarse durante 2 a 3 días para de esta manera poder conocer más a fondo las costumbres y tradiciones del sector.

9. ¿Por qué medio usted se entera de las promociones y lugares turísticos del país o la región?

Tabla 15 Medios de Comunicación

Redes Sociales	4	50%
Operadoras turísticas	1	13%
Radio	1	13%
Televisión	2	25%
TOTAL	8	100%

Tabla 16 Medios de Comunicación



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

El 50% de los encuestados supo manifestar que la mejor forma de comunicación sobre las ofertas o promociones de las diferentes formas de turismo es por medio de las redes sociales ya que en la actualidad la mayoría de personas tienen cuentas en este tipo de comunicación, mientras que un 25% de los mismos dicen que la mejor forma de enterarse de las noticias sean estos de diversión, promoción, avisos o temas de interés nacional es por medio de la televisión

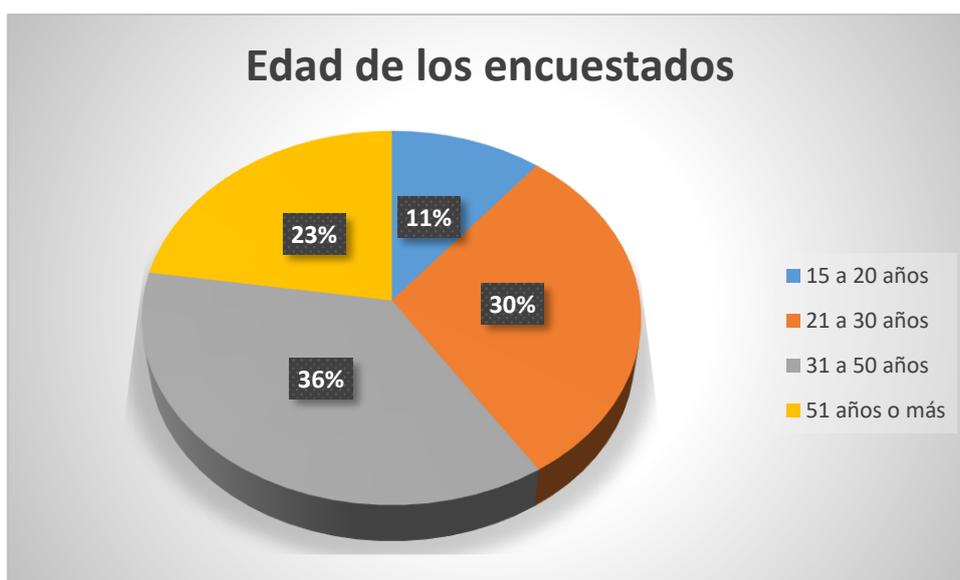
Encuesta dirigida a los turistas extranjeros

1. ¿Cuántos años tiene? ¿How old are you?

Tabla 17 Tabulación pregunta 1 turistas extranjeros

15 a 20 años	20	11%
21 a 30 años	56	30%
31 a 50 años	68	37%
51 años o más	42	23%
TOTAL	186	100%

Gráfico 1 Tabulación pregunta 1 turistas extranjeros



Fuente: investigación directa. 2016

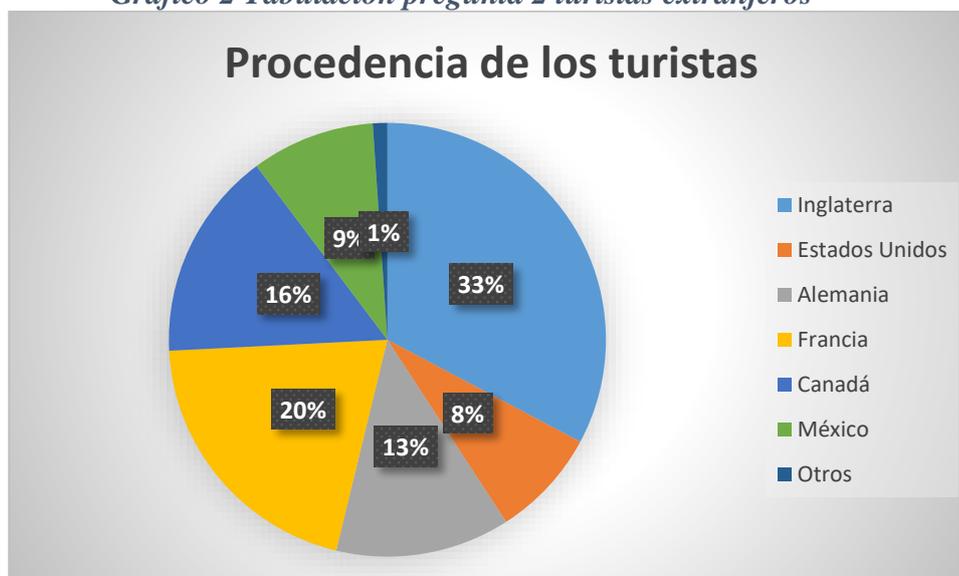
Elaborado por: el autor

De todos los turistas extranjeros encuestados el 36% oscilan entre las edades de entre 31 y 51 años siendo estos el mayor porcentaje de visitantes, de la misma manera el 30% tiene edades de 21 a 30 años que mencionan que realizan turismo por los estudios que realizan o por haber terminado la misma y reciben regalos de sus padres.

2. ¿De qué parte del mundo viene?, ¿Where are you from?

Tabla 18 Tabulación pregunta 2 turistas extranjeros

Inglaterra	61	33%
Estados Unidos	15	8%
Alemania	24	13%
Francia	38	20%
Canadá	29	16%
México	17	9%
Otros	2	1%
TOTAL	186	100%

Gráfico 2 Tabulación pregunta 2 turistas extranjeros

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

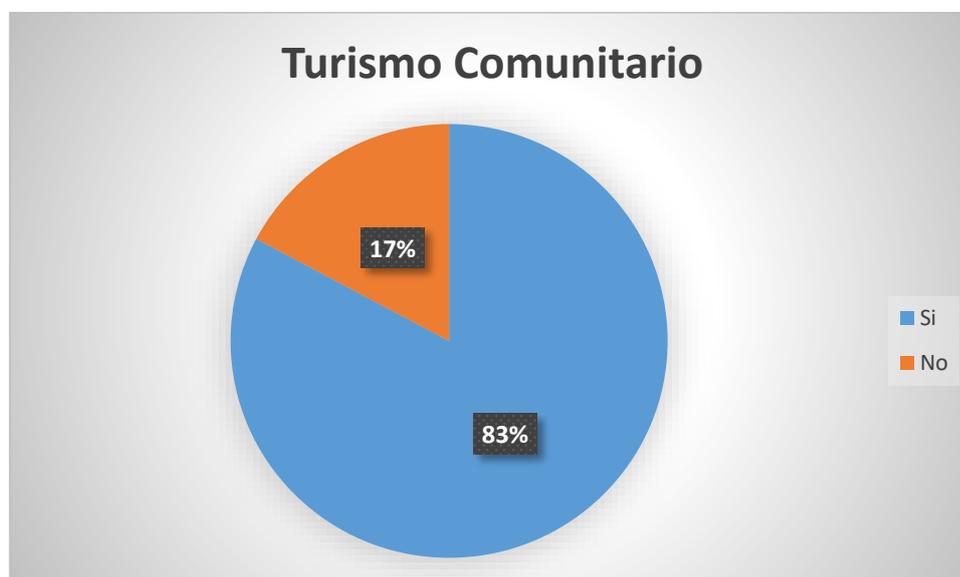
Del total de turistas extranjeros que visitan el centro de turismo comunitario la mayoría de los mismos provienen de Inglaterra con el 33%, seguido de turistas canadienses con el 20%, en tercer lugar tenemos a turistas provenientes de Canadá con el 16%.

3. ¿Conoce usted que significa turismo comunitario? Do you know about Turismo comunitario?

Tabla 19 Tabulación pregunta 3 turistas extranjeros

Si	154	83%
No	32	17%
TOTAL	186	100%

Gráfico 3 Tabulación pregunta 3 turistas extranjeros



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

El 83% de los turistas extranjeros que fueron encuestados mencionan que el incremento de las actividades puede facilitar para que se pueda conocer más a fondo de las necesidades que tienen los pobladores y la variabilidad de las actividades puede facilitar para obtener una mejor y mayor experiencia de convivencia familiar.

4. ¿Cuál fue su motivo para viajar? What are you motivation for atrip?

Tabla 20 Tabulación pregunta 4 turistas extranjeros

Diversión	22	12%
Visitar áreas naturales	35	19%
Trekking	23	12%
Gastronomia tipica de la zona	18	10%
Flora y Fauna de la zona	21	11%
Visitar Comunidades	58	31%
Visitar las tolas incaicas del sector	11	6%
TOTAL	188	100%

Gráfico 4 Tabulación pregunta 4 turistas extranjeros



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

La mayor parte de los encuestados menciona que la visita a las comunidades es uno de los principales motivos de su viaje para esta opción tenemos 31% de los encuestados que eligieron esta opción, mientras que para realizar visitas a áreas naturales tenemos un 19%, para en tercer lugar tener la opción de trekking y diversión.

5. ¿Cuántos días se hospeda en un viaje? ¿ How long do you usually stay in your trip?

Tabla 21 Tabulación pregunta 5 turistas extranjeros

1- 3 días	0	0%
4 - 6 días	42	23%
7 - 9 días	62	33%
Mas de 10 días	82	44%
TOTAL	186	100%

Gráfico 5 Tabulación pregunta 5 turistas extranjeros

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

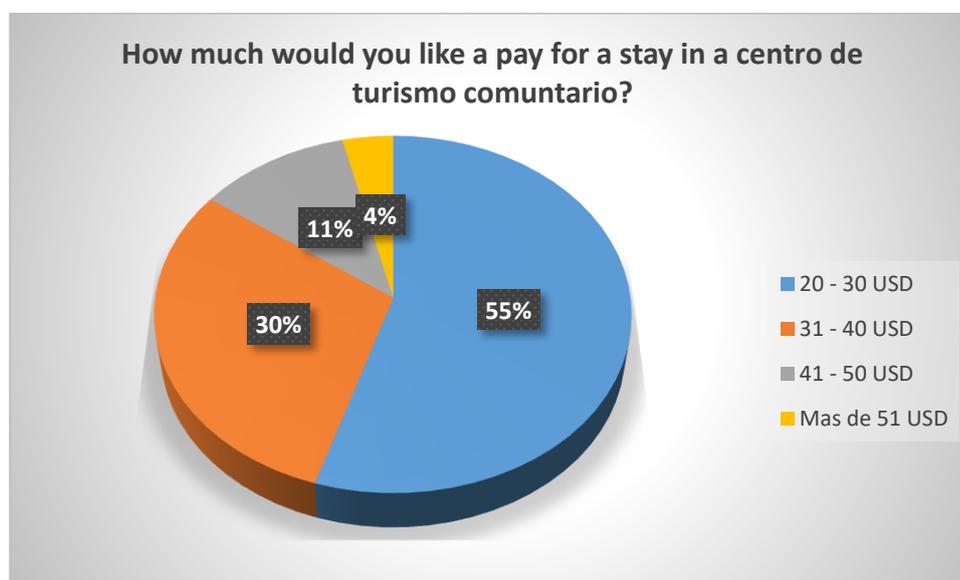
El 44% de los turistas extranjeros que visitaron el centro turístico mencionan que los viajes que realizan duran generalmente más de 10 días debidos a que no solamente visitan el sector ya que al utilizar agencias turísticas acceden a paquetes que incluyen la visita a diferentes lugares del país, teniendo en segundo lugar la opción de entre 7 a 9 días con el 33% de turistas que eligen esta opción.

6. ¿How much would you like a pay for a stay in a centro de turismo comunitario? (FOR A ONE DAY)

Tabla 22 Tabulación pregunta 6 turistas extranjeros

20 - 30 USD	102	55%
31 - 40 USD	56	30%
41 - 50 USD	21	11%
Mas de 51 USD	7	4%
TOTAL	186	100%

Gráfico 6 Tabulación pregunta 6 turistas extranjeros



Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

Igual que en la encuesta realizada a los turistas nacionales en esta pregunta los turistas extranjeros prefieren pagar de entre \$ 20 a \$ 30 dólares por día para recibir el servicio turístico y la mayor parte menciona que el motivo principal es la crisis económica que afecta a la mayoría de los países, teniendo en segundo lugar a personas que ya se han jubilado y cuentan con más recursos y están dispuestos a pagar de entre \$ 31 a \$ 40 por recibir el servicio turístico.

7. ¿Which way would you prefer to find out about special offers and tourist packages?

Tabla 23 Tabulación pregunta 7 Turistas Extranjeros

Internet	34	18%
Radio	11	6%
TV	45	24%
Social Pages	86	46%
Otros	12	6%
TOTAL	188	100%

Gráfico 7 Tabulación pregunta 7 Turistas Extranjeros



La mayor parte de los encuestados es decir el 46% menciona que la mejor forma de informarse de los paquetes turísticos o cualquier tipo de información es por medio de las redes sociales, mientras que el 24% de los turistas extranjeros dice que la televisión es una forma fácil y rápida de enterarse de los paquetes turísticos o de los diferentes tipos de información a nivel nacional y extranjero.

3.5. Descripción del producto o servicio.

El centro turismo comunitario “Tradiciones San Clemente” comprende la realización de actividades que involucran a los habitantes de la comunidad como entes activos de este servicio, esto quiere decir que los visitantes deben adaptarse a los medios y condiciones de los comuneros y de esta forma conocer más a fondo las costumbres tradiciones y creencias que tienen los pueblos originarios en este caso los indígenas pertenecientes al pueblo Kichua Karanqui. Los servicios que se pretenden ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el sector comprende cabalgatas hacia los sitios emblemáticos del sector, compartir las actividades diarias que se realizan en la vida cotidiana de un poblador, compartir el almuerzo comunitario, y de la misma manera realizar escaladas hacia el Imbabura, Cubilche o Cotacachi.

Tabla 24 Paquete Turístico Básico

PAQUETE BÁSICO	
INCLUYE	UNA HABITACIÓN
	ALMUERZO COMUNITARIO
	MERIENDA TRADICIONAL
	DESAYUNO LOCAL
	ACCESO A LAS ÁREAS VERDES Y DEPORTIVAS O CAMINATAS A LOS DIFERENTES LUGARES SEAN ESTOS MONTAÑAS O LOMAS.
PERMANENCIA	DE 10:00 AM A 10:00 AM DEL DÍA SIGUIENTE
VALOR PAQUETE	\$ 20,00

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

PARA CABALGATAS	
COSTO POR CABALLO	\$ 15,00

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

3.6. Análisis de la demanda

3.6.1. Demanda real

El análisis de la demanda, dentro del estudio de mercado es un componente importante, ya que se define la cantidad, calidad de bienes y servicios que están dispuestos a ser adquiridos a los diferentes precios en el mercado, de parte de los consumidores, es decir, delimita los potenciales clientes que están dispuestos a consumir el servicio. Con relación a este factor es importante realizar un análisis de los factores que afectan a la demanda.

En la parroquia La Esperanza el turismo comunitario en los últimos años he venido en proceso de crecimiento es por esto que se ha desarrollado un esquema de implementación que ayude a mejorar el servicio y el número de turistas nacionales y extranjeros en el cantón Ibarra, para esto se toma en cuenta los datos obtenidos en Ferrocarriles del Ecuador Filial Norte con su principal promoción turística denominada “EL TREN DE LA LIBERTAD”, durante el primer año de puesta en marcha se ha tenido los siguientes datos, para el año 2015 en la estación de Ibarra un total de 14.081 turistas han hecho uso de este servicio, de un total a nivel nacional de 142.376 personas que hicieron uso de este servicio, siendo la cuarta ruta más utilizada por los turistas solo por detrás de Alausí - Sibambe, el Tren de los Volcanes, y Durán – Bucay.

Por lo tanto se utiliza este dato para detallar el ingreso de turistas a nuestro cantón tomando en cuenta los paxs vendidos en la estación de Ibarra para utilizar el servicio de la ruta Ibarra – Salinas el mismo que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 25 Ingreso de turistas al ferrocarril en Ecuador

TOTAL DE PAXS DE FERROCARRILES DEL ECUADOR AÑO 2015	
QUITO - MACHACHI	744
QUITO - EL BOLICHE	1.969
TREN DE LOS VOLCANES	19.481
AMBATO- URBINA	4.821
TREN RUTA DEL CHAGRA	2.602
DURÁN - BUCAY	15.950
1,2 TREN	1.431
COSTA - SIERRA	131
TREN DE LA LIBERTAD (Ibarra-Salinas)	14.081
TREN DE LA LIBERTAD (Otavalo-Salinas)	5.564
TREN DE LOS LAGOS	59
ALAUSÍ - SIBAMBE	66.024
RIOBAMBA - COLTA	3.397
RIOBAMBA - URBINA	4.372
EL TAMBO - COYOCTOR	1.750
TOTAL	142376

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador, rendición de cuentas, 2016

Elaborado por: el autor

En este trabajo se ha determinado que la demanda real en el cantón Ibarra es de 14.081 turistas nacionales y extranjeros, los mismos que según datos de Ferrocarriles del Ecuador.

Cabe recalcar que en el Centro de Turismo Comunitario “Tradiciones San Clemente” para el año 2015 se ha contado con 368 visitantes que han realizado turismo con nuestra comunidad.

3.7. Análisis de la oferta

3.7.1. Oferta real

La oferta real en la comunidad San Clemente únicamente comprende las familias que se detallan a continuación que son quienes se benefician directamente del turismo comunitario que se brinda en la actualidad.

Tabla 23 Casas de Hospedaje en San Clemente

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	CAPACIDAD PARA ALOJAR TURISTAS
1	HUMBERTO CARLOSAMA	10
2	MANUEL GUATEMAL	5
3	JUAN GUATEMAL	4
4	ALFONSO PUPIALES	4
5	ALBERTO PUPIALES	4
6	WILMAN PUPIALES	4
7	RAUL GUATEMAL	4
8	MATIAS SANDOVAL	3
9	RAMIRO TÚQUERREZ	3
10	ENRIQUE PUPIALES	3
11	OSWALDO GUATEMAL	2
12	EDWIN GUATEMAL	2
13	JUAN CARLOSAMA	3
14	MAURO PUPIALES	3
15	RUBEN CARLOSAMA	2
16	GALO PUPIALES	2
17	SUSANA PUPIALES	2
18	RAFAEL PUPIALES	2
	TOTAL	62

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

Con la demanda existente en el cantón se pretende incrementar el número de personas que se beneficien directamente con el centro de turismo y de esta manera hacerlo más comunitario ya que el propósito principal es la unión de la comunidad.

3.7.2. Oferta potencial

Para el presente proyecto de centro de turismo comunitario se pretende incrementar el número de beneficiarios directos de este servicio, para de esta manera incrementar el número de turistas que visitan nuestra comunidad, fomentando el turismo interno y una forma diferente de hacer turismo mediante la convivencia con los pobladores del sector, cuyo principal objetivo es la conservación del medio ambiente y de las costumbres y tradiciones heredadas de generación en generación.

Tabla 26 oferta potencial

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	CAPACIDAD PARA ALOJAR TURISTAS
1	CUASQUE GUSTEMAL AMADO	3
2	GUAMÁN CARLOSAMA ELISER	3
3	CARLOSAMA MESIAS	2
4	PUPIALES RUBEN	2
5	GUALACATA SEGUNDO	2
	TOTAL	12

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

En cuanto se refiere a las personas que se dedique a prestar el servicio de cabalgata se detalla a continuación el número de comuneros que cuentan con caballos en la actualidad los mismos que prestarán el servicio para de esta manera fomentar la unión comunitaria y tendrán relación directa con los visitantes.

Tabla 26 Comuneros para el servicio de cabalgata

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	CANTIDAD DE CABALLOS QUE POSEE
1	JUANA GUATEMAL	1
2	ASENCIO FARINANGO	1
3	ENRIQUE SERRANO	2
4	RAFAEL PUPIALES	2
5	JOSE PUPIALES	1
6	JUAN GUATEMAL	1
7	JOSE FARINANGO	1
8	VICENTE CHUQUÍN	1
9	FELICIANO PUPIALES	1
10	RAÚL GUATEMAL	1
11	EDWIN GUATEMAL	3
	TOTAL	15

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

Por último detallamos la cantidad de personas que estarán involucradas con el proyecto, las comuneras que prestarán el servicio de atención y venta de bordados a mano, los grupos existentes se detallan a continuación:

Tabla 27 GRUPO DE BORDADORAS

NRO.	NOMBRE DEL GRUPO	NÚMERO DE BENEFICIARIAS
1	GRUPO DE BORDADO SAN CLEMENTE	8
2	GRUPO SUMAK SIRASHKA	5
	TOTAL	13

Fuente: investigación directa, 2016

Elaborado por: el autor

3.8. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha en lo referente al centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente” de la comunidad del mismo nombre, el principal objetivo es realizar convenios con las autoridades de la empresa pública Ferrocarriles del Ecuador para las personas que deseen acceder a este servicio lo realicen luego de realizar el recorrido que realiza el Tren de la Libertad. Es por esto que la implementación de más beneficiarios se ve bien visto por cuanto esta actividad se debe realizar con la participación activa de todos los habitantes quienes conforman la comunidad.

La demanda insatisfecha se tomará de los datos obtenidos de Ferrocarriles del Ecuador donde se especifica que 14.081 turistas utilizaron el servicio de Tren de la Libertad en la ruta Ibarra-Salinas, los mismos que una vez terminado este recorrido no realizan ninguna otra actividad. Es por ello que para seguir fortaleciendo este tipo de turismo se pretende llegar a un porcentaje de estos visitantes para que visiten la comunidad San Clemente y logren conocer más acerca de los pueblos y nacionalidades.

Tabla 28 DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	14.081	368	13.713

*Fuente: Ferrocarriles del Ecuador, CTC Tradiciones San Clemente
Elaborado por: el autor, 2016*

3.9. Demanda potencial

Para determinar la demanda:

$P_p = P_b (1+i)^n$ En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado.

$i = 9\%$ según ministerio de turismo

CÁLCULOS:

Tabla 29 Demanda Potencial

AÑO	CÁLCULO
2015	368
2016	$P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 368 * (1 + 0,20)$ $P_p = 442$
2017	$P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 368 * (1+0,20)^2$ $P_p = 530$
2018	$P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 368 * (1+0,20)^3$ $P_p = 636$
2019	$P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 368 * (1+0,20)^4$ $P_p = 764$
2020	$P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 368 * (1+0,20)^5$ $P_p = 916$

Elaborado por: el autor

Año: 2016

Según el Ministerio de Turismo la tasa de crecimiento para el año 2015 es del 9% con relación al año 2014 es por ello que se utiliza esta tasa para la proyección de la demanda insatisfecha en el cantón Ibarra.

Tabla 30 Tabla de proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2015	368
2016	442
2017	530
2018	636
2019	764
2020	916
TOTAL	3289

*Elaborado por: el autor
Año: 2016*

3.10. Análisis y determinación de precios.

Los precios referenciales que se mencionan en las variables de precio son similares a los que ya se encuentran establecidos, por tal motivo los precios que van entre los 20 y 30 dólares son los más convenientes según el resultado y la ponderación de la encuestas realizadas, debido a la crisis que existe en la actualidad y estos precios pueden variar dependiendo de las decisiones nacionales y locales que se pueden presentar en el tiempo. Cabe mencionar que los precios no incluyen las cabalgatas o la compra de los bordados ya que según las necesidades los turistas pueden acceder a estos servicios adicionales que se presentan en la comunidad.

3.11. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto.

Para el correcto desarrollo del proyecto y analizando las alternativas de comercialización, distribución y publicidad de nuestros servicios se elaborará un plan de acción para que dependiendo de las necesidades se vaya implementando en el tiempo adecuando.

La comercialización se lo va a realizar mediante afiches o tarjetas de presentación para de esta manera aprovechar las formas de publicidad, la presentación del servicio se lo realizará por medio de una excelente presentación de nuestras instalaciones y el medio ambiente el cual se visitará.

En lo referente a la distribución se lo efectuará con una buena distribución de las actividades y atenciones que se van a brindar a nuestros visitantes. Por último para la publicidad se lo realizará mediante las redes sociales y el internet aprovechando las facilidades que nos brindan este tipo de instrumentos y tomando en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas donde la mayor parte cuenta con este tipo de acceso a la información.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite la identificación de requerimientos y componentes técnicos que se van a necesitar para el fortalecimiento e incremento de beneficiarios en el centro de turismo comunitario “TRADICIONES SAN CLEMENTE”, siendo estos los factores más importantes el tamaño, ubicación, readecuación de las áreas comunales, senderos y rutas estratégicas y la distribución adecuada de los visitantes de manera equitativa entre todos los involucrados, es decir, todo aquello que tenga relación con el correcto funcionamiento y operatividad física del proyecto.

Para el desarrollo de este capítulo se deben plantear varias interrogantes que ayuda a entender mejor las características que tendrá el proyecto en estudio. Estas son:

- ✓ ¿Qué especificaciones?
- ✓ ¿Cuánto?
- ✓ ¿En qué lugar se va a desarrollar el proyecto?
- ✓ ¿Cómo se va a desarrollar el proyecto?

4.1. Tamaño del proyecto

El presente proyecto al estar directamente relacionado a la prestación del servicio de hospedaje, alimentación y aventura a turistas nacionales y extranjeros, para establecer el tamaño del mismo se parte de la capacidad que tiene para cubrir la demanda insatisfecha que se determinó en el estudio de mercado.

El presente trabajo de estudio permite conocer la capacidad del proyecto el mismo que al tratarse de un servicio de turismo comunitario depende mayoritariamente de la capacidad de los comuneros para acoger a los turistas para esto se detalla a continuación la capacidad que tienen cada uno de ellos para hospedar en las diferentes viviendas:

Tabla 31 CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	CAPACIDAD PARA ALOJAR TURISTAS
1	HUMBERTO CARLOSAMA	10
2	MANUEL GUATEMAL	5
3	JUAN GUATEMAL	4
4	ALFONSO PUPIALES	4
5	ALBERTO PUPIALES	4
6	WILMAN PUPIALES	4
7	RAUL GUATEMAL	4
8	MATIAS SANDOVAL	3
9	RAMIRO TÚQUERREZ	3
10	ENRIQUE PUPIALES	3
11	OSWALDO GUATEMAL	2
12	EDWIN GUATEMAL	2
13	JUAN CARLOSAMA	3
14	MAURO PUPIALES	3
15	RUBEN CARLOSAMA	2
16	GALO PUPIALES	2
17	SUSANA PUPIALES	2
18	RAFAEL PUPIALES	2
19	<i>CUASQUE GUATEMAL AMADO</i>	3
20	<i>GUAMÁN CARLOSAMA ELISER</i>	3
21	<i>CARLOSAMA MESIAS</i>	2
22	<i>PUPIALES RUBEN</i>	2
23	<i>GUALACATA SEGUNDO</i>	2
	TOTAL	74

Elaborado por: el autor

Año: 2016

4.1.1. Factores que afectan el tamaño

El análisis de estos factores permite determinar un cuadro claro en cuanto se refiere a la posibilidad o viabilidad de invertir en el presente proyecto en estudio. También nos ayudará a conocer los ejemplos del atractivo turístico que tiene el sector en estudio, además de tomar en cuenta variables importantes como la: oferta, demanda, la disponibilidad de los recursos financieros, la tecnología, el desarrollo futuro de la microempresa y demás factores que pueden afectar directa o indirectamente en el correcto funcionamiento de la organización.

4.1.1. Determinación de la capacidad del proyecto

Para determinar la capacidad real del proyecto, se parte del planteamiento aspectos importantes, estos permiten detallar más a fondo los requerimientos de mismo, estos son:

- ✓ Disponibilidad de los recursos naturales y humanos en la comunidad San Clemente
- ✓ Fijación de la capacidad instalada del centro de turismo comunitario TRADICIONES SAN CLEMENTE.

4.1.1.1. Disponibilidad de los recursos naturales y humanos en la comunidad San Clemente.

Es necesario mencionar que se los comuneros inherentes al proyecto cuentan las instalaciones necesarias para brindar el servicio turístico, cabe mencionar que el proyecto cuenta con 5 comuneros adicionales a los 18 que ya trabajan con este servicio, están dispuestos

a prestar sus viviendas para que los turistas puedan alojarse en ellas, para de esta manera obtener ingresos adicionales.

En cuanto al recurso natural es muy importante resaltar este tema ya que dentro de la comunidad se han venido implementando proyectos en pro de la naturaleza y el mejor uso de los mismos, es por tal motivo que se han realizado mingas para la restauración de bosques y senderos ancestrales (chaquiñán) para que sean estos lugares por donde los visitantes puedan acceder a conocer las diferentes especies de fauna y flora que abundan en la comunidad y sus alrededores.

A continuación detallamos los nombres de los comuneros que en la actualidad prestan el servicio turístico, así como también incluimos a los nuevos habitantes que se integrarán a este colectivo:

Tabla 32 Comuneros que brindarán el servicio turístico

NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS
1	HUMBERTO CARLOSAMA
2	MANUEL GUATEMAL
3	JUAN GUATEMAL
4	ALFONSO PUPIALES
5	ALBERTO PUPIALES
6	WILMAN PUPIALES
7	RAUL GUATEMAL
8	MATIAS SANDOVAL
9	RAMIRO TÚQUERREZ
10	ENRIQUE PUPIALES
11	OSWALDO GUATEMAL
12	EDWIN GUATEMAL
13	JUAN CARLOSAMA
14	MAURO PUPIALES
15	RUBEN CARLOSAMA

16	GALO PUPIALES
17	SUSANA PUPIALES
18	RAFAEL PUPIALES
19	CUASQUE GUSTEMAL AMADO
20	GUAMÁN CARLOSAMA ELISER
21	CARLOSAMA MESIAS
22	PUPIALES RUBEN
23	GUALACATA SEGUNDO
TOTAL	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor, 2016

4.1.1.2. Infraestructura

En el sector en estudio existe la suficiente cantidad en cuanto a los atractivos turísticos, materias primas e insumos necesarios para realizar este tipo de actividad. Los sitios turísticos o lugares ancestrales representan los principales atractivos que se pueden encontrar en el sector, de la misma manera todo lo referente a los bordados a mano, la utilización de la vestimenta tradicional, las costumbres y fechas importantes que se celebran a lo largo de todo el año representan el pilar fundamental para que el proyecto de lleve a cabo

Para llegar a la comunidad San Clemente se puede realizar por las diferentes vías de acceso, estos pueden ser por la vía Pesillo-Ibarra llegando a la parroquia La Esperanza tomar el desvío a San Clemente o desde la ciudad de Ibarra tomando la avenida Atahualpa sin desviarse e ningún lado hasta llegar a la comunidad antes mencionada.

En cuanto a la alimentación se cuenta con productos propios del sector, los mismos que son cultivados orgánicamente para de esta manera no afectar a la naturaleza y la salud de los habitantes del sector de influencia permitiendo que las presentes y futuras generaciones tengan un legado de conocimientos ancestrales los mismos que con el pasar de los años se han venido

deteriorando y olvidando, esto permite vivir en armonía con la naturaleza y lograr el SUMAK KAUSAY, establecido en la constitución vigente.

4.1.1.3. Fijación de la capacidad del centro de turismo comunitario “TRADICIONES SAN CLEMENTE”

Este aspecto se refiere al tamaño del proyecto, el mismo que tiene relación directa con las instalaciones del centro de turismo comunitario y la capacidad de acogimiento del mismo, es decir, determinar el número de turistas que pueden quedarse en el lugar tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo, para la presente investigación se toma en cuenta el número de comuneros que son 23 y la capacidad que tiene cada uno de acoger a los turistas nacionales y extranjeros, por día, por mes y por año, el mismo se detalla a continuación.

Tabla 33 Capacidad Instalada Anual

CAPACIDAD PARA ALOJAR TURISTAS EN LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE				
NRO.	NOMBRES DE LOS COMUNEROS	DÍA	MES	AÑO
1	HUMBERTO CARLOSAMA	10	40	480
2	MANUEL GUATEMAL	5	20	240
3	JUAN GUATEMAL	4	16	192
4	ALFONSO PUPIALES	4	16	192
5	ALBERTO PUPIALES	4	16	192
6	WILMAN PUPIALES	4	16	192
7	RAUL GUATEMAL	4	16	192
8	MATIAS SANDOVAL	3	12	144
9	RAMIRO TÚQUERREZ	3	12	144
10	ENRIQUE PUPIALES	3	12	144
11	OSWALDO GUATEMAL	2	8	96
12	EDWIN GUATEMAL	2	8	96
13	JUAN CARLOSAMA	3	12	144
14	MAURO PUPIALES	3	12	144
15	RUBEN CARLOSAMA	2	8	96
16	GALO PUPIALES	2	8	96
17	SUSANA PUPIALES	2	8	96

18	RAFAEL PUPIALES	2	8	96
19	CUASQUE GUSTEMAL AMADO	3	12	144
20	GUAMÁN CARLOSAMA ELISER	3	12	144
21	CARLOSAMA MESIAS	2	8	96
22	PUPIALES RUBEN	2	8	96
23	GUALACATA SEGUNDO	2	8	96
	TOTAL	74	296	3552

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor, 2016

4.1.1.4. La organización

La organización de la comunidad es muy importante para el funcionamiento, el presente proyecto estará administrado por el presidente de la comunidad y el personal operativo lo conformarán los grupos de servicio de cabalgata, los grupos de bordadoras San Clemente y Sumak Sirashka así como también todos los comuneros quienes tienen voz y voto en la toma de decisiones con respecto a esta actividad.

Los procedimientos para que se lleve a cabo de una manera adecuada y equitativa, serán factores determinantes en la estructura comunitaria y la práctica a futuro con una ideología de mejor es más del proyecto se podrá evidenciar a una imagen corporativa, comunitaria y viable, mediante el liderazgo, calidad y competitividad en los mercados nacionales y extranjeros. Para que el centro comunitario pueda ser reconocida en el medio por el nombre, sus actividades y porque no de sus costumbres y tradiciones se sigan manteniendo, el mismo que deberá cumplir con todos los requisitos que la ley establece.

4.2. Localización del proyecto

Se refiere al lugar más adecuado para ubicar el proyecto, en este aspecto es muy importante tomar en cuenta el acceso a los recursos que necesitará el plan en estudio, ya que será aquel que permita producir con eficiencia la máxima productividad y la mayor rentabilidad. Al momento de determinar la respectiva ubicación se debe analizar los siguientes puntos:

- ✓ La macro-localización
- ✓ La micro-localización

4.2.1. Macro-localización

La macro localización comprende el establecimiento del lugar o área geográfica donde se llevará a cabo el proyecto por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como:

- ✓ La región
- ✓ La provincia
- ✓ El cantón
- ✓ El área geográfica

Con el único objetivo de conocer con más precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto. El mapa que se presenta a continuación se identifica el lugar donde se ubicará el proyecto.

Ilustración 2 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Plan estratégico Gobierno Provincial de Imbabura – Cantón Ibarra

La provincia de Imbabura está limitada por:

- ✓ Al norte con la provincia del Carchi
- ✓ Al este con la provincia de Sucumbios
- ✓ Al oeste con la provincia de Esmeraldas
- ✓ Al sur con la provincia de Pichincha

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, es la cabecera y capital provincial, está estratégicamente ubicada a 126 km de Quito la capital de la república del Ecuador, y a 135 km de la frontera con el vecino país de Colombia. Sus límites son:

- ✓ Al norte con la provincia del Carchi
- ✓ Al noreste con la provincia de Esmeraldas
- ✓ Al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo
- ✓ Al este con el cantón Pimampiro
- ✓ Al sur con la provincia de Pichincha

Tiene una superficie de 1.162,22 Km², mayoritariamente es un cantón con extensión territorial rural.

4.2.2. Micro-localización

El presente proyecto en estudio se lo implementará en el cantón Ibarra, en la parroquia La Esperanza exactamente en la comunidad de San Clemente, el mismo que se encuentra a aproximadamente 4 km. de la ciudad de Ibarra.

Para la evaluación de las alternativas de localización se utiliza la respectiva aplicación de factores para de esta manera ubicar adecuadamente el proyecto, al identificar estos, se tomará en cuenta una escala en el rango del 1 al 10, priorizando los factores de ponderación en forma porcentual y por último tomar la decisión más adecuada.

Tabla 34 CUADRO DE FACTORES Y PODERACIÓN

Factores	Factor de ponderación	Parroquia Angochagua		Parroquia Esperanza		Parroquia San Antonio	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
Mano de obra	0,16	7	1,12	9	1,44	7	1,12
Vías de acceso	0,18	8	1,44	8	1,44	9	1,62
Obras de infraestructura	0,15	7	1,05	8	1,2	7	1,05
Transporte	0,16	6	0,96	9	1,44	9	1,44
Disponibilidad de terreno	0,17	5	0,85	9	1,53	4	0,68
Clima	0,18	8	1,44	10	1,8	8	1,44
TOTAL PONDERADOS	1		6,86		8,85		7,35

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

En función del método desarrollado por el profesor Sapag, es posible, determinar la mejor zona para la ubicación de la hostería en relación a los factores mencionados anteriormente se determina que la mejor opción es ubicarla en la parroquia de La Esperanza.

Ilustración 3 Perfil Territorial Cantón Ibarra



Fuente: Plan estratégico turismo comunitario, 2010

4.3. Ingeniería del proyecto

En esta parte se elaboran aspectos propios de la ingeniería o requerimientos del proyecto, tales como: la infraestructura, terreno, equipamiento, recursos humanos, materia prima, entre otros.

4.3.1. Infraestructura física

Este rubro representa las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará o se brindará el servicio turístico, los sitios precisos para que se desarrolle dichas actividades podemos mencionar que en la comunidad San Clemente y sus alrededores existen espacios suficientes para ofrecer al turista nacional y extranjero los ambientes necesarios para llevar a cabo todo lo planificado en cuanto al turismo comunitario, ya que los paisajes naturales, sitios ancestrales, las costumbres y tradiciones se pueden identificar fácilmente en el ambiente normal de la comunidad.

4.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del producto hace referencia a la determinación de los procesos y requerimientos para la producción y facilitación de los diferentes servicios que el proyecto generará, siendo estas la base fundamental para toda nueva unidad productiva que quiera ingresarse al mercado.

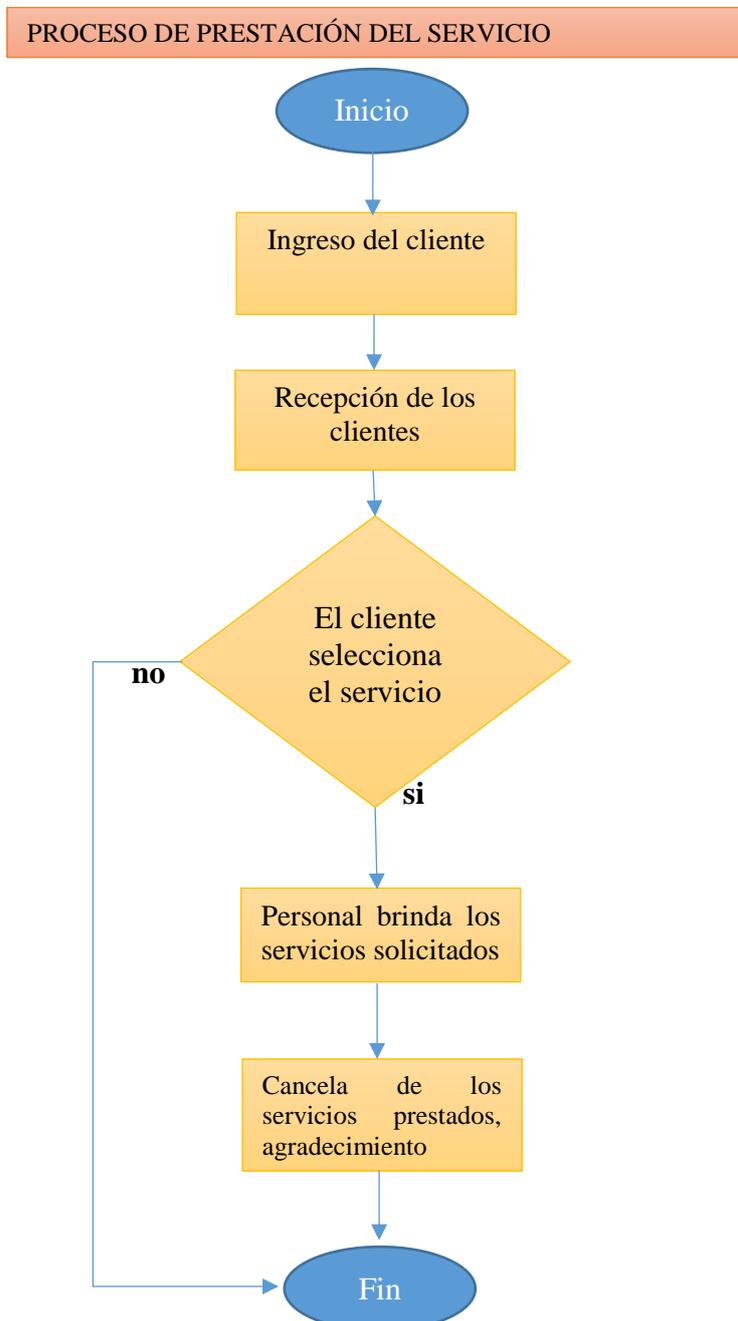
4.4.1. Proceso de prestación del servicio turístico

En esta parte del estudio se detalla de manera general todo el proceso que conlleva el ofrecimiento del servicio que se brindará en el turismo comunitario, en el área determinada para este fin. Para el proceso de producción y servicio se presenta las siguientes etapas, en las que se detalla las actividades que se pretende realizar en la prestación del servicio de turismo comunitario, tanto en el hospedaje, alimentación, recreación y aventura.

- ✓ Para el hospedaje se realizará directamente por medio de las redes sociales, o medios de comunicación tales como teléfono celular o convencional. O se lo realizará personalmente en las instalaciones de la organización.
- ✓ Para la visita a los lugares turísticos se lo realizará mediante la creación de afiches donde se detallará los diferentes sitios a los cuales se puede visitar.
- ✓ Para la utilización de la cancha de fútbol se lo realizará según de las necesidades de los clientes.
- ✓ La alimentación depende de los pedidos y preferencias de los clientes y viene incluido en los paquetes de hospedajes que se van a brindar.

4.4.2. Flujograma de los principales procesos del servicio

Tabla 35 Flujograma de los principales procesos del servicio



Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

4.5. Inversión en el Proyecto

4.5.1. Requerimiento de equipo de computación

El requerimiento de equipo de computación se lo realiza considerando los niveles de tecnología que existen en el mundo entero, el mismo que determina que una forma de comunicación o publicidad es a través del uso de equipo de última generación. El requerimiento de detalla a continuación:

Tabla 36 Requerimiento De Equipo De Computo

Detalle de requerimiento de Equipo de Computo			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Impresora	1	\$ 230	\$ 230
Internet	1	\$ 30	\$ 30
Total		\$ 2.760	\$ 2.760

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

4.5.2. Requerimiento de talento humano

La comunidad elige a sus manantes en elecciones populares que se desarrollan cada año durante el mes de diciembre y la prestación del servicio de turismo comunitario se lo realizará directamente por parte de los involucrados, por tanto en lo referente al personal no se puede especificar el número exacto de personas que deban estar presentes en la atención a los turistas debido a que depende del número de visitantes se realizará un llamado a la cantidad de comuneros necesarios para atender los requerimientos de los mismos.

4.5.3. Costos indirectos de fabricación

Para la determinación de los costos indirectos de fabricación se analiza los diferentes rubros que son necesarios para que el proyecto en estudio se lo realice de la mejor manera. Se necesita arrendar un local para el funcionamiento de las oficinas, y la misma manera se deberá cancelar los rubros correspondientes a los servicios básicos, los mismos se detallan a continuación:

Tabla 37 Costos Indirectos de Fabricación

TABLA DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LUZ	6,75	\$ 81,00
AGUA	5,90	\$ 70,80
TELEFONO	12,00	\$ 144,00
TOTAL	\$ 24,65	\$ 295,80

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

4.5.4. Financiamiento

En el presente proyecto se requerirá de una inversión de \$ 5.000,00 el mismo que se realizará en la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 15% a un plazo de 5 años. Este dinero será utilizado para la compra del equipo de computación, el pago del primer año del internet a adquirirse, el pago de los tres primeros meses de los servicios básicos y el gasto de constitución que se necesita para la legalización del centro de turismo comunitario y la diferencia se utilizará para gastos correspondientes en lo referente a senderos, basureros y demás requerimientos de la comunidad.

Tabla 38 Tabla de amortización del financiamiento

Rubro	Valor
Equipo de Computación	\$ 2.730,00
Internet	\$ 360,00
Pago de servicios básicos	\$ 73,95
Gasto Constitución	\$ 710,00
Mejoras dentro de la comunidad	\$ 1.126,05
Total	\$ 5.000,00

Fuente: investigación directa
Elaborado por: el autor, 2016

A continuación se presenta la tabla de amortización con pagos fijos que se realizarán a lo largo de los cinco años que durará el crédito que se pretende realizar, y se detalla los rubros para cada período.

Tabla 39 Tabla de Amortización del Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
NRO	CAPITAL	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0					5000
1	5000	1000	750	1750	4000
2	4000	1000	600	1600	3000
3	3000	1000	450	1450	2000
4	2000	1000	300	1300	1000
5	1000	1000	150	1150	0

Elaborado por: el autor
Año: 2016

4.5.5. Depreciación

Para este rubro se toma en cuenta la depreciación que se presentará a lo largo del desarrollo de la ejecución del proyecto y en el mismo se presentará la depreciación o desgaste del equipo de computación. Se detalla a continuación:

Tabla 40 DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DEPRECIACIONES					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
MAQUINARIA Y EQUIPO	546	546	546	546	546
TOTAL	546	546	546	546	546

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

4.6. Gasto de constitución

Los gastos que se incurrirán en la constitución de la microempresa serán según el siguiente detalle:

Tabla 41 Gastos De Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR TOTAL
Registro notaria publica	200
Registro mercantil	150
Afiliación a cámara de comercio	100
Pago patente municipal	250
Tramite RUC	10
TOTAL	710

Fuente: investigación directa

Elaborado por: el autor

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio es muy importante por cuanto nos permite establecer el nivel de factibilidad del proyecto tomando en cuenta las bases sobre las cuales se pretende trabajar, tomando en consideración los fondos disponibles, contrastando con todos los posibles eventos que se puedan presentar en el proyecto.

5.1. Presupuesto de ingresos

5.1.1. Ingresos

Los ingresos corresponden a las ventas que se pretende realizar lo largo de todo el año considerando que para el paquete uno según las encuestas requerirá de este servicio.

Se presenta el cuadro del presupuesto consolidado de ingresos que se estima obtener el los cinco períodos de horizonte del proyecto.

Tabla 42 Proyección De Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS			
AÑO	VENTAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2016	442	\$ 20,00	\$ 8.838,51
2017	530	\$ 22,00	\$ 11.666,84
2018	636	\$ 24,20	\$ 15.400,22
2019	764	\$ 26,62	\$ 20.328,30
2020	916	\$ 29,28	\$ 26.833,35
TOTAL	3289	\$ 122,10	\$ 83.067,22

Elaborado por: el autor

Año: 2016

5.2. Presupuesto de egresos

El presupuesto de costos y gastos que necesitará la microempresa para su operación, se basa en la clasificación de costos por la función del centro de turismo comunitario, por tanto se determinó los costos los servicios se determinan según el número de turistas y las actividades que realizan. El pago a los comuneros será de un valor de \$12 dólares en el primer año y tendrá un incremento del 15% cada año siguiente.

Tabla 43 Presupuesto De Gastos Por Pago A Los Comuneros

Año	NUMERO DE VISITANTES	VALOR POR VISITANTE	VALOR ANUAL
2016	442	\$ 12,00	\$ 5.303,11
2017	530	\$ 13,20	\$ 7.000,10
2018	636	\$ 14,52	\$ 9.240,13
2019	764	\$ 15,97	\$ 12.196,98
2020	916	\$ 17,57	\$ 16.100,01
TOTAL	3289		\$ 49.840,33

Elaborado por: el autor

Año: 2016

Se analiza también el gasto financiero que se requiere para el proyecto en estudio, el mismo que corresponde a un capital de \$50.000,00 se lo financiará mediante la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés de 15% a un periodo de pago de 5 años la amortización se detalla a continuación:

Tabla 44 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
AÑO	CUOTA	INTERES	PAGO TOTAL
0			\$ 5.000,00
1	\$ 1.000,00	\$ 750,00	\$ 1.750,00
2	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 1.600,00
3	\$ 1.000,00	\$ 450,00	\$ 1.450,00
4	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 1.300,00
5	\$ 1.000,00	\$ 150,00	\$ 1.150,00

Elaborado por: el autor

Año: 2016

El gasto correspondiente a los gastos por pago de servicios básicos tales como son el pago de los servicios básicos y el arriendo se detalla a continuación:

Tabla 45 Gastos CIF

Gastos Indirectos					
Rubro	2016	2017	2018	2019	2020
Luz	\$ 81,00	\$ 85,05	\$ 89,30	\$ 93,77	\$ 98,46
Agua	\$ 70,80	\$ 74,34	\$ 78,06	\$ 81,96	\$ 86,06
Teléfono	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Internet	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47
TOTAL	\$ 325,80	\$ 342,09	\$ 359,19	\$ 377,15	\$ 396,01

Elaborado por: el autor

Año: 2016

En el siguiente cuadro mostramos los diferentes rubros correspondientes a los gastos que se darán en el desarrollo del proyecto los mismos que son el pago a los comuneros por concepto de atención a los turistas, pago a los guías turísticos, pago al personal administrativo y el pago de la Amortización del financiamiento.

Tabla 46 Total de Costos y Gastos Proyectados

TOTAL DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS						
RUBRO		2016	2017	2018	2019	2020
Atención al Cliente	\$	5.303,11	\$ 7.000,10	\$ 9.240,13	\$ 12.196,98	\$ 16.100,01
Gastos Financieros	\$	1.750,00	\$ 1.600,00	\$ 1.450,00	\$ 1.300,00	\$ 1.150,00
Gastos Indirectos	\$	295,80	\$ 310,59	\$ 326,12	\$ 342,43	\$ 359,55
TOTAL	\$	7.348,91	\$ 8.910,69	\$ 11.016,25	\$ 13.839,41	\$ 17.609,56

Elaborado por: el autor

Año: 2016

5.3. Balance de situación inicial

A continuación se presenta el estado de situación inicial del centro turístico, el mismo que se detalla los diferentes rubros que constituyen como de la situación inicial de la empresa.

Tabla 47 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO "TRADICIONES SAN CLEMENTE			
AL 29 DE FEBRERO DEL 2016			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		Préstamo por pagar	\$ 5.000,00
Bancos	\$ 1.560,00		
Total Activo Corriente	\$ 1.560,00	TOTAL PASIVO	\$ 5.000,00
ACTIVO FIJO			
Equipo de Computación	\$ 2.730,00	PATRIMONIO	
		Capital Social	\$ -
Total Activo Fijo	\$ 2.730,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ -
Gastos de Constitución	\$ 710,00		
Total Activos Diferidos	\$ 710,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 5.000,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 5.000,00

*Elaborado por: el autor
Año: 2016*

5.4. Estructura de financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 100% se financiará con crédito. La Corporación Financiera Nacional (CFN) financia montos nuevos proyectos productivos y los emprendimientos de interés social. Para la obtención de este crédito se requiere presentar una garantía del 125% sobre el valor solicitado y aplica una tasa de interés del 9,7% anual al segmento de crédito para el centro de turismo comunitario “Tradiciones .San Clemente”

Tabla 48 estructura de financiamiento

FINANCIAMIENTO			
CREDITO	100%	\$	5.000,00
TOTAL	100%	\$	5.000,00

Elaborado por: el autor
Año: 2016

5.5. Estado de resultados proyectados

Representa un resumen de los resultados financieros que proyecta alcanzar la organización durante un plazo determinado, el mismo que se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 49 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
AÑOS/RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
	\$ 8.838,51	\$ 11.666,84	\$ 15.400,22	\$ 20.328,30	\$ 26.833,35
OPERACIONALES					
EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 325,80	\$ 342,09	\$ 359,19	\$ 377,15	\$ 396,01
ATENCIÓN AL CLIENTE	\$ 5.303,11	\$ 7.000,10	\$ 9.240,13	\$ 12.196,98	\$ 16.100,01
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.209,61	\$ 4.324,64	\$ 5.800,90	\$ 7.754,16	\$ 10.337,33
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.750,00	\$ 1.600,00	\$ 1.450,00	\$ 1.300,00	\$ 1.150,00
UTILIDAD NETA	\$ 1.459,61	\$ 2.724,64	\$ 4.350,90	\$ 6.454,16	\$ 9.187,33

Elaborado por: el autor

Año: 2016

5.6. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja de una empresa, se calcula restando las entradas y salidas de efectivo que representan las actividades de operativas de la misma. En la contabilidad, flujo de caja es la diferencia en la cantidad de efectivo disponible al comienzo de un período (saldo inicial) y el importe al final de ese período (saldo final).

Tabla 50 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA						
RUBRO/AÑO	0	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSION	\$ 2.730,00					
CREDITO	\$ 5.000,00					
APORTE DE ACCIONISTAS	\$ -					
UTILIDAD NETA	\$ 1.459,61	\$ 2.724,64	\$ 4.350,90	\$ 6.454,16	\$ 9.187,33	
+ DEPRECIACIONES	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 546,00	\$ 546,00
- REINVERSIONES				\$ 682,50		
+ VENTA DE ACTIVOS MAQUINARIA Y EQUIPO					\$ 409,50	\$ 409,50
FLUJO ENTO DE CAJA	\$ 2.005,61	\$ 3.270,64	\$ 4.896,90	\$ 6.317,66	\$ 10.142,83	

*Elaborado por: el autor
Año: 2016*

5.7. Determinación del costo de capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión. Para ello consideramos que el monto de la inversión está dividido, en inversión propia y financiada, la misma que se especifica a continuación.

Determinación del costo de capital

TASA DE PONDERACIÓN	
CRÉDITO	0,1115
CAPITAL PROPIO	0,0581

Fuente: BCE

Elaborado por: el autor

Tabla 51 Costo De Capital

COSTO DE CAPITAL				
RUBROS	VALORES	PORCENTAJE	PONDERACIÓN	TASA DE REDESCUENTO
CRÉDITO	\$ 5000	100%	0,1115	0,11
CAPITAL PROPIO	0	0%	0,0581	0,00
	\$ 5000		0,1696	0,11

Elaborado por: el autor

Año: 2016

$$TRM = (1 + CK)(1 + RP) - 1$$

$$TRM = (1,11)(1,0581) - 1$$

$$TRM = 0,1750$$

La TRM del capital total \$5.000,00 es del 17,50%, esto significa que el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar el 11,15% de interés sobre los \$5.000,00 de capital financiado. La TRM (es lo mínimo que puede ganar para operar) si no fuera así no se podría realizar el pago de intereses ni su propia TRM.

A continuación se detalla en la siguiente tabla el valor del VAN ajustado a una tasa de descuento del 16,93%.

5.8. Evaluación financiera

5.8.1. VAN

La inversión inicial para el desarrollo del presente proyecto es de \$50.000,00 los mismos que en su totalidad corresponde a capital financiado.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

Tabla 52 CALCULO DEL VAN

CALCULO DEL VAN						
AÑOS	FLUJOS NETOS	TR	FLUJOS NETOS	TR		
		16,159%	ACTUAL		25%	
1	\$ 2.005,61	1,1115	\$ 1.804,41	1,25	\$ 1.604,48	
2	\$ 3.270,64	1,3967	\$ 2.341,69	1,56	\$ 2.093,21	
3	\$ 4.896,90	1,6506	\$ 2.966,74	1,95	\$ 2.507,37	
4	\$ 6.317,66	1,9506	\$ 3.238,83	2,44	\$ 2.587,72	
5	\$ 10.142,83	2,3053	\$ 4.399,79	3,05	\$ 3.323,56	
			\$ 14.751,46		\$ 12.116,35	

Elaborado por: el autor

Año: 2016

$$VAN = -5.000,00 + 1.804,41 + 2.341,69 + 2.966,74 + 3.238,83 + 4.399,79$$

$$VAN = 9.751,46$$

El VAN se determinó, calculando el valor presente de los flujos de caja para los 5 años siguientes. Para esto se actualiza los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto, que este caso nos indica va a recuperar la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación del grupo de socios para la prestación del servicio de turismo comunitario en la comunidad de San Clemente.

VAN > 0; VIABLE
VAN = 0; INDIFERENTE
VAN < ; NO ES VIABLE

5.8.2. TIR

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

Tabla 53 TIR

CALCULO DEL TIR	
INVERSIÓN INICIAL	\$ (5.000,00)
1	\$ 2.005,61
2	\$ 3.270,64
3	\$ 4.896,90

4	\$	6.317,66
5	\$	10.142,83
TIR		67,22%

Elaborado por: el autor

Año: 2016

5.8.3. Beneficio-costo

Es la relación que refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos.

La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o, donde la relación B/C es igual a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento (i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i). Para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

Tabla 54 RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

RELACIÓN COSTO/BENEFICIO				
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS	EGRESOS
			ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS
1	\$ 8.838,51	\$ 7.378,91	\$ 7.951,88	\$ 6.638,69
2	\$ 11.666,84	\$ 8.942,19	\$ 8.353,14	\$ 6.402,37
3	\$ 15.400,22	\$ 11.049,33	\$ 9.330,08	\$ 6.694,13
4	\$ 20.328,30	\$ 13.874,13	\$ 10.421,56	\$ 7.112,75
5	\$ 26.833,35	\$ 17.646,02	\$ 11.639,85	\$ 7.654,54
TOTAL			\$ 47.696,51	\$ 34.502,49

Elaborado por: el autor

Año: 2016

$$\text{COSTO/BENEFICIO} = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{COSTO/BENEFICIO} = \frac{47.696,51}{34.502,49}$$

$$\text{COSTO/BENEFICIO} = 1,3824$$

El valor calculado de costo – beneficio, significa que por cada dólar de inversión se recupera 1,3824 dólares esto sucede porque el crédito que se realiza para la realización de las diferentes actividades en mejora para la comunidad es por un tiempo de cinco años los mismos que luego de estos años serán liquidados.

5.9. Punto de equilibrio.

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

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

Los siguientes son considerados como costos variables, ya que estos varían de acuerdo a las ventas y las tasas de interés que podrían variar:

Tabla 55 Costo Variable

COSTOS VARIABLES					
RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020
GUÍAS TURÍSTICOS	\$ 5.303,11	\$ 7.000,10	\$ 9.240,13	\$ 12.196,98	\$ 16.100,01
GASTO LUZ	\$ 81,00	\$ 85,05	\$ 89,30	\$ 93,77	\$ 98,46
GASTO AGUA	\$ 70,80	\$ 74,34	\$ 78,06	\$ 81,96	\$ 86,06
GASTO TELEFONO	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
GASTO INTERNET	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47
TOTAL	\$ 5.628,91	\$ 7.342,19	\$ 9.599,33	\$ 12.574,13	\$ 16.496,02

Elaborado por: el autor

Año: 2016

Los costos fijos son valores que permanecen constante sin importar el volumen de ventas que se tenga en un período dato, esto son los siguientes:

Tabla 56 Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020
Amortización activo diferido	\$ 1.750,00	\$ 1.600,00	\$ 1.450,00	\$ 1.300,00	\$ 1.150,00
TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 1.600,00	\$ 1.450,00	\$ 1.300,00	\$ 1.150,00

Elaborado por: el autor

Año: 2016

$$PE = \frac{1.750,00}{1 - \frac{5.628,91}{8.838,51}}$$

$$PE = \frac{1.750,00}{0,3631381307}$$

$$PE = 4.819,10$$

Para poder cubrir todos los costos y gastos que genera la prestación del servicio de turismo comunitario en un año, es necesario que las ventas sean iguales a 4.819,10 dólares, con este valor no se tendrá ni ganancia ni pérdida.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6. Nombre de la empresa

Los aspectos legales para la constitución y funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario San Clemente son los siguientes:

6.1.1. Determinación de la forma jurídica

Para el desarrollo del presente proyecto se constituye como una organización de sociedad civil debido a la forma de trabajo que se va a presentar ya que todos los habitantes de sector se dedicarán a brindar el servicio de turismo comunitario.

El centro de turismo comunitario es una organización que busca la mejor calidad de vida de la sociedad involucrada, cuyo principal objetivo es la utilización sustentable y sostenida de los recursos existentes, conservando y preservando el medio ambiente, así como también las costumbres y tradiciones de los pueblo originarios.

Para el inicio de sus actividades en primera instancia se procedió a identificar el nombre del centro de turismo comunitario, que es el siguiente:



Registro mercantil

(TURISMO, INSTRUCTIVO PARA REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS, 2009) Art. 1.- Se entenderá por actividad turística comunitaria el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas.

(TURISMO, INSTRUCTIVO PARA REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS, 2009) Art. 2.- Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro se lo hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo.

Afiliación a la cámara de turismo y al FEPTCE

Para poder operar como centro de turismo comunitario en el Ecuador se necesita estar afiliado a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). Para de esta manera tener un mejor desempeño en la actividad así como también en el cumplimiento de leyes y reglamentos vigentes.

Registro de operación turística

Para poder funcionar en el Ecuador se necesita estar registrado en los siguientes.

Debiendo adjuntar la siguiente documentación:

a) Solicitud de registro dirigida a la máxima autoridad del Ministerio de Turismo en el que se consignarán las actividades que realizará;

b) Acreditación de la organización al amparo de la Constitución Política de la República (Art. 84); Art. 1 y 3 de la Ley de Organizaciones y Régimen de Comunidades; y, demás normas, en especial el

Acuerdo Ministerial No. 20070130, publicado en el Registro Oficial No. 266 de 6 de febrero del 2008o informe técnico que justifique la calidad de comunitario del centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, por la Federación Plurinacional de

Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE. Con excepción de las organizaciones determinadas en el Art. 7 de la Ley de Turismo;

c) Nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario;

d) Acta, suscrita por los miembros del centro turístico comunitario, en la que conste la decisión de registrarse, así como, la delegación a la persona que actuará como representante para realizar el registro;

e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo;

f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo; según Acuerdo No. 20050015 de fecha 26 de julio del 2005. (Numeral 1.2.3);

g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste, como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios; y,

h) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Registro ante el MINTUR

Según la Ley de Turismo. Capítulo II. Artículo 9. Registro Oficial No 97 del 27 de diciembre del 2002 “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, Cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”.

(TURISMO, INSTRUCTIVO PARA REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS, 2009) Art. 9.- Procedimiento del Registro.- Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro.

El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

Licencia anual de funcionamiento

Las personas tanto naturales como jurídicas que preste servicios turísticos deberán renovar la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el ministerio de turismo.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Art. 10.- Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

6.2. Misión

“Brindar a nuestros clientes los servicios gastronómicos y hospedaje de calidad contando con personal comprometido y motivado para brindar una eficiente atención, satisfaciendo las expectativas de nuestros turistas manteniendo como principal enfoque la responsabilidad social, mediante el uso sostenible y sustentable de los recursos, sin dejar de lado los valores como honestidad, honradez, responsabilidad y amabilidad, respaldados en la experiencia.”

6.3. Visión

Ser el mejor centro de turismo comunitario que cuente con la infraestructura adecuada, aventura, descanso y confort. El centro de turismo comunitario “TRADICIONES SAN CLEMENTE” será un centro turístico reconocido a nivel nacional e internacional como un atractivo natural digno de ser visitado, enfocado al turismo extranjero y al nacional que aprecie la naturaleza y comparta nuestra filosofía de conservación del medio ambiente y las costumbres y tradiciones que tienen los pueblos originarios de nuestro hermoso Ecuador.

6.4. Principios y valores

Los principios y los valores están orientados a las diversas acciones corporativas cuyo propósito es contribuir a la institución actuar bajo valores trascendentes y permanentes, al mismo tiempo, necesita estimular los cambios de la sociedad actual, generando una identidad que permita constituirse para de esta manera convertirse en servicio turístico comunitario de calidad al servicio de quienes la soliciten.

Los valores se ganan con el respeto, honestidad, responsabilidad y compromiso de quienes hacen y representan “Poner el nombre del centro de turismo comunitario”, como base de estos elementos hacen que el centro se convierta en un referente de excelencia y de calidad.

Trabajo en equipo.- trabajar en unión con los demás miembros de la comunidad, procurando el logro de los objetivos estratégicos del centro de turismo comunitario, cuyo principal objetivo debe ser la mejora de la calidad de vida.

Orientación hacia el servicio al cliente.- Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos y externos, así como una constante investigación de sus necesidades. Buscando la satisfacción total del cliente.

Respeto.- El respeto a los demás miembros de la comunidad así como también a los visitantes es un valor básico que nos induce a la cordialidad, la armonía, aceptación e inclusión que deben los distintivos de las relaciones interpersonales.

Honestidad.- El valor de la “honestidad” es la sinceridad, honorabilidad, y modestia que debemos manifestar los integrantes del centro de turismo comunitario en las actividades diarias que se realizan tanto en la prestación del servicio así como también en el diario vivir.

Liderazgo participativo.- En el centro de turismo comunitario todos son líderes, ya que cada actividad inherente al servicio turístico es importante ya que la cadena se termina en

el momento que el turista adquiere el servicio. Es por tal motivo que la toma de decisiones acertadas en bien de todos los comuneros hace que la ideología de mejora es bien vista por todos los demás.

Lealtad.- La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestro centro de turismo comunitario.

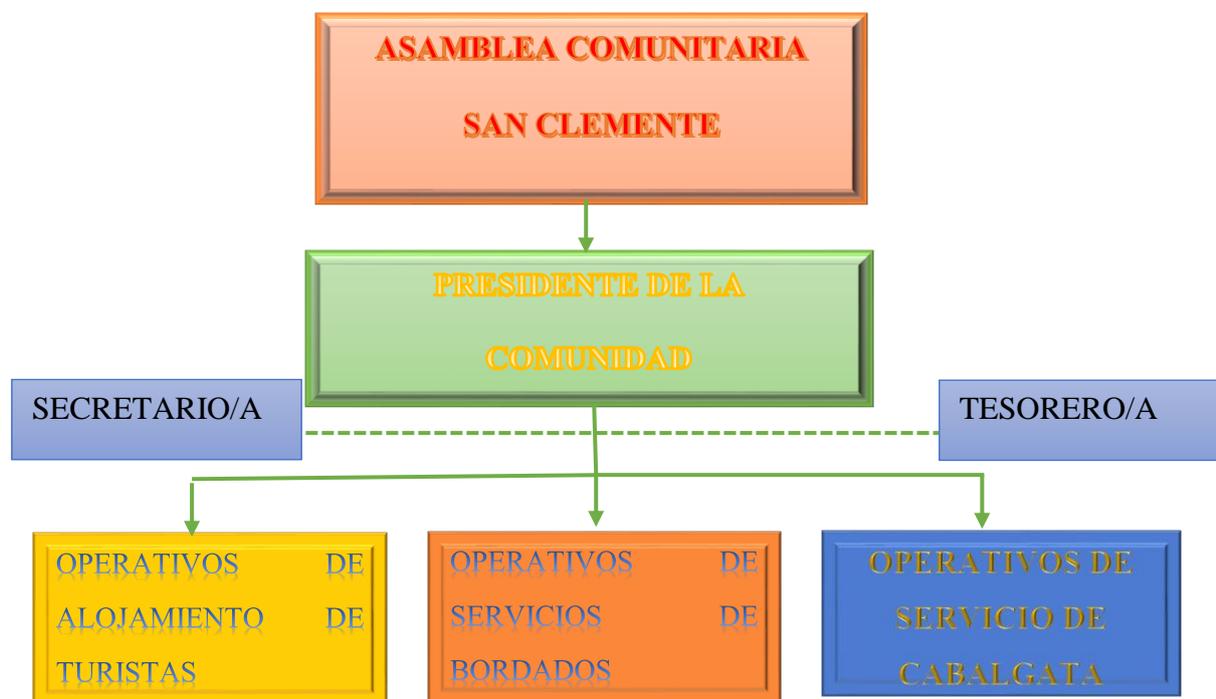
6.5. Políticas

Calidad.- Tratar de satisfacer las necesidades y expectativas del turista, tomando como referencia que un buen y excelente servicio turístico puede ayudar a promocionar al centro para de esta manera seguir fortaleciéndonos como centro turístico líder logrando así la misión y visión del CTC.

Fomentar el desarrollo micro empresarial de los habitantes de la comunidad San Clemente, a través de la orientación de posibilidades de formar grupos que contribuyan al desarrollo del turismo comunitario del sector y buscando la sostenibilidad del centro.

Preservación y conservación del Ambiente, cumpliendo con los estándares y normas ambientales requeridas en todos los procesos que realice el centro de turismo comunitario, creando una política verde para el resguardo del atractivo turístico siendo de esta manera un referente en la región y el país como uno de los CTC sustentable y sostenible de uso exacto de los recursos existentes.

6.6. Organigrama estructural



6.7. Manual de Funciones

Nombre Del Cargo: Asamblea Comunitaria San Clemente

Jefe Inmediato: No aplica

Supervisa A: Presidente de la comunidad, Grupo de casas de alojamiento, Grupo de bordadoras San Clemente, Grupo de servicio de Cabalgata.

Funciones:

- ✓ Conocer los informes balances y más cuentas del centro de turismo comunitario de manera anual para considerarlos, aprobarlos y ordenar su rectificación o mejora.
- ✓ Decidir sobre la inclusión de más actividades o servicios para el CTC.
- ✓ Ejercer las demás atribuciones permitidas por la ley, los estatutos y reglamento vigente.

Nombre Del Cargo: Presidente de la comunidad.

Jefe Inmediato: Asamblea Comunitaria San Clemente.

Supervisa A: Grupo de casas de alojamiento, Grupo de bordadoras San Clemente, Grupo de servicio de Cabalgata

Tabla 57 Manual de Funciones Gerente

Competencias Técnicas	Competencias Comportamentales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento general de la situación actual de la comunidad y de la forma de servicio turístico comunitario. ✓ Manejar modelos de control y evaluación de las fortalezas y debilidades del servicio turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Profesional creativo con liderazgo, que esté preparado para crear, fomentar y difundir una mejor atención del servicio. ✓ Planificación y competencia, orientación a resultados. ✓ Espíritu emprendedor, desarrollo y apoyo a los colaboradores, análisis de problemas.

Funciones

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar, legal, judicial y extrajudicialmente al centro de turismo comunitario. ✓ Convocar a asambleas comunitarias ordinarias y extraordinarias ✓ Coordinar actividades con operadoras turísticas y los demás grupos que conforman el turismo comunitario. ✓ Cuidar que se lleve una adecuada utilización de los recursos de la organización, presentando a la comunidad informes, así como los avances de su gestión.
--

Formación Profesional:

Estudios superiores en Administración de Empresas, Finanzas, Gestión turística o afines. (si es posible o cualquier comunero puede ser el presidente ya que depende de una elección popular en las asambleas comunitarias anuales)

Persona mayor de 23 años de edad.

Requisitos Adicionales: Poseer un nivel medio de inglés y nativo de quichua

Nombre Del Cargo: Guías Nativos

Jefe Inmediato: Gerente

Supervisa A: No Aplicable

Tabla 58 Manual de Funciones Guía Turístico

Competencias Técnicas	Competencias Comportamentales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento en manejo de grupos y atención al cliente. ✓ Conocimientos de deportes extremos. ✓ Hablar inglés como mínimo u otros idiomas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Respeto al momento de dirigirse al turista. ✓ Facilidad de palabra y dinamismo. ✓ Poseer alto nivel de paciencia y liderazgo.
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar la hoja de registro de rutas o movilizaciones y presentar a la asamblea comunitaria para una adecuada coordinación. ✓ Informar sobre medidas de seguridad, aspectos ambientales, arqueológicos y ancestrales. Así como también de la conservación del medio ambiente. ✓ Cuidar y proteger a los turistas. ✓ Asesorar en promociones que se puedan establecer. 	
Formación Profesional:	
Conocimiento de las costumbres y tradiciones del sector donde se va a visitar.	

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) Art. 14.- Guías nativos: Los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe.

6.8. Constitución legal

Realizar una asamblea comunitaria

Se debe elaborar un acta donde conste la decisión de todos los miembros de la comunidad la idea de formar el Centro de Turismo Comunitario Tradiciones San Clemente con una ideología de mejorar la calidad de vida mediante el uso de los recursos de manera sustentable.

Obtener la personería jurídica

Para la personería jurídica de la comunidad es responsabilidad de los miembros del gobierno comunitario, ya que luego de la elección en la asamblea general anual los elegidos deben realizar el trámite correspondiente en el MAGAP, quien es quien certifica de la personería de la comunidad.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

1. Original y copia de cédula de la personería jurídica certificada por el MAGAP.
2. Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual).

Del domicilio actual y,

Los requisitos para afiliar la empresa a la Superintendencia de Compañías son:

1. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Copia de la cédula de ciudadanía
3. Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo
4. Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) **Art. 9.- Procedimiento del Registro.-** Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro. El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

(TURISMO, REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS, 2010) **Art. 11.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador**, cuidará en lo que es de su competencia, del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelaré cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representante de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

Permiso sanitario

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Responsabilidad laboral

Según el código de trabajo vigente en el país son obligaciones del empleador a continuación los principales requisitos.

1. Coordinar acciones para poder realizar trabajos conjuntos con todos los comuneros de San Clemente.
2. Adecuar lugares de atención del servicio, sujetándose a las disposiciones legales.
3. Ayudar a los trabajadores y grupos de los diferentes aspectos que forman parte del centro de turismo comunitario para que puedan formalizarse como grupos legales para en el futuro evitar problemas legales que puedan afrontar los mismos.

4. Respetar las asociaciones de los trabajadores y fomentar el trabajo en equipo de todos los involucrados.
5. Tratar a los turistas nacionales y extranjeros con la debida consideración.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos como son: social, económico, ambiental, estableciendo al final una matriz general a fin de establecer, si el proyecto es aceptable.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto del centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente”

Determinados los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación para luego realizar el análisis de los diferentes impactos.

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 59 Matriz de Impactos

Puntaje	Significado
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: el autor

7. Impacto económico

Tabla 60 Impacto Económico

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1. Ingresos económicos para las familias involucradas							X	
2. Fomento de la inversión nacional					X			
3. Desarrollo y visión empresarial						X		
4. Rentabilidad y beneficio económico para la familias de la comunidad					X			
5. Equidad para la comunidad							X	
Subtotal					2	2	6	10

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma TOTAL}{NUMERO DE INDICADORES}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{10}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2$$

$$NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO$$

Los efectos económicos provenientes de la actividad turística en el presente proyecto en estudio, desde el punto de vista de quienes los promueven e implantan este tipo de proyectos suelen ser beneficiados en gran medida, también tomamos en cuenta a la población en general que pueden incluirse como beneficiarios indirectos al brindar algún servicio que involucre a los pobladores y de esta manera se contribuye a mejorar el impacto económico que este proyecto trae consigo al momento de ejecutar y llevar a cabo las actividades propuestas.

9.2. Impacto social

Tabla 61 Impacto Social

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1. Fuentes de trabajo						X		
2. Mejoramiento de la infraestructura vial y señalización						X		
3. Reducción de índice de migración					X			
4. Difusión de la cultura de la comunidad							X	
5. Satisfacción de los turistas						X		
Subtotal					1	6	3	10

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma TOTAL}{NUMERO DE INDICADORES}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{10}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2$$

$$NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO$$

Los impactos sobre el medio social y cultural para el presente proyecto afectan a las distintas dimensiones de la existencia humana, se puede distinguir efectos, los impactos culturales en centros turísticos suelen ser negativos, ya que la inmersión no planificada de turistas en las comunidades puede alterar sus costumbres, tradiciones modos de vida y hasta su cultura.

Pero al hablar de un turismo comunitario administrado y guiado por los propios pobladores del sector, lo único que se promueve es la convivencia de los turistas con los

moradores de la zona para que de esta forma conozcan las formas de vida y tradiciones que se siguen conservando, los cuales identifican a la cultura indígena permitiendo así continuar conservando la vestimenta, formas de trabajo y costumbres.

9.3. Impacto ambiental

Tabla 62 Impacto Ambiental

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1. Reciclaje de los desechos provenientes de las actividades diarias del turismo							X	
2. Preservación de los recursos naturales						X		
3. Mantenimiento y control de las actividades que realizan los turistas							X	
Total						2	6	8

Fuente: investigación directa. 2016

Elaborado por: el autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma TOTAL}{NUMERO DE INDICADORES}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{8}{3}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,66 = 3$$

$$NIVEL DE IMPACTO = ALTO POSITIVO$$

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

ecosistema, sin duda generarán efectos en el ecosistema, uno de los elementos que se ve afectado es el aire, como se muestra en el cuadro anterior; así mismo este evidencia que el nivel de afectación no es muy alto, ya que en su mayoría las actividades turísticas se realizan mediante caminatas y ciclismo, el suelo es otro de los elementos del ecosistema, también se ve afectado de cierta manera por la puesta en marcha del proyecto; ya que al entrar los turistas a conocer entornos naturales que en su mayoría han permanecido sin ser visitados, se altera de alguna manera su constitución habitual, los elementos más apreciados e importantes será sin duda un medio necesario para el desarrollo de las actividades de la empresa, pero al igual que los demás elementos que conforman el ecosistema puede ser afectado por la incursión de los turistas al entorno natural del área de influencia del proyecto.

10. Conclusiones

El estudio de situación inicial permitió reconocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que probablemente puede tener el desarrollo del proyecto, conociendo los aspectos importantes que influyen directa o indirectamente en el presente estudio, se estableció variables e indicadores que ayuda a detallar con más exactitud la influencia que tienen los factores que se encuentran cercanos al proyecto y para finalmente identificar la Matriz AOOR.

El marco teórico nos ayuda a definir los conceptos claros sobre los cuales se va a trabajar por cuanto los temas tratados en el desarrollo del trabajo ya que se debe tener una idea clara de lo que significa cada uno de los conceptos utilizados y de donde se obtendrá en el desarrollo de las actividades normales del proyecto en estudio.

El estudio de mercado permitió indicar las características del servicio que desea adquirir el cliente, incluso se define el tipo de potencialidades del sector, así como también las características de los clientes, de igual manera identificar quienes serán los beneficiados de dicho proyecto, el mismo detalla el grado de oportunidad que puede tener el proyecto y cómo gana espacio dentro de los principales factores económicos de la nación; de lo mencionado se especifica los posibles crecimientos que puede tener el centro de turismo comunitario, también se puede observar cantidad de posibles nuevos comuneros que dispongan de los recursos turísticos necesarios, los mismos que se pretende ofertar en la comunidad San Clemente.

En el estudio técnico se detalla los posibles requerimientos que tiene el proyecto, en esta se definen los rubros en los cuales se tiene que incurrir para que el proyecto se efectúe adecuadamente, también se detalla las leyes y reglamentos vigentes ya que para los centros de turismo comunitario se deben incluir a todos los miembros de la comunidad para que sean parte

activa de la actividad a desarrollar, así también se considera los diferentes tipos de maquinaria, recursos para la readecuación de los lugares de visita y equipo de computación que se va a requerir.

En el estudio financiero se indica los posibles ingresos y gastos que se presentará en la ejecución del proyecto, el mismo se detalla una proyección de 5 años como vida útil del mismo, se identifican los rubros correspondientes a costos fijos y variables del proyecto, para conocer la Tasa Interna de Retorno, El valor Actual Neto, Costo Beneficio que tiene el estudio y de esta manera conocer los posibles rubros futuros que se van a presentar en el proyecto.

La estructura organizativa que se presenta en el presente proyecto se define los roles que van a cumplir todos y cada uno de los comuneros que participan en el servicio turístico, también se detalla la participación de nuevos habitantes formados en grupos específicos como son el de cabalgata y grupo de bordadoras, y finalmente las políticas y valores con los cuales se va a regir el centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente”.

En el capítulo siete se detallan los posibles impactos que va a tener el desarrollo del proyecto considerando como más importantes los impactos sociales, económicos y ambientales que se pueden dar al desarrollar el proyecto.

En la comunidad San Clemente en la actualidad no se incluyen a todos los comuneros ya que son pocas las familias que se benefician directamente al brindar este servicio, no se cumple con la Ley de Centros Turísticos Comunitarios vigente desde el 2010, y del Reglamento para Centros de Turismo Comunitario.

11. Recomendaciones

Se debe tomar al turismo como una nueva ventana de oportunidades dentro de cualquier economía. En cuanto al país existe una alta biodiversidad natural, cultural, artesanal, patrimonial y gastronómica, la misma que no es aprovechada en su totalidad; por lo tanto es necesario impulsar una campaña austera de marketing y desarrollar planes estratégicos a mediano y largo plazo que permita impulsar al turismo ecuatoriano; protegiendo, respetando y conservando el ambiente.

Al desarrollar el presente tema de investigación y analizar sus principales indicadores de evaluación económica, se recomienda impulsar este proyecto por etapas de edificación, que nos permitan crecer como centro de turismo comunitario en relación al incremento de clientes que esta posea. Considerando además la situación macroeconómica que actualmente vive el país y el mundo.

Para una adecuada investigación del mercado actual al cual se va a enfocar el producto o servicio en estudio es importante realizar una encuesta o entrevista que permita analizar aspectos indispensables del producto, la misma que debe estar dirigida a conocedores de la rama en análisis, esto permitirá conocer las posibles reacciones de los clientes finales, logrando además que los comuneros sepan más a fondo de este tema y se involucren activamente.

En el estudio técnico debe reflejarse los posibles rubros necesarios para el buen funcionamiento del centro turístico, se debe identificar la capacidad real que puede tener el mismo y por último equilibrar y analizar todos los rubros que implican el buen funcionamiento del servicio, el recurso humano disponible se debe capacitar para que al momento de realizar

o brindar el servicio no se lo realice de forma tradicional sino que esta sea cumpliendo con estándares de calidad que ayuden al centro a ser mejor para acoger a diferentes tipos de turistas.

Para el mejoramiento continuo de la hostería respecto a la calidad del servicios que se pretende brindar, es necesario realizar un diagnóstico estratégico que permita cuantificar y medir las expectativas de los clientes en relación al servicio, para todo esto es necesario conocer el tipo de cultura y liderazgo empresarial; con lo expuesto se podrá proporcionar a la empresas considerables beneficios en cuanto a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia.

En el centro de turismo comunitario se debe considerar el manejo de una herramienta fundamental como lo es los indicadores de gestión que permite medir la gestión, o calcular logro de los objetivos sociales e institucionales para los cuales se creó la entidad, los mismo que se clasifica en indicadores de gestión financieros e indicadores de procesos; como una expresión cuantitativa del comportamiento de las variables o atributos de un producto, calculados en base al balance general y de resultados; y la eficacia y eficiencia de los procesos. Esto permite mejorar el manejo del capital, reinversiones, el control financiero y la rentabilidad del centro turístico.

En el centro turístico comunitario y en toda organización, la gestión del talento humano es uno de los factores más importantes para el éxito o fracaso de la misma; por estas circunstancias se debe establecer parámetros en base a las cuatro funciones básicas de la administración como son: planificación, organización y control; logrando de esta manera crear, mantener y desarrollar un conjunto de relaciones humanas y ambiente de trabajo adecuado entre todos los comuneros, la motivación en el logro de objetivos establecidos ayuda ser

eficientes y eficaces en la prestación del servicio, esto se logra mediante la participación activa de todos los comuneros.

Analizar todos los impactos que se pueden generar el proyecto ya que en la actualidad es muy importante la conservación del medio ambiente, la preservación de la misma, los aspectos sociales especialmente de los pueblos y nacionalidades originarias no deben ser modificados, por último el impacto económico que se genera al poner en ejecución el proyecto, son aspectos a tomar en consideración ya que la mitigación de los mismos no afectarán al medio ambiente y a los seres humanos.

El funcionamiento del centro de turismo comunitario establece la participación de todos los habitantes del sector, para que los recursos obtenidos de este servicio se distribuyan equitativamente y la inversión a realizar beneficie a todos. Incluir a nuevos miembros para que formen parte de este proyecto ayudará a mejorar la calidad de vida mediante el buen uso de los recursos y medios existentes, los nuevos grupos de bordado y cabalgata que se incluirán serán los mentores para que en el futuro el centro de turismo comunitario “Tradiciones San Clemente”, sea un modelo de gestión sustentable, sostenible, eficiente e inclusivo.

12. Bibliografía

ALVEAR, L. (2008). *ECUADOR OPERACIÓN TURÍSTICA* . ECUADOR: IMPRESORES SUDAMERICANOS.

BACA, G. (2013). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MÉXICO: McGraw-Hill.

BRAVO, V. M. (2013). *CONTABILIDAD GENERAL*. ECUADOR: ONCEAVA EDUCIÓN.

C RINCÓN, G. L. (2010). *CONTABILIDAD DEL XXI*. BOGOTÁ: ECOE.

CABARCOS, N. (2008). *PROMOCIÓN Y VENTAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS*. ESPAÑA: VIGO.

CÓRDOVA, M. (2007). *GERENCIA FINANCIERA EMPRESARIAL*. COLOMBIA: ECOE.

D., D. R. (2010). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINSTRACIÓN*. ESPAÑA: LANGUAGE LEARNING LATIN AM.

D'ALESSIO, F. (2008). *EL PROCESO ESTRATÉGICO*. MÉXICO: CENTRUM.

ESCUDERO, M. J. (2011). *GESTIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE*. ESPAÑA: PANINFO.

FINANCIERA, E. (16 de 07 de 2015). *ENCICLOPEDIA FINANCIERA*. Obtenido de <http://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

IGLESIAS, T. (2007). *COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS*. MEXICO: TRILLAS.

JR THOMSON, J. S. (2008). *ADMINISTRACIÓN ESTRTEGICA*. MÉXICO: McGraw-Hill Compañies.

KOTLER, P. (2012). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. MEXICO: GRUPO PLANETA.

MUNDO.COM, E. (25 de 01 de 2016). *ECONOMIA Y FINANZAS ELMUNDO*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

NEGOCIOS, C. (01 de 17 de 2014). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir>

NEGOCIOS, C. (10 de 02 de 2016). *CRECE NEGOCIOS.COM*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

NUNEZ, P. (22 de 07 de 2009). *KNOOW.NET*. Obtenido de <http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/tir.htm#plus>

PRIETO, J. (2013). *GESTIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL*. COLOMBIA: ECOE.

PRIETO, J. (2013). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. COLOMBIA: ECOE.

R DAFT, D. M. (2010). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN*. ESPAÑA: LANGUEJE LEARNING LATIN AM.

RAMÍREZ, C. (2009). *PERFIL DEL RECURSO HUMANO*. ECUADOR: TRILLAS.

- RAMÍREZ, C. (2009). *PERFIL DEL RECURSO HUMANO*. ECUADOR: TRILLAS.
- REY, M. (2005). *FUNDAMENTOS DE MARKETING TURÍSTICO*. ESPAÑA: SINTESIS.
- RINCON C, L. G. (2010). *CONTABILIDAD DE XXI*. COLOMBIA: ECOE.
- ROJAS, D. (2013). *LA BIBLIA DEL MARKETING*. MÉXICO: PRIMERA EDICCIÓN.
- RUIZ, E. (2007). *TURISMO COMUNITARIO*. ECUADOR: EBYA-YALA.
- RUÍZ, E. (2007). *TURISMO COMUNITARIO*. ECUADOR: ABYA-YALA.
- STRICKLAND, T. J. (2008). *ADMINSITRACIÓN ESTRATÉGICA*. MEXICO: McGraw-Hill.
- TURISMO, M. D. (2009). *INSTRUCTIVO PARA REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS*. QUITO: LEXIS.
- TURISMO, M. D. (2010). *REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS*. QUITO: LEXIS.
- ZAPATA, P. (2011). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. BOGOTÁ: McGraw-Hill.

13. Lincografía

<http://www.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras-el-nuevo-servicio-del-mintur/>

<https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&pg=PA64&lpg=PA64&dq=turismo+comunitario+ecuador+datos&source=bl&ots=1WsnPPgtVj&sig=QxWjtF5imzRFg5kVsBA1SMRSonI&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiCt5CzucTPAhXJ2B4KHZDVB8cQ6AEINzAE#v=onepage&q=turismo%20comunitario%20ecuador%20datos&f=false>

https://www.codespa.org/proyectos/impulsamos_el_turismo_comunitario_en_zonas_rurales_de_ecuador_para_que_familias_indigenas_reduzcan_sus_niveles_de_pobreza

<http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>

<http://travelinecuador.blogspot.com/2010/09/demanda-turistica.html>

<http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/510/1/T-UIDE-0474.pdf>

<http://conectateeconomia.blogspot.com/2016/07/datos-turisticos-y-economicos-por.html>

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/tarifa-y-ocupacion/275>

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/perfiles-del-turista-por-mercados-de-acuerdo-a-la-priorizacion/4>

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>

<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/mas-extranjeros-llegan-a-ecuador.html>

<http://www.elcomercio.com/actualidad/turistas-extranjeros-ecuador-jovenes-ocio-vacaciones-ingreso-infografia.html>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

[http://www.ceplaes.org.ec/pdf/perfil_8_marzo_25_2009_final\[1\].pdf](http://www.ceplaes.org.ec/pdf/perfil_8_marzo_25_2009_final[1].pdf)

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=943:-1-mill-mil-297-turistas-ingresaron-al-ecuador-en-el-2008&catid=99:archivos-2009&Itemid=152

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadisticas-turicas&catid=62:servicios&Itemid=95

ANEXOS

.....,a.....de.....del 20.....

Yo,..... en calidad de Representante Legal de la Comunidad..... con cedula de ciudadanía No.Nombramiento que fue aprobado en fecha.....solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Registrar las actividades turísticas que se desarrollarán en nuestra Comunidad, y que tienen las siguientes características:

Personería Jurídica:

Ubicación de la Comunidad:.....

Provincia Cantón Ciudad

Contactos de la Comunidad: e-mail..... Teléfono:.....

Pagina Web

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Descripción de las Actividades Turísticas:

Alojamiento:.....

Alimentos y Bebidas.....

Otros.....

Observaciones:.....

.....

.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMUNIDAD

REQUISITOS PARA REGISTRO CENTROS TURÍSTICOS

COMUNITARIOS

- 1. Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- 2. Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- 3. Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- 4. Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- 5. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- 6. Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- 7. Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- 8. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- 9. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Entrevista dirigida a comuneros de San Clemente

1.- Nombre:.....

2.- Edad:.....

3.- Cargo en la comunidad?.....

4.- ¿Qué opina sobre el turismo comunitario en San Clemente?.....

.....
.....

5.- ¿Cómo se administraría el centro de turismo comunitario en San Clemente?.....

.....
.....
.....

6.- ¿Qué opina sobre la participación de los comuneros en esta forma de buscar la mejora de la calidad de vida?.....

.....

.....

7.- ¿Qué haría para que este centro turístico sea sustentable u sostenible?.....

.....

.....

.....

GRACIAS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FICHA DE ONSERVACIÓN

CARACTERÍSTICA	ESTADO	OBSERVACIÓN
VIAS DE ACCESO	Bueno	
ACTIVIADES QUE REALIZAN LAS MUJERES DEL SECTOR	Buenas	Crianza animales menores. Cultivos Bordados
PRICIPALES INGRESOS DE LAS FAMILIAS	Buenos	Carpintería, Turismo Bordados, Venta de animales
TURISMO COMUNITARIO	Bueno	Pocas familias se relacionan directamente de este servicio
EL BORDADO EN LA COMUNIDAD	Muy bueno	Realizan manteles, camisas, tapetes, vestidos, etc.
LAS CABALGATAS	Muy bueno	Se realizan por diferentes lugares donde se pueden apreciar variedad de flora y fauna



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES

Objetivo general

La presente encuesta se ha elaborado con el fin de descubrir el interés que podría tener el potencial turista nacional y extranjero en el turismo comunitario en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia La Esperanza, comunidad San Clemente.

ELIJA UNA OPCIÓN

1. ¿Cuántos años tiene?

Menores a 15 años	
15 a 20 años	
21 a 30 años	
31 a 50 años	
51 años o más	

2. ¿Cuándo usted viaja por que lo hace?

Opciones	
Diversión	
Visitas a áreas naturales	
Deportes	

Gastronomía	
Observación de la flora y fauna	
Visitas de sitios arqueológicos	
Realizar compras de bordados y artesanías	
Visitas a las comunidades	
Otros	

3. Cuando usted viaja ¿Con quién lo hace?

Solo	
Con su pareja	
Con sus hijos	
Con amigos (as)	
Otros	

4. ¿Conoce usted que significa el uso adecuado de los recursos naturales?

Si	
No	

5. ¿Le gustaría realizar nuevas actividades turísticas comunitarias?

Si	
No	

6. ¿Le gustaría convivir o conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos originarios?

Si	
No	

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día en la visita a un centro de turismo comunitario?

15 - 20 USD	
21 - 25 USD	
26 - 30 USD	

9. ¿Si usted visita un centro de turismo comunitario por cuántos días estaría dispuesto a alojarse?

1 día	
2 - 3 días	
4 - 5 días	
Mas de 5 días	

10. ¿Por qué medio usted se entera de las promociones y lugares turísticos del país o la región?

Redes Sociales	
Operadoras turísticas	
Radio	
Televisión	

Gracias por su tiempo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS EXTRANJEROS

Objetivo general

La presente encuesta se ha elaborado con el fin de descubrir el interés que podría tener el potencial turista nacional y extranjero en el turismo comunitario en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia La Esperanza, comunidad San Clemente.

ELIJA UNA OPCIÓN

1. ¿Cuántos años tiene? How old are you?

15 a 20 años	
21 a 30 años	
31 a 50 años	
51 años o más	

2. ¿De qué parte del mundo viene?, Where are you from?

Inglaterra	
Estados Unidos	
Alemania	

Francia	
Canadá	
México	
Otros	

3. ¿Conoce usted que significa turismo comunitario? Do you know about Turismo comunitario?

Si	
No	

4. ¿Cuál fue su motivo para viajar? What are you motivation for a trip?

Diversión	
Visitar áreas naturales	
Deporte	
Gastronomía	
Flora y Fauna	
Visitar Comunidades	
Visitar sitios arqueológicos	

5. ¿How long do you usually stay in your trip?

1- 3 días	
4 - 6 días	
7 - 9 días	
Más de 10 días	

6. ¿How much would you like a pay for a stay in a Centro de Turismo comunitario?

(FOR A ONE DAY)

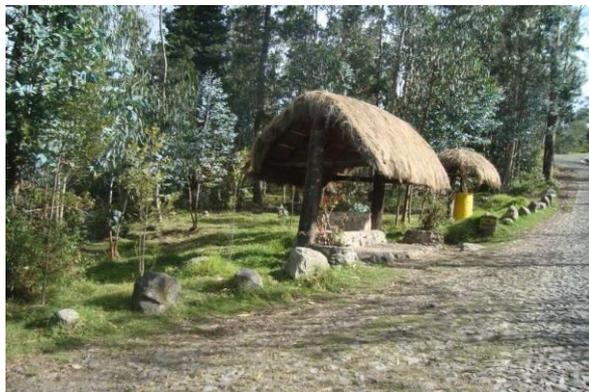
20 - 30 USD	
31 - 40 USD	
41 - 50 USD	
Más de 51 USD	

7. ¿Which way would you prefer to find out about special offers and tourist packages?

Internet	
Radio	
TV	
Social Pages	
Otros	

Gracias por su tiempo.

FOTOS



Modelo de paradas en la comunidad San Clemente a base de paja y madera



Camino de ingreso hacia una de las casas de hospedaje en la comunidad San Clemente



Casa de hospedaje existente en la comunidad, casa modelo para los demás comuneros que realizarán este servicio



Sembríos en la comunidad San Clemente, fuente primaria de alimentación



Señalización de cada una de las viviendas de acogida, en la comunidad cada vivienda cuenta con un nombre distintivo que sirve para identificar las casa y para analizar el nivel de atención recibido.



La flora de la comunidad una belleza que se puede visualizar durante casi todo el año.



Área ceremonial, este lugar se encuentra en los predios de la familia Guatemala.



Ritual para inicio de cualquier acto sea esta siembra, cosecha, o las diferentes fiestas que se realiza en la comunidad.



Habitación donde se hospedan los turistas



Casa de hospedaje del señor Manuel Guatemal, uno de los pioneros de la creación del centro de turismo comunitario.



Jóvenes realizando áreas recreativas en la comunidad San Clemente, utilizando materiales reciclados.



El maíz principal producto de siembra, ya que este producto es utilizado casi en todas las preparaciones de la vida cotidiana, es una de las razones de festejar el INTI RAYMI.