



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CENTRO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA COMUNITARIO, UBICADO EN LA
PARROQUIA TOACAZO, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2019.

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Puruncaja Alajo Edwin Rene

Director: Ing. Armando Andrés Analuisa Aguiar

Quito, Junio 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **PURUNCAJA ALAJO EDWIN RENE**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA COMUNITARIO, UBICADO EN LA PARROQUIA TOACASO, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ANALUISA ÁGUJAR ARMANDO ANDRES
Tutor de Proyectos



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA



SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Adm. Bancaria y Financiera
Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA



BURGAJADAN MARIA FERNANDA
Adm. Bancaria y Financiera
Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Edwin Rene Puruncaja Alajo

CC 171806696-0

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Edwin Rene Puruncaja Alajo portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 171806696-0 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominadocon fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Edwin Rene Puruncaja Alajo

CEDULA

CC 171806696-0

Quito, a los 29 días del mes de Mayo del 2019

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios sobre todas las cosas, por haber permitido superar todos los obstáculos que se presentan en el camino y poder cumplir con una meta más en mi vida, al Instituto Tecnológico Cordillera y todo su personal administrativo y docente por transmitir sus conocimientos técnicos y humanistas, pero sobre todo por inculcar valores dentro y fuera de las aulas, para formarnos hombres y mujeres de bien que durante estos semestres lo hemos adquirido y nos servirá para toda la vida.

DEDICATORIA

A mis amados padres, por haber inculcado valores y principios durante toda una vida y que son la columna fundamental en mi formación personal, a mi familia, por estar siempre a mi lado. Pero, sobre todo a la mujer, compañera, madre y esposa que está a mi lado demostrando su apoyo incondicional y permitirme estar a su lado sobre todas las cosas.

ÍNDICE GENERAL

Declaratoria	ii
Licencia de uso no comercial	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria	v
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xii
Índice de anexos	xiii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Abstract.....	xvi
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	4
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	4
2.01 Ambiente Externo	4
2.01.01 Factor Económico	4
2.01.01.01 Producto Interno Bruto PIB.....	4
2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial.....	5
2.01.01.03 Inflación	6
2.01.01.04 Inflación por Ciudades	7
2.01.01.05 Tasa de Riesgo País.....	8
2.01.01.06 Tasa de Interés	10
2.01.01.07 Tasa Activa	10
2.01.01.08 Tasa Pasiva	11
2.01.02 Factor Social	12
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA).....	12
2.01.02.02 Empleo	13
2.01.02.03 Desempleo	14
2.01.01.04 Subempleo	15
2.01.03 Factor Legal	16
2.01.03.01 Permisos.....	16
2.01.04 Factor Tecnológico	19
2.02 Entorno Local	20
2.02.01 Clientes	20
2.02.01 Proveedores.....	20
	vi

2.02.02 Competidores	21
2.03 Análisis Foda	21
2.03.01 Matriz de Factores Externos	21
2.04 Propuesta Estratégica	22
2.04.01 Misión	22
2.04.02 Visión.....	22
2.04.03 Objetivos	22
2.04.03.01 Objetivo General	22
2.04.03.02 Objetivo Especifico	23
2.04.03 Principios y/o Valores	23
2.04.05 Gestión Administrativa	24
2.04.05.01 Gestión Administrativa.....	24
2.04.05.02 Manual de Funciones.....	24
2.04.06 Gestión Operativa.....	25
2.04.06.01 Organigrama Operativo	25
2.04.06.02 Manual de Funciones.....	26
2.04.07 Gestión Comercial.....	27
2.04.07.01 Organigrama Comercial	27
2.04.07.03 Marketing MIX	28
CAPÍTULO III.....	32
3. ESTUDIO DE MERCADO	32
3.01 Análisis del Consumidor	32
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	32
Población	32
Muestra	32
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información	32
Entrevista	32
Encuesta.....	33
Observación	33
3.01.03 Análisis de la Información	33
3.02 Demanda.....	43
3.02.01 Demanda Histórica	43
3.02.02 Demanda Actual.....	43
3.02.03 Demanda Proyectada.....	44
3.04 Oferta	44
3.04.01 Oferta Histórica.....	44
3.04.02 Oferta Actual.....	45
3.04.03 Oferta Proyectada.....	45
3.05 PRODUCTOS SUSTITUTOS	46

3.05.01 Balance Oferta y Demanda	46
3.05.02 Balance Actual	46
3.05.02 Balance Proyectado	47
CAPÍTULO IV	48
4. ESTUDIO TÉCNICO	48
4.01 Tamaño del Proyecto	48
4.01.01 Capacidad Instalada	48
4.01.02 Capacidad Óptima.....	48
4.02 Localización.....	49
4.02.01 Macro Localización.....	49
4.02.02 Micro Localización	49
4.02.03 Localización Óptima	50
4.03 Ingeniería del Producto	51
4.03.01 Definición del Servicio	51
4.03.02 Distribución de planta	52
4.03.03 Proceso comercial	54
4.03.04 Maquinaria	56
4.03.05 Equipos	56
CAPÍTULO V	58
5. ESTUDIO FINANCIERO	58
5.01 Ingresos.....	58
5.01.01 Ingresos Operacionales	58
5.01.02 Ingresos no Operacionales	58
5.02 Costos	58
5.02.01 Costo Directo	59
5.02.01.01 Materia Prima.....	59
5.02.01.02 Mano de Obra	59
5.02.02 Costos indirectos.....	59
5.03 Gastos	60
5.03.01 Gastos Administrativos	60
5.03.02 Gastos de Ventas.....	61
5.03.03 Gastos Financieros	62
5.03.04 Costos Fijos.....	62
5.04 Inversiones.....	63
5.04.01 Inversión Fija	63
5.04.02 Activos Fijos	63
5.04.03 Activos Nominales (diferidos)	64
5.04.04 Capital de Trabajo.....	64
5.04.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	65

5.04.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	65
5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)	68
5.04.08 Estado de Situación Inicial	68
5.04.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	69
5.04.10 Flujo Caja	70
5.05 Evaluación Financiera	71
5.05.01 Tasa de descuento	71
5.05.02 Valor Actual Neto (VAN)	72
5.05.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)	73
5.05.05 Período de recuperación de la inversión (PRI)	73
5.05.06 Relación Costo Beneficio (RBC)	73
5.05.06 Punto de Equilibrio	74
5.05.07 Análisis de índices financieros	75
CAPÍTULO VI	79
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS	79
6.01 Impacto Ambiental	79
6.02 Impacto Económico	80
6.03 Impacto Productivo	81
6.04 Impacto Social	82
6.05 Impacto Global	83
CAPÍTULO VII	85
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
7.01 Conclusiones	85
7.02 Recomendaciones	86
Bibliografía	87
Anexos	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto	4
Tabla 2 Producto Interno Bruto Sectorial	5
Tabla 3 Inflación.....	6
Tabla 4 Inflación por Ciudades.....	8
Tabla 5 Riesgo País	9
Tabla: 6 Tasa Activa.....	10
Tabla 7 Tasa Pasiva	11
Tabla 8 Población Económicamente Activa (PEA)	12
Tabla 9 Empleo.....	13
Tabla 10 Desempleo	14
Tabla 11 Subempleo	15
Tabla 12 Parámetros	16
Tabla 13 Segmentación del cliente	20
Tabla 14 Proveedores	21
Tabla 15 Factores Externos.....	21
Tabla 16 Consumo del Servicio	34
Tabla 17 Frecuencia de Viaje.....	35
Tabla 18 Gasto promedio.....	36
Tabla 19 Calificación del Proyecto	37
Tabla 20 Adquisición del Servicio	38
Tabla 21 Elección del Servicio	39
Tabla 22 Acompañamiento en el Servicio	40
Tabla 23 Selección del Servicio.....	41
Tabla 24 Pago del Servicio	42
Tabla 25 Demanda Histórica	43
Tabla 26 Demanda Actual	43
Tabla 27 Demanda Proyectada	44
Tabla 28 Oferta Histórica	45
Tabla 29 Oferta Actual	45
Tabla 30 Oferta Proyectada	45
Tabla 31 Balance Actual.....	47
Tabla 32 Balance Proyectado.....	47
Tabla 33 Capacidad Instalada	48
Tabla 34 Capacidad Óptima.....	48
Tabla 35 Macro Localización	49
Tabla 36 Código de observación 1.....	53
Tabla 37 Código de observación 2.....	53
Tabla 38 Área de Oficina.....	54
Tabla 39 Maquinaria.....	56
Tabla 40 Equipos.....	57
Tabla 41 Ingresos Operacionales	58
Tabla 42 Mano de Obra	59
Tabla 43 Costos Indirectos.....	60
Tabla 44 Resumen de Costos	60
Tabla 45 Fijación de Precio Unitario	60
Tabla 46 Gastos Administrativos	61

x

Tabla 47 Gasto Ventas	61
Tabla 48 Gasto Publicidad	62
Tabla 49 Instituciones Financieras	62
Tabla 50 Costos Fijos.....	63
Tabla 51 Activos Fijos	63
Tabla 52 Activos Nominales	64
Tabla 53 Capital de Trabajo	64
Tabla 54 Fuentes de Financiamiento	65
Tabla 55 Condiciones del Préstamo	66
Tabla 56 Amortizaciones Método Francés	66
Tabla 57 Depreciaciones	68
Tabla 58 Estado de Situación Inicial	69
Tabla 59 Estado de Resultados Proyectado	70
Tabla 60 Flujo de Caja	71
Tabla 61 Tasa de Descuento TMAR	72
Tabla 62 Resumen de flujos	72
Tabla 63 Punto de Equilibrio	75
Tabla 64 Índices financieros	77
Tabla 65 Matriz de Análisis de Impactos	79
Tabla 66 Impacto Ambiental.....	80
Tabla 67 Impacto Económico	80
Tabla 68 Impacto Productivo	81
Tabla 69 Impacto social	82
Tabla 70 Impacto Global.....	83
Tabla 71 Amortización Método Alemán	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	5
Figura 2 PIB Sectorial.....	6
Figura 3 Inflación	7
Figura 4 Inflación por Ciudades.....	8
Figura 5 Riesgo País	9
Figura 6 Tasa Activa.....	10
Figura 7 Tasa Pasiva	11
Figura 8 Población Económicamente Activa	12
Figura 9 empleo	13
Figura 10 Desempleo	14
Figura 11 Subempleo	15
Figura 12 organigrama.....	24
Figura 13 Gerente General.....	25
Figura 14 Gestión operativa.....	26
Figura 15 Guía	26
Figura 16 chef.....	27
Figura 17 Gestión Comercial	27
Figura 18 Vendedor	28
Figura 19 cadena de distribución	30
Figura 20 Consumo del Servicio.....	34
Figura 21 Frecuencia de Viaje	35
Figura 22 Gasto Promedio	36
Figura 23 Calificación del Proyecto.....	37
Figura 24 Adquisición del Servicio.....	38
Figura 25 Elección del Servicio	39
Figura 26 Acompañamiento en el Servicio	40
Figura 27 Selección del Servicio	41
Figura 28 Pago del Servicio	42
Figura 29 Macro Localización	49
Figura 30 Micro Localización.....	50
Figura 31 Localización Optima.....	51
Figura 32 Matriz SLP	52
Figura 33 Distribución de oficina	53
Figura 34 Distribución de infraestructura	54
Figura 35 Proceso Comercial.....	55
Figura 36 punto de Equilibrio	75
Figura 39 Página Web.....	95

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Promoción papelería e imagen corporativa	94
Anexo 2 Encuesta	96
Anexo 3 Amortización Método Alemán	98

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está basado en la factibilidad de una microempresa dedicada a la prestación de servicios turísticos a nivel público y privado en la Parroquia Toacazo, Provincia de Cotopaxi. En el cual se ha realizado estudios necesarios para su implementación, buen funcionamiento y la sustentabilidad en el tiempo y consta de siete capítulos:

El primer capítulo que es la Introducción y Justificación del proyecto, que trata de cómo viene evolucionando todo lo relacionado al turismo comunitario en todo el territorio ecuatoriano. El segundo capítulo consta del Análisis Situacional del entorno económico tanto interno como externo y así conocer la situación actual del país, y cumplir con las leyes establecidas. El tercer capítulo es el estudio de mercado, oferta y demanda para poder sacar la demanda insatisfecha y conocer el mercado en el cual la empresa busca competir, las necesidades de los clientes que va a satisfacer y la toma de decisiones a futuro, que mediante una encuesta focalizar al público que brindara el servicio. El cuarto capítulo es el estudio técnico lugar en el cual está situado la empresa y la manera de cómo estará distribuido sus diferentes áreas de trabajo. El quinto capítulo consta de la parte financiera de la empresa que mediante un estudio se puede verificar sus gastos e ingresos operacionales y así poder deducir que, si es o no viable el proyecto a través de sus diferentes indicadores como el VAN, TIR, TMAR, PRI, RBC. El sexto capítulo son los análisis de impacto ambiental, económico productivo y social, en el cual analiza cómo el proyecto influye de manera positiva y es socialmente responsable.

Después de realizar el estudio completo, el séptimo capítulo culmina con las conclusiones y recomendaciones que serán muy útiles para la implementación del Centro Turístico Comunitario.

ABSTRACT

The present project is based on the feasibility of a microenterprise dedicated to the provision of tourism services at public and private level in the Toacazo Parish, Cotopaxi Province. In which has been carried out necessary studies for its implementation, good functioning and sustainability over time and consists of seven chapters:

The first chapter is the Introduction and Justification of the project, which deals with how everything related to community tourism evolves throughout the Ecuadorian territory. The second coast chapter of the Situational Analysis of the internal and external economic environment and thus to know the current situation of the country, and to comply with the established laws. The third chapter is the study of market, supply and demand to be able to take out the unmet demand and to know the market in which the company seeks to compete, the needs of the clients that it will satisfy and the decision making in the future, through a survey to focus on the public that will provide the service. The fourth chapter is the technical study in which the company is located and the way in which its different areas of work will be distributed. The fifth chapter consists of the financial part of the company that through a study can verify its expenses and operational income and thus be able to deduce that, if the project is viable or not through its different indicators such as the VAN, TIR, TMAR, PRI, RBC. The sixth chapter is the analysis of environmental, economic, productive and social impact, in which to analyze how the project has a positive influence and is socially responsible.

After completing the complete study, the seventh chapter culminates with the conclusions and recommendations that will be very useful for the implementation of community tourism center.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

En la actualidad, la ausencia de dinamismo económico en la comunidad, el alto índice de migración interna de las personas de la localidad, el poco cuidado ambiental comunitario, el desinterés del sector público hacia la comunidad y la ausencia de costumbres y tradiciones culturales son elementos que, relacionados entre sí, han generado que la baja calidad de vida de los pobladores, la reducción de personas en capacidad de trabajar dentro de la localidad, el detrimento de la comunidad, el poco desarrollo del sector comunitario y la pérdida de costumbres y tradiciones de los ancestros.

Lo mencionado anterior mente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca mejorar la calidad de vida de los pobladores de la comunidad, aumentar las oportunidades laborales para evitar la salida de las personas del sector, fomentar el cuidado ambiental del entorno comunitario, potenciar el desarrollo de la comunidad y empoderar a la juventud de la localidad de las costumbres y tradiciones culturales.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector en que se ubicará y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la implementación de un centro de atracción turística comunitario, ubicado en la Parroquia Toacaso, Provincia de Cotopaxi pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrados.

1.02 Antecedentes

“Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” Hay que señalar que el turismo bajo ciertas modalidades de operación tiene condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo (Carrión, 2007, pág. 12)

El turismo comunitario llega a hacer un instrumento económico, que es manejado por la comunidad para ser distribuido de manera equitativa y en conjunto, demuestra la interculturalidad de los pueblos y su visión distinta del manejo de sus recursos naturales basados en principios fundamentales, aunque en sus inicios los indígenas servían como guía sin las perspectivas de crecimiento como industria económica, el pasar del tiempo ha llevado a cambiar la visión de una organización poco planificada a una con más conocimientos y conscientes de su cultura y recursos inagotables.

Aunque el turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas, en que empieza a consolidarse como actividad económica y socio cultural de importancia. En el campo político, la creación de una instancia gubernamental el actual Ministerio de Turismo surge tan sólo hace 14 años Hay que señalar que el turismo bajo ciertas modalidades de operación tiene condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo, al ser Ecuador considerado como uno de los 12 países mega diversos del mundo, poseedor de una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño, con buenas condiciones de conectividad interna y ubicado estratégicamente. De hecho, algunos especialistas afirman que Ecuador es el país más biodiverso del mundo por Km², el 11% de la biodiversidad del planeta está en Ecuador. Solamente Mindo, en sus 27 mil hectáreas tiene 450 especies de aves, esto es mayor que lo que tiene EEUU y Europa juntos. (Carrión, 2007, pág. 21)

El Ecuador como un país con mayor biodiversidad en el mundo viene a ser uno de los pioneros en impulsar el turismo comunitario en las últimas tres décadas, con instrumentos legales como lo conforman el Ministerio de Turismo, para dictar reformas legales que sigan fortaleciendo el sector turístico dentro de las comunidades.

Luego de estas tres décadas parecen poder obtenerse algunas certezas. Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario ha podido aportar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. El turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del Estado ecuatoriano y ha sido concebido como “un espacio que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva, contribuyendo al fortalecimiento socio organizativo y a la preservación y manejo sostenible del medio ambiente”. Para el año 2000, el mercado internacional de ecoturismo era suficientemente amplio y creciente y había integrado paulatinamente la demanda no solo de turismo de naturaleza, sino de turismo comunitario, ofertado por las comunidades indígenas.

Recordemos que las Naciones Unidas proclamaron al año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo. Con esa ocasión se llevaron a la práctica muchas iniciativas y se difundieron ejemplos de buenas prácticas en todo el mundo, con frecuencia relativas al turismo en regiones de población “pobre”. La Declaración de Québec sobre el Ecoturismo, motivada por la celebración del año del ecoturismo, puso de manifiesto las múltiples formas en que el turismo puede prestar asistencia al desarrollo sostenible, beneficiando a la población en condiciones de pobreza y a las comunidades indígenas. (Carrión, 2007, pág. 25)

El servicio de turismo comunitario fue posicionando en el mercado después de sus fases de expresión y rebeldía indígena, levantar su voz hacia las autoridades por una autonomía política y económica propia, respaldándose en sus tradiciones culturales y apoyándose en sus recursos naturales como fuente de ingresos propios y con ello el progreso interno de las comunidades. En la actualidad, el turismo viene hacer la fuente de recursos inagotables para la sostenibilidad de un país y la manera de proteger los recursos naturales y la manera adecuada de ser amigables con el medio ambiente y la protección de la misma.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Ambiente Externo

Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en bastantes ocasiones difíciles de prever. Dado que los altos mandos toman decisiones en su actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución. (Barrios, 2011, pág. 54).

2.01.01 Factor Económico

El entorno económico abarca todo aquello que nos rodea y nos afecta o que puede llegar a hacerlo de algún modo. Su apreciación no es sencilla, dado que existen multitud de variables que se relacionan entre sí, cuyos cambios provocan reacciones en cadena (Álvarez, 2004, pág. 92).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto PIB

Es el valor de todos los bienes y servicios de uso final, producidos en el sistema económico, durante un período. El PIB representa la riqueza generada en ese período. El PIB a precios de mercado, es igual al Valor Agregado Bruto VAB (a precios de productor) más los derechos arancelarios y los impuestos indirectos netos sobre los productos de origen externo (importados) (Fabara, 2006, pág. 356).

Tabla 1
Producto Interno Bruto

FECHA	PIB	VARIACIÓN
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

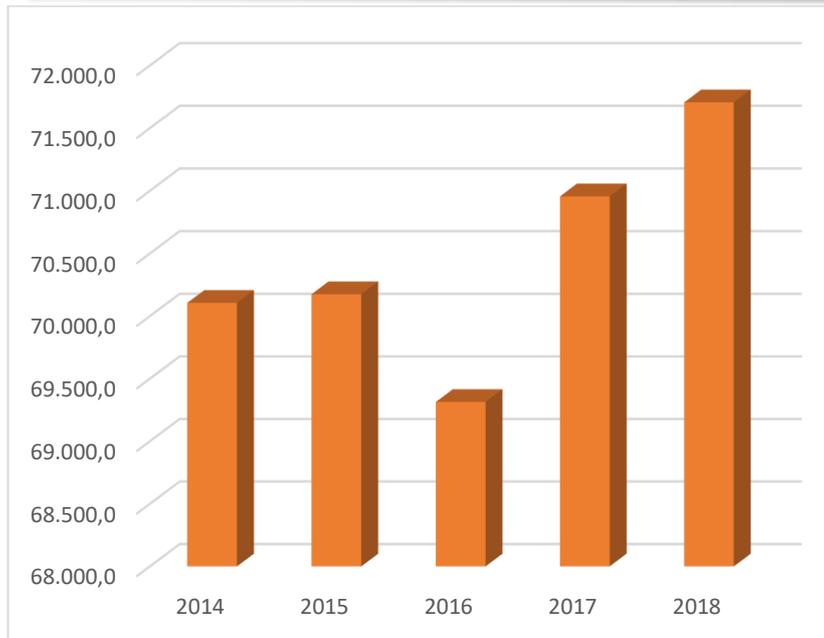


Figura 1 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Edwin Puruncaja

Al analizar el Producto Interno Bruto se puede evidenciar que la variación económica general es creciente, para la economía del país esto es muy bueno debido a que hay la producción necesaria para una demanda que adquiere dicha producción, esto se convierte en un aspecto positivo para el proyecto, pues el mismo ingresara en una economía dinámica.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial

El Producto Interior Bruto por sectores: el primario, dedicado a la transformación de los recursos naturales; el sector secundario, dedicado a la actividad artesanal y a la industria manufacturera; y el sector terciario, dedicado a ofrecer servicios a la sociedad, personas y otras empresas (Chávez, 2014, pág. 103).

Tabla 2
Producto Interno Bruto Sectorial

PERIODOS	PIB SECTORIAL
2013	4.491,0
2014	4.603,5
2015	4.650,6
2016	4.549,6
2017	4.334,8

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Edwin Puruncaja

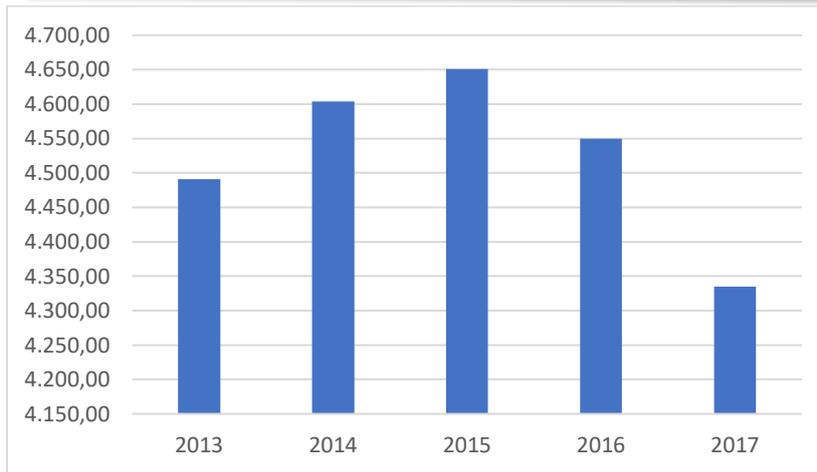


Figura 2 PIB Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

El PIB sectorial en los dos últimos años anteriores 2016 y 2017 tiene una tendencia decreciente, lo cual representa una desventaja para el proyecto a diferencia de otros sectores, esto indica que no existe la suficiente demanda del servicio en este sector por parte de las personas o empresas.

2.01.01.03 Inflación

Alternativamente se la puede definir como la sostenida pérdida de valor del dinero a consecuencia de las alzas de los precios. Se produce cuando la demanda agregada excede a la oferta agregada desequilibrio que se elimina a través de los ajustes de precios. La mayoría de los economistas aceptan la hipótesis que los excesos de demanda en los mercados de bienes se generan a consecuencia de un crecimiento desmedido de la oferta de dinero, obligado a elevar los precios (Fabara, 2006, pág. 251).

Tabla 3
Inflación

FECHA	INFLACION
dic-14	3,67%
dic-15	3,38%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

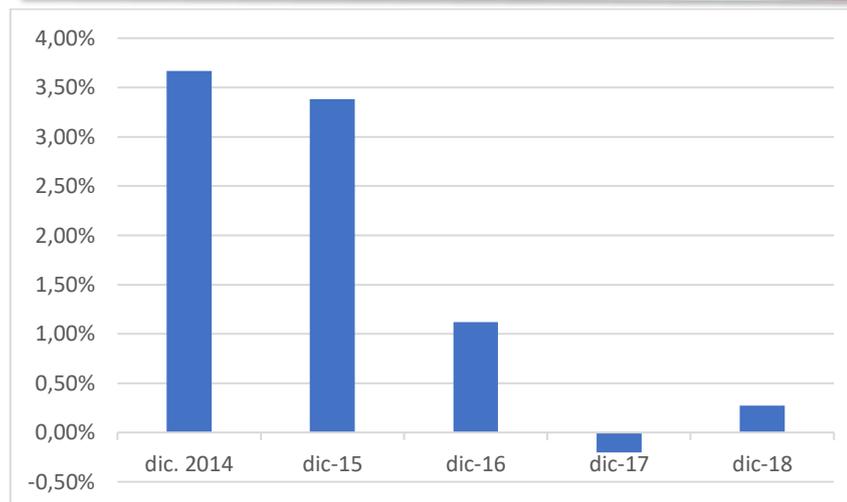


Figura 3 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

La inflación a nivel nacional tiene una tendencia decreciente, esto significa que los precios de los productos han disminuido en forma significativa, esto puede ser positivo o negativo para proyecto.

El aspecto positivo para el proyecto se debe a que los proveedores ofertarán sus productos con precios bajos y serán de fácil adquisición para el centro turístico.

El aspecto negativo para el proyecto es que debido a que los precios al estar bajos este deben ofertar al mercado un servicio con un precio bajo, significando una utilidad mínima y dificultando el crecimiento del proyecto y poniendo en riesgo el ser sustentable a mediano y largo plazo.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades

Es un indicador mensual, nacional, regional y de ciudades, que mide los cambios en el nivel general de los precios de bienes y servicios que representan al consumo final de los hogares residentes en el área urbana del país, sin exclusión de ningún estrato de ingreso: alto, medio o bajo (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

Tabla 4
Inflación por Ciudades

FECHA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	ESMERALDAS
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%	3,97%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%	3,91%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%	2,49%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%	-1,00%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%	0,07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

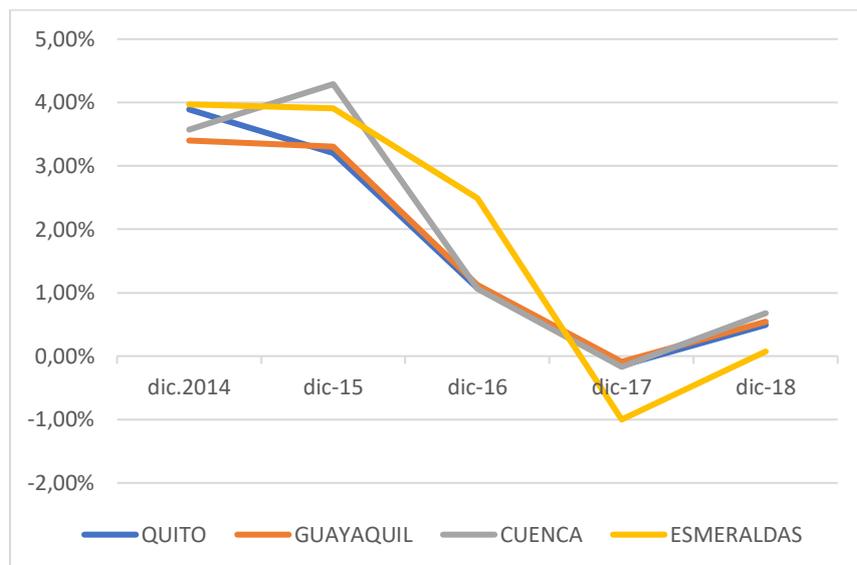


Figura 4 Inflación por Ciudades

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

Se determina que las ciudades con mayor población tienen una inflación en decrecimiento, siendo un factor negativo para el proyecto debido a que la demanda de productos o servicios son con menor frecuencia, aunque los precios estén a la baja.

2.01.01.05 Tasa de Riesgo País

“Éste, normalmente, indica el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país. Mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos de los intereses y del principal de un crédito al momento de su vencimiento” (Acosta, 2005, pág. 9).

Tabla 5
Riesgo País

FECHA	PUNTOS
ene-18	442
feb-18	490
mar-18	544
abr-18	667
may-18	671
jun-18	761
jul-18	603
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

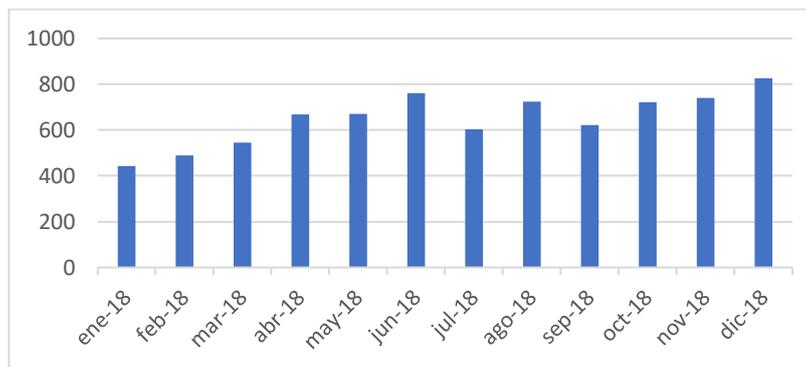


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

La tendencia general del Riesgo País es de forma creciente, esto implica dos aspectos, positivo y/o negativo para el proyecto.

El aspecto negativo es la falta de inversión extranjera dando como resultado la falta de fuentes de empleo para la población y el poco dinamismo económico.

El aspecto positivo es que al no ingresar inversión extranjera debido a los altos niveles de incertidumbre que existe, tampoco entran al mercado posibles competidores que tengan ventajas competitivas y comparativas respecto al proyecto que se quiere llevar a cabo.

2.01.01.06 Tasa de Interés

“Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero” (Delgado, 2007, pág. 30).

2.01.01.07 Tasa Activa

Mientras que la tasa de interés activa es lo opuesto a la pasiva. A razón de que, como definimos, todo activo representa un bien, tangible o intangible, que se utiliza para obtener algún tipo de beneficio. Por lo que, cada vez que una institución financiera emite una deuda a alguien entonces recibe el beneficio de la tasa de interés que tiene que pagar dicha persona o empresa durante el período del préstamo (Ortiz, 2014, pág. 209).

Tabla 6
Tasa Activa

FECHA	TASA
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

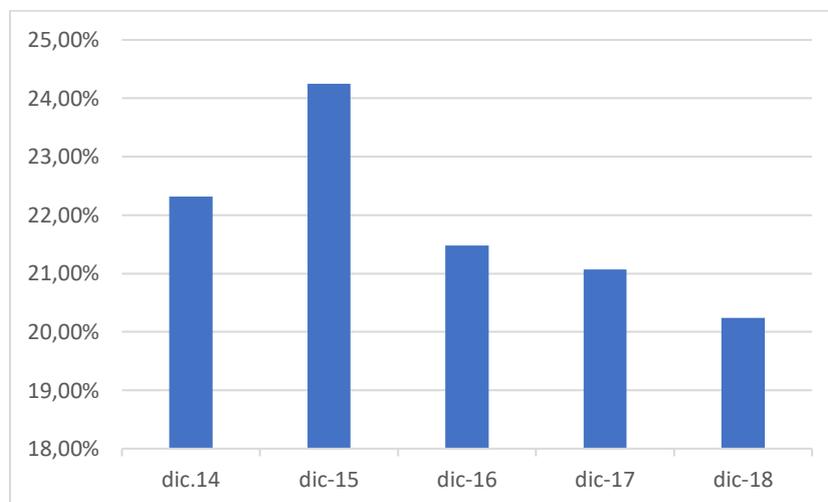


Figura 6 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

La Tasa Activa presenta un decrecimiento para los microcréditos, esto es una ventaja para el proyecto ya que la oferta de las instituciones financieras son mucho más amplias y se puede realizar una investigación comparativa, para llegar a la que

genere menos gastos financieros y contar con los recursos con los cuales se podrá ampliar las inversiones.

2.01.01.08 Tasa Pasiva

La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes. En otras palabras, cada vez que una persona abre un certificado de depósito, o bien una cuenta de ahorros, o cualquier otro producto que implique un retorno, se torna en una deuda u obligación financiera para la institución, a razón de que debe pagar intereses por el dinero que está adquiriendo, durante un período determinado (Ortiz, 2014, pág. 102).

*Tabla 7
Tasa Pasiva*

FECHA	TASA
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

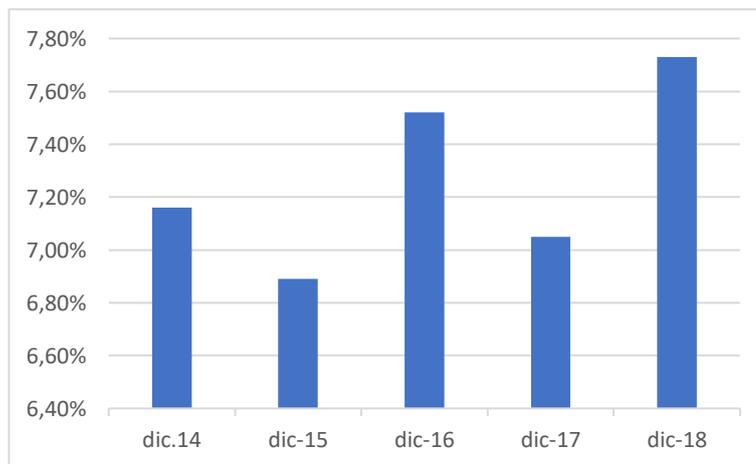


Figura 7 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Edwin Puruncaja

La tasa de interés pasiva presenta una tendencia de crecimiento, esto es positivo para el proyecto desde el punto de vista de excedentes de efectivo es decir, que si el proyecto genera excedentes estos puedan ser colocados en una institución financiera y genere rentabilidad por dichos excedentes, convirtiéndose en el primer costo de oportunidad.

2.01.02 FACTOR SOCIAL

En El factor social, la autora explora el efecto de la Edad Social sobre la economía y las relaciones laborales como consecuencia de tres factores principales: el exceso de información creada en la Edad de la Información; la estandarización de la tecnología, que posibilita el consumo masivo de los medios de comunicación básicos (teléfonos móviles); y la disponibilidad de la comunicación de bajo coste vía Internet (wikis y redes sociales). Estas tres fuerzas están cambiando radicalmente la manera en que las empresas compiten en el siglo XXI (Azua, 2009, pág. 2).

2.01.02.01 Población Económicamente Activa PEA

Personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aun que no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados); o bien aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desocupados) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014).

Tabla 8
Población Económicamente Activa (PEA)

FECHA	PEA
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Edwin Puruncaja

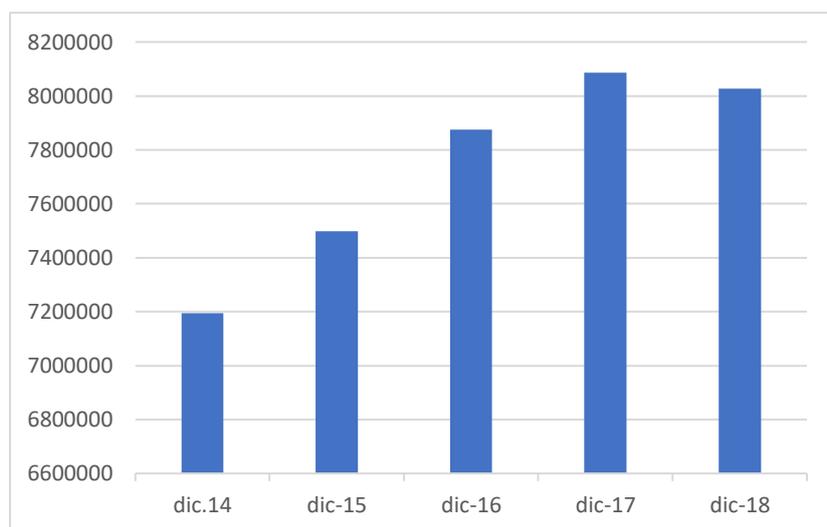


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Edwin Puruncaja

La Población Económicamente Activa tiene una tendencia creciente, y esto es entendible debido a que está relacionada directamente con el crecimiento de la población.

2.01.02.02 Empleo

Este concepto es diferente del término trabajo, pues éste es cualquier tipo de actividad o tarea necesaria para cubrir las necesidades básicas del ser humano (alimentación, limpieza, higiene, educación...). Trabajos, los tiene toda la población, pero empleo no. Para hacer frente a la cobertura de las necesidades básicas en las sociedades capitalistas se necesitan ingresos económicos (Barba, 2011, pág. 85).

Tabla 9
Empleo

FECHA	CANTIDAD	EMPLEO
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: **Edwin Puruncaja**

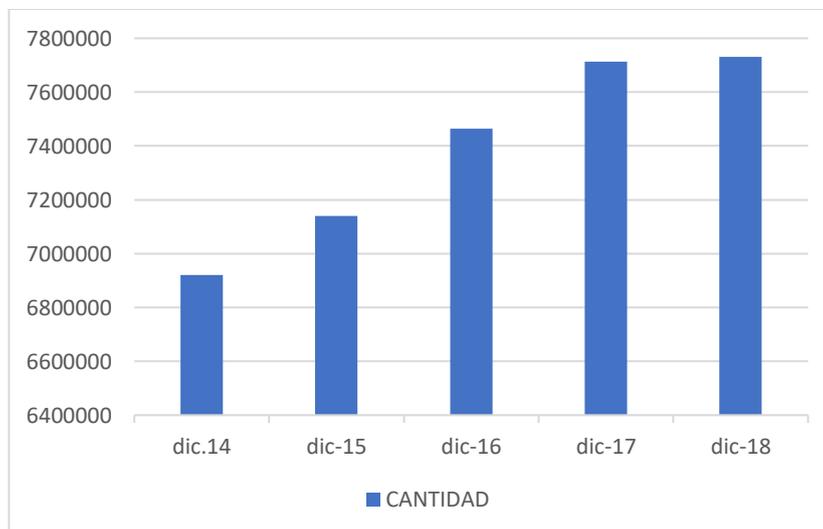


Figura 9 Empleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Autor: Edwin Puruncaja

El empleo adecuado tiene una tendencia creciente, lo que quiere decir que relativamente es una ventaja para la implementación del proyecto, debido a que está incrementando el número de personas que tienen una remuneración básica,

favoreciendo a la adquisición del producto o servicio que el proyecto pretende ofertar.

2.01.02.03 Desempleo

Dentro de este concepto se puede citar un segmento de la población como es la población económicamente inactiva que está determinada por el conjunto de personas de 12 años o más de edad que no han trabajado, ni buscaron trabajo durante las últimas cinco semanas, también se puede mencionar dentro de este grupo las personas pensionadas o jubiladas, estudiantes, personas en oficios del hogar, discapacitados para trabajar y otros tipos de inactivos. Es importante mencionar que este grupo de personas no están dentro de la fuerza de trabajo (Leandro, 2002, pág. 85).

Tabla 10
Desempleo

FECHA	CANTIDAD	%
dic-14	273414	3,80%
dic-15	357892	4,77%
dic-16	410441	5,20%
dic-17	373871	4,60%
dic-18	296097	3,70%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Autor: Edwin Puruncaja

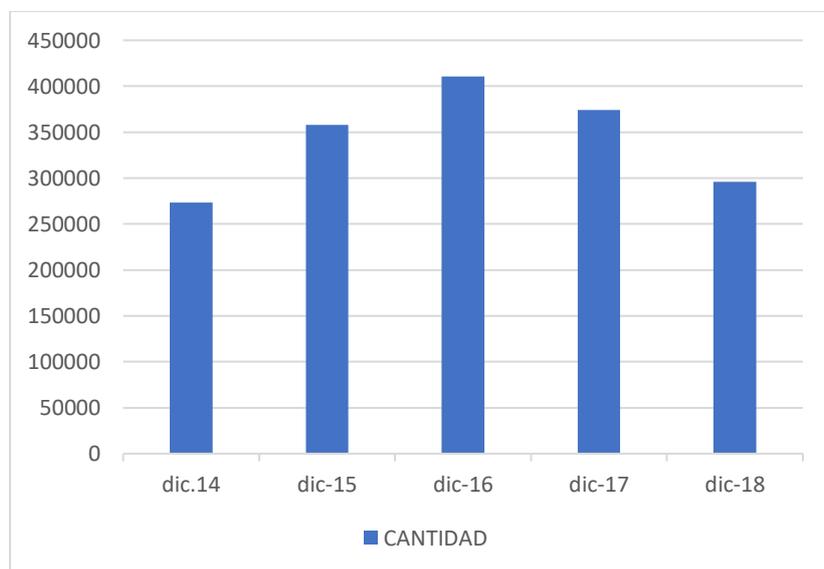


Figura 10 Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Autor: Edwin Puruncaja

El desempleo no presenta una tendencia estable, debido a la poca información proporcionada por las entidades encargadas de medir las cifras, otra de las razones se

debe a que estas cifras crecen, pero luego decrece por emprendimientos ocasionales que genera las personas en determinados tiempos.

2.01.01.04 Subempleo

Tiempo parcial involuntario de los trabajadores: En este supuesto los trabajadores que podrían y en todo caso desean empujarse en un trabajo de jornada completa, aunque solamente pueden encontrar trabajo a tiempo parcial. Por analogía, el término se utiliza también en la planificación regional para describir las regiones donde las tasas de actividad económica son inusualmente bajas, debido a la falta de oportunidades de empleo, oportunidades de formación, o debido a la falta de servicios como el transporte, cuidado de los niños, etc. (Rombiola, 2012, pág. 98).

Tabla 11
Subempleo

FECHA	CANTIDAD	SUBEMPLEO
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,80%
dic-18	1323724	16,50%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Autor: Edwin Puruncaja

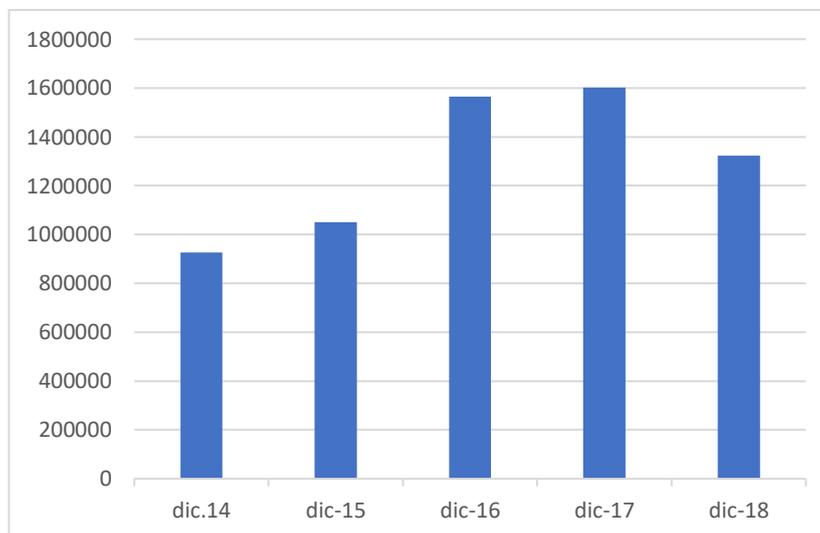


Figura 11 Subempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Autor: Edwin Puruncaja

El subempleo presenta una tendencia creciente, esto es un factor negativo para el proyecto debido a que las personas ganan menos de un sueldo básico unificado y por

lo tanto tienden a priorizar sus gastos en productos y/o servicios de primera necesidad.

2.01.03 FACTOR LEGAL

Toda organización social posee un andamiaje jurídico e institucional que regula los derechos y los deberes, en las relaciones establecidas entre sus diferentes miembros. Este contexto parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresan en forma prohibitiva o permisiva (Miranda, 2016, pág. 185).

El presente Proyecto se formará como Persona Natural no Obligada a llevar contabilidad, debido a los siguientes parámetros:

*Tabla 12
Parámetros*

INDICADOR	VALOR
Capital	180000
Ingresos	300000
Gastos	240000

Fuente: Servicio de Rentas internas (SRI)

Autor: Edwin Puruncaja

En este sentido, los permisos que se requieren son:

2.01.03.01 Permisos

❖ Permisos del Ministerio de Turismo

Ser una comunidad legalmente reconocida por la secretaria de los Pueblos y Nacionalidades. Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.

- 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.
- 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.
- Obtener el Registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
- Obtener la “Resolución de la Calidad Comunitaria”, expedido por la Subsecretaría de Pueblos e Interculturalidad de la Secretaría Nacional de Gestión de la Política. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
- Declaración de activos fijos para la Contribución del Uno por Mil. (Descargue aquí el formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

❖ RUC

- Presentar el original y una copia de la cédula de identidad.
- Certificado de votación.
- Planilla de servicio básico

-
- Copia del contrato de arrendamiento

Con el RUC se puede establecer la razón social y el nombre comercial de la empresa:

Razón Social: Edwin Rene Puruncaja Alajo

Nombre Comercial: Reserva Ecológica Vista de Volcanes

❖ **Permisos de Medio Ambiente**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Lista de productos que importan y comercializan
- Copias de los registros sanitarios emitidos por Agrocalidad – MAGAP
- Certificados de idoneidad o capacitación del personal que maneja dichos productos

❖ **Patente Municipal**

- Formulario de declaración de Patente Municipal
- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Copia del RUC
- Correo electrónico personal
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.

❖ **Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

- Solicitud de inspección del local

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

❖ **LUAE**

- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cédula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño para colocar rótulo si el local es arrendado
- Fotografía del rótulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones
- En caso que el trámite lo realice una tercera persona, carta de autorización

2.01.04 Factor Tecnológico

La tasa del crecimiento de la economía se ve afectada por el número de las nuevas tecnologías. Los descubrimientos tecnológicos no surgen con regularidad. La economía puede sufrir estancamientos en el lapso existen entre las principales innovaciones. Mientras tanto las innovaciones de menor importancia llenan la brecha de innovaciones mayores. Toda tecnología trae consecuencias a largo plazo, no siempre predecibles (Sáenz, 2010, pág. 90).

Para la implementación de la microempresa de turismo comunitario, es indispensable utilizar tecnología de punta como estar en plataformas virtuales y páginas web, lo que favorece al proyecto para minimizar gastos, tiempos y así prestar el servicio de calidad al cliente.

2.02 ENTORNO LOCAL

2.02.01 Clientes

“La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer” (Barquero, 2007, pág. 1).

Los clientes a los que el siguiente proyecto va a satisfacer son para género femenino y masculino que busquen una recreación de entorno natural

Tabla 13

Segmentación del cliente

VARIABLES	RESPUESTA
Genero	Ambos
Edad	18 en adelante
Ingresos	Medio/medio alto/alto
Ubicación	Sierra
Frecuencia Consumo	Cuatrimestralmente
Nacionalidad	nacionales/extranjeros
Estado civil	Ambos
Religión	Todas

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.02.01 Proveedores

Puesto que ellos en ocasiones fijan las reglas del juego en el precio de los insumos principales. Los proveedores no sólo son los que abastecen a la empresa de la materia prima, maquinaria o equipo, sino todos los que le proporcionan algo a cambio de recursos. Por ejemplo, el sindicato, el mercado laboral o el sistema educativo proporcionan el factor humano; el Estado proporciona servicios tales como energía eléctrica, carreteras, etc. Los aspectos tributarios y sus reglamentos son proveedores de información y de normas de actuación (Rodríguez, 2008, pág. 365).

Los proveedores serán las encargadas de abastecer de los insumos y materiales que requiere el presente proyecto, el cual será escogido por sus diferentes características.

Tabla 14
Proveedores

NOMBRE	INSUMO	F. ELECCIÓN
Grupo Vertical	accesorios canopy	precio/calidad
Pesca equipos	accesorios pesca	precio/calidad
Mercado Libre	lancha	descuento

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.02.02 Competidores

“Los definimos quienes satisfacen el deseo del consumidor en lugar de nuestra oferta” (Malowany, 2010).

El presente proyecto no cuenta con una competencia, debido a que la comunidad es única y son sus primeros estudios de factibilidad para la creación de este proyecto.

2.03 ANÁLISIS FODA

2.03.01 Matriz de Factores Externos

En el presente proyecto a realizarse no se toma en cuenta aun las fortalezas y debilidades debido a que el mismo está en estudio previo para su ejecución.

Tabla 15
Factores Externos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Competencia nula	Tramites (burocracia)
Colaboración estatal	Inestabilidad política
Infraestructura vial en buen estado	Socialización del proyecto
Recursos naturales inagotables	Oposición de dirigentes
Recursos económicos	Entidades Financieras

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

El proyecto presenta como una oportunidad el no tener competencia local, pues no debe enfocarse en qué acciones tomará la competencia para contrarrestar el proyecto. Otra ventaja es la de contar con recursos económicos que permitirá el funcionamiento de sus inicios como proyecto.

El principal factor que amenaza el proyecto es la socialización del mismo, pues la comunidad tiene temores a los cambios, a romper paradigmas en sus costumbres y tradiciones a creer que las cosas deben cambiar solas y no tener que crearlas. Los trámites burocráticos es una amenaza debido a que se pierde mucho tiempo en realizar toda la tramitología que se requiere para el arranque de un proyecto.

2.04 Propuesta Estratégica

El proceso de crear y mantener una congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiantes. Implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios sólida y coordinar estrategias funcionales (Kotler, 2003, pág. 44).

2.04.01 Misión

Ser un proyecto de turismo comunitario dedicada a la prestación de servicios turísticos a nivel público y privado en la parroquia de Toacaso, sector norte, brindando un servicio de calidad que logre satisfacer las expectativas de los clientes en un horario establecido de forma eficiente, ofreciendo un trato amable y adecuado fundamentado en la responsabilidad, compromiso y respeto.

2.04.02 Visión

Llegar a ser para el año 2024 un proyecto de turismo comunitario líder en los servicios turísticos, basándose en un principio fundamental de calidad en el servicio, con identidad propia que permita llegar en la mente del consumidor y de esa manera posicionarse en el mercado y con suficientes fuentes de trabajo.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Establecer acciones para el desarrollo del sector turístico comunitario, dentro de la práctica de turismo de aventura y deportes extremos, a través de criterios

complementarios y de cooperación de entidades gubernamentales para obtener rentabilidad.

2.04.03.02 Objetivo Especifico

- Fomentar el cuidado de los páramos debido a que estos cuentan con una riqueza única en biodiversidad ecológica.
- Realizar planes estratégicos en desarrollo del turismo de aventura que sean amigables con el medio ambiente dentro del sector.
- Realizar talleres de capacitación en el ámbito de recreación y aventura dentro del sector y que sea amigable con el medio ambiente.

2.04.03 Principios y/o Valores

Para que el presente proyecto pueda desarrollarse dentro de un marco ético se va a seguir los siguientes valores y principios.

❖ Principios

- Eficiencia
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Innovación

❖ Valores

- Respeto
- Responsabilidad
- Amabilidad
- Honestidad

2.04.05 Gestión Administrativa

Empleo de la autoridad para organizar, dirigir, y controlar a subordinados responsables (y consiguientemente, a los grupos que ellos comandan), con el fin de que todos los servicios que se prestan sean debidamente coordinados en el logro del fin de la empresa (Hurtado, 2008, pág. 39).

La gestión administrativa en una empresa es un lineamiento muy importante debido a que cumple con el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de cada uno de sus miembros, dentro del giro de negocio que tiene la compañía.

2.04.05.01 Gestión Administrativa

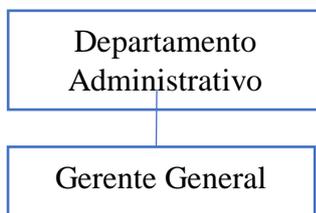


Figura 12 Organigrama

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.04.05.02 Manual de Funciones

“Un manual de funciones engloba el análisis y descripción de los diferentes cargos, herramientas que originan la eficiencia de la administración de los Recursos Humanos y permiten establecer normas de coordinación entre cargos” (Delgado, 2014).

 Reserva Ecológica vista de volcanes
CARGO: Gerente General
REQUISITOS: <ul style="list-style-type: none">• Título superior• Se solicita 3 años de experiencia• Cursos de liderazgo y emprendimiento
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Debe tomar decisiones sobre los objetivos• Programación de actividades• Comunicación, liderazgo y motivación de personal

Figura 13 Gerente General
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

2.04.06 Gestión Operativa

“Las empresas en la medida que van alcanzando un cierto grado de desarrollo, se enfrentan inexorablemente con el problema de la especialización funcional, finanzas, comercial, fabricación, almacenes, transporte, etc.” (Anaya, 2007, pág. 79).

Aquí en esta área se desarrolla los procesos que genera día a día el proyecto, por los cuales la empresa manejará su buen funcionamiento y un óptimo rendimiento de su personal.

2.04.06.01 Organigrama Operativo

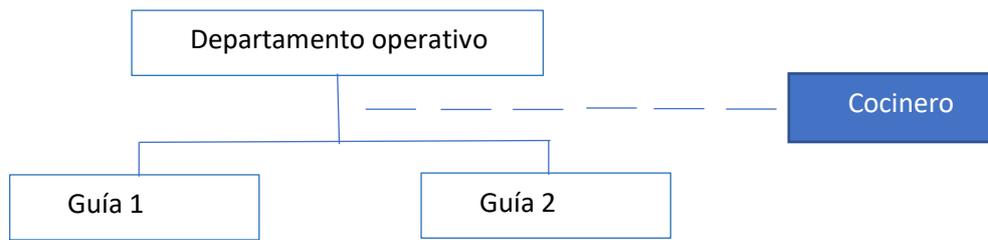


Figura 14 Gestión operativa
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

2.04.06.02 Manual de Funciones

 <p>Reserva Ecológica vista de volcanes</p>
<p>CARGO: guía</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Se solicita mínimo 1 año de experiencia <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servir de guía por los senderos del sector • Responsable dar a conocer normas de seguridad • Manejo de las herramientas de seguridad • Manejo de los insumos complementarios a la pesca deportiva

Figura 15 Guía
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

 <p>Reserva Ecológica vista de volcanes</p>
<p>CARGO: Cocinero</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se solicita mínimo 1 año de experiencia <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de alimentos • Supervisar la limpieza de la cocina • Manejo de presupuesto • Manejo de los insumos complementarios a la cocina

Figura 16 Cocinero

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.04.07 Gestión Comercial

La gestión comercial de los mismos descansa en la posibilidad de ofrecer un abastecimiento continuo asegurado y de estar dispuestos a trabajar con base en acuerdos formales, muchas veces a largo plazo, en los que el mantenimiento de los precios juega un papel determinante, protegiendo así a los compradores de las continuas fluctuaciones a las que están sujetos este tipo de productos (Mesonero, 2012, pág. 30).

La gestión comercial es muy importante pues permite desarrollar el medio más atractivo por el cual la empresa puede dar a conocer su producto o servicio, para que así logre llegar al consumidor.

2.04.07.01 Organigrama Comercial

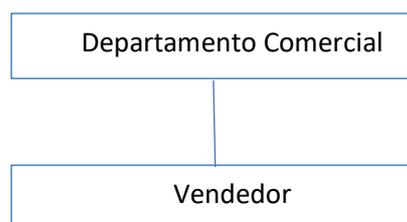


Figura 17 Gestión Comercial

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.04.07.02 Manual de Funciones

 <p>Reserva Ecológica vista de volcanes</p>
CARGO: Vendedor
REQUISITOS: <ul style="list-style-type: none">• Título universitario en Marketing o carreras afines• Se solicita mínimo 1 año de experiencia en ventas
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Establecer un nexo entre el cliente y la empresa• Contribuir a la solución de problemas• Manejo de herramientas informáticas y redes sociales

Figura 18 Vendedor

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

2.04.07.03 Marketing MIX

❖ Servicio

Se considera producto o servicio todo bien tangible o intangible que ofrece la empresa y sus competidores a un conjunto de clientes-usuarios de un mercado determinado para satisfacer sus necesidades o deseos. Los productos pueden ser un bien material, un servicio o una mezcla de ambos (Rodríguez, 2008, pág. 280).

El servicio de turismo comunitario para el sector público y privado consiste en la pesca deportiva, donde las personas pueden subir a un bote con capacidad de cuatro personas, con una caña de pescar y un señuelo. Una vez atrapado el pez (la trucha) esta puede ser preparada personalmente o a la vez por una persona encargada en la preparación en el lugar. Deportes extremos (canopy), el cual consiste en que las personas se deslizan de un punto a otro mediante un cable horizontal de acero, con un equipo completo de seguridad. Caminatas o cabalgatas sobre los senderos de los Ilinizas, un guía los acompaña explicándoles sobre la flora y fauna de la comunidad

y descubriendo paisajes únicos en su trayectoria. Luego de la utilización de los servicios turísticos el usuario pasara la noche en la comunidad.

❖ **Precio**

El éxito de la comercialización de un producto o servicio radica en determinar correctamente el precio de venta, para lo cual se requiere conocer los costos, gastos administrativos de la empresa y margen de utilidades proyectado, así como precios de los productos y / o servicios en el mercado en cada segmentación o sección del mismo en el que la empresa compite (Rodríguez, 2008, pág.280).

Para fijar el precio se utilizará las siguientes metodologías:

- **Precio Sombra**

Es básicamente un precio medio que consiste en investigar a los competidores que ofrecen el mismo servicio, a qué valor está establecido y a través de eso se calcula un promedio y eso forma el precio sombra.

- **Precio con Costeo**

Se trata de analizar los costos de producción o del servicio, al cual se le añade un margen de utilidad.

En el presente proyecto se utilizará las dos metodologías debido a que la primera muestra el precio referencial de la competencia y la segunda mediante un estudio de los costos de producción del servicio.

❖ **Plaza**

Otro elemento clave de esta herramienta es elegir los puntos de venta correctos de los productos o servicios, denominados canales de distribución correctos, así como la logística óptima para hacerlos llegar a los detallistas o intermediarios que convenga a la estrategia (Rodríguez, 2008, pág.281).

Para el presente proyecto se utilizará un solo canal de distribución denominado directo, es decir, que se dará el servicio directamente al usuario sin necesidad de intermediarios.

- **Cadena de Distribución**

La cadena de distribución del servicio del centro de turismo comunitario no tendrá intermediarios por lo tanto será directa al consumidor.



Figura 19 Cadena de Distribución

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

- ❖ **Promoción**

“Se concibe como un conjunto de incentivos, generalmente a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente la compra de determinados productos o servicios por los consumidores o los comerciantes” (Rodríguez, 2011).

Para una correcta promoción del centro de turismo comunitario se utilizarán las siguientes estrategias de comercialización:

- **Página web:** Se creará una página web con todos los servicios que ofrece el centro, y que además este en inglés y español y que sea amigable con los usuarios.

-
- **Redes Sociales:** Facebook como una herramienta fundamental mediante anuncios publicitarios promocionando las características de un medio alternativo de un turismo comunitario.
 - **Centro de Convenciones:** Se presentará un stand con un sistema audiovisual del servicio que ofrece el centro de turismo comunitario con una expositora bilingüe.

Todo lo referente a la imagen y papelería corporativa se encuentra detallada en el ANEXO 1.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

“El comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades”

(Schiffman, 2010, pág.25).

3.01.01 Determinación de la población y muestra

❖ Población

“La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Tamayo & Tamayo, 1997, pág.114).

❖ Muestra

“Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (Tamayo & Tamayo, 1997, pág.38).

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

❖ Entrevista

“La entrevista es una conversación generalmente oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y otro el entrevistado” (Pardinas, 1969, pág.112).

❖ **Encuesta**

“La encuesta muestral recoge información sólo de una parte recoge información sólo de una parte de la población, seleccionada para formar una muestra representativa de la misma” (Pérez, 1986, pág.138).

❖ **Observación**

“La observación científica es la captación previamente planeada y registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento” (Heineman, 2003, pág. 135).

La técnica para obtener información en el siguiente proyecto será la encuesta, dado que tiene la información necesaria y con mayor relevancia obtenida de un número determinado número de personas, las cuales pretenden ser los futuros clientes potenciales.

El formato de la encuesta se encuentra disponible en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

Para un adecuado análisis de la información se establece parámetros de criterios preestablecidos durante todo el trayecto de obtención de la misma, y esto resumido en los siguientes cuadros de indicadores con sus respectivos análisis.

1. ¿Ha realizado Ud. turismo en comunidades del interior del país?

Tabla 16

Consumo del Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	250	65%
NO	134	35%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

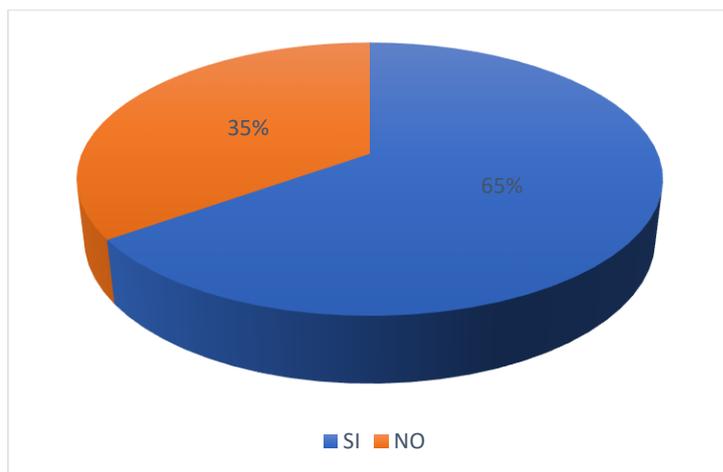


Figura 20 Consumo del Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Según los datos obtenidos en la siguiente encuesta muestra que un 65% le gustaría realizar turismo comunitario en el interior del país, sin embargo, cabe señalar que un 35% no le gustar realizar esta clase de turismo convirtiéndose en una oportunidad de demostrar que el siguiente proyecto puede llegar a convertirse en una alternativa para el turista.

2. ¿Con qué frecuencia viaja dentro del país?

Tabla 17

Frecuencia de Viaje

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRIMESTRAL	2	1%
CUATRIMESTRAL	10	4%
SEM	80	32%
ANUAL	158	63%
TOTAL	250	100%
N/A	134	-
TOTAL	384	-

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

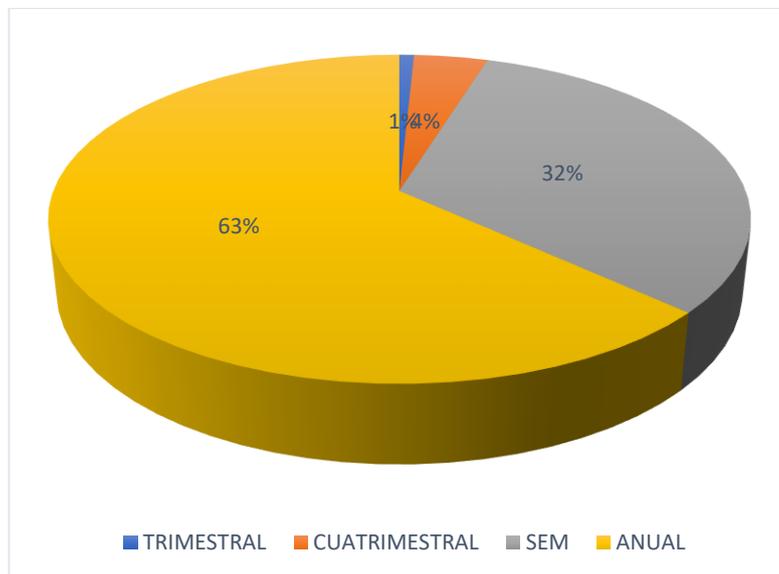


Figura 21 Frecuencia de Viaje

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los resultados de la tabulación muestran que un 1% viajan trimestral, seguido de un 4% cuatrimestral, luego un 32% semestral, y un 63% que lo realiza anual. Estos datos indican la posible frecuencia de consumo del servicio.

3. ¿Cuánto gasto en promedio en su último viaje?

Tabla 18

Gasto promedio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 a 50	20	8%
50 a 70	89	36%
70 a 90	98	39%
> 90	43	17%
TOTAL	250	100%
N/A	134	-
TOTAL	384	-

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

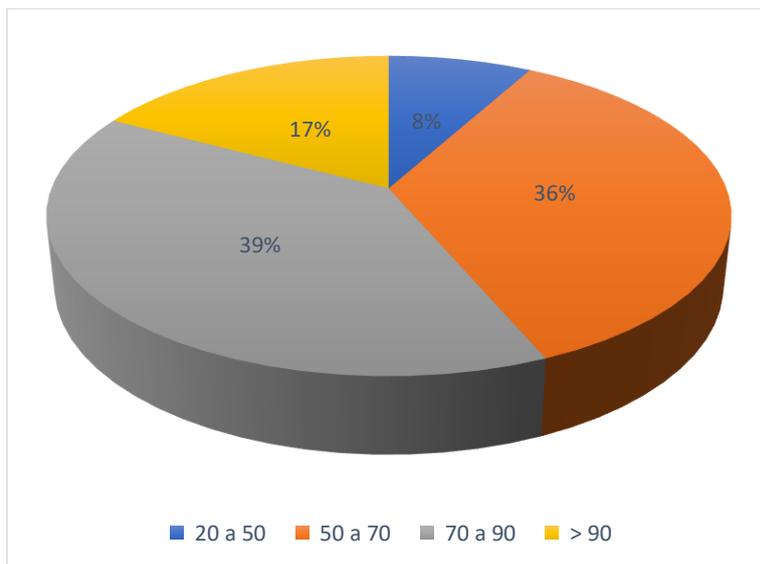


Figura 22 Gasto Promedio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los datos obtenidos en la encuesta indican que las personas en sus viajes gastan un promedio de 20\$ a 50\$ que es el 8%, de 50\$ a 70\$ que representa un 36%, de 70\$ a 90\$ el 39%, y por último los que gastan > 90 que representan un 17%.

4. ¿Cómo calificaría al turismo comunitario?

Tabla 19

Calificación del Proyecto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	180	72%
MALO	70	28%
TOTAL	250	100%
N/A	134	-
TOTAL	384	-

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

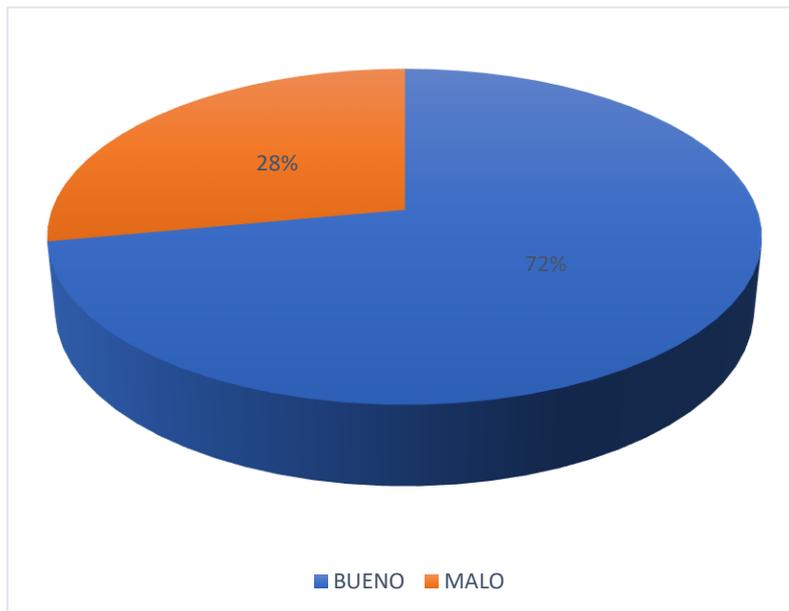


Figura 23 Calificación del Proyecto

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los resultados que lanza la encuesta al preguntar de cómo califica al turismo comunitario indican que un 72% lo califica como bueno, y un 28% les parece malo.

5. ¿Le gustaría hacer turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi?

Tabla 20

Adquisición del Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	375	98%
NO	9	2%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

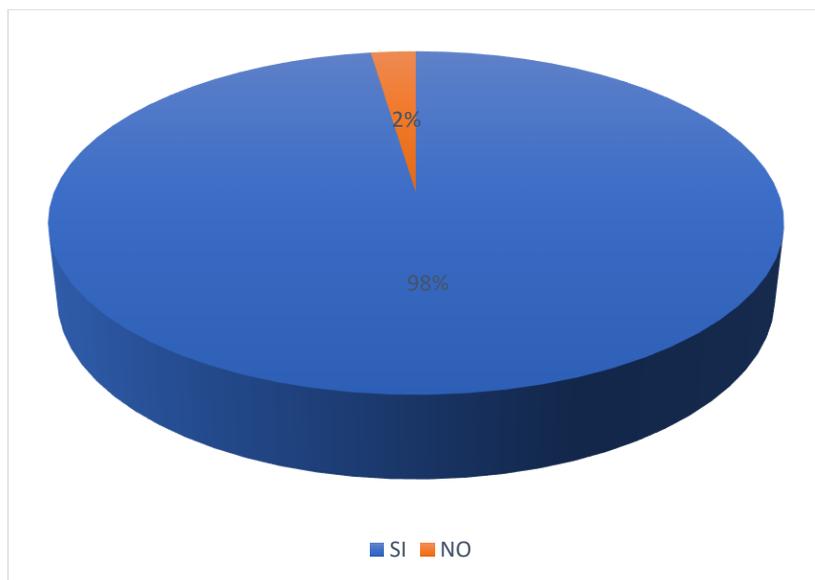


Figura 24 Adquisición del Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Como se puede apreciar en la figura, un porcentaje del 98% acepta hacer turismo en la provincia de Cotopaxi como un turismo alternativo, y un porcentaje mínimo del 2% no le gustaría.

6. ¿Cómo escoge el lugar para viajar?

Tabla 21

Elección del Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	62	17%
AGENCIA DE VIAJES	98	26%
POR OTRAS PERSONAS	215	57%
TOTAL	375	100%
N/A	9	-
TOTAL	384	-

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

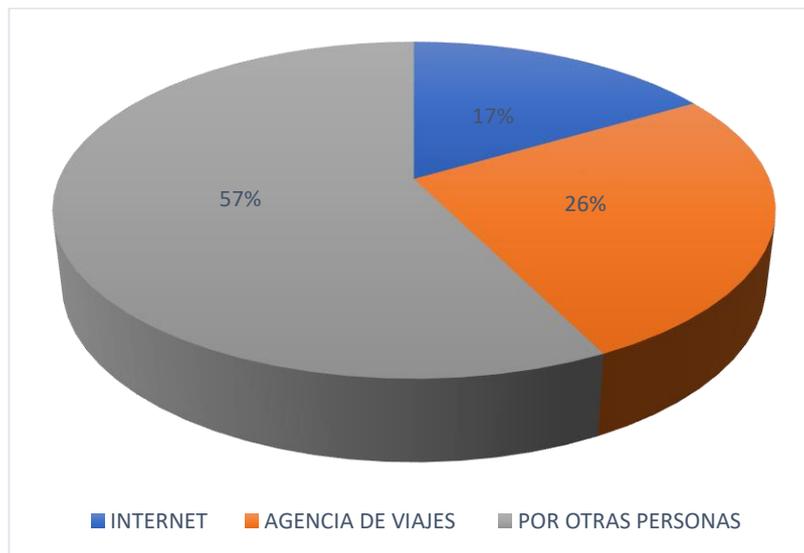


Figura 25 Elección del Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

La tabulación indica que las personas escogen el lugar para viajar a través del internet un 17%, por una agencia de viajes un 26%, y la que viajan recomendadas por otras personas un 57%.

7. ¿Con quién le gusta viajar?

Tabla 22

Acompañamiento en el Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FAMILIA	227	61%
AMIGOS	98	26%
SOLO	50	13%
TOTAL	375	100%
N/A	9 -	
TOTAL	384 -	

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

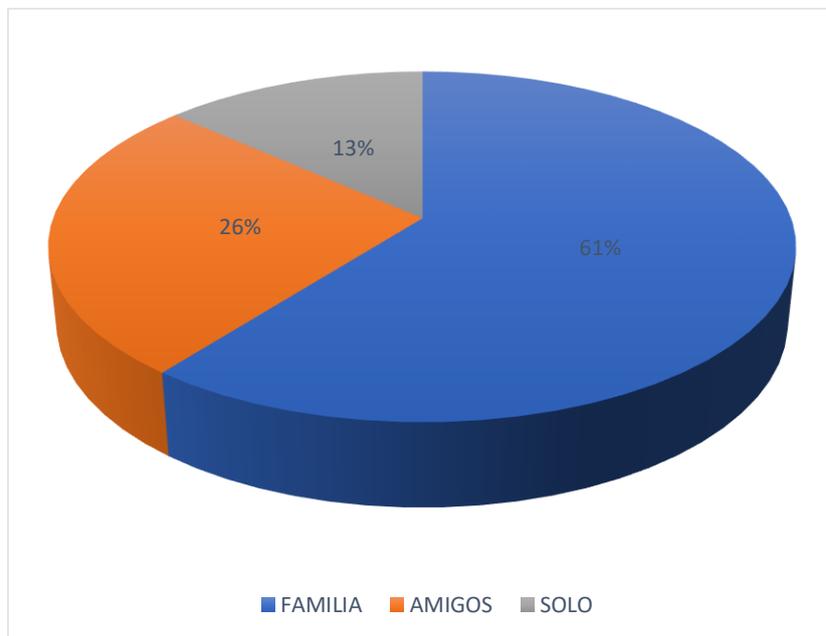


Figura 26 Acompañamiento en el Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Se puede apreciar en la encuesta realizada que el 61% le gusta viajar en familia, mientras que un 26% lo hace entre amigos, y un 13% prefiere viajar solo.

8. Para un viaje de recreación que escogería?

Tabla 23

Selección del Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NATURALEZA	157	42%
PLAYA	165	44%
CIUDAD	53	14%
TOTAL	375	100%
N/A	9	-
TOTAL	384	-

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

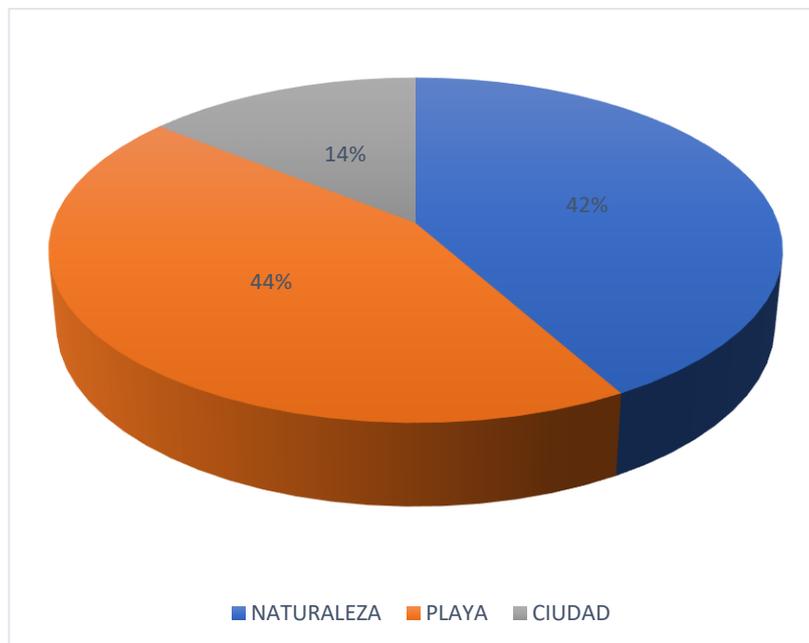


Figura 27 Selección del Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Según datos obtenidos por la tabulación el 42% prefiere la naturaleza como un viaje de recreación, el 44% prefiere viajar a la playa y el escoge quedarse en la ciudad con propósito de recreación es un 14%.

9. Cuándo viaja, ¿cuál es su forma de pago?

Tabla 24
Pago del Servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	170	45%
Tarjeta de Crédito	205	55%
TOTAL	375	100%
n/a	9 -	
TOTAL	384 -	

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

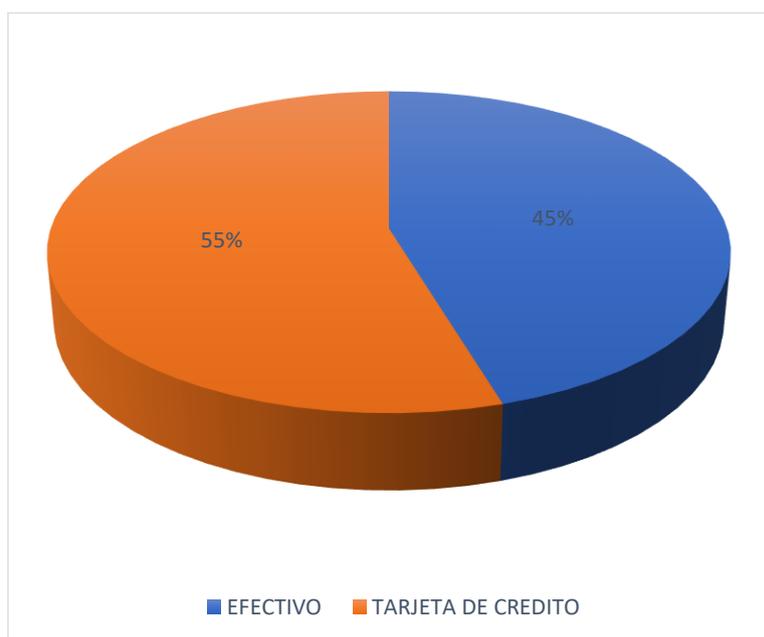


Figura 28 Pago del Servicio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los resultados de la encuesta muestran que el 45% de los encuestados pagan en efectivo, mientras que un 55% utiliza la tarjeta de crédito como forma de pago.

3.02 Demanda

“Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir un determinado precio, por unidad de tiempo.” (Sepúlveda, 2004, pág.65).

3.02.01 Demanda Histórica

“El objetivo de la demanda histórica es identificar la tendencia del mercado (crecimiento) y la atractivita (consumo per-cápita¹³), aspecto que dan cuenta del potencial que tendría el negocio al implementarse” (Castro, 2017, pág. 50).

Tabla 25

Demanda Histórica

AÑOS	VALOR
2018	2.369.282
2017	2.305.311
2016	2.243.068
2015	2.182.505
2014	2.123.577

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

3.02.02 Demanda Actual

Es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. Por lo general este tipo de demanda es estática, a corto plazo por el breve período en que se desenvuelve (Vega, 1991, pág. 78).

Tabla 26

Demanda Actual

CONCEPTO	VALOR
Población	1751031
% Aceptación	98%
Total, Aceptación	1.709.991
Trimestral	54.720
Cuatrimestral	205.199
Semestral	1.094.394
Anual	1.080.714
Demanda actual	2.435.027

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

La manera del cálculo de la demanda actual es: población por el porcentaje de aceptación y esta a su vez por el porcentaje de frecuencia de cada una, la misma que es obtenida de la encuesta realizada, y finalmente se suma los valores y se obtiene el resultado.

3.02.03 Demanda Proyectada

“Es aquella que se espera obtener mediante la ejecución de planes de mercadeo de mediano y largo plazo. Precisamente en virtud de la demanda futura que se han desarrollado las técnicas para el pronóstico del mercado” (Vega, 1991, pág. 78).

Tabla 27

Demanda Proyectada

Años	Valor
2020	2.500.773
2021	2.568.294
2022	2.637.638
2023	2.708.854
2024	2.781.993

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Para obtener la demanda proyectada se toma los datos de la demanda actual por la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.04 Oferta

“Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta” (Navarro, 2008).

3.04.01 Oferta Histórica

El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto (Sapag, 2002, pág. 76).

Tabla 28

Oferta Histórica

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA
2018	1.705.883
2017	1.659.824
2016	1.615.009
2015	1.571.404
2014	1.528.976

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

3.04.02 Oferta Actual

“Analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta” (Sapag, 2002, pág. 87).

Tabla 29

Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2019	1.753.220

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Para el cálculo de la oferta actual se toma los valores de la demanda actual y el porcentaje de satisfacción proporcionado por la encuesta realizada con anterioridad.

3.04.03 Oferta Proyectada

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precios y calidad en que se realiza dicha oferta. (Miranda, 2005, pág. 102).

Tabla 30

Oferta Proyectada

Años	Valor
2020	1.800.557
2021	1.849.172
2022	1.899.099
2023	1.950.375
2024	2.003.035

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

3.05 PRODUCTOS SUSTITUTOS

“Un producto se considera un producto sustitutivo (o bien sustituto) de otro cuando uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos” (Torreblanca, 2017. Pág. 94).

- Zoológico
- Mindo mariposario
- Quilotoa
- Balnearios
- Rafting
- Playas
- Extranjero
- Etc.

3.05.01 Balance Oferta y Demanda

Se puede afirmar que la demanda está satisfecha cuando los compradores encuentran los bienes y servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar. Sin embargo, se puede hablar de una demanda satisfecha saturada cuando el mercado no admite cantidades adicionales del bien o servicio dado que la oferta supera la demanda (esta situación denuncia inicialmente la poca viabilidad del proyecto); o demanda satisfecha no saturada cuando aparentemente el mercado se encuentra suficientemente atendido, pero se puede incrementar la oferta despertando en los consumidores o usuarios mayores niveles de demanda. (Miranda, 2005, pág. 102).

3.05.02 Balance Actual

La demanda insatisfecha, se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, con los productos existentes en el mercado. En este caso, se deberá calcular la magnitud de dicha demanda, para determinar cuál es la cantidad de producción necesaria para lograr satisfacer al mercado (Sapag, 2002, pág. 76).

Tabla 31
Balance Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2019	2.435.027	1.753.220	681.808

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

3.05.02 Balance Proyectado

Teniendo graficado la oferta y la demanda sus respectivas proyecciones en el tiempo, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro (Cruz, 2013, pág. 209).

Tabla 32
Balance Proyectado

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2020	2.500.773	1.800.557	700.217
2021	2.568.294	1.849.172	719.122
2022	2.637.638	1.899.099	738.539
2023	2.708.854	1.950.375	758.479
2024	2.781.993	2.003.035	778.958

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Una vez realizado el estudio de la demanda y oferta se obtiene la demanda insatisfecha potencial para el 2020 de 700.217 y que se incrementará con los años que tiene proyectado el Centro Turístico Comunitario.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.01.01 Capacidad Instalada

Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.” (Jara, 2015, pág. 43).

Tabla 33

Capacidad Instalada

TIPO DE CAPACIDAD	VALORES
Capacidad semanal	210
Capacidad mensual	840
Capacidad anual	10080

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.01.02 Capacidad Óptima

“Esta representa la utilización real del sistema de producción en un determinado período de tiempo” (Penagos, 2010, pág. 33).

Tabla 34

Capacidad Óptima

TIPO DE CAPACIDAD	VALORES
Capacidad semanal	126
Capacidad mensual	504
Capacidad anual	6048

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.02 Localización

4.02.01 Macro Localización

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico. (Hernández, 2012. pág. 93).

Tabla 35

Macro Localización

POBLACIÓN
Ecuador
Sierra
Quito
Cotopaxi
Toacazo

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja



Figura 29 Macro Localización

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.02.02 Micro Localización

“Elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio” (Hernández, 2012, pág. 109).

El presente proyecto de Turismo Comunitario se centrará en el sector norte de la Parroquia Toacazo.

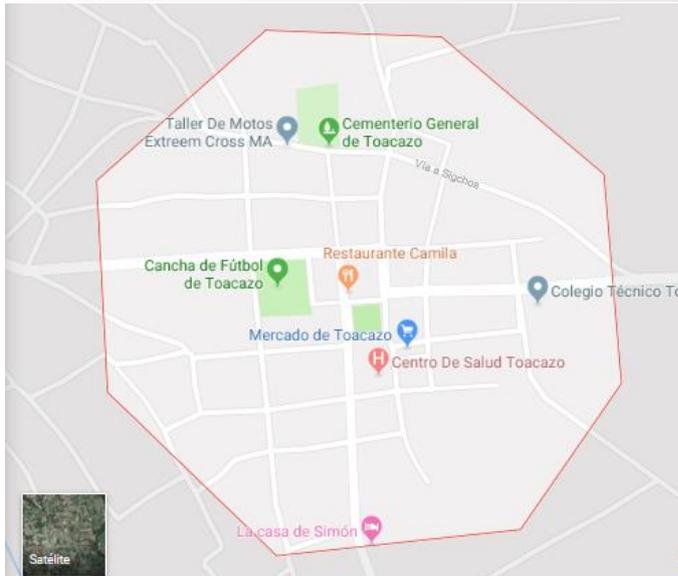


Figura 30 Micro Localización

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima del negocio se debe considerar las condicionantes geográficas, físicas, infraestructuras para transporte de materiales, equipos, maquinaria, herramientas, insumos, productos, servicios de asistencia técnica, de entrenamiento, de recursos humanos, medios de comunicación, urbanización, capacidad de soporte de la población, como vivienda sanidad, educación, existencias en área de empresas complementarias, talleres de reparación y mantenimiento de mano de obra, servicios financieros, delincuencia, seguridad, normas legales, topografía, clima, suelo, régimen de agua, etcétera. (Luna, 2016, pág. 156).

Para el presente estudio de factibilidad no se necesita hacer mayores estudios para definir la Localización Óptima ya que, es en la misma comunidad donde ya se tiene fijo el asentamiento del proyecto y se cuenta con una casa que se utilizará como oficina con un total de $50 m^2$

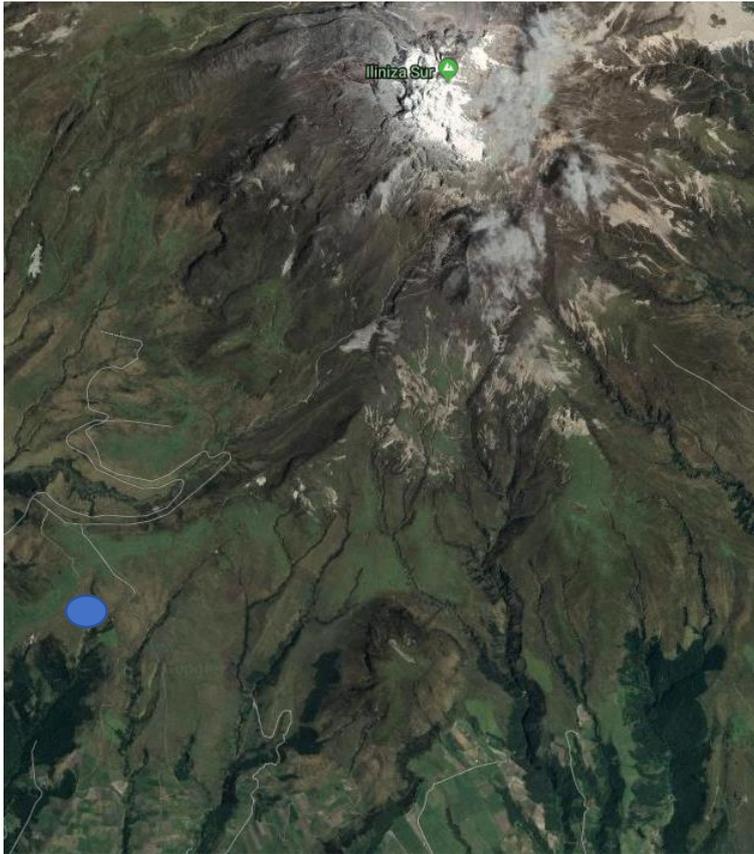


Figura 31 Localización Óptima

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

4.03.01 Definición del Servicio

Se brindará los siguientes servicios en turismo comunitario para el público de empresas públicas y privadas.

- Pesca deportiva, donde las personas pueden subir a un bote con capacidad de cuatro personas, con una caña de pescar y un señuelo, una vez atrapado el pez (la trucha) esta puede ser preparada personalmente o a la vez por una persona encargada en la preparación en el lugar.

- Deportes extremos (canopy), el cual consiste en que las personas se deslizan de un punto a otro mediante un cable horizontal de acero, con un equipo completo de seguridad.
- Caminatas o cabalgatas sobre los senderos de los Ilinizas, un guía los acompaña explicándoles sobre la flora y fauna de la comunidad y descubriendo paisajes únicos en su trayectoria.

4.03.02 Distribución de planta

La oficina estará ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito y para diseñar correctamente se utilizará la Matriz SLP la cual es presentado a continuación

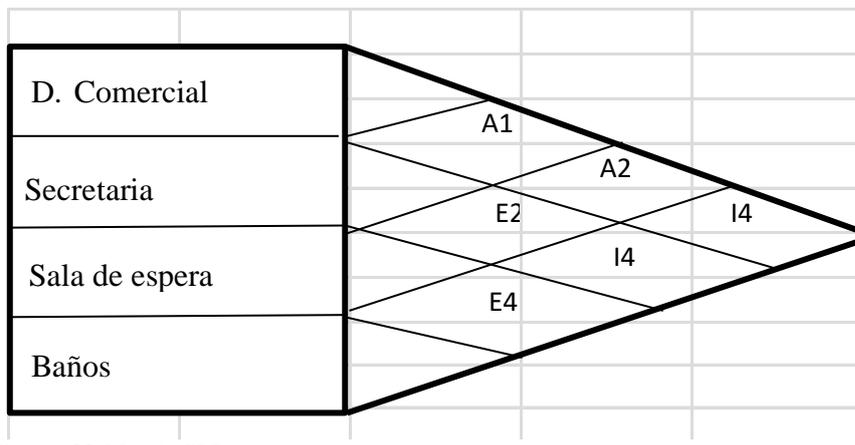


Figura 32 Matriz SLP
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

Para un mejor entendimiento a continuación se presenta los códigos de cómo se realiza la matriz SLP.

Tabla 36
Código de observación 1

CÓDIGO	OBSERVACIÓN
A	Muy Necesario
E	Necesario
I	Importante
O	Ordinario
U	Irrelevante
X	Innecesario
XX	Muy innecesario

Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

Tabla 37
Código de observación 2

CÓDIGO	OBSERVACIÓN
1	Información
2	Conveniencia
3	Seguridad
4	Higiene
5	Ruido

Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

Construida la matriz SLP se presenta el siguiente plano:

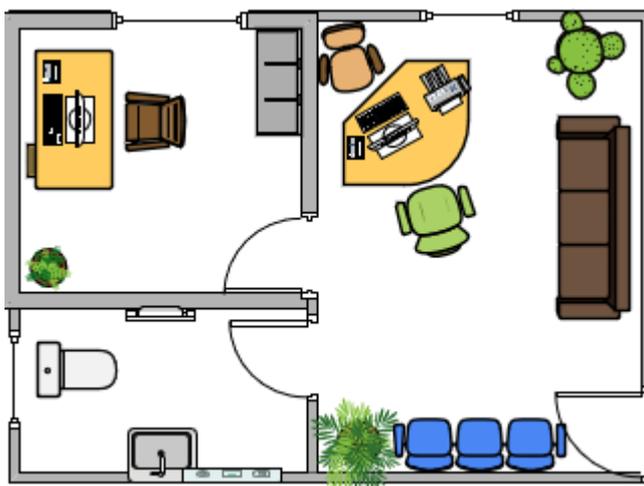


Figura 33 Distribución de oficina
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

A continuación, las medidas del área de la oficina

Tabla 38
Área de Oficina

DATOS	ÁREA
Oficina	30
Sala de Espera	15
Sanitario	5
TOTAL	50

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

La distribución o la forma en que se presenta la infraestructura del centro es la siguiente:



Figura 34 Distribución de Infraestructura

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.03.03 Proceso comercial

“Deben asegurar la conexión de la estrategia con la ejecución. Los procesos dentro de esta capacidad no sólo se deben enfocar en la ejecución sino también en retroalimentar la estrategia comercial con las necesidades de los clientes/segmentos.”

(Ugaz, 2015, pág. 45).

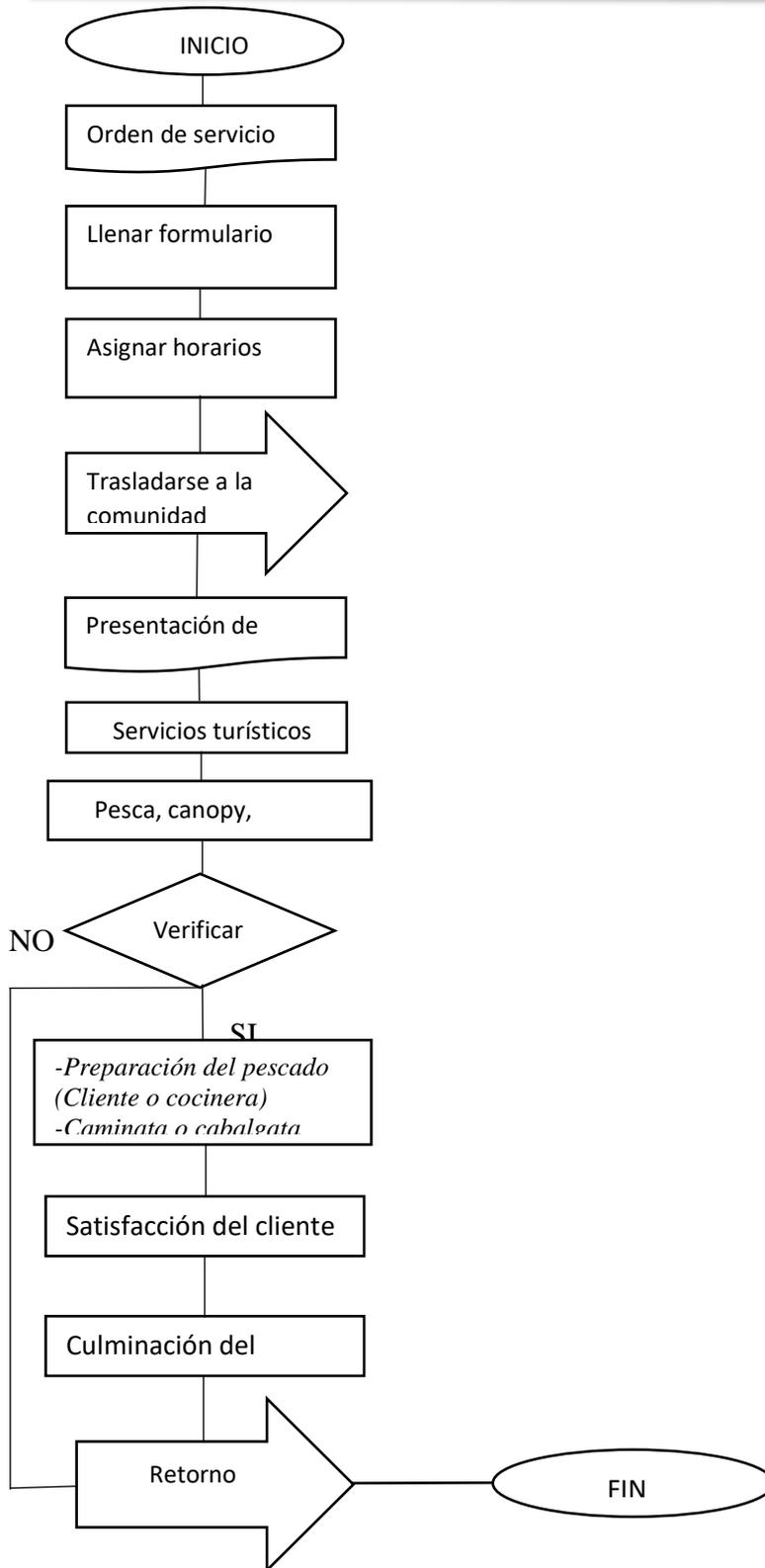


Figura 35 Proceso Comercial
Fuente: Investigación propia
Autor: Edwin Puruncaja

4.03.04 Maquinaria

“Poseen una entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un periodo.” (Effio, 2017, pág. 145).

Tabla 39
Maquinaria

ITEM	CANTIDAD
Canoa	2
Remos	4
torres canopy	2
Cable Acero (m)	300
Parrillas	3
cocina industrial	1
Dispositivos de Anclaje	2
Línea de Vida (60 cm)	12
Radios Intercomunicadores	4

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

4.03.05 Equipos

“Son los activos tangibles que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico.” (López, 2009, pág. 303).

Tabla 40

Equipos

ITEM	CANTIDAD
Computadoras	2
Impresoras	1
Teléfono	2
Escritorio	2
Sillas	2
Archivadores	2
Plasma	1
Chalecos	6
Arnés “Petzl”	6
Polea “Petzl”	6
Casco “Petzl”	6
Mosquetón “Petzl”	12
Caña de pescar	4
Guantes	6

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.01 INGRESOS

5.01.01 Ingresos Operacionales

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico (Suárez, 2009, pág. 65).

Tabla 41
Ingresos Operacionales

ÍTEM	VALOR
Cantidad	10080
Precio	16,99
Ingresos Operacionales	171271,28
Ingreso Total 1er año	171271,28

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.01.02 Ingresos no Operacionales

Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. Las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos (Guzmán & Romero, 2005, pág.112).

5.02 COSTOS

“Lo consideraremos como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren,” (García, 2008, pág.9).

5.02.01 Costo Directo

“Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas” (García, 2008, pág.12).

5.02.01.01 Materia Prima

“Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados” (García, 2008, pág.16).

Para el presente proyecto no se necesita de materia prima debido a que es una empresa de servicios turísticos.

5.02.01.02 Mano de Obra

“Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados” (García, 2008, pág.16).

Tabla 42

Mano de Obra

ITEM	PESCA	CANOPY	CAMINATA
Materia Prima	0,00	0,00	0,00
Mano de Obra	2,17	1,44	8,67
Costos Indirectos	0,14	0,14	0,14
costo unitario total	2,31	1,59	8,81

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.02.02 Costos indirectos

“Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas” (García, 2008, pág.12).

Tabla 43
Costos Indirectos

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Suministros de Limpieza	kit	40	12	480,00
Suministros Producción	kit	35	12	420,00
Suministros Mantenimiento	kit	45	12	540,00
TOTAL ANUAL				1440,00

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

A continuación, se presenta el resumen total de costos:

Tabla 44
Resumen de Costos

ELEMENTO	PESCA	CANOPY	CAMINATA
Materia Prima	0	0	0
Mano de Obra	2,17	2,17	2,17
Costos Indirectos F.	0,14	0,14	0,14
costo unitario total	2,31	2,31	2,31

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Finalmente se muestra la tabla de fijación de precio unitario

Tabla 45
Fijación de Precio Unitario

ELEMENTO	VALOR
Precio Unitario	16,99
Costo Unitario	14,21
Utilidad Bruta Unitaria	2,78

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.03 GASTOS

5.03.01 Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal (Nuñez, 2016, pág. 197).

Tabla 46

Gastos Administrativos

AÑO	RUBRO MES
2020	10334,92
2021	10505,45
2022	10678,79
2023	10854,99
2024	11034,09

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los rubros que se tomaron en consideración para deducir los gastos administrativos son los siguientes:

- Los suministros
- Servicios básicos
- Arriendo
- Sueldo del gerente

5.03.02 Gastos de Ventas

“Son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía sueldos de ventas, comisiones de ventas, publicidad, depreciación, renta y servicios públicos de edificios de tiendas, y gastos de envío” (Horngren, Harrison, & Smith, 2003, pág.183).

Tabla 47

Gasto Ventas

AÑO	GASTO ANUAL
2020	7098,38
2021	7467,78
2022	7583,39
2023	7700,88
2024	7820,30

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los valores que se tomaron en consideración para la deducción de gastos de ventas son los siguientes:

- Sueldo de vendedor incluido beneficios de ley.
- Gasto Publicidad

A continuación, se muestra los ítems incluidos en los Gastos de Publicidad.

Tabla 48
Gasto Publicidad

ELEMENTO	VALOR
Web	250
Redes Sociales	120
Ferías Turísticas	300
TOTAL	670

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.03.03 Gastos Financieros

“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento” (García, 2008, pág.12).

Tabla 49
Instituciones Financieras

INSTITUCIONES	TASAS DE INTERÉS
Cooperativa Maquita Cushunchic	24.00%
Cooperativa Andalucía	23.60%
Banco Pichincha	25.49%
Banco Guayaquil	25.50%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Finalmente, la tabla de las entidades financieras muestra que la entidad financiera con más bajo interés, es la Cooperativa Andalucía con el 23% a comparación de las demás entidades.

5.03.04 Costos Fijos

“Los costos fijos son algunas veces referenciados como costos de capacidad, puesto que ellos se originan en desembolsos hechos, para instalaciones en planta, equipos y otros ítem, necesarios para proporcionar la capacidad básica que apoya las operaciones” (Cuevas, 2001, pág.41).

Tabla 50
Costos Fijos

COSTOS FIJOS	VALORES
Gastos administrativos	10334,92
Gasto ventas	7098,38
TOTAL	17433,30

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.04 INVERSIONES

5.04.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades”

(Bautista, 2011, pág. 39).

5.04.02 Activos Fijos

“Los activos fijos tienen en esencia dos características básicas. Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado”

(Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág.68).

Tabla 51
Activos Fijos

ACTIVOS	COSTO TOTAL
Maquinaria	14732
Equipo de oficina	1100
Equipos de computo	1410
Muebles y enseres	2500
TOTAL	19742

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

En el presente proyecto se utilizarán un total de \$19.742 en activos fijos, los cuales ayuda a cumplir con la prestación de servicios, tomando en cuenta que estos activos son bienes depreciables y con el tiempo pierden su valor de adquisición.

5.04.03 Activos Nominales (diferidos)

“Integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos” (Hernández, 2006, pág.14).

Tabla 52
Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES	COSTOS
Gasto constitución	100
Permisos	80
Consultorías	200
TOTAL	380

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Los activos nominales tienen un monto de \$380 los cuales sirven para los gastos de constitución y su formación legal, el cual será amortizado en un lapso de 5 años.

5.04.04 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo debe de incluirse como partes de la inversión inicial y como partes de los flujos anuales, pero después de impuestos. Se asume que se recupera al final del proyecto” (Fernández, 2007, pág.117).

Tabla 53
Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR
Costo de Producción	143203,41
Gastos Administrativos	10334,92
Gasto de Ventas	7098,38
Sumatoria 1er año	160636,71
Capital de Trabajo diario	446,21
Días de Desfase	30
TOTAL	13386,39

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

El presente proyecto utilizó el método de días de desfase, la cual consiste en deducir la inversión de capital de trabajo que corresponde a financiarse desde que inicia la adquisición de los insumos hasta que se recupere el valor invertido.

5.04.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

“Las fuentes de financiamiento de la empresa son de carácter interno o externo, las cuales, a su vez, se subdividen en recursos provenientes del sistema financiero nacional y externo a la economía” (Levy, 1994, pág.167).

Tabla 54
Fuentes de Financiamiento

FUENTES	APORTE	PARTICIPACIÓN
Recursos propios	23508,39	70%
Deuda	10000	30%
TOTAL	33508,39	100%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

En el financiamiento del proyecto cuenta con un aporte de recursos propios de un 70% y un 30% de deuda, esto da una ventaja para una buena toma de decisiones en la gerencia administrativa.

5.04.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Para el financiamiento del proyecto se utilizará las siguientes tablas de amortización:

❖ Método Alemán

Su utilización no es frecuente a pesar de que permita pagar menos interés. Con este método la cantidad amortizada siempre es la misma, de suerte que el pasivo va disminuyendo de forma acelerada mes a mes y con él, los intereses que se generan (Guarino, 2016, pág. 15).

❖ Método Francés

Lo más importante es que con esta amortización terminamos pagando siempre la misma cuota. El dinero a devolver se distribuye por períodos entre los intereses se calculan sobre el valor pendiente que va quedando por cancelar. Así, la parte de la cuota que corresponde a los intereses se va reduciendo en proporción a la amortización del capital (Guarino, 2016, pág. 15).

Para la elección de la metodología de amortización más adecuada al proyecto se presenta la siguiente tabla de condiciones del préstamo:

Tabla 55
Condiciones del Préstamo

DESCRIPCIÓN	VALORES
Capital	10000
Plazo	60
Taza	23%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

A continuación, se visualiza el plan de endeudamiento que en el presente proyecto se toma en cuenta y el plan más idóneo que se escogió es el método de amortización francesa, por sus características de una cuota determinada que permite llevar una contabilidad exacta.

Tabla 56
Amortizaciones Método Francés

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	0,00	0,00	0,00	0,00	10000,00
1	10000,00	195,00	284,21	89,21	9910,79
2	9910,79	193,26	284,21	90,95	9819,85
3	9819,85	191,49	284,21	92,72	9727,12
4	9727,12	189,68	284,21	94,53	9632,60
5	9632,60	187,84	284,21	96,37	9536,22
6	9536,22	185,96	284,21	98,25	9437,97
7	9437,97	184,04	284,21	100,17	9337,81
8	9337,81	182,09	284,21	102,12	9235,69
9	9235,69	180,10	284,21	104,11	9131,57
10	9131,57	178,07	284,21	106,14	9025,43
11	9025,43	176,00	284,21	108,21	8917,22
12	8917,22	173,89	284,21	110,32	8806,90
13	8806,90	171,73	284,21	112,47	8694,42
14	8694,42	169,54	284,21	114,67	8579,76
15	8579,76	167,31	284,21	116,90	8462,86
16	8462,86	165,03	284,21	119,18	8343,67
17	8343,67	162,70	284,21	121,51	8222,17
18	8222,17	160,33	284,21	123,88	8098,29
19	8098,29	157,92	284,21	126,29	7972,00
20	7972,00	155,45	284,21	128,75	7843,25
21	7843,25	152,94	284,21	131,26	7711,98
22	7711,98	150,38	284,21	133,82	7578,16
23	7578,16	147,77	284,21	136,43	7441,73

24	7441,73	145,11	284,21	139,09	7302,63
25	7302,63	142,40	284,21	141,81	7160,83
26	7160,83	139,64	284,21	144,57	7016,26
27	7016,26	136,82	284,21	147,39	6868,86
28	6868,86	133,94	284,21	150,26	6718,60
29	6718,60	131,01	284,21	153,19	6565,40
30	6565,40	128,03	284,21	156,18	6409,22
31	6409,22	124,98	284,21	159,23	6250,00
32	6250,00	121,87	284,21	162,33	6087,66
33	6087,66	118,71	284,21	165,50	5922,16
34	5922,16	115,48	284,21	168,73	5753,44
35	5753,44	112,19	284,21	172,02	5581,42
36	5581,42	108,84	284,21	175,37	5406,05
37	5406,05	105,42	284,21	178,79	5227,26
38	5227,26	101,93	284,21	182,28	5044,99
39	5044,99	98,38	284,21	185,83	4859,16
40	4859,16	94,75	284,21	189,45	4669,70
41	4669,70	91,06	284,21	193,15	4476,55
42	4476,55	87,29	284,21	196,91	4279,64
43	4279,64	83,45	284,21	200,75	4078,89
44	4078,89	79,54	284,21	204,67	3874,22
45	3874,22	75,55	284,21	208,66	3665,56
46	3665,56	71,48	284,21	212,73	3452,83
47	3452,83	67,33	284,21	216,88	3235,95
48	3235,95	63,10	284,21	221,11	3014,84
49	3014,84	58,79	284,21	225,42	2789,42
50	2789,42	54,39	284,21	229,81	2559,61
51	2559,61	49,91	284,21	234,30	2325,32
52	2325,32	45,34	284,21	238,86	2086,45
53	2086,45	40,69	284,21	243,52	1842,93
54	1842,93	35,94	284,21	248,27	1594,66
55	1594,66	31,10	284,21	253,11	1341,55
56	1341,55	26,16	284,21	258,05	1083,50
57	1083,50	21,13	284,21	263,08	820,42
58	820,42	16,00	284,21	268,21	552,21
59	552,21	10,77	284,21	273,44	278,77
60	278,77	5,44	284,21	278,77	0,00
TOTAL		7052,46		10000,00	

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Para la comparación de metodología de amortización del proyecto se presenta el

Método Alemán en el ANEXO 3

5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Dado que la depreciación es un gasto que se causa, pero no se paga, en otras palabras, el gobierno permite que restemos la depreciación de la utilidad, porque no nos cobran ese monto a través de los impuestos, y como lo restamos de la utilidad, se lo sumamos al flujo de caja. (Gallego, 2011, pág.105).

Tabla 57

Depreciaciones

ACTIVOS	COSTOS	2020	2021	2022	2023	2024	VALOR L
Maquinaria	14732	1473,2	1473,2	1473,2	1473,2	1473,2	7366
Equipo de oficina	1100	110	110	110	110	110	550
Equipos de computo	1410	470	470	470	0,00	0,00	0,00
Muebles y enceres	2500	250	250	250	250	250	1250
TOTAL	19742	2303,2	2303,2	2303,2	1833,2	1833,2	9166

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Para la depreciación de maquinarias, equipos de oficina y equipos de cómputo se utilizó la metodología de depreciación de línea recta la cual consiste en asignar un mismo valor cada año.

5.04.08 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado” (Flores, 2013, pág. 19).

Tabla 58
Estado de Situación Inicial

RESERVA ECOLÓGICA VISTA DE VOLCANES ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DEL 2019	
CUENTA	AÑO 2019
ACTIVOS	-
(+) Caja	13386,39
(=) Total Activos Corrientes	13386,39
(+) Maquinaria	14732
(-) Depreciación Acumulada Maquinaria	0
(+) Equipos de Oficina	1100
(-) Depreciación Acumulada Equipos Oficina	0
(+) Equipos de Cómputo	1410
(-) Depreciación Acumulada Equipos Computación	0
(+) muebles y enceres	2500
(-) depreciación acumulada muebles y enceres	0
(=) Total Activos Fijos	19742
(+) Activo Nominal	380
(+) Amortización Acumulada Activo Nominal	0
(=) Total Activos Diferidos	380
(=) Total Activos	33508,39
PASIVOS	
(+) Deuda Bancaria	10000
(=) Total Pasivo	10000
PATRIMONIO	
(+) Capital	23508,39
(+) Utilidad Retenida	0
(=) Total Patrimonio	23508,39
(=) Total Pasivo + Total Patrimonio	33508,39

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Se puede visualizar el Estado de Situación Inicial con sus respectivas cuentas y valores al momento de iniciar sus operaciones del Centro Turístico Comunitario.

5.04.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Este estado condensa las condiciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán los posibles resultados de la empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años. Ahora se está ante el resultado final de todos los presupuestos operativos que se han venido preparando, ingresos, producción, mercadeo y ventas, administración y financieros. Se tiene ahora el resultado neto de las operaciones de los periodos que ha presupuestado (Leiva, 2007, pág.102).

Tabla 59
Estado de Resultados Proyectado

RESERVA ECOLÓGICA VISTA DE VOLCANES					
ESTADO DE RESULTADO					
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019					
CUENTAS	2020	2021	2022	2023	2024
(+) Ventas	171271,28	175707,206	180258,023	184926,706	189716,307
(-) Costo de Producción	143203,41	146912,38	150717,41	154620,991	158625,675
(=) Utilidad Bruta	28067,87	28794,83	29540,61	30305,71	31090,63
(-) Gastos Administrativos	10334,92	10602,5944	10877,2016	11158,9211	11447,9372
(-) Gasto Ventas	7098,38	7282,22513	7470,83476	7664,32938	7862,83551
(-) Gasto Depreciaciones	2303,2	2303,2	2303,2	1833,2	1833,2
(-) Gasto Amortizaciones	76	76	76	76	76
(=) Utilidad Operacional	8255,37	8530,81	8813,38	9573,26	9870,66
(-) Gastos Financieros	2217,39	1906,23	1513,91	1019,28	395,65
(=) Utilidad antes Participación Trabajadores	6037,98	6624,58	7299,46	8553,98	9475,01
(-) 15% Participación Trabajadores	905,7	993,69	1094,92	1283,1	1421,25
(=) Utilidad antes de IR	5132,28	5630,89	6204,54	7270,89	8053,76
(-) Impuesto a la Renta	0	0	0	0	0
(=) Utilidad Neta	5132,28	5630,89	6204,54	7270,89	8053,76

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

A través del Estado de Resultados se puede visualizar los datos que se proyectan a futuro durante los 5 años de vida del proyecto en las cuales se obtendrán las utilidades netas.

5.04.10 Flujo Caja

El flujo de efectivo se refiere al propósito diario, semanal, mensual o anual de todos los cobros y pagos en efectivos, en función de la diferencia de estos dos últimos términos, se determina el excedente o déficit de caja para un período determinado (Leiva, 2007, pág.103).

Tabla 60
Flujo de Caja

RESERVA ECOLÓGICA VISTA DE VOLCANES FLUJO DE CAJA DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019						
CUENTAS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
(+) Utilidad operativa	0	8255,37	8530,81	8813,38	9573,26	9870,66
(+) Depreciaciones	0	2303,2	2303,2	2303,2	1833,2	1833,2
(+) Amortizaciones	0	76	76	76	76	76
(-) 15% Participación Trabajadores	0	905,70	993,69	1094,92	1283,10	1421,25
(-) Impuesto a la Renta	0	0	0	0	0	0
(=) Flujo de Efectivo Operacional	0	9728,87	9916,32	10097,66	10199,37	10358,61
(-) Inversión Activos Fijos	-19742,00	0	0	0	0	0
(+) Recuperación activos fijos	0	0	0	0	0	9874,90
(-) Inversión capital de trabajo	-13386,39	0	0	0	0	0
(+) Recuperación capital de trabajo	0	0	0	0	0	13386,39
(-) Inversión activos nominales	-380	0	0	0	0	0
(=) Flujo de Caja del Proyecto	- 33508,39	9728,87	9916,32	10097,66	10199,37	33619,90
(+) Préstamo	10000	0	0	0	0	0
(-) Gasto Interés	0	2217,39	1906,23	1513,91	1019,28	395,65
(-) Devolución de Préstamo	0	1193,10	1504,26	1896,58	2391,21	3014,84
(=) Flujo de Caja del Inversionista	-23508,39	6318,38	6505,83	6687,17	6788,87	30209,41

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Por medio del Flujo de Caja se puede observar la proyección en 5 años, en cual indica la circulación de dinero en efectivo, con esta metodología se puede obtener dos flujos de caja una del proyecto y otra del inversionista, en el primero no se toma en cuenta la deuda y en el segundo se toman en cuenta todas las consecuencias del endeudamiento.

5.05 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.05.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento no debe confundirse con el porcentaje de descuento que puede recibir quien compra un producto o quien compra un título valor (bonos, por ejemplo) a descuento. La tasa de descuento se determina considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que paga por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene (Vélez, 2003, pág.57).

Tabla 61
Tasa de Descuento TMAR

ELEMENTO	VALOR
Inflación Promedio	1,65%
Tasa Riesgo País	6,51%
Prima de Riesgo	3%
TOTAL	11,16%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Para conseguir los indicadores de aceptación del proyecto se presenta a continuación la tabla de resumen con los flujos que se van a evaluar:

Tabla 62
Resumen de flujos

AÑOS	FLUJOS	FLUJO DESCONTADOS	FLUJO ACUMULADO
0	-33508,39	-33508,39	-33508,39
1	9728,87	8752,14	-24756,26
2	9916,32	8025,16	-16731,10
3	10097,66	7351,48	-9379,62
4	10199,37	6680,04	-2699,58
5	33619,90	19808,60	17109,02

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

5.05.02 Valor Actual Neto (VAN)

“El VAN mide la rentabilidad absoluta neta de un proyecto, lo que está en la línea con la definición del valor de la empresa en términos absolutos” (Aguar, 2009, pág.89).

$$VAN = \sum \frac{FF}{(1 + TMAR)^N} + (-INVERSIÓN)$$

$$VAN = \frac{9728,87}{(1+0,1116)^1} + \frac{9916,32}{(1+0,1116)^2} + \frac{10097,66}{(1+0,1116)^3} + \frac{10199,37}{(1+0,1116)^4} + \frac{33619,90}{(1+0,1116)^5} + (-33508,39)$$

$$VAN = 17109,02$$

El valor actual neto de la empresa es de \$17109,02 estableciendo la rentabilidad que tiene la inversión a realizar, debido a que un VAN es superior a cero resulta viable y por lo tanto, factible para su ejecución.

5.05.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La TIR se define como aquel tipo de interés que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización que iguala a cero el valor actual neto” (Aguar, 2009, pág.88).

$$\mathbf{TIR = VAN = 0}$$

$$0 = \frac{9728,87}{(1+TIR)^1} + \frac{9916,32}{(1+TIR)^2} + \frac{10097,66}{(1+TIR)^3} + \frac{10199,37}{(1+TIR)^4} + \frac{33619,90}{(1+TIR)^5} + (-33508,39)$$

$$\mathbf{TIR = 26\%}$$

Este indicador al ser mayor que la tasa de descuento con un 26% demuestra que es factible y rentable en la inversión y ejecución.

5.05.05 Período de recuperación de la inversión (PRI)

“El payback indica el número de años necesarios para recuperar el desembolso inicial de una inversión” (Montoro, Martín, & Díez, 2014, pág.311).

$$\mathbf{PRI = AÑO ULTIMO FLUJO ACUMULADO (-) + \frac{[ULTIMO FLUJO ACUMULADO (-)]}{SIGUIENTE FLUJO DESCONTADO}}$$

$$\mathbf{PRI = 4 + \frac{2699,58}{19808,60}}$$

$$\mathbf{PRI = 4 + 0,40}$$

$$\mathbf{PRI = 4,40}$$

El periodo que la empresa tardará en recuperar la inversión será de 4 años, 5 meses y 2 días, tiempo prudente ya que la vida del proyecto es de 5 años y pasado este tiempo el proyecto obtendrá únicamente ganancias.

5.05.06 Relación Costo Beneficio (RBC)

Compara los beneficios y los costos de un proyecto particular y si los primeros exceden a los segundos entrega un elemento de juicio inicial que indica su aceptabilidad. Si, por el

contrario, los costos superan a los beneficios, el proyecto debe ser en principio rechazado (Cohen & Franco, 2006, pág.171).

$$RBC = \sum \frac{FF}{(1 + TMAR)^N} \div (INVERSIÓN)$$

$$RBC = \frac{9728,87}{(1+0,1116)^1} + \frac{9916,32}{(1+0,1116)^2} + \frac{10097,66}{(1+0,1116)^3} + \frac{10199,37}{(1+0,1116)^4} + \frac{33619,90}{(1+0,1116)^5} \div (33508,39)$$

$$RBC = 1,61$$

La relación costo beneficio del año base y los datos de años proyectados son mayor a 1, lo que significa que los ingresos netos son mayores a los egresos netos, y se puede determinar que el proyecto tendrá beneficios en su implementación y por lo tanto es factible con una ganancia de \$0,61 por cada dólar invertido.

5.05.06 Punto de Equilibrio

El punto en el que el margen de contribución es igual al costo al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero (Emery, Finnerty & Stowe, 2000, pág.387).

$$\text{Punto de Equilibrio en unidades} = \frac{CFT}{Pvu - Cvu}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en unidades} = \frac{17433,30}{16,99 - 14,21}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en unidades} = 6261$$

$$\text{Punto de equilibrio en dólares} = \text{Punto de equilibrio unidades} * \text{Precio}$$

Unitario

$$\text{Punto de equilibrio en dólares} = 6261 * 16,99$$

$$\text{Punto de equilibrio en dólares} = 106378,69$$

Tabla 63
Punto de Equilibrio

CANTIDAD	TOTAL INGRESOS	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	UTILIDAD/ PERDIDA
200	3398	2841	17433,29716	20275	-16876
1000	16991	14207	17433,29716	31640	-14649
3000	50974	42620	17433,29716	60053	-9080
6261	106379	88945	17433,29716	106379	0
9000	152921	127860	17433,29716	145293	7627
11000	186903	156274	17433,29716	173707	13196
11800	200496	167639	17433,29716	185072	15424
11900	202195	169060	17433,29716	186493	15702

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

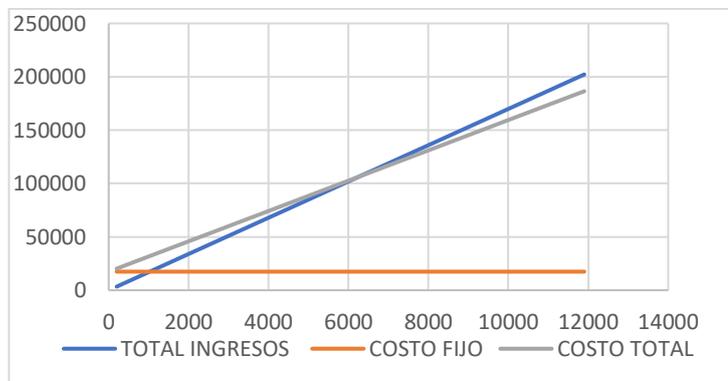


Figura 36 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Se puede observar que el punto de equilibrio del proyecto que tendría que realizar 6.261 servicios turísticos, en donde la utilidad es \$0,00 donde no hay pérdidas ni ganancias, en el caso de no llegar al número de servicios establecido del equilibrio implicaría que el Centro Turístico Comunitario tenga pérdidas y si se vende un servicio sobre el punto de equilibrio se obtendrá ganancias.

5.05.07 Análisis de índices financieros

- Rendimiento sobre Activos

“El rendimiento sobre activos mide la eficiencia de la administración de la empresa para generar utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto

más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor”

(Guevara, 2015, pág. 26).

- Rendimiento sobre Capital

El Rendimiento sobre el capital mide la eficiencia con que la administración de la empresa genera utilidades a partir de la cantidad de dinero invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor. (Guevara, 2015, pág. 30).

- Margen Bruto.

“El margen bruto, también llamado utilidad bruta, es el excedente de las ventas por arriba del costo de los bienes vendidos” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

- Margen Operativo.

Es aquella que mide la rentabilidad de la empresa y se obtiene de la relación de ingresos menos los gastos operacionales para sus ventas, en si es el margen antes de descontar intereses, impuestos entre otros y su medición es en porcentajes midiendo el beneficio por cada unidad monetaria. (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

- Margen Neto.

“Esta mide el porcentaje de utilidad neta que está quedando a los propietarios por cada unidad monetaria, esta es el resultado después de deducir los gastos como son impuestos sobre la renta” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

- Relación Pasivo Activo

“Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos de terceros (endeudamiento) y se acostumbra medirla con porcentajes” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

- Relación Patrimonio Activo

“La relación del patrimonio y el activo determinan cuantas unidades monetarias invertidas provenientes de recursos de terceros (endeudamiento) están endeudado

por cada unidad monetaria prevista por el inversionista” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

Tabla 64
Índices financieros

ÍNDICES FINANCIEROS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación pasivo Activo	30%	24%	18%	12%	6%	0%
Relación Patrimonio Activo	70%	76%	82%	88%	94%	100%
Margen Bruto	N/A	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Margen Operativo	N/A	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Margen Neto	N/A	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04
Roe	N/A	18%	16%	15%	15%	12%
Roa	N/A	14%	14%	14%	14%	12%

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

Finalmente, elaborado el cálculo de los indicadores financieros se puede exponer cada uno a continuación:

En la relación de pasivo activo se puede observar que del 100% de los activos el 30% está siendo financiado uso de deuda.

En la relación de patrimonio activo se puede observar que del 100% de los activos el 70% está siendo financiado con uso de recursos propios, es decir, patrimonio.

En el margen bruto por cada dólar que la empresa vende le queda alrededor \$0.16 centavos para cubrir sus gastos operacionales.

En el margen operativo por cada dólar que la empresa vende le queda aproximadamente \$0.05 centavos para cubrir sus gastos financieros.

En el margen neto por cada dólar que la empresa vende le queda alrededor \$0.03 centavos para repartir a los propietarios del proyecto.

La rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) es del 18% el cual establece si es aceptable se lo debe comparar con un costo de oportunidad (tasa pasiva del banco),

por lo tanto, se puede visualizar que el ROE al ser mayor que el costo de oportunidad la rentabilidad es aceptable.

La rentabilidad sobre el activo (ROA) es del 14% es decir que por cada dólar que la empresa invierte en activos se genera un rendimiento de \$0.14 centavos de dólar.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La Evaluación de Impacto Ambiental es un instrumento de planificación y gestión ambiental cuyo objetivo es la prevención de daños al medio ambiente la prevención a priorizar, que se aplica y reconoce como tal en muchos países por gobiernos centrales y locales, por organismos internacionales, y que además está en constante ampliación (Pardo, 2002, pág. 27).

Para el presente proyecto se analizarán los siguientes impactos:

- Impacto Ambiental
- Impacto Económico
- Impacto Productivo
- Impacto Social

Para el presente proyecto se utilizarán las siguientes matrices de calificación:

*Tabla 65
Matriz de Análisis de Impactos*

RANGO	IMPACTO
-3	Impacto alto
-2	Impacto medio
-1	Impacto bajo
0	Impacto nulo
1	Impacto bajo
2	Impacto medio
3	Impacto alto

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

6.01 IMPACTO AMBIENTAL

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. (medio ambiente), debido a la acción antrópica o a eventos naturales” (Gutiérrez & Sánchez, 2009, pág. 97).

Tabla 66
Impacto Ambiental

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación del Agua					x			1
Contaminación por Ruido			x					-1
Contaminación por Emisión de Gases						x		2
Generan Desechos			x					-1
Política de Manejo de Desechos							X	3
Contaminación visual			x					-1
TOTAL	0	0	-3	0	1	2	3	3

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL CONSOLIDADO}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{3}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 0,5 = 1$$

Desde un punto de vista ambiental el siguiente proyecto obtuvo una calificación de 1, es decir un impacto positivo de nivel bajo.

Esta calificación se debe a que, si bien el proyecto genera contaminación de ruido, generara desechos y generar contaminación visual se equilibra con una política de manejo de desecho, no contamina con gases y no contamina el agua.

6.02 IMPACTO ECONÓMICO

Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socio económico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios (Peláez, Lorenzo y Cañizares, 2012, pág. 181).

Tabla 67
Impacto Económico

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad del Proyecto					x			1
Perspectivas de Crecimiento			x					-1
Implementación tecnológica			x					-1
Posibilidades de Reinversión						x		2
Generación de Negocios							x	3
Manejo política Económica		X						-2
TOTAL	0	0	-3	0	1	2	3	2

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL CONSOLIDADO}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{2}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 0,33 = 1$$

Desde un punto de vista económico el siguiente proyecto obtuvo una calificación de 1, es decir un impacto positivo de nivel bajo.

Esta calificación se debe a que, si bien el proyecto aún no tiene perspectivas de crecimiento, no cuenta con implementación tecnológica, se equilibra con la rentabilidad del proyecto, las posibilidades de reinversión y la generación de negocios que el proyecto produce.

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO

La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras: (I) falta de calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción; (II) mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados; y (III) efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del Medioambiente (Gutiérrez & Sánchez, 2009, pág. 63).

Tabla 68

Impacto Productivo

INDICADORES	CALIFICACIONES	TOTAL
-------------	----------------	-------

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Aporte al (PIB) Sectorial					x			1
Aporte al Crecimiento Productivo						x		2
Dinamización de la Economía						x		2
Adquisición de Insumos Locales						x		2
Relación Proveedores							x	3
Producción Local							x	3
Total	0	0	0	0	1	6	3	13

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL CONSOLIDADO}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{13}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 2,17 = 3$$

Desde un punto de vista productivo el siguiente proyecto obtuvo una calificación de 3, es decir un impacto positivo de nivel alto.

Esta calificación se debe a que el aporte al PIB sectorial es positivo, aporte al crecimiento productivo, la dinamización de la economía, la buena relación con los proveedores y la producción local están en perspectivas positivas.

6.04 IMPACTO SOCIAL

“Los impactos sobre el medio social afectan a distintas dimensiones de la existencia humana” (Gutiérrez & Sánchez, 2009).

Tabla 69
Impacto Social

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	

Aporte al Plan Nacional de Desarrollo						x		2
Responsabilidad Social						x		2
Calidad de Vida del Área Local						x		2
Generación de Empleo							x	3
Cambios en Hábitos Culturales					x			.1
Cambios en Hábitos de Consumo					x		x	-1
TOTAL	0	0	-2	0	0	6	6	8

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL CONSOLIDADO}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{8}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 1,33 = 2$$

Desde un punto de vista productivo el siguiente proyecto obtuvo una calificación de 2, es decir un impacto positivo de nivel medio.

Esta calificación se debe a que, si bien el proyecto presenta cambios en los hábitos culturales, cambios en los hábitos de consumo, se contrasta con el aporte al Plan Nacional de Desarrollo, la responsabilidad social, la calidad de vida de área local y la generación de empleo beneficiando al sector social.

6,05 IMPACTO GLOBAL

Tabla 70

Impacto Global

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental					X			1
Impacto Económico					X			1
Impacto Productivo						x		2
Impacto Social					X			1
Total	0	0	-1	0	2	2	0	5

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL CONSOLIDADO}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{5}{4}$$

$$\text{PROMEDIO} = 1,25 = 2$$

Desde un punto de vista global el siguiente proyecto obtuvo una calificación de 2, es decir un impacto positivo de nivel medio.

Con esto se evidencia que el proyecto es socialmente responsable y debería llevarse a cabo desde este punto de vista.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

Finalizado el presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Al lanzar un nuevo servicio al mercado es necesario ver su evolución en el tiempo, para poder interpretar cómo generar valor agregado que garantice la calidad y satisfacción de los clientes.
- Para la implementación de un proyecto en determinado lugar es necesario analizar el factor económico, social y legal del país en el que se llevará a cabo, ya que este análisis permitirá conocer el éxito o fracaso del proyecto.
- El desarrollo del Centro Turístico comunitario, ya sea de tamaño pequeña, media o grande necesita de una gestión administrativa, que maneje los recursos de una manera eficiente y productiva.
- Para un estudio de mercado que sea eficaz y que lancen resultados eficientes es necesario contar con una herramienta como las encuestas, ya que esta técnica permite obtener datos sobre la oferta, demanda y demanda insatisfecha. Para calcular la muestra se determina que se deben utilizar parámetros apropiados como es un margen de error adecuado, probabilidad de éxito adecuado y que el tamaño de la muestra sea representativo de la población.
- Al momento de realizar el estudio financiero se concluye que el presente proyecto debe llevarse a cabo ya que el VAN (Valor Actual Neto) es mayor

que cero, la TIR (Tasa Interna de Retorno) es mayor que la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno), el PRI (Periodo de la recuperación de la inversión) es menor que cinco y el RBC (Relación Costo Beneficio) es mayor que uno, lo que indica que el proyecto es viable, rentable y recuperable.

7.02 RECOMENDACIONES

Una vez terminado el presente proyecto se realizan las siguientes recomendaciones:

- Es importante realizar un seguimiento continuo de todos los indicadores financieros, liquidez y rentabilidad para determinar la viabilidad a corto y largo plazo y así obtener beneficios permanentes.
- El uso correcto del manejo de las herramientas informáticas y el manejo de la flora y fauna para evitar la contaminación del medio ambiente con eficiencia y calidad, garantizará un buen servicio que se verá reflejada en la satisfacción de los clientes.
- Para la creación del Centro Turístico comunitario se debe obtener todos los permisos de operación y así evitar sanciones y/o el cierre de las instalaciones.
- Se recomienda seleccionar al personal calificado que ayude a forjar la filosofía empresarial día a día, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos y metas, para un óptimo manejo empresarial y brindar un servicio de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrión, D. (2007, Pág. 12). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. 1ra Edición. Quito: Abya-Yala.
- Barrios, V. (2011, pág. 54). *Ambiente externo de las organizaciones*. Recuperado el 20 de enero del 2019; de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Álvarez, A. (2004, pág. 92). *El entorno económico: Cómo entenderlo y anticipar su evolución*. 5ta. Edición. México: RA-MA.
- Fabara, F. (2006, pág. 251). *Terminología utilizada en economía y otras ciencias afines*. 1ra. Edición. Quito: Servicios Gráficos Abigail.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2016). *Inflación por regiones y ciudades*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de ECUADOR EN CIFRAS: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reporte_inflacion_201601.pdf.
- Chávez, B. (2014). *Producto Interno Bruto PIB por sectores*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de SIELOCAL: <http://www.sielocal.com/informe/1246/Producto-Interno-Bruto-PIB-por-sectores>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2014). *Población económicamente activa PEA*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf.
- Acosta, A. (2005, pág. 9). *EL OTRO RIESGO PAÍS Indicadores y desarrollo en la economía*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Delgado, S. (2007, pág. 30). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos macroeconómicos*. 1ra. Edición. Quito: Servicios académicos intercontinentales.
- Ortiz, J. (2014). *Tasa de interés activa y pasiva*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de FINANZAS Y PROYECTOS: <https://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Azua, M. (2009, pág. 2). *El factor social*. 1ra. Edición. México: IBM Press.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014. *Población económicamente activa PEA*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf.
- Barba, J. (2011). *Tipos de empleo*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de UAEH: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf.

Leandro, G. (2002). *Conceptos básicos, tipos y consecuencias*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de AULA DE ECONOMÍA: <http://www.auladeeconomia.com/articulos15.htm>

Rombiola, N. (2012). *Definición de subempleo*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de FINANZZAS: <http://www.finanzas.com/subempleo>.

Miranda, J. (1999, pág. 185). *Marco legal e institucional del proyecto*. 3ra. Edición. Bogotá: MM Editores.

Sáenz, A. (2010, pág. 90). *Principios de Mercadeo*. 1ra. Edición. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Barquero, J. (2007, pág. 1). *Marketing de clientes*. 2da. Edición. España: McGraw-Hill Interamericana.

Rodríguez, S. (2008, pág. 365). *Administración Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. 1ra. Edición. México: McGraw-Hill.

Malowany, J. (2010). *Definición de competidores para establecer en un plan de marketing*. Recuperado el 27 de enero de 2019, de MARKETING EMPRESAS CIUDADES: <http://marketingempresaciudades.blogspot.com/2010/03/definicion-de-competidores-para.html>.

Kotler, P. (2003, pág. 44). *Fundamentos de Marketing*. 6ta. Edición. México: Pearson Educación.

Hurtado, D. (2008, pág. 39). *Principios de administración*. 2da. Edición. Medellín: Fondo editorial ITM.

Fernández, P. (2011). *Organigrama de una empresa*. Recuperado el 27 de enero de 2019, de GESTION ORG: <https://www.gestion.org/recursos-humanos/5936/organigrama-de-una-empresa/>

Delgado, F. (2014). *Manual de funciones*. Recuperado el 27 de enero de 2019, de SMS Auditores del Ecuador: <http://www.smsecuador.ec/manual-de-funciones/>

Anaya, J. (2007, pág.79). *Innovación y mejora de procesos logísticos*. 3ra. Edición. Madrid: Esic Editorial.

Mesonero, M. (2012, pág. 30). *Marketing Industrial*. 2da. Edición. Madrid: Esic Editorial.

Ugaz, A. (2015). *Procesos Comerciales y de Mercadotecnia*. Recuperado el 28 de febrero de 2019, de SINTEC: https://www.sintec.com/wp-content/uploads/2015/10/Procesos-Comerciales-y-de-Mercadotecnia_Clientes_Sintec.pdf

- Effio, F. (2017). *Todo sobre activo fijo, inmueble, maquinaria y equipo*. Recuperado el 28 de febrero de 2019, de AEMPRESARIAL: http://aempresarial.com/web/adicionales/files/v/pdf/2017_cont_07_todo_sobre_activos.pdf
- Lopez, C. (2009). *propiedad, planta y equipo*. Recuperado el 28 de febrero de 2019, de EAFIT: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2052.%20propiedad%20planta%20y%20equipo.pdf>
- Malowany, J. (2010). *Definición de competidores para establecer en un plan de marketing*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de MARKETING EMPRESAS CIUDADES: <http://marketingempresasciudades.blogspot.com/2010/03/definicion-de-competidores-para.html>.
- Schiffman, L. (2010, pág. 25). *Comportamiento del consumidor*. 10ma. Edición. México: Pearson Educación.
- Tamayo, M. (2011, pág. 38, 114). *El proceso de la investigación científica*. 1ra Edición. México: Editorial Limusa S.A.
- Pérez, R. (1986, pág. 138). *Nociones básicas de estadísticas*. 1ra Edición. Oviedo: Editorial Dpto. de Economía aplicada de la universidad de Oviedo.
- Heineman, K. (2003, pág. 135). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. 1ra Edición. Barcelona: Editorial Paidotribo.
- Pardinas, F. (1969, pág. 112). *Metodología y técnica de investigación en ciencias sociales*. 1ra Edición. México: Editorial Siglo XXI Editores S.A.
- Sepúlveda, C. (2004, pág. 65). *Diccionario de términos económicos*. Undécima Edición. Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A.
- Castro, H. (2017, pág. 50). *Proyectos de inversión 1, 2, 3: de la teoría a la práctica*. 1ra Edición. Limburg: Autoreseditores S.A.S.
- Vega, V. (1991, pág. 78). *Mercadeo básico*. 1ra Edición. San José: Editorial Universidad Estatal a la Distancia.
- Navarro, J. (2008). *Qué es la oferta y la demanda*. Recuperado el 22 de febrero de 2019, de EL BLOG SALMÓN: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
- Sapag, N. (2002). “*Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*”. Recuperado el 22 de febrero de 2019, de TESIS: <file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Miranda, J. (2005, pág. 102). *Gestión de proyectos*. 5ta Edición. Bogotá: MM Editores.

-
- Torreblanca, F. (2017). *Productos sustitutos en la estrategia de marketing*. Recuperado el 22 de febrero de 2019, de BLOG MARKETING: <https://franciscotorreblanca.es/productos-sustitutivos-marketing/>
- Cruz, M. (2013). *Determinación de la demanda Potencial insatisfecha*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de ACADEMIA EDUCATIVA: http://www.academia.edu/33676007/Determinaci%C3%B3n_de_la_demanda_Potencial_insatisfecha
- Jara, L. (2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de OBSERVATORIO: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Hernández, A. (2012). *Macro y micro localización*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de BLOGSPOT: <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>
- Penagos, G. (2010). *Planeación de la capacidad*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de BLOGSPOT: <http://sistemasdeproduccionludec.blogspot.com/2009/03/planeacion-de-la-capacidad.html>
- Luna, A. (2016, pág. 156). *Plan estratégico de negocios*. 1ra Edición. México: Grupo Editorial Patria.
- Suárez, J. (2009). *Estado de pérdidas y ganancias*. Recuperado el 20 de enero de 2019, de MAILXMAIL: <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/ingresos-operacionales>
- Horngren, C. Harrison, W. & Smith, L. (2003, pág.183). *Contabilidad*. 5ta Edición. México: Pearson Educación.
- Guzmán, A. & Romero, T. (2005, pág. 68). *Contabilidad financiera*. 1ra Edición. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.
- García, J. (2008, pág. 9). *Contabilidad de costo*. 3ra Edición. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Núñez, E. (2016). *Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero*. Recuperado el 20 de enero de 2019, de FUNDAPYMES: <https://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Cuevas, C. (2001, pág.41). *Contabilidad de costos: Enfoque gerencial y de gestión*. 2da Edición. Bogotá: Pearson Educación de Colombia LTDA.

Mulleady, T. (1986, pág.4). *Determinación de costo e ingresos*. 1ra Edición. San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Bautista, I. (2011). *Clasificación de las inversiones*. Recuperado el 20 de Enero de 2019, de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones

Hernández, G. (2006, pág.14). *Diccionario de economía*. 1ra Edición. Medellín: Universidad de Colombia.

Levy, N. (1994, pág.167). *Cambios institucionales del sector financiero y su efecto sobre el fondeo de la inversión*. (1ra Edición). México: Facultad de Economía, UNAM.

Fernández, S. (2007, pág.117). *Los proyectos de inversión*. 1ra Edición. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Guarino, J. (2016, pág. 15). *Mitos de la economía argentina*. 1ra Edición: Buenos Aires: Ediciones B Argentina S.A.

Gallego, F. (2011, pág.105). *Las finanzas sin corbata*. 1ra Edición. México: Pearson Educación.

Flores, J. (2013). *Balance de Situación Inicial*. Recuperado el 25 de Enero de 2019, de BLOGSPOT: http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial_14.html

Vélez, I. (2003, pág.57). *Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre*. 1ra Edición. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Leiva, J. (2007, pág.102, 103). *Los emprendedores y la creación de las empresas*. 1ra Edición. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Ramírez, E. & Cajigas, M. (2004, pág.235). *Proyectos de inversión competitivos*. 1ra Edición. Palmira: Universidad Nacional de Colombia.

Aguiar, I. (2009, pág. 88, 89). *Finanzas corporativas en la práctica*. 2sa Edición. Madrid: Delta, Publicaciones Universitarias.

Montoro, M. Martín, G. & Díez, I. (2014, pág.311). *Economía de la empresa*. 1ra Edición. Madrid: Ediciones paraninfo S.A.

Cohen, E. & Franco, R. (2006, pág.171). *Evaluación de proyectos sociales*. 7ma Edición. México: Pearson Educación.

Emery, D. Finnerty, J. & Stowe, J. (2000, pág.387) *Fundamentos de administración financiera*. (1ra Edición): México: Pearson Educación.

Guevara, J. (2015, pág. 26, 30). *Valoración de empresas*. 1ra Edición. Quito: Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Peláez, J. Lorenzo, P. & Cañizares, E. (2012). *Estudios de impactos económicos*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de SECTOR PÚBLICO:
<https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>

Horngren, Ch. Sundem, G. & Stratton, W. (2006, pág.62). *Contabilidad administrativa*. Decimotercera Edición. México: Pearson Educación.

Pardo, M. (2002, pág. 27). *La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI*. 1ra Edición. Madrid: Editorial Fundamentos.

Gutiérrez, J & Sánchez, L. (2009). *Impacto Ambiental*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE:
http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14._Impacto_ambiental_lectura_2009_.pdf

ANEXOS

ANEXO 1 PROMOCIÓN PAPELERÍA E IMAGEN CORPORATIVA

LOGOTIPO



Página Facebook



PÁGINA WEB



Anexo 1 Promoción papelería e imagen corporativa

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

ANEXO 2 ENCUESTA

Buenos Días/Tardes

La presente encuesta ha sido diseñada para medir el impacto del lanzamiento de un nuevo servicio Turístico Comunitario. Muchas gracias por su participación. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una X una sola opción de respuesta

1. ¿Ha realizado Ud. turismo en comunidades del interior del país?

SI NO

*** Si su respuesta fue no por favor salte la pregunta # 5

2. ¿Con qué frecuencia viaja dentro del país?

TRIMESTRAL CUATRIMESTRAL SEMESTRAL ANUAL

3. ¿Cuánto gasto en promedio en su último viaje?

20 a 50 50 a 70 70 a 90 > 90

4. ¿Cómo calificaría al turismo comunitario?

BUENO MALO

5. ¿Le gustaría hacer turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi?

SI NO

***Si su respuesta es no la encuesta a terminado

6. ¿Cómo escoge el lugar para viajar?

INTERNET AGENCIA DE VIAJES POR OTRAS PERSONAS

7. ¿Con quién le gusta viajar?

FAMILIA AMIGOS SOLO

8. ¿Para un viaje de recreación que escogería

NATURALEZA PLAYA CIUDAD

9. Cuando viaja, ¿cuál es su forma de pago?

EFFECTIVO

TARJETA DE CRÉDITO

Encuesta en ingles

1. Do you like to do tourism in communities in the interior of the country.

YES

NO

*** If your answer was no, please skip to question # 5

2. How often do you travel within the country.

UARTERLY

BIYEARLY

YEARLY

3. How much did you spend on average on your last travel

20 a 50

50 a 70

70 a 90

> 90

4. How would you qualify community tourism

GOOD

BAD

5. Would you like to do community tourism in the province of Cotopaxi

YES

NO

If your answer is no the poll finish completed

6. How do you choose the place to travel

INTERNET

TRAVEL AGENCY

BY OTHER PEOPLE

7. Who do you like to travel with

FAMILY

FRIENDS

ALONE

8. For a recreational trip that I would choose

NATURE

BEACH

CITY

9. When you travel, what is your payment method

CASH

CREDIT CARD

Anexo 2 Encuesta

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

ANEXO 3 AMORTIZACIÓN MÉTODO ALEMÁN

Amortización Método Alemán

PERIODO	SLDO INICIAL	INTERES	CUOTA	DEVOL CAPITAL	SLDO FINAL
0	0,00	0,00	0,00	0,00	10000,00
1	10000,00	175,00	341,67	166,67	9833,33
2	9833,33	172,08	338,75	166,67	9666,67
3	9666,67	169,17	335,83	166,67	9500,00
4	9500,00	166,25	332,92	166,67	9333,33
5	9333,33	163,33	330,00	166,67	9166,67
6	9166,67	160,42	327,08	166,67	9000,00
7	9000,00	157,50	324,17	166,67	8833,33
8	8833,33	154,58	321,25	166,67	8666,67
9	8666,67	151,67	318,33	166,67	8500,00
10	8500,00	148,75	315,42	166,67	8333,33
11	8333,33	145,83	312,50	166,67	8166,67
12	8166,67	142,92	309,58	166,67	8000,00
13	8000,00	140,00	306,67	166,67	7833,33
14	7833,33	137,08	303,75	166,67	7666,67
15	7666,67	134,17	300,83	166,67	7500,00
16	7500,00	131,25	297,92	166,67	7333,33
17	7333,33	128,33	295,00	166,67	7166,67
18	7166,67	125,42	292,08	166,67	7000,00
19	7000,00	122,50	289,17	166,67	6833,33
20	6833,33	119,58	286,25	166,67	6666,67
21	6666,67	116,67	283,33	166,67	6500,00
22	6500,00	113,75	280,42	166,67	6333,33
23	6333,33	110,83	277,50	166,67	6166,67
24	6166,67	107,92	274,58	166,67	6000,00
25	6000,00	105,00	271,67	166,67	5833,33
26	5833,33	102,08	268,75	166,67	5666,67
27	5666,67	99,17	265,83	166,67	5500,00
28	5500,00	96,25	262,92	166,67	5333,33
29	5333,33	93,33	260,00	166,67	5166,67
30	5166,67	90,42	257,08	166,67	5000,00
31	5000,00	87,50	254,17	166,67	4833,33
32	4833,33	84,58	251,25	166,67	4666,67
33	4666,67	81,67	248,33	166,67	4500,00
34	4500,00	78,75	245,42	166,67	4333,33
35	4333,33	75,83	242,50	166,67	4166,67
36	4166,67	72,92	239,58	166,67	4000,00
37	4000,00	70,00	236,67	166,67	3833,33
38	3833,33	67,08	233,75	166,67	3666,67

39	3666,67	64,17	230,83	166,67	3500,00
40	3500,00	61,25	227,92	166,67	3333,33
41	3333,33	58,33	225,00	166,67	3166,67
42	3166,67	55,42	222,08	166,67	3000,00
43	3000,00	52,50	219,17	166,67	2833,33
44	2833,33	49,58	216,25	166,67	2666,67
45	2666,67	46,67	213,33	166,67	2500,00
46	2500,00	43,75	210,42	166,67	2333,33
47	2333,33	40,83	207,50	166,67	2166,67
48	2166,67	37,92	204,58	166,67	2000,00
49	2000,00	35,00	201,67	166,67	1833,33
50	1833,33	32,08	198,75	166,67	1666,67
51	1666,67	29,17	195,83	166,67	1500,00
52	1500,00	26,25	192,92	166,67	1333,33
53	1333,33	23,33	190,00	166,67	1166,67
54	1166,67	20,42	187,08	166,67	1000,00
55	1000,00	17,50	184,17	166,67	833,33
56	833,33	14,58	181,25	166,67	666,67
57	666,67	11,67	178,33	166,67	500,00
58	500,00	8,75	175,42	166,67	333,33
59	333,33	5,83	172,50	166,67	166,67
60	166,67	2,92	169,58	166,67	0,00
TOTAL		5337,50		10000,00	

Anexo 3 Amortización Método Alemán

Fuente: Investigación propia

Autor: Edwin Puruncaja

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Edwin Puruncaja Alajo.docx (D51209788)
Submitted: 4/28/2019 11:41:00 PM
Submitted By: edrepuruncaj@hotmail.com
Significance: 7%

Sources included in the report:

ROXANA ISAMAR VALENCIA LEON.pdf (D37113597)
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
a132e7fe-dc04-4f2b-9dc2-ebfaee90ffda

Instances where selected sources appear:

22



Ing. Armando Andrés Analuís Aguiar

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
INCUBADORA EMPRESARIAL									
NOMBRE TUTOR: ANALISA AGUIAR ARMANDO ANDRÉS									
NOMBRE ESTUDIANTE: PURUNCAJA ALAJÓ EDWIN REINE									
CARRERA: ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA									
TEMA DE INVESTIGACIÓN: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA COMUNITARIO, UBICADO EN LA PARROQUIA TOACAZO, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2019									
IMPRESIÓN DE REPORTE: 2019-02-09 18:32:37									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	JUSTIFICACION	PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC
						HORA FIN	HORAS		
1	155505	2019-01-07	INSITU	2019-01-07 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-07 18:00:00	1,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
2	155922	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
3	155506	2019-01-07	INSITU	2019-01-07 18:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-07 19:00:00	1,00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO
4	155923	2019-01-13	AUTONOMA	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO
5	155507	2019-01-14	INSITU	2019-01-14 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-14 18:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
6	155924	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
7	155509	2019-01-14	INSITU	2019-01-14 18:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-14 19:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
8	155925	2019-01-20	AUTONOMA	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
9	155510	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-21 18:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LA OFERTA.	PROCESADO
10	155926	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LA OFERTA.	PROCESADO
11	155512	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 18:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-21 19:00:00	1,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
12	155927	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
13	155513	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-28 18:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
14	155928	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
15	155514	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 18:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-28 19:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
16	155929	2019-02-03	AUTONOMA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
17	155515	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-04 18:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
18	155930	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMANO DEL PROYECTO.	PROCESADO
19	155516	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 18:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-04 19:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMANO DEL PROYECTO.	PROCESADO

20	155931	2019-02-10	AUTONOMA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO	PROCESADO
21	155517	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 18:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-11 18:00:00	1,00	SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN	PROCESADO
22	155932	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN	PROCESADO
23	155518	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 18:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-11 19:00:00	1,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES DEL PRODUCTO	PROCESADO
24	155933	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
25	155519	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 18:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-18 18:00:00	1,00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN	PROCESADO
26	155934	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE LOCALIZACION DEL PRODUCTO	PROCESADO
27	155520	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 18:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-18 19:00:00	1,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
28	155935	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS	PROCESADO
29	166779	2019-02-25	INSITU	2019-02-25 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-25 19:00:00	2,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LOCALIZACION Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	166792	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL CALCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
31	166780	2019-03-04	INSITU	2019-03-04 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-04 19:00:00	2,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRL, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	166793	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	166782	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 17:00:00	ESTUDIOS FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-11 19:00:00	2,00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN VAN, TIR, PRL, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVIAN AVANCES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
34	166794	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO	PROCESADO
35	166783	2019-03-18	INSITU	2019-03-18 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-18 19:00:00	2,00	SE APRUEBAN LOS CRITERIOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS VAN, TIR, PRL, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
36	166795	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONÓMICO	PROCESADO

37	166785	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-25 19:00:00	2,00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO INCLUIDAS LAS NORMAS APA SE REVISAN LAS MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO	
38	166797	2019-03-31	AUTONOMIA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-31 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONOMICO Y AVANCES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
39	166786	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-01 19:00:00	2,00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS LAS NORMAS APA SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO	
40	166798	2019-04-07	AUTONOMIA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	PROCESADO	
41	166788	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-08 19:00:00	2,00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS LAS NORMAS APA SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
42	166799	2019-04-14	AUTONOMIA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	PROCESADO	
43	166790	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-15 18:00:00	1,00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS LAS NORMAS APA SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
44	166791	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 18:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-15 19:00:00	1,00	SE REVISAN LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO, TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO	
TOTAL HORAS:							240			
										
 ANA LUISA AGUILAR ARZUENDO ANDRÉS AUTOR CI: 1720917218					 PURUNCALA ALAIMO EDWIN RENE ALUMNO CI: 1718066960					
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" COMITÉ DE CARRERA SR. ESTEBAN ESPERTEGUE FRANCISCO VINICIO DELEGADO CI: 1713480670 FECHA: 31-05-2019										

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **PURUNCAJA ALAJO EDWIN RENE**, portador de la cédula de identidad N° 1718066960, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 27 de mayo del 2019



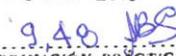
VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

28 MAY 2019



COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

COMITÉ DE CARRERA

Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA
Adm. Bancaria y Producción



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



CSra. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA



BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*