

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA C.P.A.

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN FINANZAS, CONTADOR PÚBLICO-AUDITOR**

AUTOR: CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ENTIDAD DE
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PARA POTENCIAR EL
TURISMO EN LA PARROQUIA DE ALÓAG.**

**DIRECTOR: ECO. GIOVANNA GALLEGOS
CODIRECTOR: ING. DANNY ZAMBRANO**

SANGOLQUÍ, ABRIL 2013

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA C.P.A

AUTORIZACIÓN

Yo, CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA, autorizo a la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ENTIDAD DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PARA POTENCIAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE ALÓAG”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Abril 2013

CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA C.P.A

CERTIFICADO

ECO. GIOVANNA GALLEGOS, DIRECTOR
ING. DANNY ZAMBRANO, CODIRECTOR

CERTIFICAN

Que la tesis titulada **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ENTIDAD DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PARA POTENCIAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE ALÓAG**, realizada por la señorita **CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA**, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejercito.

Debido a ser un estudio que puede aportar al desarrollo de actividades económicas, recomendamos su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre de la autora, **CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA**, para que se entregue al señor Econ. **JUAN LARA**, Coordinador de la Carrera de **INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, C.P.A.**

ECON. GIOVANNA GALLEGOS
DIRECTOR

ING. DANNY ZAMBRANO
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORIA C.P.A

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA

DECLARO QUÉ:

El proyecto de grado denominado “Estudio de Factibilidad de una Entidad de Economía Popular y Solidaria para potenciar el Turismo en la Parroquia de Alóag”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando todos los derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Quito, Abril 2013

CARINA GEOVANNA RONDAL MAILA

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación a Dios, a mis queridos padres, hermanos, y abuelo quienes son y serán siempre mi mayor inspiración para seguir a delante, que con sus valores, principios, amor y por sus excelentes consejos supieron guiarme en cada paso, en cada momento, cada día de mi vida y doy gracias por el apoyo moral que han tenido conmigo en mis estudios, y por enseñarme a ser la persona que soy hoy en día.

A mis maestros que me inculcaron todos los conocimientos para llegar a ser una buena estudiante y profesional, quienes me ayudaron a culminar un objetivo más en mi vida estudiantil.

Carina Geovanna Rondal Maila

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por brindarme sabiduría, esperanza, y sobre todo por ser un guía para continuar cada día mi vida.

Agradezco a la Virgencita del Quinche, quien me ha guiado y me ha iluminado cada día, en cada momento de mis estudios y de mi vida.

Agradezco a mis padres Judith y Humberto, que con su amor, paciencia, y apoyo incondicional me han ayudado a culminar con éxito mis estudios.

Agradezco a mis hermanos Francisco y Daniel, quienes han estado en todo momento con conmigo y pendiente de mi en todas mis actividades diarias.

Agradezco a mi abuelito José Luis, quien Dios tenga en su gloria que con sus consejos, bendiciones y fortaleza, me ha ensañado a que cada día hay que vivirla con responsabilidad, amor a mi familia, y respeto mutuo.

Agradezco a la Eco. Giovanna Gallegos, quien con sus recomendaciones, apoyo, supo guiar mi trabajo de investigación de manera correcta, y a culminar con éxito mi trabajo.

Agradezco al Ing. Danny Zambrano, quien supo ayudarme de manera correcta a culminar el trabajo de investigación.

A todos muchas gracias.

Carina Geovanna Rondal Maila

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
CAPITULO I	1
1. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Importancia y Justificación.....	2
1.3 Objetivos del proyecto	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Hipótesis del proyecto	4
1.1 Marco teórico y Conceptual.....	5
1.1.1 Marco Teórico.....	5
1.5 Marco conceptual.....	7
1.6 Análisis externo	9
1.6.1 Entorno Ecuatoriano	10
1.6.2 Centro de Turismo Comunitario.....	14
1.7 Análisis externo	15
1.7.1 Macro – entorno	15
1.7.1.1 Factores Económicos	15
1.7.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)	16
1.7.1.1.2 Inflación.....	18
1.7.1.1.3 Desempleo	19
1.7.1.1.4 Salarios.....	20
1.7.1.1.5 Canasta básica.....	21
1.7.1.1.6 Factor Político.....	22
1.7.1.1.7 Factor Legal	22
1.7.1.1.8 Factor Social	23

1.1.1.1	Factor Ambiental	24
1.7.1.1.9	Factor Tecnológico.....	24
1.7.2	Micro-entorno.....	25
1.7.2.1	Parroquia Alóag.....	25
1.7.2.2	Limites de Alóag.....	27
1.7.2.3	Población.....	27
1.8	Actividades económicas.....	28
1.9	Competidores.....	28
1.10	Recurso Humano	30
CAPITULO II		31
2.	ESTUDIO DE MERCADO.....	31
2.1	Objetivos del estudio de mercado	33
2.1.1	Objetivo General.....	33
2.1.2	Objetivos Específicos	33
2.1	Estructura del mercado	34
2.2	Principales tendencias de mercado	35
2.2	Identificación del servicio	36
2.2.1	Actividades productivas.....	37
2.2.2	Sus fiestas	38
2.2.3	Manifestaciones culturales.....	38
2.2.4	Comidas típicas	39
2.2.5	Atractivos turísticos.....	40
2.3	Caracterización del servicio.....	43
2.3.1	Características del servicio	43
2.3	Clasificación por el uso y efecto	43
2.3.1	Productos o servicios complementarios o sustitutos.....	43
2.3.2	Normatividad, Técnica, Sanitaria y Órganos de control.....	44
2.3.2.1	Normatividad	44
2.3.2.2	Normativa Técnica	45
2.3.2.3	Normativa Sanitaria	45
2.3.2.4	Organismos de Control	46
2.4	Investigación de mercado	46

2.4.1	Segmentación del mercado	46
2.4.2	Definición del Universo.....	48
2.4.3	Tamaño de la Muestra.....	49
2.4.4	Diseño de los Instrumentos de Investigación	51
2.4.4.1	Fuentes de información.....	53
2.4.5	Técnicas.....	54
2.4.6	Definición de las variables	55
2.4.7	Elaboración de la encuesta	56
2.4.8	Prueba piloto	57
2.5	Aplicación de la encuesta	58
2.6	Codificación y Tabulación	58
2.6.1	Procesamiento de datos	59
2.7.5	Conclusiones de las encuestas.....	79
2.7	Análisis de la demanda	80
2.7.1	Clasificación de la demanda.....	80
2.7.2	Factores que afectan a la demanda.....	82
2.7.3	Comportamiento histórico de la demanda.....	85
2.7.4	Demanda actual del servicio	89
2.7.5	Proyección de la demanda	90
2.8	Análisis de la oferta.....	93
2.8.1	Clasificación de la oferta	94
2.8.2	Factores que afectan a la oferta	96
2.8.3	Oferta actual.....	97
2.8.4	Proyección de la oferta.....	98
2.8.5	Determinación de la demanda insatisfecha	99
2.9	Análisis de precios	100
2.9.1	Factores que influyen en el comportamiento de los precios	101
2.9.2	Precios históricos y actuales	102
2.10	Comercialización	103
2.10.1	Estrategia de precios	104
2.10.2	Estrategia de promoción	106
2.10.3	Estrategia de Producto Servicio.....	108

2.10.4	Estrategia de Plaza	109
2.10.5	Estrategia de Distribución	109
CAPITULO III		110
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	110
3.1	Localización del proyecto.....	110
3.1.1	Macro – localización	111
3.1.1.1	Factores determinantes de la ubicación.....	112
3.2	Micro – Localización	113
3.2.1	Medios y costo de Transporte	114
3.2.2	Disponibilidad y Costo de Mano de Obra.....	114
3.2.3	Cercanía de la Fuentes de Abastecimiento	115
3.2.4	Cercanía al mercado	115
3.2.5	Disponibilidad de Servicios Básicos.....	115
3.2.6	Disponibilidad de Terreno y posibilidades de ampliación.....	116
3.2.7	Matriz de Localización	116
3.2.7.1	Selección de la alternativa óptima.....	117
3.2.8	Plano de la Micro – Localización	118
3.3	Ingeniería del proyecto.....	119
3.3.1	Proceso de Prestación del servicio	119
3.3.1.1	Diagramas de flujo de servicios ofertados	121
3.3.1.1.1	Disponibilidad de Recursos Financieros	128
3.3.1.1.2	Disponibilidad de Recurso Humanos.....	128
3.3.1.1.3	Disponibilidad de Muebles, Maquinaria y Equipo	129
3.3.1.1.4	Disponibilidad de insumos	132
3.3.1.1.5	Disponibilidad de Servicios Básicos.....	133
3.3.2	Distribución de infraestructura e instalaciones actuales	134
3.3.3	Tiempo de ejecución del Proyecto	137
3.4	Aspectos ambientales	137
CAPITULO IV.....		138
4.	LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	138
4.1	Base Legal.....	138

4.2	Nombre o Razón Social	140
4.3	Tipo de Empresa (Sector, Actividad)	140
4.4	Direccionamiento estratégico	141
4.4.1	Misión	141
4.4.2	Visión.....	141
4.4.3	Eslogan del Centro de Turismo Comunitario.....	142
4.4.4	Logo del Centro de Turismo Comunitario	143
4.5	Objetivos Estratégicos.....	143
4.5.1	Estrategia Empresarial	144
4.6	Políticas	145
4.7	Principios y Valores	146
4.8	Organización Administrativa.....	147
4.8.1	Organigrama Estructural	147
4.8.2	Organigrama Estructural	148
4.9	Descripción de Funciones.....	149
CAPITULO V.....		152
5.	ESTUDIO FINANCIERO	152
5.1	Inversiones	152
5.2	Activos fijos	153
5.3	Activos diferidos	154
5.4	Capital de trabajo	156
5.5	Financiamiento del proyecto.....	158
5.6	Ingresos y costos	160
5.7	Ingresos	160
5.8	Costos	165
5.8.1	Costos Variables	166
5.8.2	Costos Variables	168
5.8.3	Depreciaciones.....	169
5.9	Evaluación financiera.....	171
5.10	Estados financieros.....	171
5.10.1	Estado de Situación Inicial.....	171
5.10.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	173

5.10.3	Flujo de caja.....	174
5.11	Indicadores de evaluación	175
5.11.1	Tasa de Descuento.....	175
5.11.2	Valor actual neto (VAN).....	176
5.11.3	Tasa interna de retorno (TIR).....	177
5.11.4	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	178
5.11.5	Relación Beneficio/Costo.....	179
5.11.6	Punto de equilibrio	180
5.11.7	Indicadores Financieros y de Gestión.....	182
5.11.8	Análisis de escenarios.....	187
5.11.8.1	Escenarios Pesimistas y de Tolerancia.....	187
5.11.8.2	Escenarios Optimista y de toma de medidas	188
	CAPITULO VI.....	189
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	189
	BIBLIOGRAFÍA.....	192
	ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Centros de Turismo Comunitario en el Ecuador	10
Tabla 1.2 Producto Interno Bruto.....	17
Tabla 1.3 Crecimiento del Producto Interno Bruto.....	18
Tabla 1.4 Inflación Acumulada.....	19
Tabla 1.5 Tasas de Desempleo en el Ecuador	20
Tabla 1.6 Salarios Mínimos por Ley.....	21
Tabla 1.7 Canasta Básica.....	21
Tabla 1.8 Límites de la Parroquia de Alóag	27
Tabla 1.9 Población según censos de Alóag.....	27
Tabla 1.10 Rama de actividades de los Habitantes de Alóag.....	28
Tabla 1.11 Reserva Yunguilla	30
Tabla 2.1 Clasificación por el uso y efecto.....	43
Tabla 2.2 Normatividad	44
Tabla 2.3 Órganos de Control.....	46
Tabla 2.4 Segmentación de Mercado	47
Tabla 2.5 Población de Parroquia de Alóag	48
Tabla 2.6 Definición del Universo.....	48
Tabla 2.7 Información para cálculo de la muestra	49
Tabla 2.8 Encuesta por el Factor Edad	59
Tabla 2.9 Género	60
Tabla 2.10 ¿En qué zona vive usted?	62
Tabla 2.11 ¿Qué es el turismo para usted?.....	63
Tabla 2.12 ¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?.....	65
Tabla 2.13 ¿Cree importante el desarrollo turísticos en Alóag?.....	66
Tabla 2.14 ¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?.....	68
Tabla 2.15 ¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turísticos en su parroquia?.....	69
Tabla 2.16 ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en su parroquia?	72
Tabla 2.17 ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?.....	74
Tabla 2.18 ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?	75
Tabla 2.19 ¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?	77
Tabla 2.20 Entradas de extranjeros al Ecuador.....	86

Tabla 2.21 Turistas Extranjeros – Turismo Comunitario.....	87
Tabla 2.22 Turistas Internos – Turismo Comunitario	87
Tabla 2.23 Comportamiento Histórico de la demanda.....	88
Tabla 2.24 Demanda Actual del Servicio	89
Tabla 2.25 Turistas extranjeros y nacionales en el Ecuador.....	91
Tabla 2.26 Métodos de Proyección de la demanda	91
Tabla 2.27 Proyección Polinómica de la Demanda	92
Tabla 2.28 Preferencias de actividad de Turistas Nacionales	96
Tabla 2.29 Oferta actual del servicio.....	98
Tabla 2.30 Capacidad de Alojamiento – personas	99
Tabla 2.31 Demanda Insatisfecha.....	100
Tabla 2.32 Análisis de precios - Reserva Yunguilla	103
Tabla 3.1 Matriz Locacional.....	117
Tabla 3.2 Requerimiento de Mano de Obra.....	129
Tabla 3.3 Sueldos y Salarios.....	129
Tabla 3.4 Equipo de Computación	130
Tabla 3.5 Muebles y Enseres.....	130
Tabla 3.6 Equipo de Cocina	131
Tabla 3.7 Muebles y Equipo para las Cabañas.....	131
Tabla 3.8 Requerimiento de Insumos de Limpieza	132
Tabla 3.9 Requerimiento de Insumos de Oficina	133
Tabla 3.10 Requerimiento de Insumos para Cabañas.....	133
Tabla 3.11 Requerimiento de Servicios Básicos.....	134
Tabla 3.12 Distribución de la Infraestructura	135
Tabla 4.1 Tipo de Empresa	141
Tabla 5.1 Inversión del Proyecto	153
Tabla 5.2 Activos Fijos	154
Tabla 5.3 Activos Diferidos	154
Tabla 5.4 Gastos de Constitución.....	155
Tabla 5.5 Estudios Técnicos de Ingeniería	155
Tabla 5.6 Publicidad y Promoción	156
Tabla 5.7 Capital de Trabajo	157
Tabla 5.8 Sustento de Capital de Trabajo.....	158
Tabla 5.9 Detalle de Inversiones	159
Tabla 5.10 Paquete Turístico	162
Tabla 5.11 Estimación de Ingresos	163
Tabla 5.12 Proyección de los Ingresos.....	164
Tabla 5. 13 Servicios Turísticos.....	165

Tabla 5.14 Servicios Complementarios	165
Tabla 5.15 Costos Variables	166
Tabla 5.16 Costo de Paquete Turístico	167
Tabla 5.17 Servicios Adicionales.....	167
Tabla 5.18 Costos Fijos.....	168
Tabla 5.19 Depreciaciones	170
Tabla 5.20 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	173
Tabla 5.21 Flujo de Caja Proyectado.....	174
Tabla 5.22 Calculo del VAN	177
Tabla 5.23 Calculo de la TIR.....	178
Tabla 5.24 PRI del Proyecto.....	179
Tabla 5.25 Relación Beneficio/Costo	180
Tabla 5.26 Proyección del Punto de Equilibrio.....	182
Tabla 5.27 Rotación de Los Activos Totales.....	183
Tabla 5.28 Margen de Utilidad	184
Tabla 5.29 Multiplicador de Capital	185
Tabla 5.30 Rendimiento sobre los Activos.....	185
Tabla 5.31 Rendimiento sobre el Capital Social	186

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Actividades realizadas – Visitas por vacaciones	14
Gráfico 1.2 Producto Interno Bruto.....	17
Gráfico 1.3 Inflación Anual.....	19
Gráfico 1.4 Desempleo en el Ecuador.....	20
Gráfico 1.5 Mapa de Alóag.....	26
Gráfico 1.6 Reserva Yunguilla	29
Gráfico 2.1 Planificación del Proyecto	32
Gráfico 2.2 Características del servicio	43
Gráfico 2.3 Edades	59
Gráfico 2.4 Género.....	61
Gráfico 2.5 ¿En qué zona vive usted?.....	62
Gráfico 2.6 ¿Qué es el turismo para usted?	64
Gráfico 2.7 ¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?	65
Gráfico 2.8 ¿Cree importante el desarrollo turísticos en Alóag?.....	67
Gráfico 2.9 ¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?.....	68
Gráfico 2.10 ¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turísticos en su parroquia?	70
Gráfico 2. 11 ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en su parroquia?	72
Gráfico 2.12 ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?.....	74
Gráfico 2.13 ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?.....	76
Gráfico 2.14 ¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?.....	77
Gráfico 2.15 Clasificación de la demanda del servicio.....	82
Gráfico 2.16 Entradas de extranjeros al Ecuador	86
Gráfico 2.17 Proyección Polinómica de la Demanda	93
Gráfico 2.18 Clasificación de la oferta del servicio	95
Gráfico 2.19 Proceso Tecnológico	96
Gráfico 2.20 Paquete turístico A.....	104
Gráfico 2.22 Paquete Turístico B.....	105
Gráfico 2.23 Paquete Turístico c	105
Gráfico 2.24 estrategias de Promoción	107
Gráfico 2.24 Página Web.....	107
Gráfico 2.25 Página Web.....	108

Gráfico 3.1 Mapa de Ecuador – Provincia de Pichincha.....	111
Gráfico 3.2 Provincia de Pichincha.....	112
Gráfico 3.3 Ubicación de la Parroquia de Alóag	118
Gráfico 3.4 Ubicación satelital de la Parroquia de Alóag.....	118
Gráfico 3.5 Proceso del Centro de Turismo Comunitario	119
Gráfico 4.1 Direccionamiento Estratégico	142
Gráfico 4.2 Centro de Turismo Comunitario Alóag.....	142
Gráfico 4.3 Logo del Centro de Turismo Comunitario.....	143
Gráfico 5.1 Estado de Situación Inicial	172
Gráfico 5.2 Punto de Equilibrio	181

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es un país privilegiado en su belleza natural, flora, fauna y grupos étnicos, cultura, tradición y la biodiversidad. Definitivamente debe implementar en el país alternativas donde el mercado turístico tiene un potencial a largo plazo bastante prometedor, el Estado Ecuatoriano a través del Ministerio de Turismo brinda un apoyo permanente al sector turístico.

En los últimos años el Turismo Comunitario se ha convertido para las comunidades una fuente de alternativa de ingresos económicos que permiten el mejoramiento socioeconómico y la calidad de vida. Según cifras disponibles para el año 2012 a nivel nacional tenemos 100 Centros Comunitarios de los cuales en la Provincia de Pichincha 1 Centro de Turismo Comunitario Yunguilla ubicado en el Parroquia Calacalí en la Mitad del Mundo.

La propuesta de este proyecto ha sido aprovechar la riqueza natural existente en la zona, para promover un programa de Turismo Comunitario, en la que la comunidad se vea involucrada directamente y proyectarlos hacia el desarrollo económico sostenible.

La finalidad es desarrollar las actividades de una entidad de economía popular y solidaria para potenciar el turismo en la parroquia de Alóag, tomando como propósito principal atraer turistas de diferentes partes del país y del mundo para que así conozcan la importancia del turismo comunitario en el

Ecuador, así mismo aplicando la Ley de Economía Popular y Solidaria, su respectivo Reglamento y cumpliendo con todos los requisitos específicos presentados en el Plan de Desarrollo del Buen Vivir.

Las actividades a implementarse en esta primera etapa es conocer los principales problemas que tiene la parroquia de Alóag, la justificación, la importancia que tiene el turismo comunitario, los antecedentes; así como también proporcionar información suficiente para la definición de la creación de un entidad de economía popular y solidaria en la parroquia para que permita el mejorar la economía de los habitantes.

Estudio de Mercado en donde se define la planificación estratégica para la creación del Centro de Turismo Comunitario, la idea es brindar al turista de recreación para que disfrute de la estadía en la comunidad y de la misma manera regrese o a su vez recomiende la visita a otros turistas para que lo hagan tanto a nivel nacional como internacional, proporciona información acerca de los principales servicios que va a ofrecer, las actividades productivas, danzas típicas, gastronomía, lugares turísticos de la zona, los gustos y preferencias de los turistas a través de la aplicación de una encuesta, establecimiento de la oferta y demanda de turistas, y el establecimiento de estrategias para atraer clientes. A partir de los datos históricos recopilados de las fuentes de información, se realizaron las proyecciones de mercado.

Estudio Técnico se basa en establecer parámetros técnicos operativos, definición de procesos en cada actividad o servicio que ofrece y la ubicación

específica del Centro de Turismo Comunitario, además de determinar todos los requerimientos de materiales, equipos, mano de obra, e insumos necesarios para la construcción de las instalaciones y la definición de infraestructura.

La Empresa y su Organización pretende determinar la base legal en la que sustentará la creación del Centro de Turismo Comunitario, se definirá las funciones específicas de cada uno de los procesos basándose en los principios y valores éticos; considerando también que la entidad se sustentará en la misión y visión que presentará a los turistas para dar a conocer los objetivos a corto y largo plazo para mantenerse en el mercado y mejorar la calidad de vida de los habitantes en Alóag.

Estudio Financiero presenta como objetivo principal verificar la viabilidad financiera que tendrá el Centro de Turismo Comunitario, con una inversión estimada para implementar las operaciones ascienden a \$123.723,43 que incluyen activos fijos, mas el valor calculado de capital e trabajo en un 2,77% basándose en la utilización de los recursos económicos, materiales, equipos e insumos que se usarán y si cumplen con todos los parámetros cubriendo toda la inversión realizada la misma que garantizara la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

Con los datos obtenidos a nivel financiero, de mercado y de operaciones se considera que este proyecto con un manejo innovador, técnico y responsable es rentable y sostenible en el tiempo, es importante mencionar que aportará a la promoción turística ecuatoriana el trabajo conjunto y solidario de los comuneros.

ABSTRACT

Ecuador is a country blessed in natural beauty, flora, fauna and ethnic groups, culture, tradition and biodiversity. Definitely must implement alternative country where the tourist market has a long term potential rather promising, the Ecuadorian State, through the Ministry of Tourism provides ongoing support to the tourism sector.

In recent years the Community Tourism has become for communities alternative source of income that allow the socioeconomic and quality of life. According to figures available for the year 2012 we have 100 national Community Centers of which in the province of Pichincha 1 Yunguilla Community Tourism Center located in the Parish Calacalí in the Middle of the World.

The purpose of this project has been to build on existing natural wealth in the area, to promote community tourism program in the community to see and project directly involved towards sustainable economic development.

The aim is to develop the activities of an entity popular and solidarity economy to promote tourism in the parish of Alóag, taking as main purpose to attract tourists from different parts of the country and the world so that they know the importance of community tourism in Ecuador, also applying the Law of People's Solidarity Economy, its Regulations and meet all the specific requirements presented in the Development Plan of Good Living.

The activities to be implemented in this first stage is to identify the main problems Alóag Parish, justification, the importance of community tourism, history, and also provide enough information to define the creation of an entity popular and solidarity economy in the parish to allow the improving economy of the inhabitants.

Market Research where we define the strategic planning for the creation of the Center for Community Tourism, the idea is to provide recreational tourists to enjoy their stay in the community and return the same way or in turn recommend visiting other tourists to do so both domestically and internationally, provides information about the main services to be offered, productive activities, dances, food, sightseeing in the area, the tastes and preferences of tourists through the conducting a survey, establishment of supply and demand of tourists, and the establishment of strategies to attract customers. From the historical data collected from the sources of information, market projections were.

Technical Study is based on establishing operational technical parameters, defining processes in each activity or service offered and the specific location of Community Tourism Centre, and to determine all requirements for materials, equipment, labor, and supplies needed for the construction of facilities and infrastructure definition.

The Company and its Organization aims to determine the legal basis on which underpin the creation of the Center for Community Tourism, will define the

specific functions of each of the processes based on ethical principles and values, considering also that the entity will be based on the mission and vision to present to tourists to raise awareness of the short-and long-term stay in the market and improve the quality of life for residents in Alóag.

Financial Study presented as main objective to verify the financial viability will Community Tourism Center, with an estimated investment to implement the operations amounted to \$ 123,723.43 including fixed assets, but the calculated value and working capital 2.77% based on the use of economic resources, materials, equipment and supplies to be used and if they meet all the parameters covering the entire investment made it to guarantee the profitability and feasibility of the project.

With the data obtained at the financial, market and operations is considered that this innovative project management, technical and responsible is profitable and sustainable over time, it is important to mention that contribute to promoting tourism Ecuadorian joint work and solidarity commoners.

CAPITULO I

1. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La trayectoria del sistema económico ecuatoriano ha consistido en la concentración del capital, basado en las distintas experiencias de países que han relacionado la creciente pobreza lo que produce el retraso del desarrollo económico. Esto ha generado que las principales variables como el empleo se concentre en las grandes ciudades, provocando migración desde los sectores rurales. A este contexto, se debe agregar el poco desarrollo de la industria local, agudizando el índice de pobreza en los sectores rurales del país, así tenemos, que para diciembre del 2010 la pobreza rural a nivel nacional se encontraba en 53%, mientras que en diciembre del 2011, se ubicó en 50,9%¹.

En los últimos años se han planteado distintas propuestas para solucionar problemas a mediano y largo plazo, en las planificaciones más recientes con mayor proyección se puede considerar al Plan Nacional del Buen Vivir, cuyo onceavo objetivo busca “Establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible”, orientándose hacia la mejora en la calidad de la vida de la población, garantizando los derechos de las personas, con un avance integral

¹ <http://frobelianos.blogspot.com/>

acorde a los demás objetivos, como los derechos de la naturaleza, a partir del cual se busca promover un ambiente sano y sustentable.

En el caso de la Parroquia de Alóag, se puede evidenciar una fuerte migración hacia las grandes ciudades Quito, Ambato y Guayaquil, dejando de lado el valor turístico e incluso los valores tradicionales que tiene la parroquia. Al no explotar los recursos turísticos y no dar a conocer a nivel nacional como internacional, es difícil el desarrollo económico del lugar y por consiguiente se pierde proyección de microempresas y del talento humano.

1.2 Importancia y Justificación

Este tema se justifica en la sub línea de la Economía Solidaria de la línea de Investigación Emprendedorismo y Estrategia Organizacional del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.

En el presente proyecto se propone potenciar y desarrollar el Turismo en la Parroquia de Alóag, con el objeto de lograr en un futuro el progreso social, económico de los habitantes, el cual se convierte en un tema pertinente en políticas nacionales, cuyos fundamentos se centran en un desarrollo sostenible a partir de la inclusión y el reconocimiento desde bases como la interculturalidad y la pluriculturalidad.

La investigación se centra en la Creación de una Entidad de Economía Popular y Solidaria que permita potenciar el turismo a través de la explotación

de todos los recursos turísticos que tiene la Parroquia de Alóag, permitiendo desarrollar a futuro planes y programas que pueden ser relacionados; es decir, ser la fuente para un avance de microempresas y por ende, futuras investigaciones para su desarrollo incluso organizacional.

Esto demuestra que su principal fundamento radica en buscar bases en temas pertinentes y específicos como es el potenciar el turismo involucrando a los habitantes, autoridades de la parroquia y sectores aledaños a la parroquia, para que las proyecciones económicas que se plantean puedan ser aplicadas.

Con la finalidad de demostrar que las distintas dimensiones de la sociedad ya sean económicas o sociales, sólo pueden ser separadas para su análisis, mientras que en la realidad son fenómenos interdependientes entre sí. Por esta razón, este estudio demuestra que el desarrollo económico de la Parroquia de Alóag incentiva la inclusión, el turismo local, mejorar el nivel de vida de la comunidad.

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo General

- Elaborar un estudio de factibilidad para la Creación de una Entidad de Economía Popular y Solidaria que ayude a potenciar el turismo en la Parroquia de Alóag en el periodo 2012 – 2013.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Recolectar información relevante sobre los aspectos turísticos, geográficos, económicos, demográficos en la parroquia de Alóag.
- Determinar las necesidades, asociativas, cooperativas o comunitarias que requiere la oferta turística en la Parroquia de Alóag.
- Realizar un Estudio de la Oferta y la Demanda turística en la parroquia de Alóag.
- Realizar un Estudio Técnico y Administrativo para determinar los aspectos operativos del Centro de Turismo Comunitario.
- Evaluar el Estudio Financiero del proyecto para determinar la viabilidad del mismo en la Parroquia de Alóag.

1.4 Hipótesis del proyecto

Con el trabajo de investigación se pretende:

- Atraer a turistas por intermedio de organizaciones que se dediquen a dar a conocer el turismo de las diferentes regiones del país y del mundo que conozcan la biodiversidad que posee el Ecuador.

- Impulsar el desarrollo socioeconómico a través del Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag.
- Fomentar el Turismo Comunitario a todos los turistas a nivel nacional como internacionales.
- Dar a conocer a los turistas los atractivos turísticos naturales a través de la participación de los habitantes de la parroquia ofreciendo sus productos tradicionales, gastronomía típica, danzas, música y artesanías.
- Con la hipótesis planteada se pretende crear una Entidad de Economía Popular y Solidaria que ayude a potenciar el turismo a través de la explotación de los atractivos turísticos que tiene la parroquia así mejorar la calidad de vida, situación económica de la población en la Parroquia de Alóag.

1.1 Marco teórico y Conceptual

1.1.1 Marco Teórico

Este estudio está orientado al uso de técnicas administrativas relacionadas a la evolución e implementación del proyecto cuya base se utiliza la aplicación de temas como:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La información es la base de la viabilidad de un proyecto, se procede a depurar la información que permita obtener recursos y confiables soportes a los indicadores de evaluación y rentabilidad. (Miranda, 2005)

ESTUDIO DE PROYECTOS

La preparación y evaluación de proyectos se ha transformado en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión. Por otra parte, debe diferenciarse entre la manera de evaluar la creación de un nuevo negocio y la de evaluar inversiones en empresas en marcha: outsourcing², reemplazo, ampliación, internalización y abandono. (Nassir Sapag Chain, 2008)

ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

Se entiende por una Economía Popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades, mejorar su condición de vida en el aspecto social.

Basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando el trabajo, al ser humano como sujeto y fin de su actividad,

²Outsourcing: Corresponde a la externalización de ciertos procesos que actualmente se realizan dentro de la empresa.

orientadas al buen vivir, en la armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social , 2012)

1.5 Marco conceptual

Para el presente estudio se aplicará algunos conceptos que serán de gran ayuda para el desarrollo, los cuales se detallan a continuación:

- **Turismo sostenible.-** esencialmente es un turismo planificado, con una planificación turística, implica un análisis de las condiciones presentes y una toma de decisión importante sobre los límites que han de imponerse.
- **Factibilidad.-** es la rentabilidad del proyecto en comparación con otras formas en que la organización podría invertir sus recursos.
- **Economía.-** es una ciencia social que estudia las decisiones que toman las personas al enfrentarse con problemas derivados de la escasez y de los recursos económicos.
- **Financiamiento.-** en cuanto a costo, vencimiento, disponibilidad de recursos para sustentar los activos.

- **Centro Comunitario.-** son aquellos que fomentan el desarrollo social y responden a las demandas de aquellas comunidades que representan una manera de cumplir el objetivo de dotar a los ciudadanos de un lugar propio para lograr un avance en las condiciones de vida.
- **Turismo.-** es el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia.
- **Proyecto.-** es un conjunto articulado o coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecida, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada.
- **Planificación.-** Proceso de elección y selección entre cursos alternativos de acción, con vistas a la asignación de recursos escasos, con el fin de obtener objetivos específicos sobre la base de un diagnóstico preliminar que cubre todos los factores relevantes que pueden ser identificados.
- **Estudio.-** Es un plan mental, altamente racionalizado, cuyo propósito es conseguir para quien aplique el conocimiento necesario a la profesión y al desarrollo exitoso de la vida.

1.6 Análisis externo

El Turismo Comunitario en el país, se caracteriza considerable en el control, preservar la naturaleza y los beneficios están en manos de los miembros de comunidades locales, además surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. (Wikipedia Enciclopedia Libre , 2012)

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

El turismo rural y el Enoturismo se diferencia en el sentido de que parte de las utilidades generadas por las actividades turísticas, se reinvierten en planes y programas comunitarios a favor de todos los pobladores de Alóag. A nivel nacional existen Centros Comunitarios como sustenta en la tabla N° 1.1, en el que podemos apreciar por provincias y nombres de los diferentes centros comunitarios que existen en el país. (PLANDETUR 2020)

Tabla 1.1 Centros de Turismo Comunitario en el Ecuador

PROVINCIAS	CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO	PROVINCIAS	CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO
Cañar	Kuya Llacta	Azuay	Kushiwaira
Esmeraldas	San Miguel	Azuay	Principal
Esmeraldas	FUNDECOL	Loja	Saraguro
Manabí	Agua Blanca	Napo	Pacto Sumaco
Manabí	Salando	Napo	Salazar Aitana
Guayas	Prodecos	Napo	Runa Wasi
Imbabura	San Clemente	Napo	Galeras
Imbabura	Manduriacos	Napo	Río Blanco
Imbabura	Junín	Pichincha	Yunguilla
Imbabura	Runa Tupari	Cotopaxi	Pastocalle
Napo	Machacuyacu	Bolívar	Salinas
Napo	Capirona	Chimborazo	Casa Cóndor
Napo	Wasila Talag	Chimborazo	Guarguallá
Napo	Chuva Urku	Cañar	Shayakrumi
Napo	Waysa yaku de Alukus	Pastaza	Pavacachi
Fuente: Ministerio de Turismo - PLANDETUR 2020			
Elaborado por: Autora			

1.6.1 Entorno Ecuatoriano

Ecuador, es uno de los países con mejores resultados y reconocido en el aspecto de Turismo Comunitario, en la actualidad, cuenta con aproximadamente de cien (100) Centros Comunitarios localizadas a lo largo de su territorio. Este desarrollo obedece principalmente a la autogestión y emprendimiento de las comunidades; además, al apoyo brindado por

fundaciones con la finalidad de ayudar para mejorar el nivel de vida y el sector público.

Las Comunidades ecuatorianas y las operaciones de Turismo Comunitario que los representan, se agrupan dentro de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, el mismo que es el organismo gremial representativo del turismo comunitario en este país. En el caso ecuatoriano, la demanda turística se divide en tres categorías: Turismo Receptor, Turismo Emisor y Turismo Interno.

a) TURISMO RECEPTOR

Se refiere al turismo realizado por visitantes no residentes en el territorio económico del país visitado, en este sentido, según cifras oficiales el turismo receptivo creció un 13,52% en este año 2012, es decir, cuatro puntos y medio más que el registrado en el mismo lapso del 2011, cuando fue del 9% en el marco del primer Encuentro Empresarial de Turismo Interno que se desarrolla hasta hoy en el Ecuador.

b) TURISMO EMISOR

Se refiere a los residentes nacionales que viajan fuera del país. De acuerdo a cifras oficiales al 2008, un total de 815,199 ecuatorianos viajaron fuera del país, reflejando un incremento del 1,7% en relación al año 2007. Los principales destinos fueron: Estados Unidos (24,31%), Colombia (19,94%), Perú (14,66%), España (4,97%), Reino Unido (2,50%) y Alemania (2,41%)². Este tipo de actividad registró un egreso de divisas de USD 789,4 millones³, lo cual provocó que el sector turístico muestre un saldo negativo de USD 44,2 millones.

c) TURISMO INTERNO

El turismo interno engloba a los residentes que viajan dentro del territorio geográfico del país. Así al 2008³ recorrieron el país alrededor de 3'027,534 de ecuatorianos, de los cuales el 45% se desplazaron por las rutas entre Quito-Guayaquil-Cuenca. Adicionalmente, en base a la Encuesta de Turismo Interno 2002-2003, la principal preferencia de los turistas para sus actividades fue la Diversión con 45,6% (1'214,990), seguida por visitar la naturaleza 26% (695,169) y realizar deportes 12% (326,317).

³Ministerio de Turismo, Boletín de Estadísticas de Turismo 2004-2008

En la actualidad el Gobierno a través del Plan de Turismo 2020 (PLANDETUR)⁴, ha buscado multiplicar por 2,5 veces la cantidad del turismo receptor, por 2 el turismo interior y por 3,7 veces la generación de divisas por ingresos. Esto aumentado la calidad y el precio de los productos turísticos a través de iniciativas como: Regulaciones por Líneas de Producto Turísticos, Desarrollo del Turismo Sostenible, Desarrollo del Turismo Comunitario y Patrimonio Cultural, entre otros.

En cuanto se refiere al crecimiento y avance de la realidad turística en el país, no depende del incremento de los tipos de demanda turística, sino de una adecuada oferta turística, apoyada bajo un marco regulatorio estable el cual permitirá tanto el desarrollo del sector como la demanda, mejorando los ingresos y el bienestar de un sector representativo de la economía ecuatoriana. En el Ecuador los turistas internos tienen distintas preferencias haciendo referencia al gráfico N° 1.1 en las actividades o visitas por vacaciones como se detalla a continuación:

⁴ Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2020

Gráfico 1.1 Actividades realizadas – Visitas por vacaciones



Fuente: Modulo turismo inserto en la encuesta INEC-ENEMDU 2011

Elaborado por: Autora

1.6.2 Centro de Turismo Comunitario

Se refiere a la agrupación de personas o individuos que deben interactuar entre ellos para crear una comunidad, esta se implanta en el momento en que las personas encuentran un objetivo común y beneficio para todos sus miembros, con sus costumbres presentes en la vida diaria, idioma, alimentación, ceremonias, ritos de sanación, prácticas agrícolas, música, danzas entre otros valores que los hacen dignos de compartir con el objetivo de mejorar el nivel de vida de la comunidad económica y social.

La propuesta del Centro Comunitario, es aprovechar los beneficios naturales y culturales donde se pueda reunir a la comunidad, para incentivar

proyectos como educación, recreación y finalmente la búsqueda en conjunto por parte del colectivo de un desarrollo de un bien común. La propuesta es brindar al turista diferentes actividades de recreación para que disfrute de su estadía en la comuna y de la misma manera regrese o su vez recomiende la visita a otros turistas para que lo hagan tanto Nacionales como Internacionales.(Véase anexo 1)

1.7 Análisis externo

1.7.1 Macro – entorno

Se determina para saber cómo se encuentra la situación del Turismo Comunitario en el país, para ello se analizará los factores externos que influirán para crear el Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag, los cuales son económicos, políticos, legales, sociales y tecnológicos.

1.7.1.1 Factores Económicos

A partir de enero del 2007 se inicia una nueva era con un nuevo Presidente, Economista Rafael Correa Delgado, con un modelo de la revolución ciudadana, Socialismo del Siglo XXI.

Las perspectivas del desempeño de la economía ecuatoriana, en un horizonte de corto y mediano plazo, están estrechamente ligadas a la evolución futura de las exportaciones primarias, así como también, de las gestiones implementadas con el fin de potencializar las fases de auge y menguar las repercusiones de los momentos de declive de estas últimas. En el largo plazo, las perspectivas de la Economía Ecuatoriana dependen, adicionalmente, de la manera como las ecuatorianas y los ecuatorianos utilicen sus capitales tangibles e intangibles⁵ con el fin de diversificar, en términos de valor agregado, para los mercados internos como externos.

Se analiza los principales indicadores económicos que respaldan o apoyan al desarrollo de la presente investigación como son los siguientes:

1.7.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

La economía ecuatoriana en los últimos años ha experimentado un alto crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en un 12,14%, sustentada en la Tabla N°1.2, lo que significa que la población se encuentra en una buena situación socioeconómica para acceder a diferentes servicios o actividades de carácter vacacional.

⁵**Capital intangible y tangible:** Como capitales tangibles se entienden los capitales financieros, físicos, naturales, y como capitales intangibles los capitales intelectuales, humanos, culturales, comunitarios.

Este auge en este crecimiento permite a los ecuatorianos conocer los distintos lugares turísticos.

Tabla 1.2 Producto Interno Bruto

PRODUCTO INTERNO BRUTO		
AÑOS: 2011 – 2012		
(Cifras en miles US\$ y %)		
INDICADORES	2011	2012
PIB (miles de dólares)	67.426	73.231
Tasas de variación anual del PIB	7,78%	4,80%
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)		
Elaborado por: Autora		

Gráfico 1.2 Producto Interno Bruto



Fuente: Banco central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Autora

El panorama económico ecuatoriano es creciente, si comparamos con los diferentes países de América Latina, ya que fue más optimista gracias a la implementación de políticas económicas, los precios de los bienes básicos y el ingreso de capitales como se puede observar la Tabla N° 1.3.

Tabla 1.3 Crecimiento del Producto Interno Bruto

Crecimiento del Producto Interno Bruto					
(Millones de dólares a precios constantes de 2000)					
Tasas de variación (%)					
PAISES	2008	2009	2010	2011	2012
Colombia	3,5	1,5	4,3	5,3	4,5
Ecuador	7,2	0,4	3,6	7,8	4
Argentina	6,8	0,9	9,2	8,3	4,5
Bolivia	6,1	3,4	4,1	5,3	4
Brasil	5,2	-0,6	7,5	4	4
Chile	3,7	-1,7	5,2	6,3	4,5
México	1,5	-6,1	5,4	4	4
Perú	9,8	0,9	8,8	7,1	5,5

Fuente: Banco Central del Ecuador 2008 - 2011
Elaborado por: Autora

1.7.1.1.2 Inflación

La inflación en el proyecto ayudará para analizar el comportamiento de la misma sobre los precios en el país, no son tan altos para acceder a diferentes servicios o si los precios están altos para complementar los servicios caros por los sustitutos, tomando como referencia la Tabla N° 1.4.

Tabla 1.4 Inflación Acumulada

INFLACIÓN ACUMULADA		
Años 2011 – 2012 (%)		
AÑOS	2011	2012
Inflación Anual	4,47	4,16

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Autora

Gráfico 1.3 Inflación Anual



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), Fondo Monetario Internacional (FMI)
Elaborado por: Autora

1.7.1.1.3 Desempleo

El desempleo bajó a niveles históricos en Ecuador al 4,6% en el 2012, esto es 0,9 puntos menos que lo registrado en el año anterior según la última Encuesta de Empleo y Desempleo (ENEMDU) como se observa en la Tabla N° 1.5, lo que significa que ha mejorado la situación económica de los habitantes determinando así, que pueden hacer uso de deferentes servicios los cuales están en posibilidad de acceder.

Tabla 1.5 Tasas de Desempleo en el Ecuador

DESEMPLEO		
Años 2011 – 2012		
Porcentajes (%)		
AÑOS	2011	2012
DESEMPLEO	5,52	4,60
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)		
Elaborado por: Autora		

Gráfico 1.4 Desempleo en el Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), Fondo Monetario Internacional (FMI)
Elaborado por: Autora

1.7.1.1.4 Salarios

El Ministerio de Relaciones Laborales puede fijar el salario básico unificado. Ante la falta de acuerdos entre los sectores involucrados, el Ministerio decidió fijar el salario básico unificado del año 2012 en 292 dólares⁶.

⁶ El artículo 118 del Código de Trabajo establece que si el ente no logra un consenso sobre el valor del incremento, el Ministro de Relaciones Laborales será quien tome la decisión. El aumento se hará en base a la inflación proyectada para el año siguiente que, en este caso, se calculó en 5,14%. http://www.contraloria.gob.ec/informativo.asp?id_SubSeccion=33

Tabla 1.6 Salarios Mínimos por Ley

SALARIOS MINIMOS POR LEY		
Remuneración Básica Unificada Mínima (USD)		
AÑOS	2011	2012
Sueldo Unificado	264,00	292,00
Fuente: Contraloría General del Estado		
Elaborado por: Autora		

1.7.1.1.5 Canasta básica

La brecha entre los ingresos y la canasta básica se reduce a 6,22%, es decir, ahora a las familias les falta solamente \$36,1 dólares para cubrir la canasta básica, considerando que si les permite optar por la utilización de diferentes servicios que son de agrado y son para la satisfacción de las necesidades de las personas.

Tabla 1.7 Canasta Básica

CANASTA BASICA		
DÓLARES (\$)		
AÑOS	2011	2012
Canasta vital	419,3	421,1
Canasta Básica	587,00	581,20
Ingreso Familiar	492,80	545,10
Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)		
Elaborado por: Autora		

1.7.1.1.6 Factor Político

El Gobierno ecuatoriano ha incidido en los últimos años en el interés de apoyar el turismo por lo tanto fomentar el Turismo Comunitario a nivel nacional, considerando que los hechos son estipulados en la Ley de Turismo y reconocidos en el Ministerio de Turismo.

Las nuevas elecciones que se llevaran a cabo en el país influirán considerablemente en la continuidad de las políticas, las nuevas leyes y reglamentos serán un nuevo lanzamiento de cambios para todos los ecuatorianos, sin embargo el presidente actual ha dado prioridad al cuidado de la naturaleza como es el Yasuní.

A fin, que las operaciones y actividades de Turismo Comunitario tomaran nuevas posturas con los cambios que se realizaran en el país y que el turismo cultural y de naturaleza causará incidencia en la planificación turística del país.

1.7.1.1.7 Factor Legal

El Ecuador con un gobierno democrático garantiza mediante Función Judicial el cumplimiento del marco legal ya que es un derecho que tienen todas las personas naturales o jurídicas el emprender cualquier actividad económica.

Por consiguiente, es necesario hacer uso de la Ley de Economía Popular y Solidaria para poner en funcionamiento el Centro de Turismo Comunitario de acuerdo a lo que se encuentra establecido:

Art.- 2.- Son formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley:

- “Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de Turismo Comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario”.

1.7.1.1.8 Factor Social

El presente proyecto será el eje para el desarrollo del Turismo Comunitario tanto para la población como para el país y los turistas con el propósito de incentivar y resaltar su cultura en todos los niveles de conocimiento, además de mejorar la vida de los pobladores del sector, así mismo fomentando el empleo a los mismos habitantes para que así disminuya la pobreza, el desempleo y se pueda mejorar la calidad de vida.

Además contribuirá con actividades y servicios que serán de atribución para los turistas que deseen conocer toda la belleza, así mismo ayudando a fortalecer y revitalizar las actividades turísticas comunitarias en el país.

1.1.1.1 Factor Ambiental

El componente principal del proyecto es la supervivencia de la cultura, la conservación del entorno natural, proteger el territorio y el ecoturismo de base comunitaria en la Parroquia de Alóag.

Las estrategias para el desarrollo del Turismo Comunitario se fundamentan en la búsqueda e implementación de alternativas productivas, supervivencia, el reconocimiento de los pueblos y nacionalidades, considerando que son los puntos de partida para el reconocimiento del Turismo Comunitario en el país, especialmente de los turistas extranjeros.

1.7.1.1.9 Factor Tecnológico

Es un punto clave para el mundo, las personas, las empresas hoy en día están con la innovación y cambios tecnológicos, en base a esta tecnología ayuda a optimizar los costos, incrementar la eficiencia, y mejorar la calidad de los servicios, entre otros.

En la apertura del Centro Comunitario ayudará a promocionar de la mejor manera los servicios que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario a través de la tecnología, página web y así poder ofertar los servicios que ofrecerá.

1.7.2 Micro-entorno

Para el respectivo análisis del Micro-entorno en el cual se desarrolla un estudio de Factibilidad de una Entidad de Economía Popular y Solidaria para potenciar el turismo en este caso un Centro de Turismo Comunitario, se determina el grado de competitividad que existe en el mercado y para ello se considera toda la información correspondiente a la Parroquia de Alóag.

1.7.2.1 Parroquia Alóag

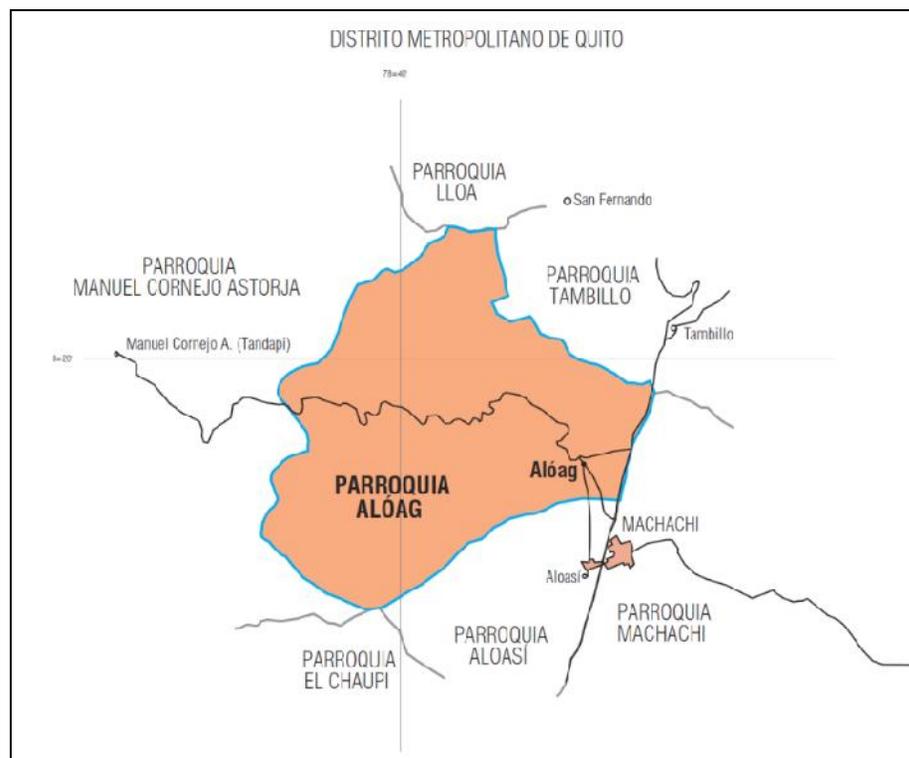
La parroquia de Alóag está situado al sur oriente en el Cantón Mejía, a 33 km. de Quito, a las faldas del volcán Corazón que tiene 4.786 m. de altura y semeja una redondeada masa compacta, la misma que pertenece a la Provincia de Pichincha.

Alóag, goza de un exuberante paisaje natural, así como también de sus costumbres aun son muy conservadas en las familias de Alóag, de ahí nace la iniciativa de emprender el proyecto de una Entidad de Economía Popular y

Solidaria para potenciar el turismo con los habitantes de Alóag y sus alrededores.

La ubicación geográfica y los antecedentes históricos de la parroquia, como principales parroquias puntos para el desarrollo del proyecto.

Gráfico 1.5 Mapa de Alóag



Fuente: Plan General de Desarrollo Provincial de Pichincha
Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito

1.7.2.2 Límites de Alóag

Alóag se encuentra ubicada a los siguientes límites⁷:

Tabla 1.8 Límites de la Parroquia de Alóag

NORTE	Distrito Metropolitano de Quito
SUR	Parroquia Aloasí
ESTE	Parroquias Tambillo y Machachi
OESTE	Parroquia Manuel Cornejo Astorga (Tandapi)
Fuente: Investigación Propia Elaborado por: Autora	

1.7.2.3 Población

Alóag tiene en la actualidad un total de 9.237 habitantes, que se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de acuerdo al Censo de población 2010.

Tabla 1.9 Población según censos de Alóag

POBLACIÓN SEGÚN CENSOS							
	1950	1962	1974	1982	1990	2001	2010
Pichincha	381.982	553.665	885.078	1.244.330	1.516.902	2.388.817	2.576.287
Mejía	18.213	23.384	31.890	39.016	46.687	62.888	81.335
Alóag	2.882	3.350	4.791	5.689	6.301	8.850	9.237
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Censos 2010 Elaborado por: Autora							

⁷ Distrito Metropolitano de Quito – Ley de Transparencia Parroquia de Alóag

1.8 Actividades económicas

En un pedazo de nuestro Ecuador que tiene una riqueza agrícola y ganadera que son por tradición son las principales fuentes de ingreso y subsistencia para los habitantes en la Parroquia de Alóag, tomando en cuenta que se complementa con el comercio minorista como fuente de ingreso familiar.

Tabla 1.10 Rama de actividades de los Habitantes de Alóag

RAMA DE ACTIVIDAD
Agricultura, ganadería
Industrias manufactureras
Construcción
Comercio al por mayor y menor
Transporte
Actividades de alojamiento y servicio de comidas
Actividades financieras y de seguros
Enseñanza
Actividades de la atención de la salud humana
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Censos 2010 Elaborado por: Autora

1.9 Competidores

En su generalidad las empresas dedicadas al Turismo Comunitario han sido en su mayoría las principales empresas que brindan a turistas a conocer como los habitantes de las comunidades protegen el territorio que poseen.

Además existen empresas competidoras que se dedican a brindar este tipo de servicios a los clientes que buscan satisfacer sus necesidades de diferente manera, tomando en cuenta la calidad de servicio que las empresas brindan para mantener así la fidelidad de los mismos.

La competencia directa del proyecto se encuentra en la Provincia de Pichincha como es la Reserva Yunguilla y se presenta en el Gráfico N° 1.6 y la Tabla N° 1.11, esta es claramente identificada ya que brinda servicios similares los cuales brindará el Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag para los turistas tanto nacionales como internacionales.

Gráfico 1.6 Reserva Yunguilla



Fuente: Investigación, (FEPTCE)

Elaborado por: Autora

Tabla 1.11 Reserva Yunguilla

SERVICIOS	RESERVA YUNGUILLA
Alojamiento	Habitación con baño compartido Habitación doble con agua caliente
Capacidad de alojamiento	Capacidad: 9 personas Habitaciones: 3 habitaciones
Alimentación	Elaboración de productos
Transporte	Disponible
Áreas verdes	Disponible
Área de camping	Disponible Capacidad: 35 personas
Servicios	Guías turísticos Cantidad: 12 guías
Teléfono	Disponible
Parqueadero	No disponible
Fuente: FEPTCE Elaborado por: Autora	

1.10 Recurso Humano

El objetivo básico del proyecto es poseer recurso humano que ayude con la contribución al éxito del Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag, además de ayudar a distribuir, desarrollar, coordinar y alinear las tareas de las diferentes actividades en los mismos.

La planificación de personal tiene diferentes fines como son los siguientes:

- ✓ Utilizar lo mejor posible los recursos
- ✓ Colaborar con la empresa en la obtención de beneficios. Sin embargo, desde un punto de vista general se trata de asegurar las necesidades de personal a fin de secundar los planes generales que tiene la empresa.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

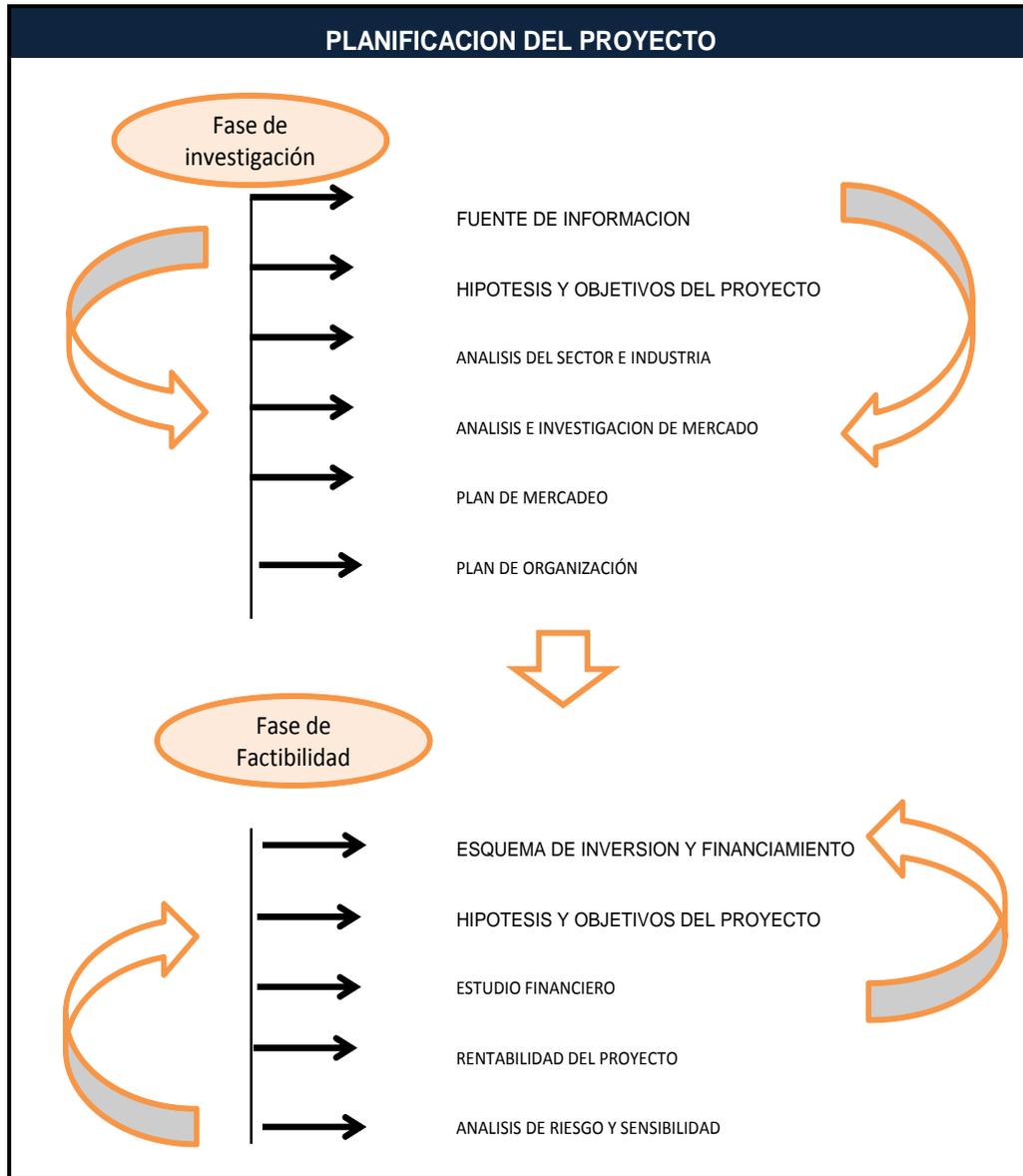
En la investigación de mercado es fundamental mantener un esquema de desarrollo para el estudio de factibilidad en la creación del Centro comunitario, es preciso tener una línea de planificación base partiendo de la parte analítica teórica, donde se puntualiza los objetivos y alcance del proyecto en elaboración, consecutivamente correspondiente a la parte de recopilación de información de fuentes primarias y secundarias, ordenamiento, tabulación, análisis e interpretación de la información para obtener datos que permitan la viabilidad técnica y financiera del presente proyecto.

Una vez elaborada la etapa analítica, la planificación se concentra en la aplicación de escenarios donde, sobre la base de la información se prepara el estudio financiero, rentabilidad y vulnerabilidad sustentada en el análisis de factores externos como leyes y normas locales, variación de precios, riesgos económicos, sociales y culturales que juegan un papel importante en el impacto final de los usuarios del servicio.

El desarrollo turístico en la Parroquia será el eje principal para que tenga aceptación la creación de la entidad de Economía Popular y Solidaria, tomando en cuenta la ayuda que proporcionarían los habitantes.

Considerando un elemento estratégico y variable que permitan sustentar cada una de las actividades como se puede observar en el Gráfico N° 2.1:

Gráfico 2.7 Planificación del Proyecto



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Al mismo tiempo, se realizara una investigación exhaustiva utilizando el método descriptivo y de campo específicamente para el desarrollo del proyecto, considerando que se tomará datos de instituciones como el Banco Central del

Ecuador, BCE y el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC). El uso de estas instituciones ayudara a obtener datos precisos, y actualizados de la Parroquia de Alóag.

2.1 Objetivos del estudio de mercado

2.1.1 Objetivo General

- Determinar las necesidades de los habitantes e identificar las posibilidades de aceptación del Centro Turístico Comunitario para incrementar la Economía en la Parroquia de Alóag.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Definir las características específicas para la determinación del Centro Turístico Comunitario en la Parroquia de Alóag y así definir la demanda y la oferta turística.
- Determinar las necesidades insatisfechas que tendrá el Centro Turístico Comunitario
- Determinar los servicios que ofrecerá el Centro Turístico Comunitario en la Parroquia de Alóag

- Realizar un análisis de los servicios que ofrecen los Centros Turísticos Comunitarios similares en las distintas partes del país.

2.1 Estructura del mercado

La propuesta del proyecto es aprovechar la riqueza natural y cultural existente en la zona, para promover un programa de Turismo Comunitario, en el que la comunidad se vea involucrada directamente. El proyecto se fundamenta en determinar el estado en el que se encuentra el mercado con respecto al turismo comunitario de Alóag y sus alrededores; además, definir lo que representa un mercado, el lugar donde concurren los compradores y vendedores considerando el precio que es uno de los factores más importantes del mercado.

El mercado se divide en un mercado de competencia perfecta con bienes y servicios diferenciados en el turismo comunitario tomando en cuenta que en otros países poseen distintos atractivos como son la tecnología, medicina, patrimonio, que les hace diferentes a lo de nuestro país.

En un mercado de competencia perfecta existen una gran cantidad de ofertantes (vendedores) y demandantes (compradores), los mismos que son específicamente necesarios ya que influyen en el mercado.

En un mercado imperfecto las condiciones de oferta o demanda se encuentran condicionadas o alteradas de alguna manera que impide la normal

evolución. En muchos casos, los mercados imperfectos lo son debido a condiciones de monopolio, situaciones de exclusividad, obstáculos de diversos tipos, situaciones de bloqueo, etc. que responden a una amplia multiplicidad de razones, y que suelen llevar a la generación de ineficiencias.

2.2 Principales tendencias de mercado

- 1) Mejorar el nivel de vida de los habitantes de la parroquia, porque un lugar visitado se convierte automáticamente en una fuente de trabajo, que para muchos es la oportunidad de generar recursos económicos en beneficio de la comuna de Alóag y lo más importante proteger sus territorios.
- 2) Se prevé dar a conocer todos los lugares turísticos de la zona a los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- 3) Se planifica una convivencia con los habitantes de la Parroquia para dar a conocer la cultura de los mismos.
- 4) Se espera promover el turismo a través de las ventas de artesanías, comidas típicas, productos tradicionales, entre otros.
- 5) Obtener desarrollo turístico a través del ofrecimiento de paquetes turísticos a los visitantes nacionales como extranjeros para que tengan una experiencia inolvidable.
- 6) Se pretende auspiciar la igualdad, la cohesión, la integración social y territorial en la diversidad. (SEMPLADES)

2.2 Identificación del servicio

Con la creación de un Centro de Turismo Comunitario “Alóag”, se dedicará a potenciar el turismo, el mismo que adquiere un valor agregado cuando se brinda al turista la experiencia de convivir con la comunidad, se desarrolla actividades de entretenimiento y recreación, esto comprende caminatas por los senderos de bosques primarios, ciclismo y en actividades culturales como: danzas típicas, música típica, participación en labores diarias, como en las chacras, elaboración de artesanías; además, participación en ritos y leyendas culturales.

La comunidad se dedicará a la administración de un negocio turístico, formará guías locales, ofreciendo paquetes turísticos en los que la comunidad a los visitantes extranjeros y nacionales, con el fin de dar a conocer las culturas, tradiciones, comidas típicas, artesanías, venta de productos elaborados a base de los que cosechan y se producen en la Parroquia de Alóag.

Para la promoción del proyecto, se diseñará una página web, se instalará vallas publicitarias con los productos turísticos en sitios estratégicos. Elaboración de trípticos, afiches promocionales, fortalecimiento de alianzas con empresas públicas y privadas, como también se promocionará el producto en ferias de turismo y medios de comunicación importantes en el país.

El Centro Turístico Comunitario “Alóag” ofrecerá a todos los turistas conocer sobre todas las actividades y productos tradicionales de la parroquia, como se describe a continuación:

2.2.1 Actividades productivas

Alóag, es eminentemente agrícola y ganadera. Son muy hábiles agricultores, se dedican a la siembra y cosecha de los productos que se cultivan son: maíz, fréjol, habas, papas, mellocos, alverja, zanahoria, remolacha, lechuga, entre otros. Además de estos cultivos también existen grandes sembríos de hierba para el consumo del ganado. Otra fuente de ingreso económico para esta población es el trabajo proporcionado en las fábricas asentadas en esta localidad: Acerías del Ecuador (ADELCA), que constituye una empresa muy importante; también cuenta con 13 fábricas de productos lácteos que son distribuidos en los mercados de todo el país. (Gobierno Parroquial de Alóag)



2.2.2 Sus fiestas

Febrero: Fiestas en Honor al Sr. del Casanto, Patrono de la parroquia.

8 de Septiembre: Fiestas en honor a la Ascensión al cielo de la Santísima Virgen María.



2.2.3 Manifestaciones culturales

Grupos de Danza: Nuca LLacta y Grupo Juvenil de Danza.



Música: Coro del Grupo de Oración de la parroquia.



Artesanía: Bordados y confección de ropa deportiva.



2.2.4 Comidas típicas

- Colada morada hecha de mortiños
- Papas con cuy
- Choclos, habas con mellocos
- El rico queso de la zona.



2.2.5 Atractivos turísticos

Es preciso que el Turismo Comunitario al adoptar como una alternativa de desarrollo sostenible se considere una actividad de manera interrelacionada al conjunto de beneficios sociales, culturales y económicos que puedan recibir los habitantes; es decir, en el sentido de la revaloración de sus costumbres autóctonas, más allá del actor estético, auto-organización de un verdadero liderazgo con poder de decisión y conocimiento de la actividad turística y convivencia del medio natural, esto garantiza el presente y futuro de las generaciones para que puedan aprovechar las mismas oportunidades que hoy vivimos.

- La Iglesia y el Parque Central



- Los Pucarás



- Minas de Oro de Ninahuilca



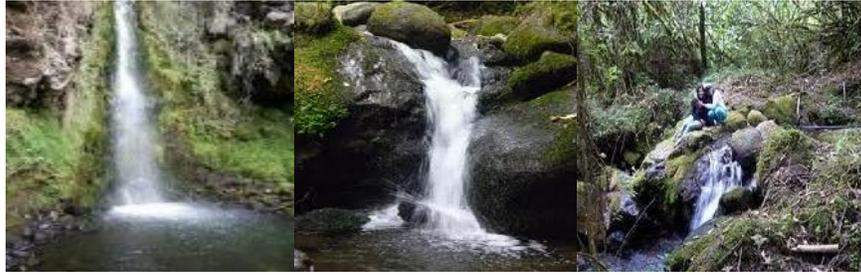
- Camino de los llanos



- Centro Ceremonial de los Pachacamas (Loma La Viudita)



- La toma del Agua de Cariacu (km. 17, vía antigua a Santo Domingo).



- Las Aguas Calientes



- El corazón



2.3 Caracterización del servicio

2.3.1 Características del servicio

Gráfico 8.2 Características del servicio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

2.3 Clasificación por el uso y efecto

2.3.1 Productos o servicios complementarios o sustitutos

Tabla 2.12 Clasificación por el uso y efecto

MERCADO TURISTICO COMUNITARIO
Camping
Venta de artesanías
Venta de comidas típicas
Venta de verduras
Venta de productos (queso, leche)
Cabalgatas: caballos, burros, y llamingos.
Rituales
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

2.3.2 Normatividad, Técnica, Sanitaria y Órganos de control

La normatividad y Órganos de control se basan en el uso de las leyes y reglamentos respectivos para el funcionamiento efectivo de la entidad, además del debido control de las entidades a las cuales se rige las leyes y los reglamentos.

2.3.2.1 Normatividad

Tabla 13.2 Normatividad

NORMATIVIDAD	
LEY DE COMPAÑIAS	Para la formación de la entidad
LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO	Para llevar la Contabilidad y la elaboración de los Estados Financieros, además de las respectivas declaraciones tributarias
LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL	Para el debido registro de las patentes y marcas, además del permiso de rotulación y publicidad exterior
LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA	Para definir las respectivas actividades en el ámbito turístico y hacer cumplir los requisitos para el funcionamiento del turismo comunitario.
NORMAS DE SEGURIDAD	Permiso de funcionamiento de Bomberos
	Permiso Municipal de Funcionamiento
	Norma Técnica Ecuatoriana INEN
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

2.3.2.2 Normativa Técnica

Para la puesta en marcha del Centro de Turismo Comunitario se requiere el permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y el Ministerio de Turismo a través de acuerdo ministerial, organismo que evaluará rigurosamente el cumplimiento de requisitos para el funcionamiento además de cumplir con todos los requisitos que se encuentran establecidos en el Reglamento para el registro de Centros de Turismo Comunitario.

2.3.2.3 Normativa Sanitaria

La normal operación del Centro de Turismo Comunitario requerirá la obtención del Registro Sanitario cuando se trata de productos alimenticios en el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.

2.3.2.4 Organismos de Control

Tabla 2.14 Órganos de Control

ORGANOS DE CONTROL
• MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL
• SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)
• MINISTERIO DE TURISMO
• SUPERINTENDENCIA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
• INSTITUTO NACIONAL DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
• MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (MIES)
• MINISTERIO DE SALUD
• INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL (IESS)
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora

2.4 Investigación de mercado

2.4.1 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado está enfocada a turistas nacionales y extranjeros de cualquier parte del país y del mundo, debido a que todos poseen mercados de gran capacidad y es necesario especificar el mercado ya que dentro de ellos se presenta distintos tipos de consumidores con diferentes necesidades es por eso que se debe especificar las características de cada uno de los grupos escogidos para el Estudio del Mercado.

En el mercado ecuatoriano, se puede encontrar consumidores de distintas características por sus gustos, preferencias, intereses, calidad en productos y por sus necesidades de compra.

A continuación se detallan los criterios que se toman en cuenta para segmentar el mercado.

Tabla 2.15 Segmentación de Mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
IDENTIFICAR EL MERCADO POTENCIAL EN GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existe dos mercados potenciales que son: ✓ Los turistas nacionales ✓ Los turistas extranjeros
IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Familias: edad entre 5- 50 años ✓ Clase económica media y alta ✓ Género femenino o masculino ✓ Solteros o casados ✓ Distinta instrucción educativa ✓ Población urbana y rural
SEGMENTACIÓN EN FUNCIÓN DE LAS VARIABLES IDENTIFICADAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Turistas internacionales de distinta edad, género y clase social. ✓ Las personas de distinta edad, género, y clase social
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

2.4.2 Definición del Universo

Los Turistas Internacionales, Turistas Nacionales y la población de la Parroquia de Alóag son tomados como el universo para la definición de la muestra, además el estudio de los mismos son presentados por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) y el Ministerio de Turismo.

El detalle se encuentra presentado en la Tabla N° 2.5 y la Tabla N° 2.6.

Tabla 2.16 Población de Parroquia de Alóag

POBLACION DE LA PARROQUIA DE ALÓAG SEGÚN LA EDAD			
Población de la Parroquia Alóag de: Edad años:	Hombre	Mujer	Total
Población de la Parroquia Alóag de: 0 años - 20 años	2.043	1.962	4.005
Población de la Parroquia Alóag de: 21 años - 40 años	1.336	1.542	2.878
Población de la Parroquia Alóag de: 41 años - 60 años	732	785	1.517
Población de la Parroquia Alóag de: 61 años - 80 años	335	366	701
Población de la Parroquia Alóag de: 81 años - 105 años	63	73	136
Población de la Parroquia Alóag de: Total años:	4.509	4.728	9.237
Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos Elaborado por: Autora			

Tabla 2.17 Definición del Universo

DEFINICIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS	PORCENTAJE DE UNIVERSO	UNIVERSO
Turistas internacionales	1.049.493	1%	10.494,93
Turistas nacionales	15.223.680	1%	152.236,80
TOTAL	16.273.173	1%	162.731,73
Fuente: Ministerio de Turismo Elaborado por: Autora			

2.4.3 Tamaño de la Muestra

Una vez que se obtiene la información pertinente para el análisis, se toma para la determinación de la muestra todos los datos de la población según las edades de la Parroquia de Alóag, de los turistas Nacionales e internacionales, información proporcionada por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) y el Ministerio de Turismo, como se observa en la Tabla N° 2.6.

Tabla 2.18 Información para cálculo de la muestra

DEFINICIÓN	DATOS
Turistas Internacionales	10.494,93
Turistas Nacionales	152.236,80
Población de Alóag	9237
TOTAL	171.968,73
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

Para obtener los datos del tamaño de la muestra del mercado, se realizó una encuesta, la misma que consta de tres partes: Determinación de la ubicación e información general de tipo biográfica, evaluación de la operatividad del proyecto y determinación de sustentabilidad mediante la comparación de variables, se eligieron tres parámetros económico, social y ambiental, estos tres pilares se entrelazan con el fin de evaluar el grado de éxito del proyecto y las limitaciones del mismo.

Para el presente estudio, se aplica una encuesta piloto a 20 habitantes de la Parroquia con la finalidad de analizar si existirá la aceptación de la creación del centro comunitario el mismo que determino lo siguiente: el 0,75 75% (15 encuestados) si están de acuerdo (P) y el 0,25 25% (5 de los encuestados) no están de acuerdo con la creación de la entidad (Q).

Con estos datos se procede a calcular el tamaño de la muestra.

La formula utilizarse es la siguiente:

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

Donde:

N	Tamaño de la población o universo
Z	Margen de confiabilidad, la distribución normas que producirá el nivel deseado de confianza (para un nivel de confianza del 95% o un Z= 1,96)
P	Probabilidad que el evento ocurra, es decir, que un encuestado pertenezca al segmento de mercado objetivo (75%)
Q	Probabilidad que el evento no ocurra (25%)
E	Margen de confiabilidad del 95%, el error permitido es del 5%

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,75) * (0,25) * (171.968,73)}{[(0,05)^2 * (171.968,73 - 1)] + [(1,96)^2 * (0,75) * (0,25)]}$$

$$n = \frac{123.869,0762}{(429,919325) + (0,7203)}$$

$$n = \frac{123.869,0762}{430,639625}$$

$$n = 287,64$$

$$n = 287$$

n= 287 personas que van a ser encuestadas para determinar si el Centro de Turismo Comunitario será factible o no.

2.4.4 Diseño de los Instrumentos de Investigación

La base para el desarrollo del proyecto es obtener la mayor cantidad de información relevante al sector turístico, considerando esta realidad, la investigación orientada al “Estudio de factibilidad de una Entidad de Economía Popular y Solidaria para potenciar el turismo en la Parroquia de Alóag”, con el fin de presentar un modelo operativo viable para centrar en atraer aquellos

clientes que destinan su presupuesto personal y de familia a realizar actividades turísticas alrededor del mundo y dentro del país.

Adicionalmente, el análisis de la industria, oferta, demanda de servicios y fuerzas que interactúan en el mercado del sector turismo estarán sustentados en una investigación empírica y dentro de la misma, un análisis de carácter descriptivo y evaluativo ya que es un factor fundamental dentro del giro del centro de turismo comunitario, así se conocerá la profundidad las características del mercado local y global así como también del objetivo de la investigación, para seguir estableciendo líneas de acción encaminadas a la viabilidad el proyecto.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta que consta de 10 preguntas, las mismas que nos ayudaran a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Los procedimientos para realizar la medición de aptitudes dependen de los datos de las personas que serán encuestadas. Para esto será necesario vincular el comportamiento de las escalas de medición. En la encuesta será realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

2.4.4.1 Fuentes de información

La información se puede definir como el conjunto de fuentes de conocimientos necesarios para comprender situaciones, tomar decisiones o evaluar las ya tomadas.

Existen diferentes tipos de fuentes de información con diversas investigaciones. Un buen investigador debe tener muy claros los objetivos de una investigación, debe saber que información debe reunir, donde encontrarla y como tiene que tratarla.

2.4.4.1.1 Fuentes Primarias

La información primaria es la que el investigador crea expresamente para un estudio concreto. Esta información no existe en el momento en que se plantea la necesidad de utilizarla. Se obtiene la información mediante diversos tipos de encuestas, que posteriormente serán tratadas con las herramientas estadísticas adecuadas.

2.4.4.1.2 Fuentes Secundarias

La información secundaria puede haber sido creada en el pasado por los investigadores o puede haber sido generada por terceros ajenos a ellos.

La importancia de la información secundaria, al margen de cuál sea su soporte, resulta evidente. Entre las principales fuentes secundarias, para el desarrollo del proyecto se pueden citar las siguientes:

- Banco Central del Ecuador
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Ministerio de Turismo
- Información en Internet
- Encuestas

2.4.5 Técnicas

Se utilizarán algunas técnicas de investigación, como las siguientes:

- **OBSERVACIÓN.-** A veces no es posible recoger información proporcionada directa y voluntariamente por las personas. Entonces se presta atención a como se cómo se comportan.
- **ENTREVISTAS.-** Son encuentros con personas para recoger información relativa a sus comportamientos, opiniones y actitudes.
- **BASES DE DATOS.-** Son conjuntos de informaciones relacionadas y accesibles conforme a algún criterio.
- **ENCUESTAS.-** Consisten en un conjunto articulado y coherente de preguntas que se formulan a las personas sobre la base de un cuestionario.

2.4.6 Definición de las variables

MATRIZ DE PLANTEAMIENTO DEL CUESTIONARIO			
OBJETIVO	VARIABLE	ESCALA	PREGUNTA
Identificar los datos básicos del encuestado	Información general	Nominal	Datos personales de edad
Identificar genero del encuestado	Información general	Nominal	Género sea femenino o masculino
Identificar los datos demográficos del encuestado	Preferencias de ubicación	Nominal	¿En qué zona vive usted?
Saber el grado de conocimiento que tiene el encuestado	Información general	Nominal	¿Qué es el turismo para usted?
Saber cuánto conoce el encuestado de su parroquia	Información general	Nominal	¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?
Conocer la importancia del turismo	Valorar la importancia del turismo	Ordinal	¿Cree importante el desarrollo turístico en Alóag?
Conocer si ha utilizado instalaciones turísticas	Competencia	Nominal	¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?
Identificar los factores que afectan al desarrollo turístico	Información general	Nominal	¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turístico en Alóag? Señale con una X el que considere
Conocer el grado de interés del encuestado	Valorar el conocimiento	Nominal	¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en Alóag?
Conocer el grado de interés del encuestado	Valorar el conocimiento	Nominal	¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?
Determinar la necesidad que tiene la Parroquia	Información general	Nominal	¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para extranjeros y visitantes nacionales?
Conocer el grado de aceptación del proyecto	Aceptación del servicio	Nominal	¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?

2.4.7 Elaboración de la encuesta

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO ENCUESTA

EDAD: _____

SEXO: F M

1. ¿En qué zona vive usted?
Centro Alóag Alrededores de Alóag

2. ¿Qué es el turismo para usted?
Conocer la historia, cultura y tradiciones
Fuente de ingresos
Diversión o pasatiempo
No sabe el Significado

3. ¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?
SI NO No opina

4. ¿Cree importante el desarrollo turístico en Alóag?
SI NO No opina

5. ¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?
SI NO No opina

6. ¿Cree usted que existe factores que no permitan el desarrollo turístico en Alóag? Señale con una X el que considere
Falta de educación
Falta de apoyo economico
Falta de vías de acceso
Falta de difusión (Expansión)

7. ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en Alóag?
SI NO No opina

8. ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?
SI NO No opina

9. ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?
SI NO No opina

10. ¿Consideraría usted factible crear un centro de turismo comunitario en la Parroquia?
SI NO No opina

2.4.8 Prueba piloto

Para sustentar el resultado se ha realizado una investigación previa de mercado, la prueba piloto distribuyendo las encuestas con el propósito de determinar si la estructura de la encuesta es adecuada y entendible para las personas de la Parroquia de Alóag, en donde se realizara las encuestas, para ello se realizo un muestreo aleatorio simple a 20 personas para así determinar la aceptación o la negación del proyecto.

2.4.8.1 Interpretación de Resultados

Para la prueba piloto se escogió dos preguntas con dos alternativas:



Las mismas que arrojaron los siguientes resultados en donde:

El 0,75 75% (15 encuestados) si están de acuerdo con la creación de un Centro de Turismo Comunitario (P) y el 0,25 25% (5 de los encuestados) no están de acuerdo con la creación de la entidad (Q), los mismo resultados fueron de uso para el cálculo de la muestra.

2.5 Aplicación de la encuesta

La encuesta será distribuida en la zona centro y los alrededores de la Parroquia de Alóag, a un total de 280 personas las mismas que serán encuestadas, en un tiempo definido de 5 días iniciando el 03 de Diciembre del 2012 y finalizando el 07 de Diciembre del 2012, con el propósito de determinar las necesidades, conocimiento general, y saber si es factible crear el Centro de Turismo Comunitario en la parroquia.

2.6 Codificación y Tabulación

Para el procesamiento de los datos, codificación, tabulación y análisis se utilizo el programa SPSS, el cual tiene herramientas que facilito el trabajo en la elaboración de cuadros, gráficos, y cálculos necesarios para el respetivo análisis.

Además, se establecerá las respectivas conclusiones pertinentes del estudio para así determinar la estabilidad que tendrá el Centro de Turismo Comunitario.

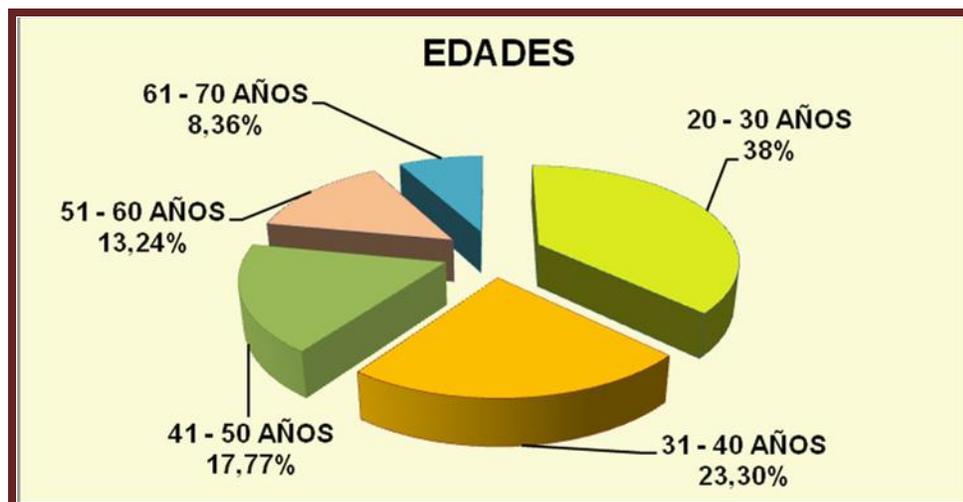
2.6.1 Procesamiento de datos

Con las encuestas realizadas en la Parroquia de Alóag para determinar la aceptación del Centro de Turismo Comunitario se puede observar los siguientes resultados:

Tabla 2.19 Encuesta por el Factor Edad

Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
20 - 30 AÑOS	110	38,33	38,33
31 - 40 AÑOS	64	23,30	60,63
41 - 50 AÑOS	51	17,77	78,40
51 - 60 AÑOS	38	13,24	91,64
61 - 70 AÑOS	24	8,36	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.9 Edades



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

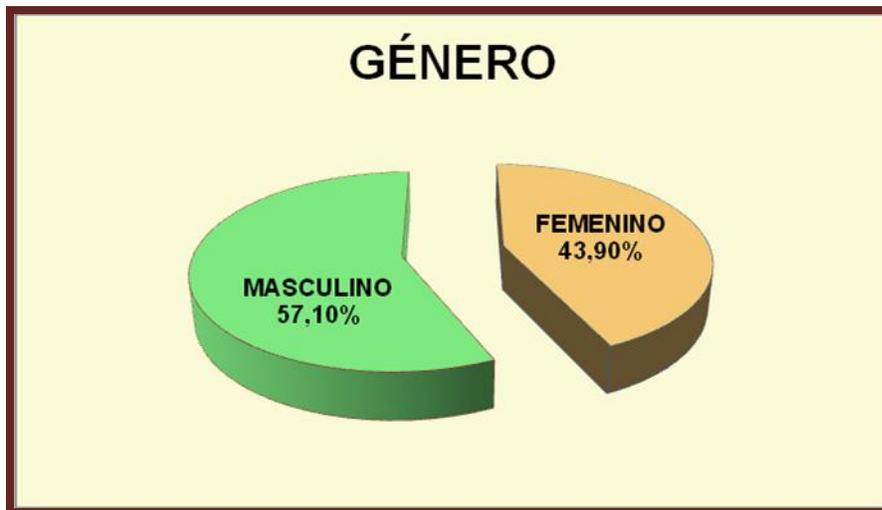
Interpretación de resultados

Como se puede apreciar en la Tabla N° 2.8 y el Gráfico N° 2.3 respectivamente, la base de datos conforma información que se recolectó por medio de la conversación formal que se tuvo con los encuestados en la Parroquia de Alóag. Dado que los proyectos comunitarios se auto caracterizan como sustentables. Se pudo aplicar las encuestas a las personas de distintas edades con criterio que va desde 20 a 70 años, el porcentaje conforma el 100% y la edad de los encuestados es muy importante ya que permitió obtener información clara y precisa para su respectivo análisis y lo que se concluye que los encuestados serán tomados como los clientes potenciales del Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 2.20 Género

GENERO			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
FEMENINO	126	43,90	43,90
MASCULINO	161	56,10	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.10 Género



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

En base al género el 43,90% corresponde al género femenino y el 57,10% corresponde al género masculino los mismos que respondieron a la encuestas de acuerdo a las respectivas zonas asignadas en la Parroquia de Alóag. El género es uno de los factores que se toma para verificar cuantas personas son encuestadas además de saber cuál es el criterio que posee cada uno de los mismos, como se puede observar en el Tabla N° 2.9 y el Gráfico N° 2.4.

Tabla 2.21 ¿En qué zona vive usted?

PREGUNTA N° 1. ¿En qué zona vive usted?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
Centro de Alóag	180	62,72	62,72
Alrededores de Alóag	107	37,28	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.11 ¿En qué zona vive usted?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

En base a la zona en la que vive el 62,72% de los encuestados pertenece a la zona centro y el 37,28% de los encuestados pertenece a los alrededores de la Parroquia de Alóag, fueron encuestadas con el propósito de realizar el estudio para crear un Centro de Turismo Comunitario para potenciar el turismo en la parroquia, sin embargo la zona en la que vive es importante saber ya que permitirá determinar el interés que tiene la población y la ubicación en la que puede ser factible poner el Centro de Turismo Comunitario Alóag, como se puede observar en la Tabla N° 2.10 y el Gráfico N° 2.5. .

Tabla 2.22 ¿Qué es el turismo para usted?

Pregunta N° 2. ¿Qué es el turismo para usted?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
Conocer la historia, cultura y tradiciones	139	48,43	48,43
Fuente de ingresos	47	16,38	64,81
Diversión o pasatiempo	73	25,44	90,24
No sabe el significado	28	9,76	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.12 ¿Qué es el turismo para usted?



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

El Turismo para el 48,43% de los encuestados el concepto de turismo es un factor más para mejorar la economía de los mismos, el 16,38% el turismo es una fuente ingresos por el mismo hecho que dar a conocer las áreas turísticas que posee la Parroquia es mejorar el nivel de vida de las familias y el 25,44% de los encuestados el turismo es una diversión y un pasatiempo ya que le permite acceder a distintas actividades de tipo recreacional, como se determina en la Tabla N° 2.11 y el Gráfico N° 2.6. .

En la Parroquia de Alóag existe un porcentaje mínimo del 10% que no conocen el significado y se abstienen de opinar sobre el turismo en su parroquia.

Tabla 2.23 ¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?

Pregunta Nº 3			
¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?			
Opciones	Numero de encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	73	25,44	25,44
NO	131	45,64	71,08
NO OPINA	83	28,92	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.13 ¿Conoce todos los atractivos turísticos que tiene Alóag?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

De acuerdo con la Tabla N°2.12 y el Gráfico N° 2.7, se observa que el 25,44% de los encuestados tienen conocimiento acerca de todos los atractivos turísticos de la Parroquia de Alóag, el 45,64% de los encuestados no tienen conocimiento de los atractivos turísticos que tiene la parroquia, eso quiere decir que la mayor parte de los habitantes tienen otro tipo de actividades, o no existen medios para poder llegar a los lugares turísticos y el 28,92% de los encuestados se abstienen de opinar, eso quiere decir que los habitantes tienen poco conocimiento del turismo que tiene su parroquia, no conocen los lugares turísticos, o las personas prefieren salir a otros lugares fuera de la parroquia.

Tabla 2.24 ¿Cree importante el desarrollo turísticos en Alóag?

Pregunta N° 4			
¿Cree importante el desarrollo turístico en Alóag?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	280	97,56	97,56
NO	2	0,70	98,26
NO OPINA	5	1,74	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.14 ¿Cree importante el desarrollo turísticos en Alóag?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

Para los encuestados es importante el desarrollo turístico en un 97,56%, lo que determina que la creación del centro turístico en la Parroquia tiene gran apertura para atraer a los turistas tanto nacionales con extranjeros para dar a conocer el turismo que posee Alóag. La mayor parte de los habitantes conocen acerca del tema y lo importante que es el turismo para el desarrollo económico, social y cultural y el 1,74% no opina así determina que los encuestados en la Parroquia de Alóag no tienen el suficiente conocimiento del desarrollo turístico que posee la misma, como se refleja en la Tabla N°2.13 y el Gráfico N° 2.8.

Tabla 2.25 ¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?

Pregunta N° 5			
¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	7	2,44	2,44
NO	246	85,71	88,15
NO OPINA	34	11,85	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.15 ¿Ha utilizado antes las instalaciones de algún lugar de servicios turísticos y recreación en Alóag?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

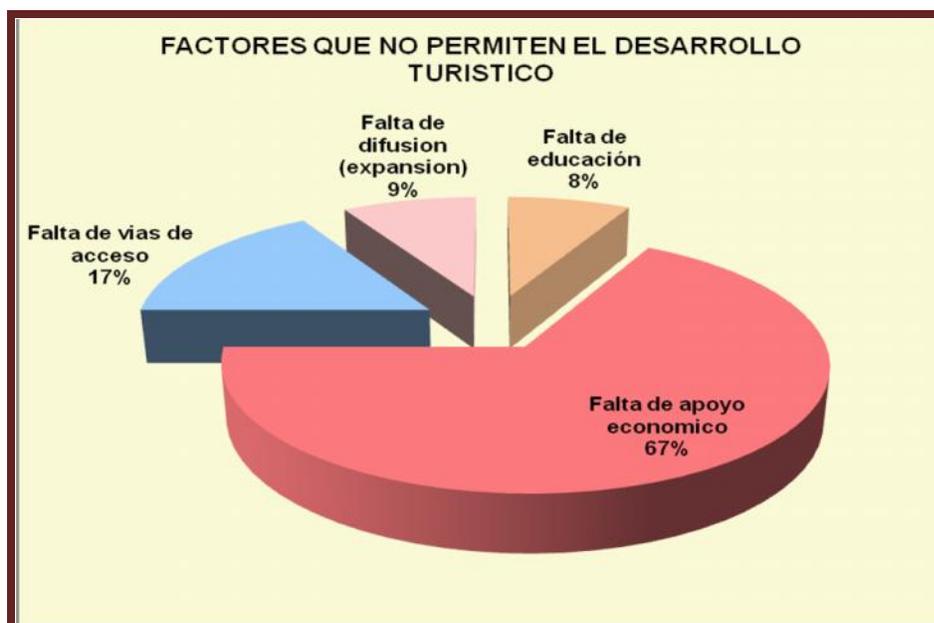
Interpretación de resultados

Como se observa en la Tabla N° 2.14 y el Gráfico N°2.9, determina que el 2,44% de los encuestados afirmo que ha utilizado antes una instalación de que ofrece servicios turísticos y de recreación fuera de la parroquia, el 85,71% de los encuestados determinaron que no han utilizado instalaciones que ofrecen servicios turísticos y de recreación por el hecho que la mayor parte de la población se dedica a actividades diferentes como son el trabajo, y además el tiempo es uno de los factores que afecta a la población ya que la mayor parte de los habitantes se dedican a su trabajo fuera de la Parroquia.

Tabla 2.26 ¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turísticos en su parroquia?

Pregunta N° 6			
¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turístico en su parroquia? Señale con una X el que considere			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
Falta de educación	22	7,67	7,67
Falta de apoyo económico	193	67,25	74,91
Falta de vías de acceso	48	16,72	91,64
Falta de difusión (expansión)	24	8,36	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.16 ¿Cree usted que existen factores que no permitan el desarrollo turísticos en su parroquia?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

El 7,67% de los encuestados consideran que la falta de educación es uno de los factores que no permite el desarrollo turístico, ya que una parte de población no tiene la instrucción educativa suficiente para dar a conocer los beneficios que atrae el turismo.

El 67,25% de los encuestados afirman que el apoyo económico es uno de los factores que no permiten el desarrollo turístico, ya que existe pocas posibilidades de obtener microcréditos para potenciar los negocios dedicados al turismo es por eso que la población busca nuevos horizontes para mejorar la economía y el nivel de vida de las familias.

El 16,72% de los encuestados, determinan que la falta de vías de acceso es uno de los factores que no permiten el desarrollo turístico, es decir, que para llegar a algunas áreas turísticas se necesita otro tipo de medios como caballos, motos, es por eso que se necesita la ayuda de entidades que proporcionen carreteras de mejor calidad para poder tener acceso, además de contribuir al mejoramiento y desarrollo del turismo en la Parroquia de Alóag y el 8,36% de los encuestados determinan que la falta de difusión también es uno de los factores que no permiten el desarrollo del turismo en la parroquia, ya que necesita otros medios que puedan propagar o expandir y dar a conocer la cultura, historia, áreas turísticas que posee Alóag como parroquia, como se observa en la Tabla N° 2.15 y el Gráfico N°2.10.

En la Provincia de Pichincha existe un porcentaje del 34,6% de analfabetismo según el censo de población y vivienda del 2010.

Tabla 2.27 ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en su parroquia?

Pregunta N° 7 ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en su parroquia?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	157	54,70	54,70
NO	28	9,76	64,46
NO OPINA	102	35,54	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2. 17 ¿Participaría usted en las actividades comunitarias que se realicen en su parroquia?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

EL 54,70% de los encuestados afirman la participación en conferencias, talleres educativos sobre el turismo, eso quiere decir que los habitantes tienen interés en que mejore su calidad de vida, y su economía en base al turismo. El 9,76% de los encuestados responden que no participarían en conferencias y talleres educativos lo que determina que pocas personas no saben que proporcionaría este tipo de actividades para el mejoramiento del conocimiento en general y el 35,54% de los encuestados no opinan, ya que se considera que los habitantes tienen otro tipo de actividades y no pueden asistir a estas conferencias y talleres educativos, los resultados se observan en la Tabla N° 2.16 y Gráfico N° 2.11.

Las conferencias y talleres educativos sobre el turismo comunitario son de importancia ya que permite ampliar el conocimiento acerca de las actividades que podrá proporcionar el Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag.

Tabla 2.28 ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?

Pregunta Nº 8 ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	157	54,70	54,70
NO	26	9,06	63,76
NO OPINA	104	36,24	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.18 ¿Le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

El 54,7% de los encuestados afirman que le gustaría conocer la Parroquia de Alóag y sus lugares turísticos tomando en consideración que el 9,06% no están de acuerdo en fomentar el Turismo Comunitario. Sin embargo las actividades comunitarias en la Parroquia ayudarán al bienestar de la comunidad desarrollando ciertas características propuestas que son esenciales para elaborar un proyecto como son: convencer, la disciplina, trabajo arduo y sostenido, responsabilidad, honorabilidad, y comunicación, como se observa en la Tabla N° 2.17 y el Gráfico N° 2.12.

Tabla 2.29 ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?

Pregunta N° 9 ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	264	91,99	91,99
NO	17	5,92	97,91
NO OPINA	6	2,09	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.19 ¿Cree usted que los atractivos y actividades turísticas sean de atracción para los extranjeros y visitantes nacionales?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

Como se observa en la Tabla N° 2.18 y el Gráfico N° 2.13, el 91, 99% de los encuestados afirman que las áreas turísticas que posee la Parroquia de Alóag son de atracción para todos los turistas tanto extranjeros como nacionales ya que la belleza de las áreas turísticas y sus historias son únicas. El 5,92% de los encuestados consideran los atractivos turísticos no son interesantes para los turistas y el 2,09% de los encuestados no opinan ya que no conocen su tradición, cultura por completo y lo que poseen en su parroquia.

Los atractivos y actividades turísticas en cualquier parte del mundo son de atracción para los turistas, ya que es novedoso y es cultural conocer acerca de diferentes historias que poseen distintos pueblos, parroquias, entre otros.

Tabla 2.30 ¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?

Pregunta N° 10 ¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?			
Opciones	Número de Encuestados	Porcentaje %	Acumulado %
SI	266	92,68	92,68
NO	15	5,23	97,91
NO OPINA	6	2,09	100,00
TOTAL	287	100,00	

Gráfico 2.20 ¿Consideraría usted factible crear un Centro de Turismo Comunitario en la parroquia?



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Interpretación de resultados

El 92,68% de los encuestados afirman que es positiva la propuesta, considerando el Centro de Turismo Comunitario será de gran ayuda para la Parroquia ya que ayudara a potenciar el turismo y a atraer nuevos turistas, y dar a conocer la historia, cultura y tradiciones y además dar a conocer la importancia de la naturaleza que tiene Alóag. El 5,23% de los encuestados consideran que no es factible crear el Centro de Turismo Comunitario y el 2,09% de los encuestados no opinan porque no conocen acerca del tema, como se puede observar los resultados en la Tabla N° 2.19 y el Gráfico N° 2.14.

Una Entidad de Economía Popular y Solidaria ayudara a potenciar el turismo dando a conocer toda la historia de la Parroquia de Alóag y los atractivos turísticos que posee a través de paquetes turísticos y con la ayuda de los habitantes se podrá mejorar el nivel de vida de las familias y se podrá eliminar la migración, y podrá darse soluciones a los problemas económicos.

2.7.5 Conclusiones de las encuestas

- Las encuestas realizadas en la Parroquia de Alóag arrojó resultados positivos para el desarrollo del proyecto, es decir que tiene aceptación el proyecto el cual ayudará a explotar todo el potencial de las áreas turísticas que posee y así atraer más turistas, además de ser una nueva alternativa económica y social para el desarrollo de la parroquia.
- El desarrollo turístico para los habitantes de la Parroquia de Alóag es importante ya que ayuda a la mejora de la economía de las familias, fomentará el empleo, desarrollará la cultura, tradiciones, y sobre todo dar a conocer la importancia de las áreas naturales y turísticas.
- Los habitantes de Alóag consideran que las conferencias y talleres educativos sobre el Turismo Comunitario son de importancia ya que permite ampliar el conocimiento e implementar nuevos servicios y actividades para la atracción de los turistas extranjeros y turistas nacionales.
- Los atractivos y actividades turísticas son muy importantes ya que ayuda a fomentar el turismo, así mismo el cuidar de la flora y fauna le da mucha importancia a la Parroquia en el ámbito nacional e internacional porque permite revalorar las costumbres y tradiciones el mismo que se convierte en atracción para los turistas.

2.7 Análisis de la demanda

Con el respectivo análisis de la demanda se podrá determinar los factores que afectan al mercado en el que se desempeñara el proyecto con respecto al servicio que se ofrecerá a los turistas nacionales e internacionales, con la finalidad de establecer la satisfacción de la demanda en base a sus servicios. Además, el análisis de la demanda pretende determinar los factores que influyen en el comportamiento del mercado, determinar si el proyecto dentro del mercado tiene aceptación positiva.

2.7.1 Clasificación de la demanda

Para efectos del análisis, existen diferentes formas de clasificar la demanda con la finalidad de recolectar información: su oportunidad, necesidad, temporalidad, destino y permanencia.

1. **Por su oportunidad:** La demanda se clasifica en satisfecha e insatisfecha. La Demanda satisfecha se refiere a ofrecer al mercado exactamente lo que requiere el cliente. La Demanda insatisfecha se refiere a que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

2. **Por su necesidad:** La demanda se puede clasificar en básica o suntuaria. La demanda básica se refiere a aquella comunidad que ineludiblemente requiere mantenerse y desarrollarse y la suntuaria se refiere a satisfacer un gusto más que una necesidad.
3. **Por su temporalidad:** La demanda puede ser continua, cíclica o estacional. La demanda continua es aquella que se da siempre o es de carácter permanente y la demanda cíclica o estacional es aquella que se da en temporadas ya sean vacacionales, y fechas especiales.
4. **Por su destino:** La demanda puede ser final la que demanda un producto o servicio para ser consumido o intermedia la que se demanda para ser utilizada en la elaboración de otros bienes o en la prestación de otros servicios.
5. **Por su permanencia:** La demanda puede ser de flujo o de stock, esta es de carácter permanente, pero puede ser viable y se da cuando una nueva innovación aparece y la demanda de stock es de carácter finito y predecible en el tiempo y se da cuando los clientes ya están en el mercado y desean reemplazar sus productos en nuevas innovaciones.

Gráfico 2.21 Clasificación de la demanda del servicio

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO PARA EL ANÁLISIS DEL PROYECTO



Fuente: Diseño y Evaluación de Proyectos - Nassir Sapag Chain y Sapag Chain
Elaborado por: Autora

La creación de un Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag aplicará la característica de la demanda que es de **oportunidad y de necesidad** ya que aprovechará todos los atractivos turísticos que posee además de atraer más turistas en base a los servicios que se ofrecerá.

2.7.2 Factores que afectan a la demanda

Como factores que afectan a la demanda del servicio son considerados los siguientes:

Ñ **Crecimiento y tamaño de la población**

El crecimiento y tamaño de la población en el Ecuador según el Instituto de Estadísticas y censos (INEC), determina que existen dos causas que son el crecimiento demográfico y la existencia de mayor tasa de fecundidad en lugares donde existe más pobreza. La tasa de crecimiento determina la magnitud de las demandas que un país que debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura, recursos y empleo, en el año 2011 la tasa de crecimiento es de 1,419%. (Tasa de Crecimiento Poblacional)

Ñ **Nivel de ingresos**

Es considerado como uno de los factores más primordiales que tiene consecuencias en la demanda del servicio, ya que de producirse dicho acontecimiento la población se vería obligada a priorizar sus necesidades, y así dejar atrás otros servicios que no son de primera necesidad para las personas.

- **Factores externos**

Se detallara los factores que afectan a la demanda externamente.

- ✓ **Clima:** es un factor que puede afectar la demanda ya que puede ser impredecible, considerando que puede afectar a los paseos, el ingreso de turistas al país, y dependiendo de la temporada los turistas pueden preferir no salir de visita.

- ✓ **Accesos viales:** Es uno de los factores primordiales que afectan el desarrollo vial, es una relación directa si las carreteras están en buen estado permite que el turista visite, si la carreteras pueden encontrarse en mal estado no permiten el ingreso al lugar de destino, considerando también que los turistas necesiten utilizar otros medios como motos, caballos, etc., para llegar al lugar esperado.
- ✓ **Comunicación:** Es uno de los factores que no necesita mucha atención ya que si es una convivencia con la naturaleza, este factor no tiene mucha importancia a menos que los guías turísticos tomen medidas de precaución en caso de algún accidente o situación de fuerza mayor. Además se debe considerar que por la distancia que se encuentre los medios de comunicación como los celulares no tengan apertura de señal.
- ✓ **Transporte:** Es uno de los factores que necesitan los turistas para llegar a la Parroquia de Alóag tomando en cuenta que deben conocer la ubicación del sitio.

- **La calidad del servicio**

Es uno de los factores que más afecta a la demanda por lo que el turista buscan calidad y no cantidad, satisfacer al cliente, de esta manera el regresará y poder recomendar. La calidad que se le brinde al turista, debe ser la necesaria, para que el turista se sienta satisfecho y gustoso de contratar los servicios que se ofrece.

- **Preferencias o gustos personales**

Esto se refiere a la decisión de cada persona, esto se debe a que la gente está en su derecho de elegir lo que quiere consumir o las actividades que quiere realizar. Debido a que los bienes no son de buen gusto para los consumidores.

2.7.3 Comportamiento histórico de la demanda

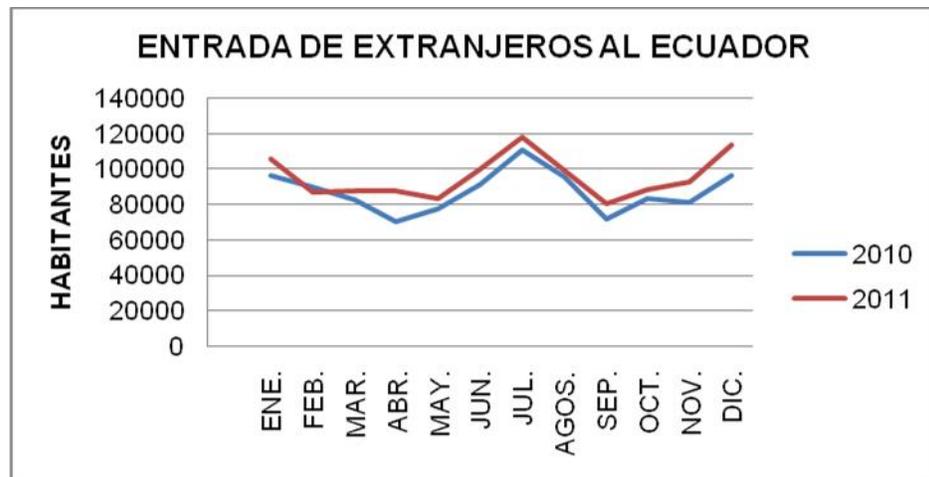
Se toma como punto de partida para el estudio de factibilidad de una Entidad de Economía Popular y Solidaria para potenciar el turismo en la Parroquia de Alóag, la información tomada del tamaño histórico del mercado (demanda histórica y actual), considerando como el número de turistas ajustados al segmento de mercado del proyecto que han visitado al Ecuador en los últimos cinco años, como se puede observar en la Tabla N° 2.20 y el Gráfico N° 2.16 y la población de Ecuador del 2007 - 2011 como se puede observar en la Tabla N° 2.21 y la Tabla N° 2.22. (Véase anexo 2)

Tabla 2.31 Entradas de extranjeros al Ecuador

LLEGADA DE LOS EXTRANJEROS (DATOS PROVINCIALES PARA LOS AÑOS 2007 - 2011)						
MESES/ AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	VARIACIÓN (%)
ENERO	84.070	92.378	86.544	96.092	105.541	9,83
FEBRERO	69.534	74.174	72.742	89.912	86.424	-3,88
MARZO	74.929	77.946	72.226	82.421	87.486	6,15
ABRIL	67.788	67.557	72.910	70.538	87.509	24,06
MAYO	68.583	74.667	70.277	77.619	82.811	6,69
JUNIO	85.769	89.262	89.889	91.588	99.944	9,12
JULIO	101.088	109.250	102.571	110.543	117.997	6,74
AGOSTO	91.309	96.336	87.221	95.207	98.987	3,97
SEPTIEMBRE	64.966	73.757	68.124	71.757	80.083	11,60
OCTUBRE	72.365	79.814	77.960	83.681	88.338	5,57
NOVIEMBRE	73.273	83.458	76.965	81.252	92.566	13,92
DICIEMBRE	83.813	86.698	91.070	96.358	113.292	17,57
TOTAL	937.487	1.005.297	968.499	1.046.968	1.140.978	8,98

Fuente: Encuestas, Ministerio de Turismo- INEC/ Estadísticas
Elaborado por: Autora

Gráfico 2.22 Entradas de extranjeros al Ecuador



Fuente: Encuestas, Ministerio de Turismo- INEC/ Estadísticas
Elaborado por: Autora

Tabla 2.32 Turistas Extranjeros – Turismo Comunitario

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Turistas Extranjeros	937.487	1.005.297	968.499	1.046.968	1.140.978	1.049.493
Turismo Comunitario	2,54%	2,54%	2,54%	2,54%	2,54%	2,54%
TOTAL	23.812,17	25.534,54	24.599,87	26.592,98	28.980,84	26.657,12
Fuente: Investigación Propia Elaborado por: Autora						

Tabla 2.33 Turistas Internos – Turismo Comunitario

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Población	13.755.680	13.927.650	14.306.876	14.483.499	14.666.055	15.223.680
Turismo Pichincha	8,08%	8,08%	8,08%	8,08%	8,08%	8,08%
TOTAL	1.111.458,94	1.125.354,12	1.155.995,58	1.170.266,72	1.185.017,24	1.230.073,34
Fuente: Investigación Propia Elaborado por: Autora						

Las empresas existentes que ofrecen los mismos servicios con la diferencia que buscan ganancias o fines de lucro, caso contrario, en la creación de una entidad de economía popular y solidaria el objetivo es satisfacer las necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno en mejorar recursos económicos y proteger su territorio.

La demanda histórica del servicio se calculará con los datos de la población total del Ecuador en los últimos cinco años, como también de las cifras obtenidas de los resultados de las encuestas como se aprecia en la Tabla N° 2.10 y el Grafico N° 2.6, lo cual permite establecer el porcentaje de

encuestados que conocen todos los atractivos turísticos que posee la Parroquia de Alóag que es 25,44%.

La Tabla N° 2.23, presenta el detalle del comportamiento histórico de la demanda con respecto a los turistas en el Ecuador para la Creación de un Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag, en el periodo 2007 – 2011⁸.

Tabla 2.34 Comportamiento Histórico de la demanda

VARIABLES	2007	2008	2009	2010	2011
Número de turistas Extranjeros	23.812	25.535	24.600	26.593	28.981
Número de turistas Internos	1.111.459	1.125.354	1.155.996	1.170.267	1.185.017
Total Turistas Extranjeros – Internos	1.135.271	1.150.889	1.180.595	1.196.860	1.213.998
Porcentaje de Turistas que visitan Alóag (0,46%)	5.222	5.294	5.431	5.506	5.584
Porcentaje de encuestados que conocen de los atractivos turísticos de Alóag (25,44%)	25,44%	25,44%	25,44%	25,44%	25,44%
DEMANDA HISTÓRICA	1.329	1.347	1.382	1.401	1.421
Fuente: Encuestas, Ministerio de Turismo- INEC/ Estadísticas Elaborado por: Autora					

⁸ Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

2.7.4 Demanda actual del servicio

En la actualidad, el mercado se encuentra exigente ya que las personas buscan servicios y productos de mejor calidad, es por eso que el mercado promueve la competitividad con otras empresas que se dedican al mismo sector empresarial con la diferencia que no importa el tamaño de la entidad, pero busca un fin común que es brindar u ofrecer mejores productos o servicios a las personas que requieren el servicio que se ofrece.

Para la determinación de la demanda actual del servicio se determinará por los resultados obtenidos de las encuestas realizadas para el centro de turismo comunitario, el mismo se presenta a continuación.

Tabla 2.35 Demanda Actual del Servicio

VARIABLES	2012
Número de turistas Extranjeros	26.657
Número de turistas Internos	1.230.073
Total Turistas Extranjeros – Internos	1.256.730
Porcentaje de Turistas que visitan Alóag (0,46%)	5.781
Porcentaje de encuestados que conocen de los atractivos turísticos de Alóag (25,44%)	25,44%
TOTAL DEMANDA DE TURISTAS	1.471
Fuente: Encuestas, Ministerio de Turismo- INEC/ Estadísticas Elaborado por: Autora	

De acuerdo a los cálculos realizados se estima que la demanda actual del servicio para el año 2012, existe una demanda actual anual de 3.971 turistas que visitarán los centros turísticos que existen en las diferentes partes del país.

2.7.5 Proyección de la demanda

Para determinar el comportamiento de la demanda en los siguientes años se toma información del comportamiento histórico del mercado y el actual (demanda histórica y actual), considerando el total de turistas extranjeros e internos desde el 2007 – 2012, los mismos que proporcionaran información con respecto al segmento de mercado del proyecto.

Se tomará en cuenta los métodos estadísticos utilizando el programa Excel para la respectiva proyección, los mismos que son: regresión lineal, regresión logarítmica, regresión polinómica, regresión potencial y regresión exponencial. Los resultados se reflejan a continuación en las Tabla N° 2.25 y la Tabla N° 2.26:

Tabla 2.36 Turistas extranjeros y nacionales en el Ecuador

AÑOS	TURISTAS QUE VIAJAN A LA PARROQUIA DE ALÓAG
2007	5.222
2008	5.294
2009	5.431
2010	5.506
2011	5.584
2012	5.781
Fuente: Encuestas, Ministerio de Turismo- INEC/ Estadísticas	
Elaborado por: Autora	

Tabla 2.37 Métodos de Proyección de la demanda

MÉTODOS	VALOR DE R^2
Regresión exponencial	0,8529
Regresión lineal	0,8704
Regresión Logarítmica	0,9636
Regresión Polinómica	0,932
Regresión Potencial	0,9592
Fuente: Investigación Propia – Demanda Histórica y actual	
Elaborado por: Autora	

En todos los cálculos realizados y los métodos aplicados, el más conveniente es el método de regresión polinómica ya que arroja una mejor correlación en la proyección de los datos con un R^2 de 0,9636, eso quiere decir que el 96,36% de las variaciones que se realicen dependen de las variación de la publicidad que se haga mientras que el 3,64% restante variara en funciones de otras variables como son los ingresos, precios, gustos y preferencias,

expectativas del consumidor hacia el futuro⁹, como se observa en la Tabla N° 2.27.

La ecuación de regresión polinómica es:

$$y = 285,91\ln(x) + 5156,2$$

Tabla 2.38 Proyección Polinómica de la Demanda

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA DE TURISTAS
2007	5.222
2008	5.294
2009	5.431
2010	5.506
2011	5.584
2012	5.781
2013	6.327
2014	6.399
2015	6.463
2016	6.519
2017	6.571
2018	6.618
2019	6.661
2020	6.700

Fuente: Investigación Propia – Demanda Histórica y actual
Elaborado por: Autora

⁹ Por cada dólar que genera la economía, 10 centavos corresponden al turismo. Un incremento de un dólar en la demanda turística genera el crecimiento de la producción (PIB en 2,75 dólares, lo cual es un indicador significativamente positivo hacia las otras ramas económicas).

Gráfico 2.23 Proyección Polinómica de la Demanda



Fuente: Proyección Polinómica de la demanda
Elaborado por: Autora

2.8 Análisis de la oferta

El propósito del análisis de la oferta es definir las cantidades y condiciones en las cuales se encuentra el mercado en lo referente a los servicios que se ofrecerá en el centro de turismo comunitario.

La oferta al igual que la demanda requiere un análisis procedente con el fin de estudiar el entorno económico y cuáles son los factores que afectan al mismo y como ayudará al desarrollo del proyecto.

2.8.1 Clasificación de la oferta

Para efectos del análisis, existen diferentes tipos de oferta como los siguientes:

✓ **Oferta competitiva o de mercado libre**

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.

✓ **Oferta Oligopólica**

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad.

✓ **Oferta monopólica**

Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad.

Gráfico 2.24 Clasificación de la oferta del servicio

**CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO
PARA EL ANÁLISIS DEL PROYECTO**



Fuente: Investigación- Oferta de servicio

Elaborado por: Autora

Para el presente estudio corresponde a la oferta competitiva o de mercado libre ya que en la Parroquia de Alóag, de la investigación en campo realizada, no encontramos competencia o no existen empresas que se dediquen a las mismas actividades que ofrezcan similitud en servicios. En la Parroquia encontramos otro tipo de empresas como restaurantes y sus actividades son con fines de lucro, considerando que la ubicación de la Parroquia se encuentra en la vía Alóag – Santo Domingo.

El turismo interno en cuanto a preferencias de actividad de turistas se observa en la siguiente Tabla N°2.28:

Tabla 2.39 Preferencias de actividad de Turistas Nacionales

ACTIVIDAD DE TURISTAS NACIONALES	TOTAL DE VISITANTES	PORCENTAJE %
Diversión	1214990	45,6
Visitar Naturaleza o áreas protegidas	695169	26,1
practicar deportes	326317	12,2
Gastronomía	170882	6,4

Fuente: Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador – Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado por: Autora

2.8.2 Factores que afectan a la oferta

1) Tecnología

En los tiempos actuales juega un papel decisivo es la tecnología, es uno de los factores que afecta a la oferta por su proceso evolutivo, de modo que los nuevos implementos en los procesos en los servicios.

Gráfico 2.25 Proceso Tecnológico



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autora

2) Los competidores en el mercado

Es otro de los factores que afectan a la oferta, es la gran cantidad de entidades que se dedican a la misma actividad o a similares servicios.

3) La ubicación de los participantes del mercado

Es otro de los factores que afecta a la oferta ya que se encuentran en zonas específicas y de gran conocimiento y facilidad para los turistas.

4) Canales de distribución

Otro factor que afecta a la demanda, ya que existen empresas turísticas que se encuentran en centros comerciales o puntos estratégicos de la ciudad lo cual facilita su venta y su ubicación.

2.8.3 Oferta actual

La Parroquia de Alóag no posee centros similares al proyecto presentado, excepto por algunas haciendas cercanas que ofrecen diferentes servicios turísticos considerando que son con fines de lucro, pero podemos tomar como oferta actual al Centro de Turismo Comunitario más cercano como se detalla en la tabla N° 1.1 el cual es la Reserva Yunguilla ubicada en la Parroquia de Calacalí ubicada cerca del la Mitad del Mundo cuyo centro está rodeados de hermosos paisajes y diferentes características y servicios.

Tabla 2.40 Oferta actual del servicio

YUNGUILLA	PERSONAS
Capacidad diaria de Alojamiento	4
Capacidad Semanal del Alojamiento	28
Capacidad Anual de Alojamiento	1.460
Fuente: Federación Plurinacional de turismo Comunitario Ecuador (FEPTCE) Elaborado por: Autora	

De acuerdo con la Tabla N° 2.29, la oferta actual del servicio es de 1.460 personas que tienen capacidad de alojamiento en el año 2012 en el Centro de Turismo Comunitario Yunguilla ubicado en Calacalí.

2.8.4 Proyección de la oferta

Para determinar la proyección de la oferta se toma en cuenta la Tasa de Crecimiento de los servicios de Alojamiento que fueron arrojados en el último Censo realizado en el 2010 y según el Instituto de Estadísticas y Censos es de 0,47%, con los cual se tendrá lo siguiente:

Tabla 2.41 Capacidad de Alojamiento – personas

AÑOS	OFERTA PROYECTADA DEL SERVICIO
2013	1467
2014	1474
2015	1481
2016	1488
2017	1495
2018	1502
2019	1509
2020	1516

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)
Elaborado por: Autora

2.8.5 Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha del proyecto es considerada como la cantidad de bienes o servicio al cual las personas no han podido hacer uso de ellas o por diversas circunstancias no ha sido posible satisfacerlas y busca la manera de cubrir la demanda insatisfecha de diferentes maneras.

Sin embargo, la demanda satisfecha determinara la diferencia entra la demanda y la oferta, a través de un análisis comparativo entre las dos variables, como se observa en la Tabla N° 2.31.

Tabla 2.42 Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	6.327	1.467	4.860
2014	6.399	1.474	4.925
2015	6.463	1.481	4.982
2016	6.519	1488	5.031
2017	6.571	1495	5.076
2018	6.618	1502	5.116
2019	6.661	1509	5.152
2020	6.700	1516	5.184

Fuente: Proyección de la Demanda Tabla N° 2.25 - Proyección de Oferta Tabla N° 2.29
Elaborado por: Autora

2.9 Análisis de precios

La determinación de los precios comerciales del producto es el factor más indispensable e importante ya que servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en un futuro.

Además, servirá como base de comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se podrá ofrecer el servicio o producto de estudio, tomando en cuenta todos los intermediarios en la comercialización del mismo.

2.9.1 Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Existen algunos factores que influyen en el proyecto al momento de establecer precios, el cual se va a implementar referente a los servicios que se oferta en el Centro de Turismo Comunitario como se detalla algunos a continuación:

- **Los costos de brindar el servicio.**- el objetivo de crear el centro de turismo comunitario, es obtener recursos en base a los servicios y paquetes turísticos que se ofrecerá para beneficios económicos de la Parroquia de Alóag, así también para adquirir nuevos implementos para el mejoramiento de la infraestructura, además de la compra de muebles, pago de sueldos, entre otros gastos.
- **Objetivos de la empresa.**- la creación del Centro de Turismo Comunitario se pretende ofrecer servicios y actividades turísticas a precios cómodos y accesibles para los turistas, además de determinar la factibilidad que tendrá el centro de turismo en la parroquia.
- **Elasticidad de la demanda.**- permite conocer el grado de sensibilidad de la venta de los servicios que ofrecerá además de tomar en cuenta los distintos factores internos como: necesidades que posee el cliente, el precio, la existencia de lugares sustitutos, y el tiempo en el que actúan sobre el centro de turismo comunitario.

2.9.2 Precios históricos y actuales

La fijación de los precios es utilizada para cumplir los objetivos específicos que tiene el presente proyecto:

- ✓ Ganar posicionamiento en el mercado
- ✓ Obtener beneficios financieros para la comunidad
- ✓ Influir sobre la competencia
- ✓ Estimular a la demanda

En el Centro de Turismo Comunitario para determinar los precios vigentes en el mercado y cuánto están dispuestos a pagar los clientes (turistas nacionales e internacionales), se toma como base para el estudio a la oferta el Reserva Yunguilla que se encuentra en la misma provincia de Pichincha donde se requiere realizar el proyecto como es la Parroquia de Alóag, en la Tabla N° 2.32 presenta un cuadro de similar características y los precios que ofertan a los turistas. (Reserva Yunguilla)

Tabla 2.43 Análisis de precios - Reserva Yunguilla

SERVICIOS	DURACIÓN	PRECIOS US\$/persona	GRUPO personas
Paquete Yunguilla – Santa Lucia	3 días, 2 noches	155	5
Paquete Educativa Ambiental	1 día	15	5
Paquete cultural Yunguilla	3 días, 2 noches	120	5
Paquete convivencia en la comunidad	2 días, 1 noche	60	5
Paquete Observación de aves	2 días, 1 noche	100	5
Paquete Caminata por los senderos	1 día	40	5
Fuente: Investigación Reserva Yunguilla Elaborado por: Autora			

2.10 Comercialización

Su principal función es encontrar los canales de distribución que sean los más adecuados para realizar la venta de los servicios que ofrecerá el centro de turismo comunitario, y es por eso que se establece algunos parámetros relacionados con la comercialización como son los siguientes:

- ✓ Utilizar los servicios de las operadoras de Turismo
- ✓ Utilizar la publicidad por medio del internet
- ✓ Apoyarse con el Ministerio de Turismo y la marca País
- ✓ Comercializar paquetes turísticos dirigidos a cualquier turista.

2.10.1 Estrategia de precios

Esta estrategia es muy importante ya que el servicio que ofrecerá el centro de turismo comunitario, se establecerá en base a los precios que permanecerán a lo largo del ciclo de los servicios y así cumplir con los objetivos que se persigue, considerando que sea de alcance para los turistas.

En el proyecto, el precio del servicio se determina de acuerdo a las necesidades que tiene el turista considerando también el tipo de paquete turístico que requiere.

Gráfico 2.26 Paquete turístico A

**CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “ALÓAG”
PROTEGER EL TERRITORIO Y MANTENER UN AMBIENTE SANO**

<p>PAQUETE A</p>  <p>Conozca la naturaleza, y la belleza de paisajes desde el Volcán corazón y experimente nuevas experiencias.</p> <p>Duración 1 día</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bienvenida al grupo de visitantes• Conocer la biodiversidad• Caminata guiada por la zona y hacia el corazón• Visita a la comunidad de Alóag .• Almuerzo en el restaurante con productos típicos de la zona• Cabalgatas por la zona• Alquiler de Bicicletas <p>INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none">• Guía turístico• Refrigerio y bebida <p>NO INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none">• Transporte• Almuerzo• Ningún otro servicio que no conste en el paquete
---	--

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

Gráfico 2.27 Paquete Turístico B

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “ALÓAG” PROTEGER EL TERRITORIO Y MANTENER UN AMBIENTE SANO

<p style="text-align: center;">PAQUETE B</p>  <p>Conozca todas las áreas turísticas, disfrute de las comidas típicas, las artesanías y productos que ofrecen los habitantes de Alóag.</p> <p style="text-align: center;">Duración 3 días, 2 noches</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida al grupo de visitantes • Conocer la áreas turísticas de Alóag • Caminata, cabalgatas, ciclismo guiada por la zona. • Visita a la comunidad de Alóag . • Almuerzo en el restaurante con productos típicos de la zona <p>INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentación • Guía turístico <p>NO INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ningún otro servicio que no conste en el paquete. • Bebidas alcohólicas
--	---

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

Gráfico 2.283 Paquete Turístico c

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “ALÓAG” PROTEGER EL TERRITORIO Y MANTENER UN AMBIENTE SANO

<p style="text-align: center;">PAQUETE C</p>  <p>Conozca la biodiversidad de Alóag, y toda la belleza natural que posee</p> <p style="text-align: center;">Duración 3 días, 2 noches</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida al grupo de visitantes • Conocer la áreas turísticas de Alóag • Caminata, cabalgatas, ciclismo guiada por la zona. • Visita a la comunidad de Alóag . • almuerzo en el restaurante con productos típicos de la zona <p>INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Guía turístico • Coctel de bienvenida <p>NO INCLUYE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ningún otro servicio que no conste en el paquete. • Transporte • Bebidas alcohólicas <p>PRECIO:</p> <p>US\$ 300 por persona (grupo mínimo 5 personas)</p>
--	---

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

2.10.2 Estrategia de promoción

La estrategia de promoción consistirá en dar a conocer los servicios que se ofrece mediante la utilización de medios tecnológicos, además de la publicidad y medios que están al alcance de los turistas para así motivar la compra de paquetes turísticos y así dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia.

Algunas estrategias de promoción que se aplicara para los futuros clientes son los siguientes:

1. Descuentos en los paquetes turísticos
2. Ofrecer descuentos por cantidad de personas
3. Crear actividades o eventos grupales.
4. Entregar una gorra y un llavero al visitante.

Para dar a conocer nuestros servicios se utilizara:

- ✓ Pagina WEB: www.centroturisticocomuntarioaloag.com
- ✓ Rótulos.
- ✓ Gigantográficas, y calendarios publicitarios.
- ✓ Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- ✓ Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos.

Gráfico 2.294 estrategias de Promoción

		
<p>PAGINA WEB</p> <p>Este medio es uno de los mas importantes ya que de esta manera pueden los extranjeros conocer los lugares turisticos y así visitar la belleza natural de nuestro país.</p>	<p>GIGANTOGRAFIAS</p> <p>Serán colocados en las calles de la ciudad para atraer turistas ya que por medio esta también se da a conocer Alóag .</p>	<p>CALENDARIOS PUBLICITARIOS</p> <p>Por este medio podrán conocer la belleza que tiene Alóag y todos los lugares turisticos que posee la parroquia.</p>

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

Gráfico 2.30 Página Web

Gráfico 2.315 Página Web



Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

2.10.3 Estrategia de Producto Servicio

El Centro de Turismo Comunitario que se dedica a ofrecer paquetes turísticos para dar a conocer todos los atractivos turísticos y ofrecer comodidad para los turistas, además de dar a conocer la cultura, las tradiciones, el hospedaje para así mejorar la economía, el nivel de vida de las personas a través de las ventas de artesanías, comidas típicas, productos elaborados por los habitantes de la parroquia, entre otros productos, que se pueda ofrecer a los turistas.

2.10.4 Estrategia de Plaza

La estrategia de Plaza que tiene la Parroquia de Alóag es que posee un parque como zona turística y se puede hacer uso como punto de venta en donde ofrecerán o venderán los productos que se fabrican los habitantes.

De acuerdo al estudio realizado el Centro de Turismo Comunitario se ubicara en un lugar estratégico como la zona centro de la Parroquia de Alóag tomado como uno de los sectores de mayor poder adquisitivo, en donde los turistas lo puedan localizar para hacer uso de sus servicios.

Algunas estrategias que se puede aplicar relacionadas a la plaza son:

- Ofrecer nuestros servicios vía Internet, llamadas, envío de correos.
- Ubicar nuestros servicios solamente en los puntos de venta y específicamente a través del internet podrá ver los paquetes turísticos que se ofrece (estrategia de distribución selectiva).

2.10.5 Estrategia de Distribución

En cuanto al Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag, será el canal directo para distribuir sus servicios a través de sus canales de venta y publicidad realizada, los servicios serán de calidad por lo tanto los ingresos serán buenos caso contrario disminuirá los ingresos, considerando que a futuro se implementara nuevos mecanismos para mejorar el servicio e implementar nuevas estrategias de distribución del servicio.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

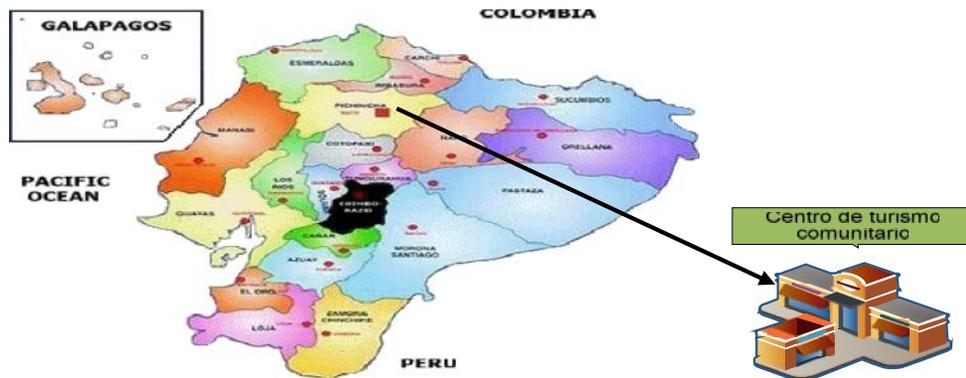
Es el encargado de presentar los aspectos técnicos operativos y recursos humanos en la formulación de variables que incidan en la factibilidad que requiere el Centro de Turismo Comunitario; además, la determinación eficiente de los recursos socioeconómicos.

3.1 Localización del proyecto

La ubicación del proyecto es un aspecto estratégico para identificar el desarrollo de la viabilidad del éxito del Centro de Turismo Comunitario. Se analizará diferentes factores que son indispensables para determinar el lugar específico que facilite a los turistas.

3.1.1 Macro – localización

Gráfico 3.32 Mapa de Ecuador – Provincia de Pichincha

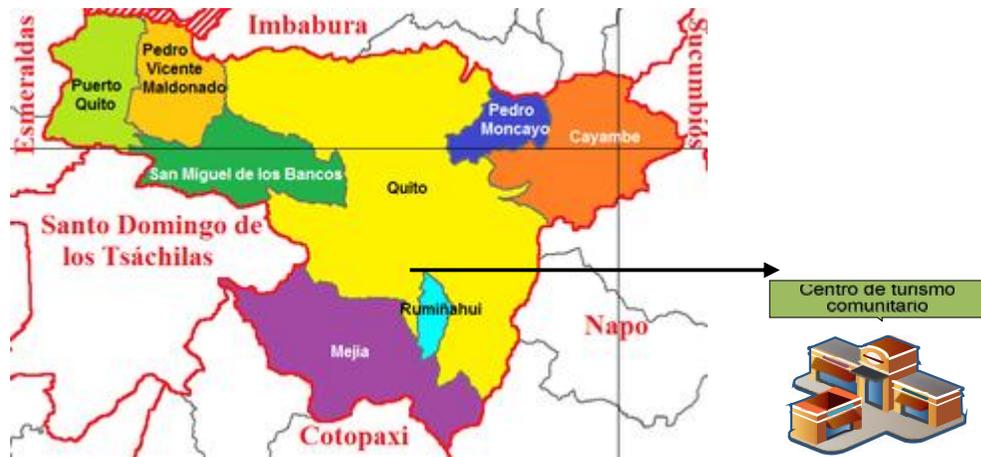


Fuente: Mapa del Ecuador
Elaborado por: Autora

Ecuador, se encuentra situado en la región noroccidental de América del Sur y políticamente se encuentra limitada al Norte por Colombia, al Sur y al Este con Perú, y al Oeste con el Océano Pacífico. Su división territorial consta de cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, lo que hace del país un sitio de gran interés por la diversidad natural y cultural que posee. El proyecto se desarrollara en la Parroquia de Alóag para ello se toma la situación geográfica de la Provincia de Pichincha en Ecuador¹⁰.

¹⁰ http://es.getamap.net/mapas/ecuador/pichincha/_alোগ/

Gráfico 3.33 Provincia de Pichincha



Fuente: Ecuador
Elaborado por: Autora

La característica principal de la zona donde se desarrollará el proyecto, es la ubicación es uno de los puntos principales de conexión entre la costa y la sierra, tomando en consideración los ejes viales del país y de la zona ya que la carretera Alóag – Santo Domingo es muy conocida y es lo que proporcionará la atracción a los turistas para la visita de las áreas turísticas en la parroquia de Alóag.

3.1.1.1 Factores determinantes de la ubicación

- ✓ Ecuador es uno de los países que propicia el desarrollo turístico tomando en cuenta que posee diferentes culturas, historias, flora, fauna, y climas peculiares para los turistas tanto extranjeros como nacionales.

- ✓ Alóag se encuentra en uno de los puntos principales del Ecuador que conecta con la costa y la sierra, es decir que favorece a los habitantes de la parroquia en si para promocionar sus lugares turísticos y atraer turistas de distintas partes del país y del mundo.
- ✓ La temperatura es uno de los factores que permite abrir campo a los habitantes de la parroquia a producir diferentes frutos novedosos para los turistas como las comidas típicas.
- ✓ Alóag, es uno de los sitios más privilegiados, por poseer leyendas que impactan a los turistas, además de los paisajes que se puede observar desde los distintos lugares turísticos en la misma.
- ✓ Ecuador es uno de los países que más riqueza natural posee y la prioridad de los habitantes es conservar el territorio que posee.

3.2 Micro – Localización

El estudio del proyecto se basa en determinar la mejor alternativa para la ubicación del Centro de Turismo Comunitario, se considera para ello el sector específico previamente establecido como ya se especifico en la Macro – localización luego de haber establecido varios puntos de vista.

Para establecer la Micro – localización, se define algunos puntos de ubicación en donde serian factible y de facilidad para llegar a los turistas a Alóag como son: en el centro o a los alrededores de la misma, por lo que el

estudio de los siguientes criterios serán analizados para establecer la alternativa más adecuada.

3.2.1 Medios y costo de Transporte

El transporte y los costos son variables que permiten al turista llegar con facilidad y sin ningún contratiempo, las facilidades que posee Alóag es la ubicada en un punto estratégico, es un sitio que atraviesa la vía principal y los vehículos circulan como los interprovinciales que van a Santo Domingo, al Sur de la Sierra, es por eso que las calles no son problema para el acceso a la parroquia y conocer los lugares turísticos.

En este caso, se considera que el transporte y los costos para llegar a Alóag son cómodos ya que hay transporte desde Quito – Alóag, este factor para el Centro de Turismo Comunitario es accesible para que las familias visiten a costos de traslado bajo, por lo que se otorga una ponderación del 20%.

3.2.2 Disponibilidad y Costo de Mano de Obra

Es uno de los puntos relevante ya que se requerirá de mano de obra en este caso los habitantes de la Parroquia de Alóag para contribuir con la generación de plazas de empleo y mejoramiento de la economía, se considera una ponderación del 15%.

3.2.3 Cercanía de la Fuentes de Abastecimiento

Las fuentes de abastecimiento de insumos, vegetales, entre otros, para la alimentación de los turistas no es un problema para el Centro de Turismo Comunitario, ya que en la misma parroquia pueden ser sus proveedores, poseen extensos sembríos con variedad de productos que son de primera necesidad y ayudaría a los habitantes para mejorar su economía, por tal motivo se tomara una ponderación de 10%.

3.2.4 Cercanía al mercado

El mercado del proyecto son los turistas internacionales y nacionales de diferentes partes del país y del mundo, la cercanía y la facilidad con la que pueden llegar al centro de turismo comunitario y hacer uso de sus servicios, es por eso que se pondera con un 15%.

3.2.5 Disponibilidad de Servicios Básicos

El Centro de Turismo Comunitario contara con todos los servicios básicos que son: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, servicio telefónico disponible a toda hora, Internet. Es por eso que se pondera con un 10%.

3.2.6 Disponibilidad de Terreno y posibilidades de ampliación.

El estudio de la naturaleza del proyecto es muy indispensable ya que se necesita contar con un terreno para realizar la respectiva construcción de las instalaciones del Centro de Turismo Comunitario y es considerable que tenga una amplia extensión para lo que se requiere y que a futuro permita la expansión del mismo. Además se debe considerar los respectivos estudios topográficos que se necesita para realizar la construcción, es por eso que se pondera con 30%.

3.2.7 Matriz de Localización

Para la elaboración de la respectiva matriz, se utiliza el método cualitativo por puntos, el cual permite definir los principales factores de ubicación del centro de turismo comunitario, así asignando valores ponderados de peso relativo dependiendo de la importancia que tiene. Por lo tanto, se asigna una calificación en una escala de 1 a 5 en donde:

- ✓ 5= Muy bueno
- ✓ 4=Bueno
- ✓ 3=Regular
- ✓ 2=Malo
- ✓ 1=Muy malo

Tabla 3.44 Matriz Locacional

FACTORES DETERMINANTES	PONDERACIÓN	CENTRO ALÓAG		ALREDEDORES ALÓAG	
Medios y costos de transporte	0.20	5	1.00	4	0.8
Disponibilidad y costo de mano de obra	0.15	3	0.45	4	0.6
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0.10	4	0.4	4	0.4
Cercanía del mercado	0.15	4	0.6	3	0.45
Disponibilidad de Servicios Básicos	0.10	4	0.4	4	0.4
Disponibilidad de Terreno y posibilidades de expansión	0.30	5	1.5	5	1.5
TOTAL	1.00		4.35		4.15
Fuente: Investigación					
Elaborado por: Autora					

3.2.7.1 Selección de la alternativa óptima

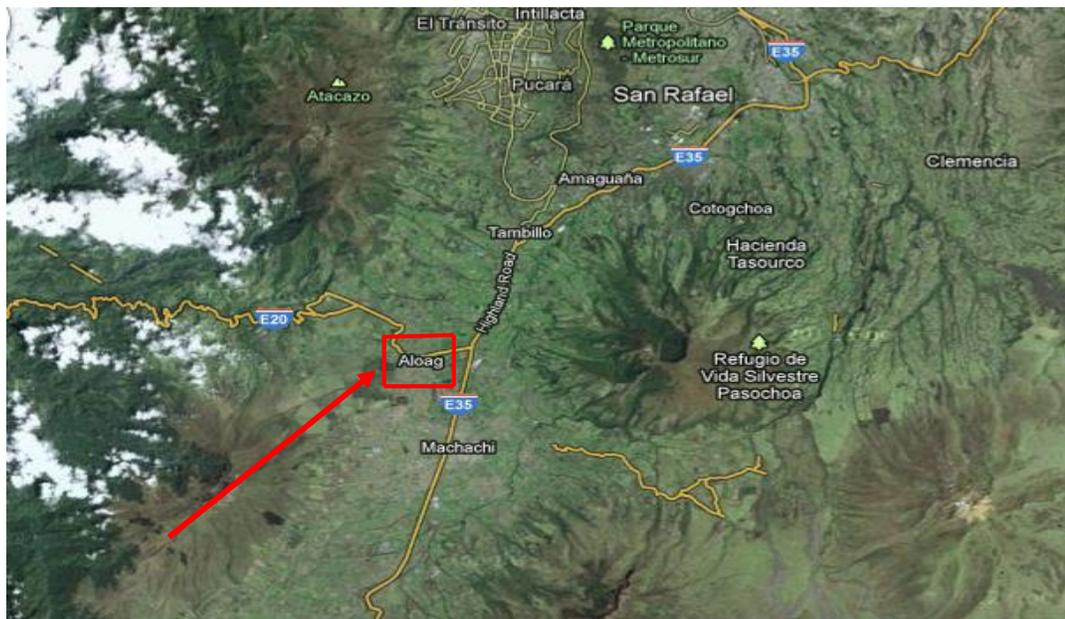
De acuerdo a la matriz de ponderación el lugar más óptimo para la ubicación del Centro de Turismo Comunitario en la Parroquia de Alóag de acuerdo a los factores determinantes establecidos, el lugar más adecuado que posee ventajas es el centro de Alóag.

3.2.8 Plano de la Micro – Localización

Gráfico 3.34 Ubicación de la Parroquia de Alóag



Gráfico 3.35 Ubicación satelital de la Parroquia de Alóag



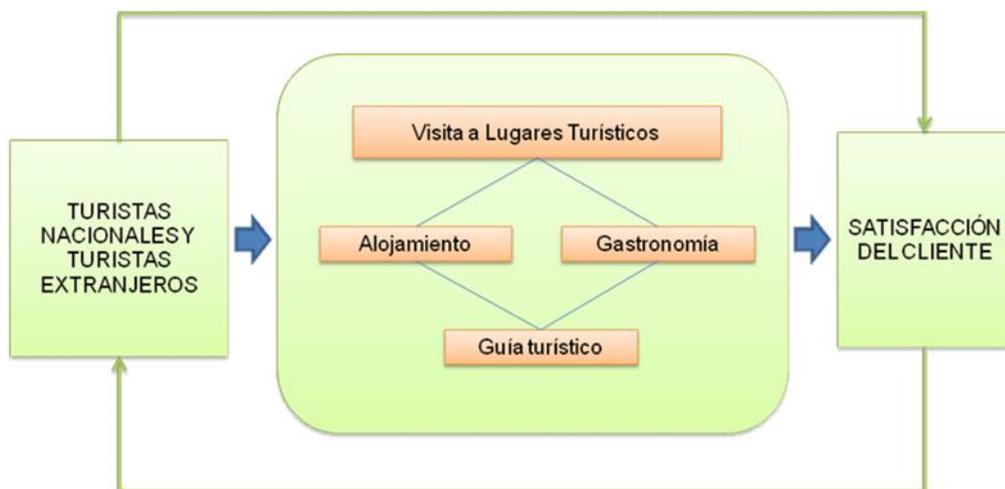
Fuente: Google Satelital
Elaborado por: Autora

3.3 Ingeniería del proyecto

3.3.1 Proceso de Prestación del servicio

Los servicios que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario siguen un proceso adecuado para atraer clientes como se observa en el grafico N° 3.5.

Gráfico 3.36 Proceso del Centro de Turismo Comunitario



FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Autora

ENTRADAS (INPUTS)

El Centro de Turismo Comunitario se requiere de los proveedores y los clientes, ya que son los inputs principales para que el proceso se cumpla, tomando en cuenta que los turistas nacionales y extranjeros son los esenciales en el negocio.

Estas entradas ingresaran por medio de publicidad ya sea por las operadoras de turismo, o agencias de viajes los mismos que conforman como los proveedores principales de los clientes, considerando que los paquetes turísticos que ofrecerá también ayudarán a generalizar en el exterior a los turistas extranjeros de los distintos países en el mundo.

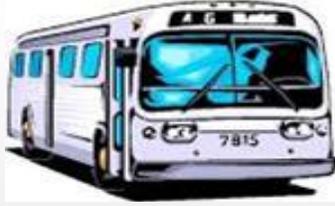
PROCESO

Cada uno de los servicios sigue un distinto proceso por el cual se define responsables para cada uno de ellos.

SALIDAS (OUTPUTS)

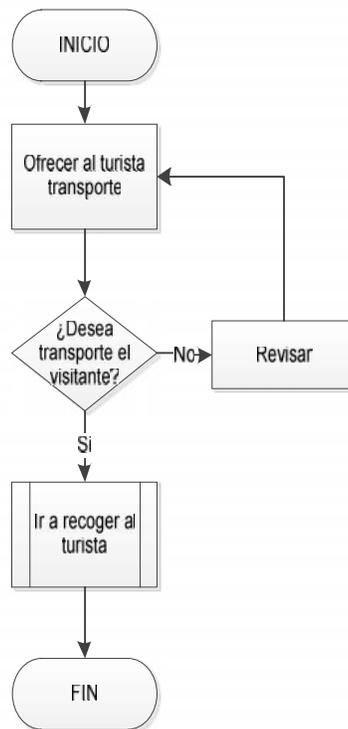
La salida del proceso presentado es la satisfacción de los clientes, es decir que la prestación de los servicios será de calidad para que así se pueda circular y pueda atraer a gran cantidad de turistas que visiten el centro de turismo comunitario y así ganar la fidelidad de los turistas conservando la calidad en los servicios y actividades turísticas.

3.3.1.1 Diagramas de flujo de servicios ofertados



Consiste en ofrecer servicio de transporte a los turistas para recogerlos ya sea del aeropuerto o hacer recorrido por la zona.

SERVICIO DE TRANSPORTE



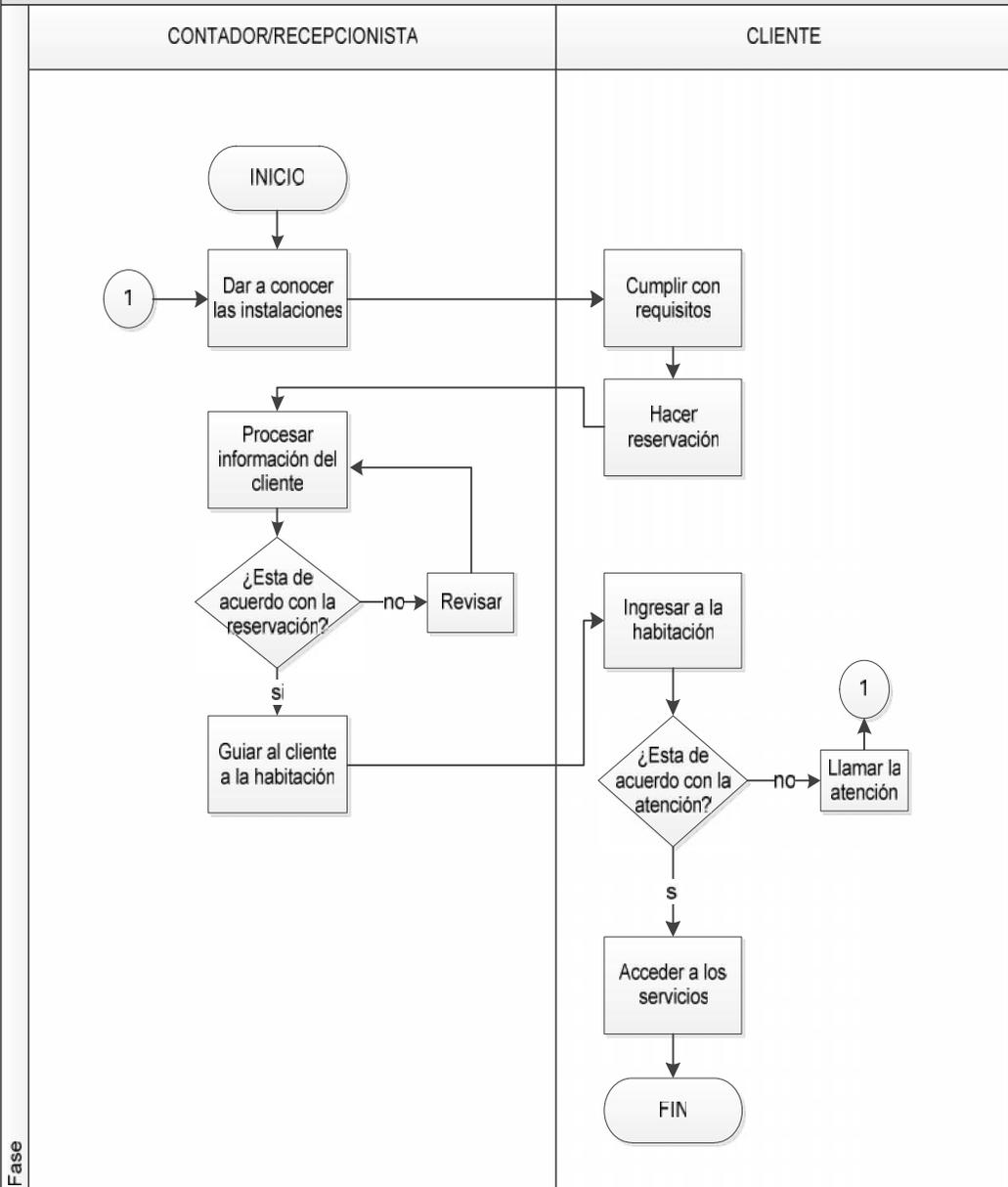
Fase



NUMERO DE PERSONAS: 4 A 6

DISPONIBILIDAD: 5 CABAÑAS

SERVICIO DE ALOJAMIENTO



Fase



CAPACIDAD: 20 PERSONAS

Consiste en ofrecer distintos menús para los turistas tanto nacionales como internacionales.

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

UNIÓN DE TURISTAS



Fase



SERVICIO:CAMINATAS

Consiste en pasear y conocer todos los senderos naturales que tiene la parroquia de Alóag.

ACTIVIDADES TURISTICAS

CAMINATAS POR LOS SENDEROS DE ALÓAG



Fase



SERVICIO:CICLISMO

Consiste en disponer a los visitantes bicicletas para que recorran la parroquia y conozcan sus calles.

ACTIVIDADES TURISTICAS

CICLISMO EN ALÓAG



Fase

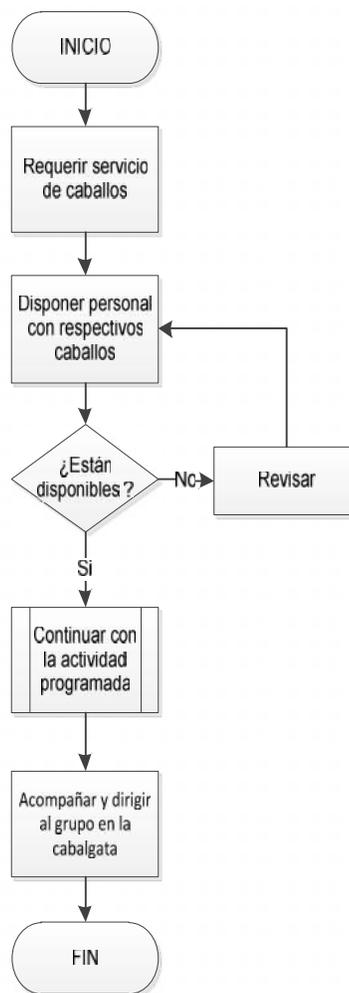


SERVICIO: CABALGATAS

Consiste en pasear en caballo y conocer todos los senderos naturales que tiene la parroquia de Alóg.

ACTIVIDADES TURISTICAS

Fase



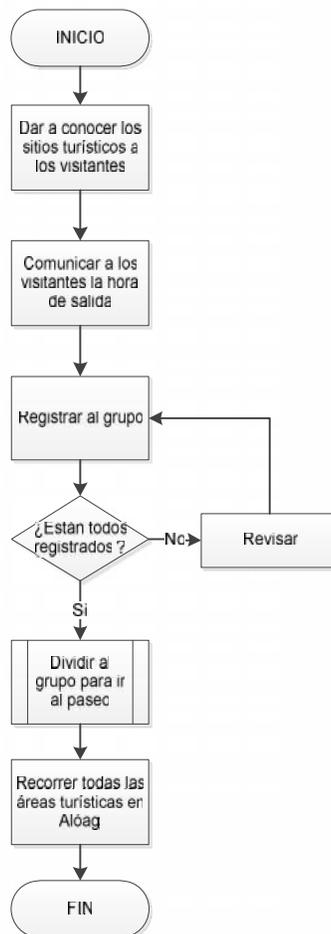


SERVICIO:ÁREAS TURISTICAS

Consiste en realizar un paseo por todas las áreas turísticas de la zona en Aíoag

ACTIVIDADES TURISTICAS

ÁREAS TURISTICAS



Fase

3.3.1.1.1 Disponibilidad de Recursos Financieros

La adquisición de recursos financieros es un principio fundamental ya que con la disponibilidad se puede poner en ejecución el proyecto; además, de contar con lo suficientes recursos que ayudaran a garantizar el financiamiento del mismo, se lo hará por distintos medios ya sea por donación, aportes de los socios y también con la ayuda del Municipio.

Sin embargo, el proyecto no necesita financiamiento por entidades financieras ya que por estipulación de la Ley de Economía Popular y Solidaria el Centro de Turismo Comunitario funcionaria solo por medio de la ayuda económica que proporcionen los habitantes de la parroquia de Alóag.

3.3.1.1.2 Disponibilidad de Recurso Humanos

Para el funcionamiento se necesitara la ayuda de personal adecuado para desempeñar las funciones dentro del centro de turismo comunitario y se detalla a continuación, como se observa en la Tabla N° 3.2 y Tabla N° 3.3:

Tabla 3.45 Requerimiento de Mano de Obra

CANTIDAD DE EMPLEADOS	CARGO
1	Administrador
1	Contadora/Recepcionista
1	Encargado de limpieza
1	Cocinero
1	Guía Turístico

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Tabla 46.3 Sueldos y Salarios

Requerimiento de Mano de Obra			
CARGO	UNIDAD DE MEDIDA	TIPO DE MANO DE OBRA	COSTO MENSUAL US\$
Administrador	Mes/Hombre	MOI	400,00
Contadora - Recepcionista	Mes/Hombre	MOD	318,00
Encargado de limpieza	Mes/Hombre	MOD	318,00
Cocinero	Mes/Hombre	MOD	318,00
Guía Turístico	Mes/Hombre	MOD	318,00
TOTAL			1.672,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

3.3.1.1.3 Disponibilidad de Muebles, Maquinaria y Equipo

Para ofrecer las instalaciones a los turistas se requiere de algunos implementos que son muy importantes, como se aprecia la Tabla N° 3.4, Tabla N° 3.5, Tabla N° 3.6:

Tabla 3.47 Equipo de Computación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
2	Computador	750,00	1.500,00
1	Impresora/Copiadora	95,00	95,00
		TOTAL	1.595,00
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

Tabla 3.48 Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
2	Estaciones de trabajo	200,00	400,00
2	Archivador	90,00	180,00
20	Sillas plásticas	20,00	800,00
5	Mesas grandes	30,00	300,00
4	Sillas ejecutivas	40,00	160,00
5	Calefacción	150,00	1.500,00
1	Sillón grande	60,00	600,00
2	Estaciones de trabajo	200,00	400,00
2	Archivador	90,00	180,00
		TOTAL	3.940,00
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

Tabla 3.49 Equipo de Cocina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
1	Cocina industrial	1.250,00	1.250,00
1	Refrigerador	1.200,00	1.200,00
1	Tostadora	50,00	50,00
1	Licuadaora	95,00	95,00
1	Batidora	70,00	70,00
1	Cafetera	95,00	95,00
5	Juegos de vajilla	100,00	500,00
1	Microondas	150,00	150,00
1	Menaje de cocina	1.800,00	1.800,00
TOTAL		4.810,00	5.210,00
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

Tabla 3.50 Muebles y Equipo para las Cabañas

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
10	Camas	250,00	2.500,00
10	Colchones	150,00	1.500,00
10	Veladores	40,00	400,00
10	Armarios	100,00	1.000,00
10	Alfombras pequeñas	10,00	100,00
10	Alfombras grandes	150,00	1.500,00
10	Lámparas	20,00	200,00
20	Almohadas	22,00	440,00
20	Sábanas de 2 plazas	20,00	400,00
20	Cobijas 2 plazas	35,00	700,00
5	Bicicletas	120,00	600,00
20	Cubrecamas 2 plazas	40,00	800,00
6	Televisores 32"	480,00	2.880,00
20	Juego de toallas	45,00	900,00
10	Juego de Sala	1.000,00	10.000,00
1	varios	100,00	100,00
TOTAL		2.582,00	24.020,00
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

3.3.1.1.4 Disponibilidad de insumos

Para las habitaciones y oficina del Centro de Turismo Comunitario y se utilizara algunos implementos que son necesarios como se detalla en la Tabla N° 3.8, Tabla N° 3.9 y Tabla N° 3.10:

Tabla 3.51 Requerimiento de Insumos de Limpieza

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR MENSUAL US\$	VALOR ANUAL US\$
6	Desinfectantes	Unidad	6,00	36,00	432,00
6	Escobas	Unidad	2,50	15,00	180,00
6	Trapeadores	Unidad	3,00	18,00	216,00
10	Fundas de basura	Paquete	0,50	5,00	60,00
20	Basureros	Unidad	3,00	60,00	720,00
4	Recogedor de basura	Unidad	1,50	6,00	72,00
6	Lava vajilla	unidad	3,00	18,00	216,00
6	Estropajos	paquete	0,50	3,00	36,00
40	Manteles	unidad	1,00	40,00	480,00
TOTAL			21,00	201,00	2.412,00
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

Tabla 3.52 Requerimiento de Insumos de Oficina

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR MENSUAL US\$	VALOR ANUAL US\$
2	Papel bond	Resma	4,00	8,00	96,00
5	Esferos	Unidad	0,30	1,50	18,00
20	carpetas	Unidad	2,50	50,00	600,00
5	Borradores	Unidad	0,10	0,50	6,00
TOTAL			6,90	60,00	720,00
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

Tabla 3.53 Requerimiento de Insumos para Cabañas

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR MENSUAL US\$	VALOR ANUAL US\$
200	Papel higiénico	Unidad	0,12	24,00	288,00
200	Shampoo sachet	Unidad	0,12	24,00	288,00
200	Jabón sachet	unidad	0,12	24,00	288,00
TOTAL			0,36	72,00	864,00
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

3.3.1.1.5 Disponibilidad de Servicios Básicos

Para adecuar las instalaciones se necesitara que el Centro de Turismo Comunitario disponga de lo siguiente como se observa en la Tabla N° 3.11:

Tabla 3.54 Requerimiento de Servicios Básicos

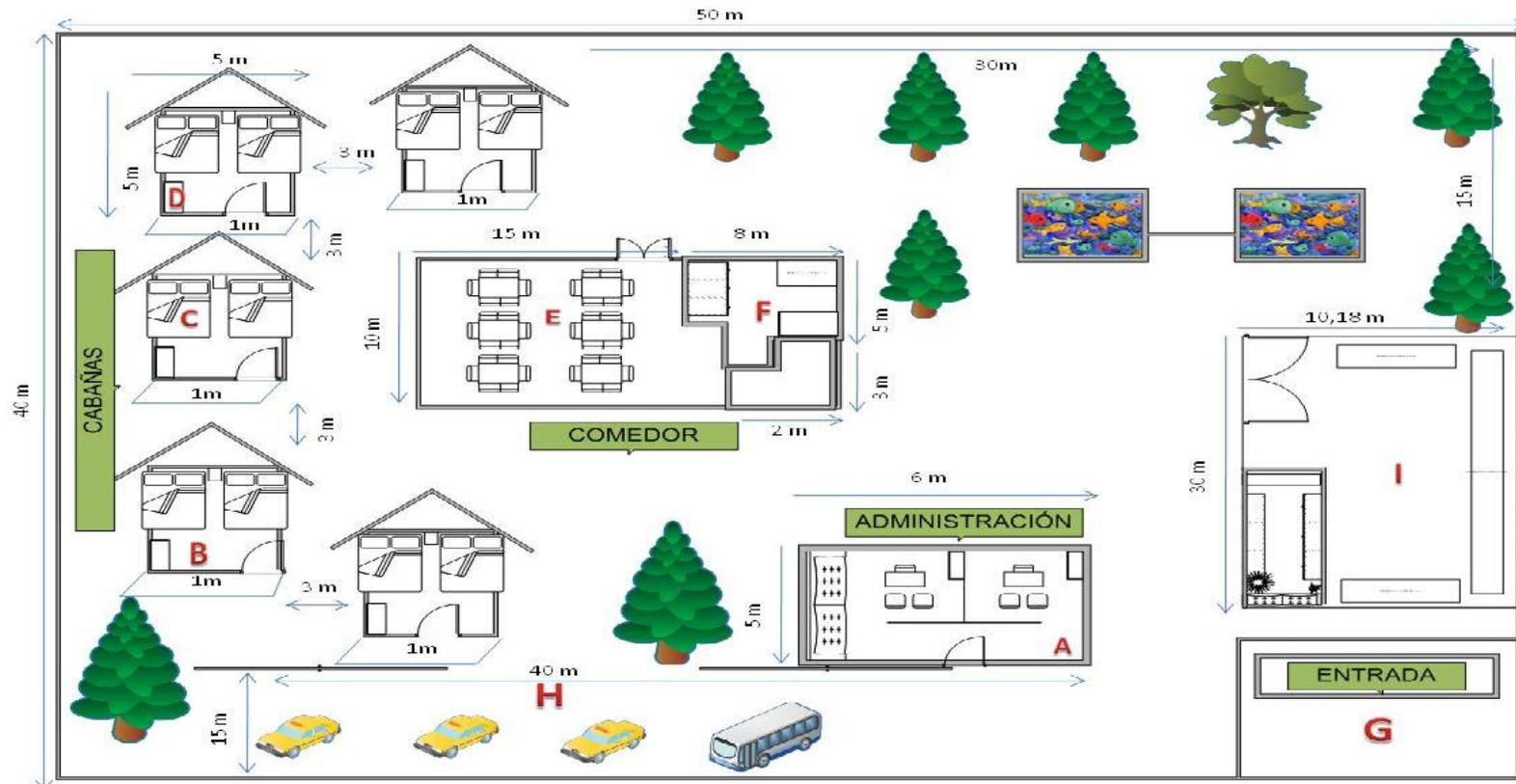
CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
12	Agua	Mensual	30,00	360,00
12	Luz	Mensual	30,00	360,00
12	Teléfono	Mensual	30,00	360,00
12	Internet	Mensual	35,00	420,00
TOTAL			125,00	1.500,00
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora				

3.3.2 Distribución de infraestructura e instalaciones actuales

Para la infraestructura del Centro de Turismo Comunitario se utilizará un terreno de 5000 m², los cuales serán distribuidos de la siguiente manera para cada una de las instalaciones que se construirán, el detalle se observa en la Tabla N°3.12.

Tabla 3.55 Distribución de la Infraestructura

DETALLE DE INFRAESTRUCTURA							
DESCRIPCIÓN	CANT.	MEDIDAS		UNIDAD	TOTAL (M2)	CONST. M2	TOTAL
		LARGO	ANCHO				
Terreno	1	80	25	Metros	2000		
Cabañas de dos pisos	10	5	5	Metros	250	100,00	25.000,00
Separación de cabañas	10	1	3	Metros	30	5,00	150,00
Baño publico	1	5	2,5	Metros	13	70,00	875,00
Vereda de cabañas	10	6	1	Metros	60	60,00	3.600,00
Oficina de administración	1	5	6	Metros	30	75,00	2.250,00
Parqueadero	1	15	40	Metros	600	10,00	6.000,00
Comedor	1	10	15	Metros	150	80,00	12.000,00
Cocina	1	8	5	Metros	40	60,00	2.400,00
Baño del comedor	2	3	2	Metros	12	80,00	960,00
Mercado	1	30	10,18	Metros	305	10,00	3.054,00
Lagos	2	5	6	Metros	60	20,00	1.200,00
áreas verdes	1	15	30	metros	450	5,00	2.250,00
TOTAL CONSTRUCCIÓN					2.000		59.739,00
Fuente: Investigación propia							
Elaborado por: Autora							



A: Recepción, oficina Centro de Turismo Comunitario
B: Habitaciones
C: camas
D: Baños

E: Comedor
F: Cocina
G: Entrada
H: Estacionamiento
I: Mercado de artesanías

3.3.3 Tiempo de ejecución del Proyecto

El proyecto se realizara en un tiempo determinado utilizando el proceso paralelo¹¹ para la ejecución de la misma y así poder utilizar lo más pronto posible las instalaciones del Centro de Turismo Comunitario, el tiempo determinado se detalla en la siguiente tabla:

Requerimientos de infraestructura	Tiempo	Proceso Paralelo
Adquisición de materiales, maquinaria y Equipo	1 mes	Proceso paralelo
Adquisición de Requerimiento de mano de obra	1 mes	Proceso paralelo
TOTAL		2 meses

3.4 Aspectos ambientales

El impacto ambiental se relaciona con el proyecto, ya que el Centro de Turismo Comunitario no afecta y cuida al medio ambiente, el fin es proteger y cuidar el territorio.

Los impactos negativos que resalta el desarrollo turístico es que se encuentra una inadecuada planificación por lo cual puede producirse daños ambientales, es por eso que se debe considerar una planificación adecuada del proyecto ya que del mismo depende el éxito del proyecto.

¹¹ **Proceso en paralelo:** Es un proceso empleado para acelerar el tiempo de ejecución de un programa dividiéndolo en múltiples trozos que se ejecutarán al mismo tiempo.

CAPITULO IV

4. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Es la base fundamental para determinar la capacidad administrativa, desarrollo del centro, las funciones de cada uno de los procesos que se conformara el Centro de Turismo Comunitario en base a principios éticos y de eficiencia en el trabajo con la finalidad de obtener el éxito integral del Centro Comunitario.

4.1 Base Legal

El Centro de Turismo Comunitario es una entidad que se dedicara a las actividades turísticas comunitarias que ofrecerá servicios de hospedaje, alimentación, transporte, guías turísticos y otros servicios complementarios.

Para constituir el centro de turismo comunitario debe sujetarse respectivamente a los siguientes requisitos¹²:

1. Conformar la organización y elegir un directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero que se encarguen de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la superintendencia.

¹² Ley y Reglamento de Economía Popular y Solidaria, Art.2, Art.3, Art.5, Art.8, Art.9, Art.10

2. Realizar una acta constitutiva con los siguientes puntos específicos:
 - Lugar y fecha de constitución;
 - Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
 - Denominación, domicilio y duración;
 - Objeto social;
 - Monto del fondo o capital social inicial;
 - Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
 - Nómina de la Directiva provisional; y,
 - Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.
3. Para que las organizaciones comunitarias obtengan Personalidad Jurídica se requiere que cumpla con los siguientes requisitos:
 - Presentarán ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.
4. La superintendencia hará el respectivo trámite de aprobación para saber si cumple con todos los requisitos exigidos por el reglamento.

5. La notificación del registro se lo hará una vez emitida la resolución de concesión de personalidad jurídica de una organización, comunicará del particular al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, para el registro correspondiente.

4.2 Nombre o Razón Social

El nombre designado es “Centro de Turismo Comunitario Alóag (Aloch)”, el mismo que ofrecerá a sus clientes servicios y actividades turísticas donde podrán aprender y compartir la cultura, conocer el territorio, conocer las historias, leyendas y además dar a conocer a los turistas nacionales e internacionales la belleza que posee nuestro país.

4.3 Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

Para el análisis de la empresa se necesita conocer algunos factores como se muestra en la Tabla N° 4.1.

Tabla 4.56 Tipo de Empresa

TAMAÑO	Mediana
Origen del Capital	Privado
Naturaleza	Personalidad Jurídica
Conformación capital	Sociedad Anónima
Ámbito de actividad	Conocer turismo en la parroquia de Alóag y servicios complementarios.
Industria	Turismo
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

4.4 Direccionamiento estratégico

4.4.1 Misión

Proporcionar servicios y actividades turísticas en un ambiente natural, asegurando la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes a través del uso de instrumentos y recurso humano respectivamente calificada.

4.4.2 Visión

En el 2020, el Centro de Turismo Comunitario Alóag ofrecerá actividades sustentables que generen beneficios socioeconómicos para sus habitantes contribuyendo a la conservación de su territorio, cultura y diversidad étnica dando así a los turistas internacionales y nacionales la oportunidad de conocer la biodiversidad que posee el lugar.

Gráfico 4.37 Direccionamiento Estratégico



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.4.3 Eslogan del Centro de Turismo Comunitario

Se definirá un eslogan para complementar él porque la creación del Centro de Turismo Comunitario.

Gráfico 4.38 Centro de Turismo Comunitario Alóag



“Proteger el territorio y mantener un ambiente sano”

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.4.4 Logo del Centro de Turismo Comunitario

Gráfico 4.39 Logo del Centro de Turismo Comunitario



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.5 Objetivos Estratégicos

Los objetivos para el Centro de Turismo Comunitario Alóag son los siguientes:

1. Captar el 10% de la demanda insatisfecha en el sector turístico de los turistas nacionales e internacionales
2. Ofrecer a los potenciales clientes servicios de calidad a través de las actividades turísticas que ofrece el Centro de Turismo Comunitario.
3. Utilizar el fondo social de manera optima para así minimizar los costos y gastos en los que incurra la entidad.

4. Obtener utilidad anual para así garantizar la eficiencia y efectividad del Centro de Turismo Comunitario y los servicios que ofrece.

4.5.1 Estrategia Empresarial

El “Centro de Turismo Comunitario Alóag”, para empezar sus funciones utilizara los recursos necesarios con la finalidad de cumplir con todos los objetivos para así competir en el mercado.

A continuación se muestran las estrategias con las que se podrán cumplir con los mismos.

- ✓ **ESTRATEGIA N° 1:** Captar el 10% de turistas a través de la innovación en cada uno de los servicios y actividades turísticas.
- ✓ **ESTRATEGIA N° 2:** Ofrecer actividades de calidad a los potenciales clientes tanto nacionales como internacionales a través del alojamiento, comida tradicional, cultura, danzas típicas y leyendas, entre otros.
- ✓ **ESTRATEGIA N° 3:** Obtener los insumos y materiales necesarios a bajos costos pero de calidad para las instalaciones del centro y adecuaciones de la misma.
- ✓ **ESTRATEGIA N° 4:** los servicios y actividades turísticas deben ser exclusivas y tener un valor agregado para así mantener el nivel de los precios y mantener a los clientes. Además de obtener rentabilidad en el negocio y para los socios.

4.6 Políticas

- ✓ **Mejora continua:** permite incrementar los niveles de operación y mejorar los servicios que se ofrece en el Centro de Turismo Comunitario para maximizar los niveles de ingresos.
- ✓ **Calidad:** permite que los servicios y actividades turísticas sean de satisfacción para los clientes y así poder mantener la fidelidad de los mismos.
- ✓ **Capacitación:** permite que el recurso humano adquiera más conocimientos y se encuentre preparado para manejar las situaciones que se presente, además de trabajar con eficiencia y eficacia.
- ✓ **Conservación del medio ambiente:** permite trabajar bajo medidas específicas de seguridad para no dañar el entorno natural.
- ✓ **Innovación:** permite crear nuevos métodos para implementar nuevos servicios y mejorar la calidad.
- ✓ **Servicio al cliente:** permite tener conexión con los clientes, demostrar costumbres, respeto y así brindar una buena imagen de la empresa.
- ✓ **Efectividad:** permite hacer uso eficiente y eficaz de los recursos que posee la empresa.

4.7 Principios y Valores

Los valores permite orientar el comportamiento en función de la superación de las personas y los siguientes se aplicara en el centro de turismo comunitario:

- ✓ **Honestidad:** es la calidad de persona que puede llegar a ser por su humanidad y confiabilidad.
- ✓ **Lealtad:** es mantener la fidelidad con los empleados y con la empresa.
- ✓ **Confianza:** es mantener la seguridad firmemente de alguien hacia otro individuo.
- ✓ **Respeto:** es comprender, no faltar a la moral como persona además de reconocer el valor.
- ✓ **Compromiso:** es alcanzar un alto grado de respeto con la empresa y buscar el beneficio para la misma.
- ✓ **Responsabilidad:** es llevar a cabo todas las actividades con confianza y orientar para cumplir con los objetivos que posee.
- ✓ **Ética:** es cumplir con todos los valores, la moral que tiene la sociedad y no faltar a su profesionalidad.

4.8 Organización Administrativa

4.8.1 Organigrama Estructural



4.8.2 Organigrama Estructural



4.9 Descripción de Funciones

ADMINISTRADOR

- ✓ Supervisar el cumplimiento de las tareas asignadas al grupo de trabajo.
- ✓ Realizar la evaluación de desempeño del grupo de trabajo
- ✓ Motivar a empleados
- ✓ Coordinar el manejo de los recursos, humanos y materiales, para lograr los objetivos de la empresa.
- ✓ Ser capaz de resolver creativamente los problemas, corregir los errores y seguir adelante.
- ✓ Debe ser capaz de coordinar sus acciones y la de su departamento con las demás secciones de la empresa.

CONTADORA/ RECEPCIONISTA

- ✓ Hacer los contactos para atraer los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- ✓ Controlar la entrada y salida de los turistas
- ✓ Mantener organizada la contabilidad
- ✓ Registrar y supervisar las operaciones de la empresa.
- ✓ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas.

- ✓ Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios
- ✓ Preparar y presentar informes sobre la situación financiera
- ✓ Preparar y certificar los estados financieros con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

PERSONAL DE MANTENIMIENTO

- ✓ Controlar el estado de funcionamiento, aseo, mantenimiento y limpieza
- ✓ Garantizar el encendido y apagado de luces.
- ✓ Trabajos relacionados con el mantenimiento preventivo de instalaciones.
- ✓ Control, conservación y limpieza del material a su cargo.
- ✓ Realización de la limpieza en las instalaciones, despachos, y servicios.
- ✓ Ordenamiento de enseres.
- ✓ Manipulación, en su caso, de maquinaria de limpieza.

PERSONAL DE COCINA

- ✓ Organización, supervisión y control, de todo el personal de cocina a cargo.
- ✓ Tratamiento y manipulación de todo tipo de alimentos, procurando su perfecto grado de conservación.
- ✓ Elaboración de todo tipo de platos.

- ✓ Limpieza de instalaciones, equipamiento y enseres de la unidad de destino.
- ✓ Poner las mesas y servir las comidas.
- ✓ Tener en perfecto estado de higiene las dependencias a su cargo.
- ✓ Mantener en perfectas condiciones de uso el menaje del comedor a su cargo.
- ✓ Solicitar la reposición del material necesario.

GUIA TURISTICO

- ✓ Coordinar el servicio que va a ofrecer y la duración, para diseñar y organizar la visita turística.
- ✓ Elaborar la información necesaria para cumplir con el programa turístico.
- ✓ Coordinar con la agencia la hora de inicio y el término del tour.
- ✓ Llegar con anticipación al lugar o punto de encuentro.
- ✓ Debe explicar a los turistas el circuito que va a cumplir.
- ✓ Contar con el número específico de turistas.
- ✓ Cumplir con el horario y el itinerario establecido.
- ✓ Velar por la salud, seguridad, e integridad de los turistas y de sus objetos personales durante las visitas a los lugares de interés incluidos en el tour.
- ✓ Informar a la agencia el término del tour.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo es verificar la viabilidad que tiene el proyecto basándose en el estudio de mercado y el estudio técnico, además de definir todos los recursos económicos, materiales, equipos e insumos necesarios que se requiere el Centro de Turismo Comunitario para la construcción, funcionamiento y adecuar la infraestructura.

Objetivo General:

- Determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto

Objetivos Específicos:

- Obtener el flujo de Caja
- Obtener los indicadores Financieros y de Gestión

5.1 Inversiones

De acuerdo a lo requerido y el objetivo de implementar el centro comunitario, la inversión inicial está compuesta por tres rubros que son: Activos fijos, Activos Diferidos, y el Capital de Trabajo. Se determinó un rubro con el cual se iniciará las operaciones del Centro de Turismo Comunitario el mismo que se ha tomado como Capital de Trabajo y es de \$ 3.429,43.

Como se observa en la Tabla N° 5.1, para el proyecto de factibilidad de un Centro de Turismo Comunitario, la inversión se estima en \$123.723,43. (Véase anexo 3)

Tabla 5.57 Inversión del Proyecto

CONCEPTO	VALOR US\$
Activos fijos	114.504,00
Activos diferidos	5.790,00
Capital de trabajo	3.429,43
INVERSIÓN TOTAL	123.723,43
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Autora	

5.2 Activos fijos

Se requiere de equipos, muebles y enceres para el respectivo equipamiento de las instalaciones del Centro de Turismo Comunitario; además contamos con una donación de un terreno de 2.000 metros cuadrados, donde se tiene proyectado realizar la respectiva construcción para ofrecer los servicios turísticos del Centro.

A continuación se determina la Tabla N° 5.2 el detalle de los activos fijos:

Tabla 5.58 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR US\$
Equipo de Computación	1.595,00
Muebles y Enceres	3.940,00
Equipo de cocina	5.210,00
Muebles y equipo para las cabañas	24.020,00
Terreno	20.000,00
Obra civil y construcción	59.739,00
TOTAL	114.504,00
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

5.3 Activos diferidos

Son aquellos que serán invertidos para realizar el estudio del proyecto y el respectivo proceso de constitución, sin embargo, se debe considerar que estos gastos son pagados por anticipado para contribuir con la formación del Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 5.59 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR US\$
Gastos de constitución	1.050,00
Estudios del proyecto	2.850,00
Publicidad y Promoción	1.890,00
TOTAL	5.790,00
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

Los activos diferidos se apoyan en los cuadros detallados que se adjuntan a continuación:

Tabla 5.60 Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CONCEPTO	VALOR US\$
Honorarios Abogado	800,00
Registro mercantil	50,00
Patente municipal	50,00
Permiso de bomberos	50,00
Notarización	100,00
TOTAL	1.050,00
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Autora	

Tabla 5.61 Estudios Técnicos de Ingeniería

ESTUDIOS TÉCNICOS DE INGENIERIA	
CONCEPTO	VALOR US\$
Diseño de infraestructura	2.350,00
Establecimiento de parámetros técnicos	300,00
Estudio del suelo y línea de fabrica	200,00
TOTAL	2.850,00
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Autora	

Tabla 5.62 Publicidad y Promoción

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR MENSUAL US\$	VALOR ANUAL US\$
Tarjetas de presentación	100	0,10	10,00	120,00
Trípticos de información	150	0,10	15,00	180,00
Publicidad por internet	1	20,00	20,00	240,00
Rótulos	3	250,00		750,00
Página web	1	50,00	50,00	600,00
TOTAL			95,00	1.890,00
Fuente: Investigación propia				
Elaborado por: Autora				

5.4 Capital de trabajo

Es aquel capital que se requiere para la ejecución del inicio de operaciones comprendido para 30 días, determina todos los rubros con el que va a iniciar las operaciones el Centro de turismo Comunitario, además debe constar todos los costos de Mano de Obra, Materia Prima, Insumos, Servicios básicos entro otros, como se determina en la Tabla N° 5.7 y cabe recalcar que el Capital de Trabajo es establecido de forma mensual. (Véase anexo 3)

Tabla 5.63 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL US\$
Saldo inicial en caja y bancos	300,00
Sueldos y salarios	1.971,43
Insumos de oficina	60,00
Insumos de limpieza	201,00
Insumos para cabañas	72,00
Servicios básicos	125,00
Seguro contra incendios	100,00
Alquiler Transporte	50,00
Mantenimiento equipos	150,00
Alimentos	400,00
TOTAL	3.429,43
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Autora	

Para sustentar el Capital de Trabajo para 30 días se determina el flujo de caja mensual para saber si en el primer mes cubre completamente el porcentaje aplicado para el inicio de las operaciones y si no es necesario aumentar los días para poder cubrir el Capital de Trabajo.

Como se observa en la Tabla N° 5.8, demuestra que si es necesario aumentar los días para cubrir el capital de trabajo e iniciar las operaciones respectivas del Centro de Turismo Comunitario

Tabla 5.64 Sustento de Capital de Trabajo

SUSTENTO DE CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	AÑO 1
UTILIDAD EN OPERACIÓN	22.113,93
+ DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	10.735,56
- PARTICIPACION LABORAL	-3.317,09
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	29.532,41
FLUJO DE CAJA ANUAL/12	2.461,03
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Autora	

El flujo de caja mensual proporciona un valor de \$2.192,94 el valor es positivo lo cual determina que es necesario 30 días y suficiente la determinación del Capital de Trabajo.

5.5 Financiamiento del proyecto

El proyecto será financiado mediante aporte de capital de los socios en un 31,59% de la inversión total inicial, y el 68,41% será financiado por donación. Este financiamiento será concedido en base a la inversión de los socios para cubrir en un 50% la Obra Civil y Construcción, además de los Activos Diferidos y el Capital de Trabajo, el resto será financiado y cubierto por medio de Donación y ayuda del Municipio del Cantón Mejía ya que la Parroquia de Alóag forma parte de la misma.

Tabla 5.65 Detalle de Inversiones

DETALLE DE INVERSIONES	INVERSION A REALIZAR		TOTAL INVERSION US \$
	SOCIOS	DONACION	
	31,59%	68,41%	
ACTIVOS FIJOS			
Equipo de Computación	0,00	1.595,00	1.595,00
Muebles y enseres	0,00	3.940,00	3.940,00
Equipo de cocina	0,00	5.210,00	5.210,00
Muebles y equipo para las cabañas	0,00	24.020,00	24.020,00
Terreno	0,00	20.000,00	20.000,00
Obra civil y construcción	29.869,50	29.869,50	59.739,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	29.869,50	84.634,50	114.504,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	1.050,00	0,00	1.050,00
Estudios técnicos de ingeniería	2.850,00	0,00	2.850,00
Publicidad y promoción	1.890,00	0,00	1.890,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.790,00	0,00	5.790,00
SUMAN INVERSIONES	35.659,50	73.134,50	108.794,00
CAPITAL DE TRABAJO	3.429,43	0,00	3.429,43
TOTAL DE INVERSIONES	39.088,93	84.634,50	123.723,43
% INVERSIÓN	31,59%	68,41%	100,00%
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

Cabe recalcar que todos los Activos Fijos, Activos Diferidos, y Capital de Trabajo serán cubiertos en una parte por Donación y la otra parte los recursos serán utilizados por medio del Fondo Social establecido por los Socios que formarán el Centro de Turismo Comunitario.

5.6 Ingresos y costos

Son establecidos con el propósito de estimar los ingresos y costos por los servicios que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario, e identificar cuanto será el requerimiento de insumos y materia prima para operar.

5.7 Ingresos

El proyecto ofrecerá el servicio de hospedaje para turistas nacionales e internacionales, el precio por el servicio es de \$300,00 por 3 días. El precio está establecido de acuerdo a tres parámetros que son: precios de la competencia, la pregunta establecida en la encuesta N° 8, y la demanda insatisfecha, la misma que señala que el 54,7% le gustaría conocer Alóag y sus atractivos turísticos.

De acuerdo a lo establecido por día el visitante pagara \$30,00 solo por hospedaje ya que es un valor estimado y bajo en comparación con la competencia, y también en base a los paquetes turísticos que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario por tres días como se señalo en el Estudio de Mercado.

Se establece puntos importantes que determinaran los ingresos al Centro de Turismo Comunitario como son:

- **Paquete Turístico:** tendrá un costo de \$300,00 por tres días y por persona, en el cual incluye desayuno, almuerzo, y la merienda, bebidas y el uso de las instalaciones del Centro de Turismo Comunitario y los servicios que ofrece.
- **Alimentación:** tendrá un valor de \$6,00 por persona el almuerzo por día y el precio está establecido solo para el turista que va un solo día. Además los ingresos se establecen por el almuerzo, los servicios turísticos y complementarios que se ofrecen en el Centro de Turismo Comunitario.
- **Servicios turísticos y complementarios:** son todos los servicios que ofrece y los ingresos que se obtenga serán repartidos el 60% al propietario y el 40% al Centro de Turismo Comunitario.

Como se puede observar en la Tabla N° 5.10:

Tabla 5.66 Paquete Turístico

PAQUETE TURÍSTICO (3 días)	
Hospedaje	90,00
Desayuno	18,00
Almuerzo	18,00
Merienda	18,00
Bebidas	12,00
Bicicletas	15,00
Caballos	30,00
Guía turístico	15,00
Caminata al corazón y otras áreas turísticas.	30,00
Transporte	40,00
Regalo	2,00
TOTAL	300,00

El Centro de Turismo Comunitario podrá recibir a un máximo de 30 personas por día, el porcentaje de ocupación diaria es del 15% para cada mes en el primer año y se estableció que se atraerán a turistas en un total de 486 personas que harán uso de las instalaciones y se quedaran 3 días.

Tabla 5.67 Estimación de Ingresos

ESTIMACIÓN DE INGRESOS					
Meses del Año	Capacidad máxima diaria	% ocup. Diario	clientes a recibir al día	clientes a recibir a la semana	clientes a recibir al mes
Enero	30	15%	5	14	41
Febrero	30	15%	5	14	41
Marzo	30	15%	5	14	41
Abril	30	15%	5	14	41
Mayo	30	15%	5	14	41
Junio	30	15%	5	14	41
Julio	30	15%	5	14	41
Agosto	30	15%	5	14	41
Septiembre	30	15%	5	14	41
Octubre	30	15%	5	14	41
Noviembre	30	15%	5	14	41
Diciembre	30	15%	5	14	41
Cientes a recibir al año				162	486
Valor hospedaje por tres noches					300,00
TOTAL INGRESOS AL AÑO					145.800,00
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

Para realizar la proyección de ingresos se toma en cuenta la demanda insatisfecha y tendrá un crecimiento en un 10% cada año en los clientes potenciales, y en los precios tendrá un incremento del 0,05% con respecto a la inflación como se puede observar en la Tabla N° 5.12.

Tabla 5.68 Proyección de los Ingresos

PROYECCION DE LOS INGRESOS					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Clientes hospedaje	486	535	588	647	712
Valor paquete 3 días	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Ingresos hospedaje	145.800,00	168.399,00	194.500,85	224.648,48	259.468,99
Consume almuerzo clientes	434	478	526	578	636
Valor almuerzo	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
Ingresos por comidas	2.606,90	3.010,97	3.477,68	4.016,71	4.639,31
Servicios Turísticos	28,00	29,40	30,87	32,41	34,03
Usan servicios turísticos	434	478	526	578	636
Ingresos por servicios turísticos	12.165,55	14.051,21	16.229,15	18.744,67	21.650,09
Servicios Complementarios	40,00	42,00	44,00	46,00	48,00
Clientes	434	478	526	578	636
Total servicios	17.379,36	20.073,16	23.131,93	26.601,72	30.534,15
TOTAL INGRESOS	177.951,82	205.534,35	237.339,60	274.011,58	316.292,53
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

A continuación se detalla los servicios turísticos y complementarios que ayudarán al análisis respectivo de la determinación de los ingresos y costos.

Tabla 5. 69 Servicios Turísticos

SERVICIOS TURÍSTICOS				
SERVICIOS	HORAS DIARIAS	VALOR POR PERSONA US\$	DUEÑO 60%	CENTRO 40%
Cabalgatas	1	10,00	6,00	4,00
Caminatas	2	15,00	9,00	6,00
Ciclismo	1	5,00	3,00	6,00
Visita al corazón	1	15,00	3,00	6,00
Otras áreas turísticas	2	15,00	9,00	6,00
TOTAL	8	60,00	36,00	28,00
Fuente: Investigación propia				
Elaborado por: Autora				

Tabla 5.70 Servicios Complementarios

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
SERVICIOS	DÍA	DUEÑO 60%	CENTRO 40%
Venta en el mercado	50	30,00	20,00
Transporte	50	30,00	20,00
TOTAL	60	60,00	40,00
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

5.8 Costos

Son los egresos del proyecto que se requieren para ofrecer a los turistas los respectivos servicios, es por eso que se determina dos variables que son: los costos variables y los costos fijos.

5.8.1 Costos Variables

Son aquellos que van en función del nivel de ventas que se realice en base a los servicios que ofrecerá el Centro de Turismo Comunitario. Para determinar los costos variables se toma en cuenta lo siguiente:

- Implementos de habitación que constan de todos los insumos de aseo necesarios para adecuar los baños de las cabañas.
- Los alimentos que ofrecerán en el desayuno, almuerzo, y merienda, además de las bebidas.
- Los servicios turísticos, complementarios y adicionales para los turistas que van solo por un día a visitar el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 5.71 Costos Variables

COSTOS VARIABLES					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Clientes hospedaje	486	535	588	647	712
Paquete	195,62	215,18	236,70	248,53	260,96
Costos hospedaje	95.069,89	115.034,57	139.191,83	160.766,57	185.685,38
Visitante de 1 día Consume almuerzo	434	478	526	578	636
Costo almuerzo unitario	4,50	4,73	4,96	5,21	5,47
Costos almuerzo visitante de 1 día	1.955,18	2.258,23	2.608,26	3.012,54	3.479,48
Servicios turísticos unitario	28,00	29,40	30,87	32,41	34,03
Total servicios turísticos unitario	12.165,55	14.051,21	16.229,15	18.744,67	21.650,09
Servicios adicionales unitario	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total servicios adicionales	868,97	955,86	1.051,45	1.156,60	1.272,26
Costo variable total	13.034,52	15.007,08	17.280,60	19.901,27	22.922,35
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

Se determina los costos variables en función de los paquetes turísticos que se ofrecerán a los turistas tanto nacionales como internacionales. Como se define en las siguientes tablas de determinación del Costo del Paquete Turístico y los servicios adicionales que es el regalo que se entregará al turista por visitar el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 5.72 Costo de Paquete Turístico

COSTO PAQUETE	
SERVICIOS	TRES DÍAS
Desayuno	10,5
Almuerzo	13,5
Merienda	13,5
Implementos de habitación	11,34
Otros	38,78
Refrigerios	9,00
Caballos	30,00
Bicicletas	15,00
Guía turístico	24,00
Transporte	30,00
Costo unitario hospedaje	195,62
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

Tabla 5.73 Servicios Adicionales

Servicios Adicionales para el turista nacional	valor unitario US\$
Regalo de gorra	1,5
Regalo de un llavero	0,5
TOTAL	2,00
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

5.8.2 Costos Variables

Los costos fijos se definen como costos que no dependen del nivel de ventas.

Cabe definir que los sueldos y salarios tienen un incremento del 2% de acuerdo a la escala salarial durante los 5 años de proyección al cual se está realizando el proyecto.

Tabla 5.74 Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	23.657,13	24.130,27	24.612,87	25.105,13	25.607,23
Insumos de oficina	792,00	871,20	958,32	1.054,15	1.159,57
Insumos de limpieza	2.653,20	2.918,52	3.210,37	3.531,41	3.884,55
Insumos para cabañas	950,40	1.045,44	1.149,98	1.264,98	1.391,48
Servicios básicos	1.500,00	1.680,00	1.881,60	2.107,39	2.360,28
Seguro contra incendios	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
Depreciación	6.835,56	6.835,56	6.835,56	6.303,95	6.303,95
Transporte	600,00	660,00	759,00	872,85	1.003,78
Mantenimiento de equipo	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	39.988,29	41.440,99	43.037,71	44.232,87	46.103,14
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

5.8.3 Depreciaciones

Los gastos de depreciación son determinados de acuerdo a los valores de la inversión inicial y se toma los porcentajes para los cálculos respectivos para la depreciación de los activos fijos.

Los porcentajes de depreciación de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno (Art. 21, numeral 6 literal d) son los siguientes:

1.- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares:

5 % anual.

2.- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles: 10% anual.

3.- Vehículos, equipo de transporte y equipo camionero móvil: 20% anual.

4.- Equipos de cómputo y software 33% anual.

Tabla 5.75 Depreciaciones

DEPRECIACIONES									
Activos fijos	Vida útil (años)	% depreciación anual	Valor total	Valor depreciación	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Equipo de Computación	3	33,33%	1.595,00	531,61	531,61	531,61	531,61	-	-
Muebles y equipo	10	10%	3.940,00	394,00	394,00	394,00	394,00	394,00	394,00
Equipo de cocina	10	10%	5.210,00	521,00	521,00	521,00	521,00	521,00	521,00
Muebles y equipo para las cabañas	10	10%	24.020,00	2402,00	2402,00	2402,00	2402,00	2402,00	2402,00
Terreno	N/A	N/A	20.000,00	-	-	-	-	-	-
Obra civil y construcción	20	5%	59.739,00	2986,95	2986,95	2986,95	2986,95	2986,95	2986,95
TOTAL			114.504,00	6.835,56	6.835,56	6.835,56	6.835,56	6.303,95	6.303,95
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora									

5.9 Evaluación financiera

Una vez que se ha realizado el respectivo establecimiento de la inversión inicial, los ingresos y los costos totales (Costos Fijos + Costos Variables), se procede a la elaboración del Estado de Situación Inicial, el Estado de pérdidas y Ganancias y el Flujo de caja para poder realizar la evaluación financiera y obtener resultados para así verificar la viabilidad financiera del proyecto.

5.10 Estados financieros

5.10.1 Estado de Situación Inicial

Presenta la inversión inicial tanto en activos como en pasivos que se va realizar en el proyecto.

Gráfico 5.40 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
ACTIVOS		
CORRIENTES		3.429,43
Saldo inicial en caja y bancos	300,00	
Inventario Materia prima	733,00	
Herramientas y equipos	2.396,43	
FIJOS		114.504,00
Terreno	20.000,00	
edificios	59.739,00	
Muebles y Enseres	3.940,00	
Equipo de cocina	5.210,00	
Muebles y equipo para cabañas	24.020,00	
Equipo de computación	1.595,00	
Diferidos e Intangibles		
Amortizables		5.790,00
gastos de constitución	1.050,00	
estudios del proyecto	2.850,00	
Publicidad y Promoción	1.890,00	
TOTAL ACTIVOS		<u>123.723,43</u>
PASIVO		
PATRIMONIO		123.723,43
Donación	84.634,50	
Capital Social	39.088,93	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>123.723,43</u>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

5.10.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Es aquel que incluye los ingresos y egresos con el fin de obtener utilidades o pérdidas en el periodo, en el caso del proyecto se tomará proyección para los próximos 5 años.

Tabla 5.76 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	177.951,82	205.534,35	237.339,60	274.011,58	316.292,53
- COSTO VARIABLE	110.059,59	132.299,88	159.080,69	183.680,37	212.087,21
= MARGEN DE CONTRIBUCION	67.892,22	73.234,47	78.258,91	90.331,21	104.205,32
COSTOS Y GASTOS FIJOS	45.778,29	43.330,99	44.927,71	46.122,87	47.993,14
Sueldos y salarios	23.657,13	24.130,27	24.612,87	25.105,13	25.607,23
Insumos de oficina	792,00	871,20	958,32	1.054,15	1.159,57
Insumos de limpieza	2.653,20	2.918,52	3.210,37	3.531,41	3.884,55
Insumos para cabañas	950,40	1.045,44	1.149,98	1.264,98	1.391,48
Servicios básicos	1.500,00	1.680,00	1.881,60	2.107,39	2.360,28
Seguro contra incendios	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
Transporte	600,00	660,00	759,00	872,85	1.003,78
Mantenimiento equipos	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Depreciación	6.835,56	6.835,56	6.835,56	6.303,95	6.303,95
Gastos de constitución	3.900,00				
Publicidad	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	22.113,93	29.903,48	33.331,20	44.208,34	56.212,18
- INTERESES O GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL	22.113,93	29.903,48	33.331,20	44.208,34	56.212,18
- 15 % DE PARTICIPACION LABORAL	3.317,09	4.485,52	4.999,68	6.631,25	8.431,83
= UTILIDAD NETA	18.796,84	25.417,95	28.331,52	37.577,09	47.780,36
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

5.10.3 Flujo de caja

Es uno de los estados financieros más esenciales para determinar la viabilidad que tiene el proyecto, en este caso el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 5.77 Flujo de Caja Proyectado

FLUJOS DE CAJA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD EN OPERACIÓN		22.113,93	29.903,48	33.331,20	44.208,34	56.212,18
+ DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		10.735,56	6.835,56	6.835,56	6.303,95	6.303,95
- PARTICIPACION LABORAL		-3.317,09	-4.485,52	-4.999,68	-6.631,25	-8.431,83
INVERSIONES Y REPOSICIÓN	-113.723,43	0	0		0	0
VARIACIONES DEL CAPITAL DE TRABAJO			1.619,42	2.329,04	2.065,53	2.478,91
VALOR RESIDUAL DE LOS ACTIVOS FIJOS						27.872,70
VALOR RESIDUAL DEL CAPITAL DE TRABAJO						13.098,62
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	-113.723,43	29.532,41	33.872,93	37.496,12	45.946,57	97.534,53
Fuente: Investigación propia						
Elaborado por: Autora						

5.11 Indicadores de evaluación

5.11.1 Tasa de Descuento

Es aquella que ayudará a determinar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), para ello se debe considerar que la tasa de descuento o de oportunidad del inversionista dentro del proyecto tiene como objetivo dar el punto de vista de aceptación del mismo al inversionista.

Para la aplicación de los indicadores de evaluación financiera se debe utilizar la siguiente fórmula:

$$i = ((T.P * \% R.P) + T.A * (1 - t) * \% D + Riesgo + Inflación)$$

En donde:

T.P:	TASA PASIVA	4,53%
R.P:	RECURSOS PROPIOS	31,59%
T.A:	TASA ACTIVA	8,17%
t:	TASAS DE IMPUESTOS	0,00%
D:	DONACIÓN	68,41%
	RIESGO PAIS	6,98%
	INFLACIÓN	3,48%

Para obtener la tasa de descuento se reemplazara en la formula los valores establecidos:

$$i = ((T.P * \%R.P) + T.A * (1 - t) * \%D + Riesgo + Inflación)$$

$$i = ((0,0453 * 0,3159) + 0,0817 * (1 - 0,00) * 0,6841 + 0,0698 + 0,0348)$$

$$i = 17,48\%$$

El inversionista debería obtener una tasa mínima del 17,48% de rendimiento en las operaciones del Centro de Turismo Comunitario.

5.11.2 Valor actual neto (VAN)

Una vez calculada la tasa de descuento se procede a calcular el Valor Actual Neto del proyecto, atrayendo los valores del Flujo de Caja a valor actual o presente y realizar una comparación con la inversión inicial y verificar si el Centro de Turismo Comunitario es factible su creación.

El VAN debe ser mayor a los valores actuales del Flujo de Caja, caso contrario si los valores son menores se determinará que el proyecto no es factible y no tendrá apertura de ingresos ya que la inversión es mayor.

Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = -I \frac{\sum \text{FLUJOS}}{(1 + t)^n}$$

Tabla 5.78 Calculo del VAN

CALCULO DEL VAN				
AÑOS	FNC	SFNC	(1+t)^n	FNC/(1+t)^n
0	-123723,43			-123.723,43
1	29.532,41	29.532,41	1,17	25.138,25
2	33.872,93	63.405,34	1,38	24.542,85
3	37.496,12	100.901,47	1,62	23.125,69
4	45.946,57	146.848,00	1,90	24.121,13
5	97.534,53	244.382,57	2,24	43.585,19
TOTAL	2443.82,57	585.069,83		16.789,68
Fuente: Investigación propia				
Elaborado por: Autora				

El Valor Actual Neto para el proyecto es de \$ 16.789,68, es decir que por ser el resultado positivo el proyecto según este indicador es factible la creación de un Centro de Turismo Comunitario.

5.11.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Ayuda a determinar la rentabilidad de un proyecto en este caso el Centro de Turismo comunitario tiene aceptación ya que este indicador establece que la TIR es la tasa de descuento a la cual el VAN resulta cero.

Se cálculo la TIR utilizando la formula en Excel:

$$TIR(\sum FLUJOSDECAJA)$$

Tabla 5.79 Calculo de la TIR

INDICES DE EVALUACIÓN	VALOR OBTENIDO	CRITERIO DE DECISIÓN	
		PROYECTO VIABLE?	PROYECTO NO VIABLE?
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	16.789,68	SI	
RELACION BENEFICIO / COSTO (B/C)	1,14	SI	
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) (%)	22,22%	SI	
PERIODO REAL DE RECUPERACION (AÑOS)	4,5	SI	
Fuente: Investigación propia			
Elaborado por: Autora			

Una vez aplicada la fórmula del Excel se obtiene un resultado del 22,22% la cual es mayor a la tasa de descuento utilizada, esto quiere decir, que el proyecto tiene aceptación.

5.11.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Es uno de los puntos específicos ya que le permite establecer cuando se recuperara la inversión.

Se tomará en cuenta los siguientes puntos:

FNC	Flujo Neto de Caja
FNCA	Flujo Neto de Caja Actualizado
FNCAA	Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

Tabla 5.80 PRI del Proyecto

PRI DEL PROYECTO			
AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-123.723,43	-123.723,43	-123.723,43
1	29.532,41	25.138,25	-98.585,18
2	33.872,93	24.542,85	-74.042,33
3	37.496,12	23.125,69	-50.916,64
4	45.946,57	24.121,13	-26.795,51
5	97.534,53	43.585,19	16.789,68
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora			

Tomando como referencia el Flujo de Caja el cálculo realizado representa que el proyecto tendrá su recuperación a partir del quinto año de operación del Centro de Turismo Comunitario.

5.11.5 Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/ costo es uno de los indicadores que permite determinar el grado de bienestar y desarrollo que tiene el proyecto y cuanto puedo generar a una comunidad¹³.

Sin embargo el proyecto determina que la relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del Estado de Pérdidas y Ganancias, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica.

¹³ <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Tabla 5.81 Relación Beneficio/Costo

AÑOS	VAN
1	25.138,25
2	24.542,85
3	23.125,69
4	24.121,13
5	43.585,19
TOTAL VAN	140.513,11
INVERSIÓN	123.723,43
COSTO/BENEFICIO	1,14

5.11.6 Punto de equilibrio

Es aquel que permite conocer el punto a partir del cual el proyecto paga sus costos totales, y empieza a generar ingresos y utilidad al Centro de Turismo Comunitario.

Calculo del punto de equilibrio en cantidad:

$$PE(Q) = \frac{COSTOFIJO}{PRECIO - COSTOVARIA BLEUNITARIO}$$

$$PE(Q) = \frac{39.988,29}{(300,00 - 195,62)}$$

$$PE(Q) = 383$$

Calculo del punto de equilibrio en dólares:

$$PE(\$) = \frac{COSTOFIJO}{1 - \frac{COSTOVARIABLE}{INGRESOS}}$$

$$PE(\$) = \frac{39.988,29}{1 - \frac{110.059,59}{177.951,82}}$$

$$PE(\$) = 104.813,01$$

De acuerdo con lo calculado se muestra el grafico del punto de equilibrio del primer año del proyecto.

Gráfico 5.41 Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

La proyección del punto de equilibrio se aplica en 5 años en el cual se puede verificar que efectos tiene en el nivel de ventas e ingresos proyectados.

Tabla 5.82 Proyección del Punto de Equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE TOTAL (MILES DE \$)					
COSTO VARIABLE TOTAL	110.059,59	132.299,88	159.080,69	183.680,37	212.087,21
COSTO FIJO TOTAL (MILES DE \$)					
COSTO FIJO TOTAL	39.988,29	41.440,99	43.037,71	44.232,87	46.103,14
COSTO TOTAL	150.047,88	173.740,87	202.118,40	227.913,23	258.190,35
VENTAS TOTALES (MILES DE \$)	177.951,82	205.534,35	237.339,60	274.011,58	316.292,53
PUNTO DE EQUILIBRIO					
EN MILES DE \$	104.813,01	108.620,68	112.805,84	115.938,45	120.840,60
EN CANTIDAD	383	397	412	424	442
COMO % DE LAS VENTAS TOTALES	0,59	0,53	0,48	0,42	0,38
MARGEN DE SEGURIDAD EN EFECTIVO (%)	0,41	0,47	0,52	0,58	0,62
Fuente: Investigación propia					
Elaborado por: Autora					

5.11.7 Indicadores Financieros y de Gestión

Permiten hacer una relación entre las cifras de los Estados Financieros con el propósito de reflejar una forma objetiva el comportamiento en de las actividades que se realicen.

Sin embargo, el desempeño que muestra los Indicadores Financieros y el análisis que se realiza permite establecer acciones preventivas y correctivas según sea el caso para el Centro de Turismo Comunitario.

Como se puede observar se ha calculado los siguientes indicadores posibles con la información pertinente de los Estados Financieros realizados.

- **ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES**

Permite determinar la eficiencia en la Rotación de los Activos Totales dentro del Centro de Turismo Comunitario.

$$ROTACIÓN\ DE\ LOS\ ACTIVOS = \frac{VENTAS\ ANUALES}{ACTIVO\ TOTAL}$$

Tabla 5.83 Rotación de Los Activos Totales

ROTACION DE LOS ACTIVOS TOTALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS ANUALES/ ACTIVO TOTAL	1,44	1,66	1,92	2,21	2,56
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

Interpretación: Por cada dólar de activos, el Centro de Turismo Comunitario genera 1,44 dólares en ventas y así para cada uno de los años siguientes de proyección.

- **MARGEN DE UTILIDAD**

Determina que mientras más alto sea este índice mayor rentabilidad tiene, dependiendo del negocio en este caso el Centro de Turismo Comunitario.

$$MARGENDEUTILIDAD = \frac{UTILIDADNETA}{VENTAS}$$

Tabla 5.84 Margen de Utilidad

MARGEN DE UTILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA/ VENTAS	10,56%	12,37%	11,94%	13,71%	15,11%
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

Interpretación: De cada 0,11 centavos de dólar de ventas obtendrá utilidad o por cada 11% de ventas se obtendrá utilidad del ejercicio para el Centro de Turismo Comunitario.

- **MULTIPLICADOR DE CAPITAL**

Indica cuanto activo total tiene la Entidad por cada dólar de capital.

$$MULTIPLICADORDECAPITAL = \frac{ACTIVOSTOTALES}{CAPITALSOCIAL}$$

Tabla 5.85 Multiplicador de Capital

MULTIPLICADOR DE CAPITAL	AÑO 1
ACTIVOS TOTALES/CAPITAL SOCIAL	3,17
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora	

Interpretación: Por cada activo total que tiene el Centro de Turismo Comunitario genera 3,17 dólares de capital social.

- **RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS**

Permite determinar si los activos son eficientes para generar utilidad.

$$ROA = \frac{UTILIDADNETA}{ACTIVOSTOTALES} * 100$$

Tabla 5.86 Rendimiento sobre los Activos

RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA/ ACTIVOS TOTALES	15,19%	20,54%	22,90%	30,37%	38,62%
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

Interpretación: Durante los cinco primeros años de funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario, lo cual determina que en el primer año tendrá que un 15% de los activos es utilidad o de que cada activo, 0,15 centavos son utilidad y así se determina para los próximos siguientes años.

- **RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL SOCIAL**

Es uno de los indicadores más importantes para tomar decisiones y evaluar la rentabilidad que tiene el Centro de Turismo Comunitario.

$$ROE = \frac{UTILIDADNETA}{CAPITALSOCIAL} * 100$$

Tabla 5.87 Rendimiento sobre el Capital Social

RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL SOCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA/ CAPITAL SOCIAL	48,09%	65,03%	72,48%	96,13%	122,24%
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Autora					

Interpretación: De cada dólar que hay en el capital social 0,48 centavos es utilidad, o el 48% del capital social es utilidad para el Centro de Turismo Comunitario.

5.11.8 Análisis de escenarios

Se realiza el análisis de escenarios con el fin de determinar cuál de todas las variables afecta en la sensibilidad del proyecto.

5.11.8.1 Escenarios Pesimistas y de Tolerancia

Reducir en un (-)5% las Ventas	
VAN	-14.319
COSTO/BENEFICIO	0,88
TIR	13,29%
PERIODO RECUPERACIÓN	5,4

Reducir la participación de ocupación en el Mercado en un 10% es decir de 3 personas diarias.	
VAN	-32.970
COSTO/BENEFICIO	0,73
TIR	7,64%
PERIODO RECUPERACIÓN	6,1

Reducir los precios en un 10%	
VAN	-34.207
COSTO/BENEFICIO	0,72
TIR	7,19%
PERIODO RECUPERACIÓN	6,2

5.11.8.2 Escenarios Optimista y de toma de medidas

Reducir en un (+)5% las Ventas	
VAN	47.898
COSTO/BENEFICIO	1,39
TIR	30,61%
PERIODO RECUPERACIÓN	3,8

Aumentar la participación de ocupación en el Mercado en un 10% es decir de 8 personas diarias.	
VAN	116.309
COSTO/BENEFICIO	1,94
TIR	48,09%
PERIODO RECUPERACIÓN	2,8

Aumentar los precios en un 10%	
VAN	67.787
COSTO/BENEFICIO	1,55
TIR	35,75%
PERIODO RECUPERACIÓN	3,4

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. El proyecto nace de las necesidades que posee la Parroquia de Alóag además de aplicar un Estudio de Factibilidad de una Entidad de Economía Popular y Solidaria que se establece con el propósito de mejorar el nivel socioeconómico de vida de los habitantes y de orientar al buen vivir (Sumak Kawsay).
2. La parroquia de Alóag es un punto de conexión entre las dos regiones costa y sierra, esto lleva que su ubicación es muy estratégica por la facilidad de traslado para el visitante, además, es un sitio con áreas turísticas que no han sido explotadas y ante esta oportunidad, la comunidad busca mejorar su nivel de vida mediante la creación del Centro Turístico.
3. El turismo comunitario se ha convertido en la actualidad en una de las fuentes de empleo para las comunidades de las distintas partes del país, es por eso que prefieren dedicarse a ofrecer servicios y actividades turísticas a los visitantes extranjeros, y nacionales.
4. En la actualidad el Turismo posee una gran oportunidad de inversión ya que el gobierno actual del Economista Rafael Correa brinda facilidades para ingresar y mejorar el nivel socioeconómico, además también de

obtener ganancias en función de ofrecer servicios turísticos tanto en alojamiento, y alimentación.

5. Los servicios que ofrecerá el centro de turismo comunitario tendrá buena acogida en el mercado nacional e internacional, ya que de acuerdo a los resultados de las encuestas, se determino un alto porcentaje de aceptación para este tipo de servicio.
6. El comportamiento de la demanda y la oferta de los servicios que poseerá el Centro de Turismo Comunitario determina que si cubre la demanda insatisfecha y podrá determinar que tendrá aceptación.
7. El proyecto es viable ya que proporciona una TIR de 22,22% lo que determina que el proyecto tiene acogida por los turistas tanto nacionales como internacionales, además se determina que en un periodo de 5 años se recuperará por completo la inversión realizada por los socios y la ayuda social que brinde los habitantes de Alóag y el Municipio.

La relación costo beneficio es de 1,14, lo cual determina que el coeficiente es mayor que 1 y los valores de ingresos traídos a valor presente son superiores en un 14%.

RECOMENDACIONES

1. Dado que en el respectivo estudio de Mercado realizado se ha establecido que en el Turismo Comunitario existe poca demanda en la Provincia de Pichincha, lo que determina que si tiene apertura el Centro

de Turismo Comunitario en la Provincia y se puede poner en marcha el proyecto considerando una adecuada publicidad y promoción de los servicios turísticos que ofrece.

2. Se debe mantener políticas dentro del Centro de Turismo Comunitario ya que es creada con el propósito de mantener el territorio, proteger el ambiente y sobre todo no perder las costumbres y cultura.
3. De acuerdo al análisis realizado se debe mantener los precios de los paquetes turísticos ya que con la demanda insatisfecha determinada, confirma que el proyecto es sensible a cualquier cambio que se realice en los costos y gastos aplicados dentro del proyecto.
4. Los Indicadores Financieros y de Gestión son esenciales para el análisis de factibilidad del Centro de Turismo Comunitario, es por eso que se considera aplicar para definir el comportamiento económico en las actividades y servicios que se ofrezcan y se realicen.
5. Financieramente el proyecto arroja una TIR en un 22,22% y un VAN en \$16.789,68 lo que determina que es viable el proyecto y evaluados los escenarios tanto pesimistas como optimistas define que cualquier cambio que se realice afectara los ingresos y costos del proyecto, además de determinar que es sensible a cualquier cambio que se realice.

BIBLIOGRAFÍA

Alerta Legal . (10 de Enero de 2013). *Salario Básico Unificado* . Obtenido de http://www.sempertegui.com/descargas/ALERTA_LEGAL_Enero5_2013.pdf

Banco Central del Ecuador . (s.f.). *Comportamiento de la Inflación en el Ecuador* . Recuperado el 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Cámara de Comercio de Quito. (s.f.). *Producto Interno bruto* . Recuperado el 2013, de http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=26&Itemid=59&mosmsg=Est%E1+intentando+acceder+desde+un+dominio+no+autorizado.+%28www.google.com.ec%29

Camara Provincial de Turismo (CAPTUR). (s.f.). *Estadísticas Turísticas - Ministerio de Turismo* . Obtenido de http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadisticas2011.html

Código de Producción . (29 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>

Distrito Metropolitano de Quito . (s.f.). *Limites de Alóag* . Obtenido de www.pichincha.gob.ec

FEPTCE. (2013). *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario en el Ecuador* . Obtenido de www.feptce.org/

Fundación Ecuador Libre. (s.f.). *Turismo en el Ecuador*. Recuperado el 2013, de http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=54:cap-no-147-qel-turismo-en-ecuador-iiq&catid=3:capsula-de-entorno-economico&Itemid=12

Gobierno Parroquial de Alóag . (s.f.). *Actividades Productivas, Comidas típicas, Danzas Típicas, etc.* Obtenido de <http://www.aloag.gob.ec/>

Instituto de Estadísticas y Censos . (s.f.). *Analfabetismo en el Ecuador* . Obtenido de www.inec.gov.ec

Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez. (s.f.). *Normativa Sanitaria* . Obtenido de <http://www.inh.gob.ec/>

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (s.f.). Recuperado el 2012, de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>

Ministerio de Inclusión Económica y Social . (s.f.). *Ley de Economía Popular y Solidaria* . Obtenido de http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

Ministerio de Inclusión Económica y Social . (s.f.). *Reglamento a la ley de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_regla2.pdf

Ministerio de Turismo . (s.f.). *Boletín de Estadísticas de Turismo 2004 – 2008*. Recuperado el 2013, de <http://www.viajandox.com/noticias/ecuador-estadisticas-2004-2008-marzo.htm>

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos: Evaluación Financiera económica, social y ambiental*. Bogotá: MM.

Nassir Sapag Chain, R. S. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa* . México : Mc Graw Hill .

Padilla, M. C. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos* . Bogotá : ECOE Ediciones .

PLANDETUR 2020. (s.f.). Obtenido de <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Reserva Yunguilla . (s.f.). *Precios Establecidos en Paquetes Turísticos* . Obtenido de <http://www.yunguilla.org.ec/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (16 de Octubre de 2012). *El Desempleo en el Ecuador*. Recuperado el 2013, de <http://www.planificacion.gob.ec/el-desempleo-en-ecuador-bajo-a-46-en-septiembre-de-2012/>

SEMPLADES . (s.f.). *Plan de Desarrollo del Buen Vivir* . Recuperado el 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/>

Stephen A. Ross, R. W. (2009). *Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill.

Tasa de Crecimiento Poblacional . (s.f.). Obtenido de http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html

Valdivieso, M. B. (2004). *Contabilidad General* . Quito : Nuevodia.

Wikipedia Enciclopedia Libre. (s.f.). Recuperado el 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario

Zambrano, A. M. *Matematicas Financieras* . Bogotá : Alfaomega .