



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ECOTURISMO EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, CANTÓN COLTA”

Trabajo de titulación

Tipo: proyecto de investigación

Presentando para optar al grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA:

DELIA PIEDAD DAQUILEMA ROMERO

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ECOTURISMO EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, CANTÓN COLTA”

Trabajo de titulación

Tipo: proyecto de investigación

Presentando para optar al grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA: DELIA PIEDAD DAQUILEMA ROMERO

DIRECTOR: ING. FRANQUI FERNANDO ESPARZA PAZ

Riobamba – Ecuador

2022

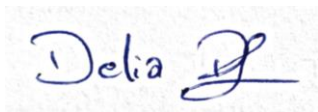
©2022, Delia Piedad Daquilema Romero

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Delia Piedad Daquilema Romero, declaro que el presente trabajo de titulación es de autoría, y los resultados de este son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de estas debidamente citados y referenciados según las normas APA edición vigente a la fecha.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 27 de enero del 2022



.....

Delia Piedad Daquilema Romero

CI: 0605198258

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El tribunal de trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: proyecto de investigación **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ECOTURISMO EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, CANTÓN COLTA**, realizado por la señorita **Delia Piedad Daquilema Romero**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lcdo. José Luis López Salazar PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2022-01-27
Ing. Franqui Fernando Esparza Paz DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2022-01-27
Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	2021-01-27

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedicó a Dios, por darme salud, vida, capacidad para cumplir con una meta más en el ámbito profesional. A mis padres Manuel Daquilema y Juana Romero por ser mis pilares fundamentales en cada etapa de mi vida, gracias por enseñarme, aconsejarme, amarme y nunca abandonarme en esta lucha constante de la vida.

Delia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor, su bendición y la capacidad de llegar hasta este momento tan importante de mi vida; a mi familia por su comprensión y confianza que me brindaron en todo momento, a la señora Chen Cui Zhen por el apoyo económico que me brindó durante la carrera.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, carrera de Ingeniería de Empresas, a todos los docentes de quienes recibí sus conocimientos para formarme profesionalmente. De manera especial agradezco al Ing. Franqui Fernando Esparza Paz director de trabajo de titulación, al Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema miembro del tribunal por guiarme con sus conocimientos durante la elaboración del proyecto de investigación.

Delia

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	3
1.1. Antecedentes de investigación.....	3
1.2. Marco teórico.....	6
<i>1.2.1. Proyecto.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.2. Importancia de los proyectos.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.3. Ciclo de vida de los proyectos.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.4. Beneficios del proyecto.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.5. Tipos de proyecto.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.6. Proyecto de factibilidad.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.7. Tipos de factibilidad.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.8. Estudio de mercado.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.8.1. Objetivos de un estudio de mercado.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.9. Estudio técnico.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.10. Estudio medioambiental.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.11. Estudio de factibilidad administrativo- legal.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.11.1. Estudio administrativo.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.11.2. Estudio legal.....</i>	<i>16</i>
<i>1.2.11.3. Estudio de factibilidad económico financiero.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.12. Empresa.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.13. Clasificación de las empresas.....</i>	<i>21</i>
<i>1.2.14. Microempresa.....</i>	<i>22</i>
1.3 Marco conceptual.....	22
<i>1.3.1 Turismo.....</i>	<i>22</i>
<i>1.3.2 Importancia del turismo.....</i>	<i>23</i>

1.3.3	<i>Ecoturismo</i>	23
1.3.4	<i>Empresa ecoturística</i>	24
1.3.5	<i>Ecoturismo en el Ecuador</i>	24

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	25
2.1.	Enfoque de investigación	25
2.1.1.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	25
2.1.2.	<i>Enfoque cualitativo</i>	25
2.1.3.	<i>Nivel de Investigación</i>	25
2.1.4.	<i>Diseño de investigación</i>	26
2.1.4.1.	<i>Transversal</i>	26
2.1.5.	<i>Tipo de estudio</i>	26
2.1.6.	<i>Documental</i>	26
2.1.7.	<i>Campo</i>	27
2.2.	Población y muestra	27
2.2.1.	<i>Población</i>	27
2.2.2.	<i>Muestra</i>	27
2.3.	Métodos	29
2.3.1.	<i>Método inductivo</i>	29
2.3.2.	<i>Método deductivo</i>	29
2.4.	Técnicas	29
2.4.1.	<i>Encuestas</i>	29
2.5.	Instrumentos	29
2.5.1.	<i>Cuestionario</i>	29
2.6.	Idea a defender	30
2.7.	Variables	30
2.7.1.	<i>Variable Independiente</i>	30
2.7.2.	<i>Variable Dependiente</i>	30

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	31
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	31
3.2.	Discusión de los resultados	47
3.3.	Estudio de mercado	50

3.3.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	50
3.3.1.1	<i>Crecimiento poblacional</i>	50
3.3.1.2	<i>Demanda proyectada</i>	51
3.3.1.3	<i>Oferta</i>	52
3.3.1.4	<i>Demanda insatisfecha</i>	53
3.3.2.	<i>Análisis de la competencia</i>	54
3.3.3.	<i>Marketing Mix</i>	55
3.3.3.1.	<i>Producto turístico</i>	55
3.3.3.2.	<i>Canales de comercialización</i>	58
3.3.3.3.	<i>Precio</i>	58
3.3.3.4	<i>Plaza</i>	58
3.3.3.5	<i>Promoción</i>	59
3.4.	<i>Estudio Técnico</i>	60
3.4.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	60
3.4.2.	<i>Localización del proyecto</i>	60
3.4.3.	<i>Macro localización</i>	60
3.4.3.1.	<i>Micro localización</i>	61
3.4.4.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	61
3.4.4.1.	<i>Constitución de la empresa</i>	62
3.4.5.	<i>Diseño del proyecto</i>	62
3.4.5.1.	<i>Distribución de la oficina de la empresa</i>	63
3.4.5.2.	<i>Organización</i>	64
3.4.5.3.	<i>Misión</i>	64
3.4.5.4.	<i>Visión</i>	64
3.4.5.5.	<i>Valores corporativos</i>	64
3.4.5.6.	<i>Organigrama estructural</i>	64
3.4.5.7.	<i>Manual de funciones</i>	65
3.5.	<i>Estudio económico – financiero</i>	67
3.5.1.	<i>Inversiones</i>	67
3.5.1.1.	<i>Activos fijos</i>	67
3.5.1.2.	<i>Gastos de constitución</i>	70
3.5.1.3.	<i>Calendario de inversión</i>	72
3.5.1.4.	<i>Uso y fuentes de fondo</i>	73
3.5.1.5.	<i>Estructura de la inversión</i>	74
3.5.1.6.	<i>Amortización</i>	76
3.5.1.7.	<i>Depreciaciones</i>	77

3.5.1.8.	<i>Costos</i>	78
3.5.2.	<i>Gastos</i>	79
3.5.3.	<i>Presupuesto</i>	83
3.5.4.	<i>Ingresos</i>	84
3.5.5.	<i>Proyección de ventas</i>	86
3.5.6.	<i>Estado de resultados</i>	87
3.5.7.	<i>Estado de flujo de efectivos</i>	87
3.5.8.	<i>Valor actual neto</i>	88
3.5.9.	<i>Tasa interna de retorno</i>	89
3.5.10.	<i>Costo – beneficio</i>	89
3.5.11.	<i>Periodos de recuperación</i>	90
3.5.12.	<i>Punto de equilibrio</i>	90
	CONCLUSIONES	91
	RECOMENDACIONES	92
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Relación de la afluencia turística durante el año 2019.....	27
Tabla 2-2:	Porcentajes de turistas nacionales y extranjeros.....	28
Tabla 1-3:	Determinación del género de los turistas	31
Tabla 2-3:	Determinación del rango de edad de los turistas	32
Tabla 3-3:	Determinación de la nacionalidad de los turistas	33
Tabla 4-3:	Determinación del lugar de procedencia de los turistas	34
Tabla 5-3:	Microempresa de ecoturismo	35
Tabla 6-3:	Preferencia de la temporada turística para viajar.....	36
Tabla 7-3:	Disponibilidad de tiempo para viajar	37
Tabla 8-3:	Medio de transporte para viajar.....	38
Tabla 9-3:	Conocimiento sobre la parroquia Santiago de Quito Cantón Colta	39
Tabla 10-3:	Sitios que realicen actividades de ecoturismo	40
Tabla 11-3:	Preferencias de acuerdo al tipo de actividades ecoturísticas.....	41
Tabla 12-3:	Tipo de experiencia que debe cumplir la microempresa de ecoturismo	43
Tabla 13-3:	Medios de comunicación	44
Tabla 14-3:	Empresas turísticas conocidas en Santiago de Quito.....	45
Tabla 15-3:	Servicios adquiridos.....	46
Tabla 16-3:	Crecimiento Geométrico de la parroquia.....	49
Tabla 17-3:	Demanda proyectada.....	50
Tabla 18-3:	Oferta proyectada	51
Tabla 19-3:	Demanda Insatisfecha Proyectada.....	52
Tabla 20-3:	Productos turísticos que más consume	53
Tabla 21-3:	Precio del servicio.....	56
Tabla 22-3:	Manual de funciones del personal.....	65
Tabla 23-3:	Inversiones.....	67
Tabla 24-3:	Edificios.....	68
Tabla 25-3:	Equipo de cómputo	68
Tabla 26-3:	Equipo de oficina	68
Tabla 27-3:	Muebles y enseres	69
Tabla 28-3:	Maquinaria.....	69
Tabla 29-3:	Menaje de cocina	70
Tabla 30-3:	Equipamiento hotelero	70
Tabla 31-3:	Gasto de constitución.....	71

Tabla 32-3: Calendario de inversión	72
Tabla 33-3: Uso y fuentes de fondo	73
Tabla 34-3: Estado situacional	74
Tabla 35-3: Tabla de amortización del BanEcuador.....	76
Tabla 36-3: Tabla de amortización del Banco de Pichincha.....	76
Tabla 37-3: Depreciación	77
Tabla 38-3: Inventario de productos de cocina.....	78
Tabla 39-3: Inventario de suministro y materiales de hospedaje	79
Tabla 40-3: Gasto suministro de limpieza	79
Tabla 41-3: Gasto servicios básicos	80
Tabla 42-3: Gasto suministro de oficina.....	80
Tabla 43-3: Gasto de publicidad	80
Tabla 44-3: Gastos sueldo	81
Tabla 45-3: Rol de provisiones	82
Tabla 46-3: Presupuesto de costo de producción.....	83
Tabla 47-3: Presupuesto de gasto	83
Tabla 48-3: Capacidad instalada hospedaje.....	84
Tabla 49-3: Capacidad instalada restaurante	84
Tabla 50-3: Capacidad instalada bar	85
Tabla 51-3: Demanda de paquetes turísticos	85
Tabla 52-3: Proyección de ventas	86
Tabla 53-3: Estados de resultados	87
Tabla 54-3: Estados de flujo de efectivos.....	87
Tabla 55-3: Tasa de descuento	88
Tabla 56-3: Tasa de descuento	88
Tabla 57-3: Tasa interna de retorno.....	89
Tabla 58-3: Período de recuperación.....	90
Tabla 59-3: Punto de equilibrio.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Fases de vida del proyecto.....	8
Figura 2-1:	Tipo de proyecto según su naturaleza.....	9
Figura 3-1:	Tipo de proyecto por el área al que pertenece.....	10
Figura 4-1:	Según su fin.....	10
Figura 5-1:	Clasificación de los proyectos privados.....	11
Figura 6-1:	Clasificación de los estudios de factibilidad.....	12
Figura 7-1:	Análisis del mercado.....	14
Figura 8-1:	Estudio Técnico.....	14
Figura 9-1:	Componentes del estudio legal.....	17
Figura 1-3:	Logotipo de Eco Kawsay	57
Figura 2-3:	Plaza comercial.....	58
Figura 3-3:	Estrategia promocional Facebook.....	59
Figura 4-3:	Estrategia promocional Whatsapp.....	60
Figura 5-3:	Macro localización del proyecto.....	61
Figura 6-3:	Micro localización del proyecto.....	61
Figura 7-3:	Nombre de la empresa.....	.62
Figura 8-3:	Distribución de oficina ECO-KAWSAY63
Figura 9-3:	Distribución de cabaña ECO-KAWSAY	63
Figura 10-3:	Organigrama estructural ECO-KAWSAY65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Determinación del género de los habitantes.....	31
Gráfico 2-3:	Determinación del rango de edad de los turistas.....	32
Gráfico 3-3:	Nacionalidad de los turistas.....	33
Gráfico 4-3:	Determinación del lugar de procedencia de los turistas.....	34
Gráfico 5-3:	Microempresa de ecoturismo	35
Gráfico 6-3:	Preferencia de la temporada turística para viajar.....	36
Gráfico 7-3:	Disponibilidad de tiempo para viajar.....	37
Gráfico 8-3:	Medio de transporte para viajar.....	38
Gráfico 9-3:	Conocimiento sobre Santiago de Quito, Cantón Colta	39
Gráfico 10-3:	Sitios que realicen actividades de ecoturismo.....	40
Gráfico 11-3:	Preferencias por tipo de actividades ecoturísticas.....	41
Gráfico 12-3:	Tipo de experiencia que debe cumplir la microempresa de ecoturismo.....	43
Gráfico 13-3:	Medios de comunicación por los cuales se informa acerca de los destinos.....	44
Gráfico 14-3:	Empresas turísticas conocidas en Santiago de Chile.....	45
Gráfico 15-3:	Servicios adquiridos.....	46
Gráfico 16-3:	Crecimiento poblacional.....	51
Gráfico 17-3:	Demanda proyectada.....	52
Gráfico 18-3:	Oferta proyectada.....	53
Gráfico 19-3:	Demanda insatisfecha proyectada.....	54
Gráfico 20 -3:	Estructura de inversiones	75
Gráfico 21 -3:	Estructura de inversiones.....	75

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: CATÁLOGO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito cantón Colta”, tuvo como finalidad desarrollar el proyecto para medir la viabilidad y rentabilidad del negocio mediante estudios económicos y financieros. Para el desarrollo de la investigación la metodología que se aplicó es un enfoque cuali-cuantitativo, descriptivo y explicativo que permitieron recabar información sobre temas relacionados con la factibilidad de un negocio, como técnica de investigación se utilizó las encuestas, mismas que fueron aplicadas a la población con la finalidad de conocer la aceptabilidad del proyecto, los hallazgos que se obtuvo permitió determinar la existencia de una demanda insatisfecha, lo que logró dar viabilidad a la investigación. Elaboré el estudio técnico, el cual determinó las inversiones necesarias, los ingresos actuales y de los próximos años, gastos presentes y proyectados, y flujos de caja actuales y futuros, los cuales comprueban la rentabilidad del proyecto, del mismo modo, se calculó la evaluación del proyecto el cual dio un resultado favorable. A partir del estudio económico financiero se determinó que la inversión inicial requerida es \$110.000,00 dólares dentro de los indicadores utilizados en la evaluación financiera se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 28.750,04 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de con un periodo de recuperación de la inversión de 19%, Relación de costo beneficio de \$ 1,26, Periodo de recuperación de Inversión es de 3 años, 9 meses y 29 días. Una vez realizado el análisis de sensibilidad se determinó que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto, se recomienda la puesta en marcha de la propuesta.

Palabras clave: <ECOTURISMO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TECNICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <MICROEMPRESA>, <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <VIABILIDAD>, <INVERSIÓN>



18-02-2022

0331-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The present research work called "Feasibility Project for the Creation of an Ecotourism Microenterprise in the parish of Santiago de Quito, Colta canton" aimed to develop the project to measure the feasibility and profitability of the business through economic and financial studies. For the development of the research, the methodology applied is a quali-quantitative, descriptive and explanatory approach that allowed gathering information on issues related to the feasibility of a business, as a research technique was used surveys, which were applied to the population in order to know the acceptability of the project, the findings obtained allowed determining the existence of an unsatisfied demand, which managed to give viability to the research. I elaborated the technical study, which determined the necessary investments, current, and future income, present, and projected expenses, and current and future cash flows, which prove the project's profitability. Likewise, the evaluation of the project was calculated, which gave a favorable result. From the economic-financial study, it was determined that the initial investment required is \$110,000.00 dollars within the indicators used in the financial evaluation a Present Net Value (NPV) of \$ 28,750.04 and an Internal Rate of Return (IRR) of with an investment recovery period of 19%, Cost-Benefit Ratio of \$ 1.26, Investment recovery period is three years, nine months and 29 days. Once the sensitivity analysis was performed, it was determined that the project was feasible and profitable. Therefore, it is recommended the implementation of the proposal.

Key words: <ECOTURISM>, <MARKET STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <MICROBUSINESS>, <PROJECT FEASIBILITY>, <FIABILITY>, <INVESTMENT>.

CARINA
FERNANDA
VALLEJO
BARRENO



Firmado
digitalmente por
CARINA
FERNANDA
VALLEJO BARRENO

INTRODUCCIÓN

El sector turístico juega un papel importante en la economía de todos los países, desde el punto de vista de la creación de empleo y producción, así como la generación de divisas, formando parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos, en cuanto al nivel económico que opera como fuente de oportunidades para la modernización socio-económica y cultural de un área geográfica específica. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo en un destino, tal es el caso de la innovación tecnológica y el medio ambiente que ha cambiado significativamente el panorama turístico en los últimos tiempos. En efecto, el desarrollo de la tecnología se ha encargado de definir un antes y un después de las formas de viajar y vivir experiencias, generando posibilidades de conectividad a través de diferentes sistemas tecnológicos con resultando imprescindible para los diferentes sectores en los próximos años.

A nivel latinoamericano son muchos los países que ofrecen innumerables atractivos turísticos, tal es el caso de Ecuador, país que no está desconectado de la actividad turística, por cuanto cuenta con diferentes atractivos para los turistas, considerado como un país accesible para los viajeros, con multidestinos ideales para familias, amigos, y para disfrutar todo el año, a su vez es un destino para el buen vivir, socialmente inclusivo, participativo y comprometido con el turismo por su variada cultura y una gran biodiversidad, como la sierra central y la Amazonía que presentan una gran riqueza.

En efecto, son zonas caracterizadas por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región amazónica, en cuanto a la región sierra, existe producción agrícola, ganadera y florística. En cuanto al ecoturismo, Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación, destacando los parques nacionales, la selva, ríos, lagos, montañas, entre otros.

Por otra parte, se encuentra el efecto que ha causado la pandemia COVID-19 lo cual ha originado restricciones tanto para las personas como para las empresas, donde se han establecido varias medidas restrictivas para contener el contagio y la propagación, generado una crisis de salud sin precedentes en el mundo y en el país ecuatoriano. Esta crisis, a su vez, ha provocado un impacto económico de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional.

Como secuela de la pandemia causada por COVID-19, la actividad turística cambió considerablemente para el Ecuador, donde las necesidades y preferencias de los viajeros ya no son las mismas; a tales efectos el Ministerio de Turismo junto con las universidades del país desarrollaron un estudio que muestra el comportamiento de los turistas nacionales antes y después del impacto de la pandemia, determinando las pérdidas considerables por entrada de divisas, dado el cierre de fronteras y otras limitaciones de movilidad que se tomaron para frenar el contagio. No obstante, con el transcurrir del tiempo, dada la flexibilización de las medidas y la evolución de la emergencia sanitaria, se hizo necesario hacer un estudio más fundamentado sobre el comportamiento futuro del turista nacional.

En tal sentido surge la presente investigación con el objetivo de crear un proyecto factible para la creación de una microempresa que permita el desarrollo del ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, determinando un estudio de mercado que permita conocer la demanda y la oferta del servicio turístico para tomar decisiones adecuadas y minimizar los riesgos de pérdidas en la inversión. Del mismo modo, describir el estudio administrativo, técnico y financiero mediante la disponibilidad de recursos, tamaño óptimo y localización, para establecer las normas necesarias al momento de constitución de la microempresa. Se estima que este trabajo será un punto de referencia para la generación y desarrollo de estrategias que promuevan la reactivación del turismo interno; así como también constituirá una herramienta indispensable para la adecuada gestión de la movilidad turística a nivel nacional.

Para su desarrollo, el estudio se estructuró en los siguientes capítulos:

El Capítulo I, sobre el cual se fundamentan las bases teóricas relacionadas con las variables del estudio tal es el caso de los proyectos factibles y las microempresas ecoturísticas. Asimismo, se plantean los antecedentes referidos a los estudios previos de otros investigadores que han abordado sobre temas similares al planteado. Del mismo modo se hace referencia a los conceptos básicos aplicados en la investigación.

El Capítulo II, detalla la metodología aplicada, considerando que en todo modelo de investigación se deben seleccionar los parámetros, sobre el cual el investigador argumentará su estudio para el alcance de los objetivos, motivo por el cual se requiere delimitar los procedimientos de orden metodológico. Posteriormente, se desarrolla un Capítulo III donde se fundamentará acerca de los hallazgos encontrados durante la investigación, mediante los cuales se determinará la factibilidad o rechazo de la propuesta planteada acerca de la creación de una microempresa para el ecoturismo de la Parroquia Santiago de Quito y finalmente se planteará las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de investigación

Actualmente América Latina se encuentra inmerso en un mundo globalizado, donde el aspecto turístico, económico y financiero cada día toma más importancia, debido a las constantes modificaciones, actualizaciones en las normativas y la amplitud de los mercados que obligan a las distintas poblaciones, principalmente las parroquias a adaptarse a los parámetros establecidos, lo cual representa un impacto en la eficiencia y el desempeño, a la vez estas mismas normativas plantean beneficios municipales que son desconocidos por los habitantes y son poco aplicados por los organismos parroquiales, debido a la ineficiente administrativa y la ausencia de cultura ecoturística en los cuales las empresas de los distintos sectores se pueden favorecer. Bajo este contexto, la investigación se argumentó a través de estudios previos que sirvieron de base para sustentar la teoría y metodología a desarrollar, entre los cuales se pueden destacar:

Tema: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ARROZ DE CEBADA EN LA COMUNIDAD EL TROJE, CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2016-2017”.

Autor: David Enrique Yautibug Curillo

Año: 2017

Sobre el estudio el autor concluyó lo siguiente:

Generar una empresa que procese y comercialice el arroz de cebada permitiendo a la comunidad generar una alternativa de ingresos a través de los productos que siembran y cosechan, al crear esta empresa facilita a los productores, vender sus productos en la misma comunidad de esta forma contribuir ventajosamente al desarrollo local generando ingresos económicos que beneficie a las familias, miembros de la comunidad y productores, creando empleo y bienestar para todos. (Yautibug, 2017, pág. 4)

El autor considera que la implementación de una empresa solidaria beneficia directamente a la comunidad El Troje, fomentando a la siembra de cebada como materia prima para el arroz de cebada, aprovechando los recursos orgánicos libres de químicos, a fin de generar ingresos para la población con ello contribuir al desarrollo social y económico de los pequeños productores de la zona.

Realizar estudios de factibilidad que permitan al desarrollo económico y social de una población es de gran importancia lo cual beneficia a un sector de la economía, también permite la toma de decisiones estratégicas al momento de ejecutarlo, lo cual ayuda a las empresas minimizar sus costos y gastos y maximizar los beneficios.

Tema: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHICHA DE QUINUA EN LA COMUNIDAD SAN MARTÍN ALTO PARROQUIA COLUMBE CANTÓN COLTA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”.

Autor: Luis Humberto Yumisaca Sagñay

Año:2016

Entre los aspectos más relevantes se determinó el siguiente argumento:

Creación de una empresa de elaboración y comercialización de chicha de quinua comenzando con un diagnóstico actual de la zona, considerando aspectos socioeconómicos de la región, el estudio del mercado a través del análisis de la demanda de la competencia, los precios y la comercialización en la cual se determinó la demanda insatisfecha. este estudio técnico permitió conocer la focalización del proyecto y su magnitud. (Yumisaca, 2017, pág. 20)

El autor menciona que para la creación de una empresa es fundamental el análisis del mercado ya que esto permite ver con mayor claridad los aspectos socio económicos de la zona, requiere dominar multitud de información para saber cuál es la situación actual de la zona a qué tendencias o debilidades se enfrenta y cuáles son los próximos pasos que se debería seguir, sin riesgos y con mayor margen de beneficios.

Un estudio de factibilidad es de suma importancia definir a qué mercado se va a ofrecer, conocer los datos demográficos, saber cuáles son los problemas o necesidades, cómo piensan, como buscan los productos o servicios y el por qué eligen la competencia de este modo estar preparados para ofertar el servicio que se requiere el cliente. Estudiar el comportamiento de los consumidores a través de entrevistas, encuestas online o directa se puede conocer sus hábitos de compra.

Tema:” PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRUCHAS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD DE CASUAL DEL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2015”.

Autora: Elsa Maribel Chicaiza Lliví

Año: 2016

La producción y comercialización de escuchas es una actividad que no es muy explorada en el cantón, por lo tanto, no existe gran oferta de este producto y sobre todo nos ofrece un producto cárnico alternativo a los que comúnmente consumimos a diario. En la actualidad con la variedad de productos y cambios constantes en el mercado los consumidores son más exigentes y buscan productores que satisfagan sus gustos y necesidades. (Chicaiza, 2016, pág. 6)

La autora menciona sobre el proyecto de factibilidad como una propuesta de una acción para resolver un problema práctico, de la misma forma satisfacer una necesidad, en la cual es indispensable que acompañe de una investigación profunda a su vez que demuestre su factibilidad o la posibilidad de realizar el proyecto, para ello es necesario realizar un diagnóstico de la situación planteada, también planear y fundamentar con información veraz y confiable la propuesta a elaborar.

En el proyecto de factibilidad es necesario como una herramienta administrativa en la cual se busca el buen desarrollo de la economía financiera con la implementación de la empresa, donde ayudará a un grupo de personas a mejorar su eficiencia administrativa.

Tema:” PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE CÁTERIN EN EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO- PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Autora: Fernanda Patricia Aimara Guanín

Año: 2017

Existen diferentes empresas e instituciones que demandan el servicio de organización de eventos sociales, colectiva para su personal a través de restaurantes, percibido una cierta insatisfacción por la calidad de los mismos por el afán de reducir costos, la calidad es un factor importante para el servicio de organización de eventos sociales lo cual regirá no sólo en la utilización de productos e insumos naturales bajo los parámetros y estándares que garantice el valor y la seguridad para el consumo del mismo.

Se determina que el proyecto de factibilidad en restaurantes es importante para conocer con precisión, la preparación de los alimentos para banquetes, sin contar con todos los elementos del catering, pues este servicio implica no sólo la preparación del menú sino también garantizar el realce del evento como una experiencia agradable, también considera el cumplimiento de necesidades sociales como la aceptación y la recreación, por ello considera que el estudio de factibilidad es una herramienta administrativa muy utilizada en la actualidad, tanto las empresas públicas como en las empresas privadas. (Aimara, 2017, pág. 12)

Todos los negocios que se va a implantar es necesario realizar un previo diagnóstico de una cierta situación, una vez realizado un sustento teórico permitirá plantear la propuesta a llevar a cabo, para brindar una solución a los problemas encontrados en el transcurso del proyecto, en el cual los proyectos factibles nos muestran si son viables y permiten la satisfacción de las necesidades en concreto, tomando en cuenta los procesos, las actividades y la acción.

1.2. Marco teórico

1.2.1. Proyecto

Según (Baca, 2013), un proyecto se define como:

La búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de montos distintos, tecnologías y metodologías con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, cómo pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, (pág. 2).

Por su parte (Iñigo & Iosune, 2010) lo definen como “Conjunto de actividades concretas, y coordinadas entre sí, se realizan con el fin de producir determinados bienes o servicios capaces de detectar necesidades o resolver problemas” (pág. 12). Otra definición, lo contextualiza como “Un conjunto de actividades a realizar, pero articulados entre sí, con el propósito de promover ciertos bienes o servicios, capaz de satisfacer necesidades para resolver problemas, dentro de los límites de un presupuesto y de un período de tiempo determinado” (Echeverría, 2017, pág. 180). En tal sentido, para que un proyecto esté bien diseñado y formulado, se debe explicar claramente su propósito, objetivo, beneficiario, producto, actividad, cronogramas, presupuestos, entre otros.

De las definiciones anteriores, se desprende que el proyecto es un conjunto de ideas de manera planificada en la cual consiste una agrupación de actividades que se realiza de manera secuencial y coordinada entre sí, con la finalidad de producir bienes o servicios los cuales sean satisfacer y resolver las necesidades, aprovechando los recursos necesarios para obtener los máximos beneficios.

1.2.2. Importancia de los proyectos

Desde la perspectiva de (Baca, 2013), se menciona que:

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre: desde la ropa que vestimos hasta los alimentos que consumimos son procesados y las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercial, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión de producirlos en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica, (pág. 2).

Por otra parte, (Echeverría, 2017), enfatiza que las grandes decisiones no se toman sin antes contar con un estudio previo que indique el qué, cuándo, dónde, cómo y por qué, se deben realizar las acciones que se quieren llevar a cabo, este análisis no es más que el inicio de un proyecto. En efecto el proyecto, es un emprendimiento temporal que se lleva a cabo para la creación de productos o servicios únicos, que tienen un principio y fin bien definido, lo cual conlleva a evaluar la importancia de desarrollar un proyecto, para su posterior ejecución.

De la misma manera, permiten resolver problemas identificados, que de una forma u otra mejorarán las condiciones de vida del grupo en estudio, además admiten el acceso a diversas fuentes de financiamiento que basan sus decisiones en el diseño de estrategias y flujos de recursos que finiquitado de la manera adecuada, ayudan en la obtención de resultados y a la recuperación de capital en cuanto a la gestión se refiere, a su vez son una forma de gestionar y organizar los recursos invertidos en base a la resultados esperados, estableciendo un sentido lógico para su ejecución.

Por todo ello, el desarrollo de un proyecto es fundamental en toda empresa, mucho más en la actualidad donde el mercado competitivo se está volviendo más amplio y agresivo, pero hay que tener en cuenta lo que realmente se quiere y desea hacer, por cuanto se vive en un mundo globalizado donde las nuevas tecnologías han aportado gran ayuda al ser humano fomentando la rapidez y eficiencia en los procesos para realizar un producto u ofrecer un servicio, desde los alimentos que se consumen hasta la ropa que se utiliza son procesados, permitiendo la satisfacción de los seres humanos. En síntesis, los proyectos de investigación son importantes, ya que estudian los problemas, necesidades y características de una población, lo cual facilita ofertar productos o servicios a un grupo de una población.

1.2.3. *Ciclo de vida de los proyectos*

Para (Córdoba, 2011), en relación con el ciclo de vida de los proyectos de inversión, manifiesta que generalmente atraviesa por cuatro fases:

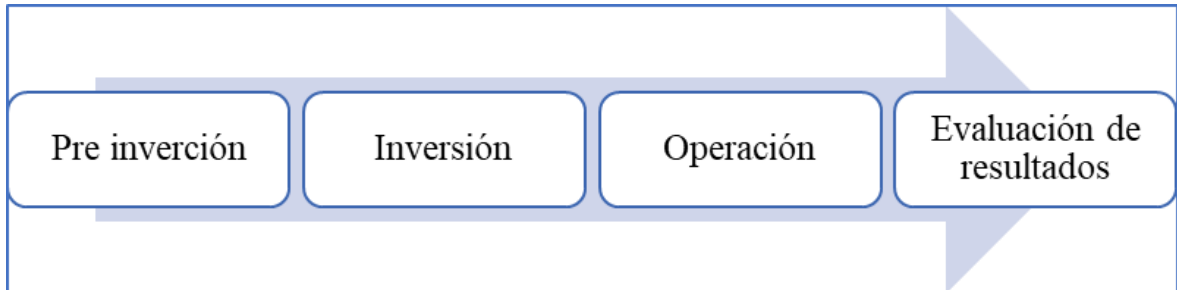


Figura 1-1: Fases de vida del proyecto

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 8)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

Pre- inversión: Es un estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos cuanto menos cantidad y calidad tenga la información.

Inversión: Es la implementación del proyecto, después de haber seleccionado un modelo a seguir, donde se materializan las inversiones previas puesta en marcha.

Operación: Es la fase en la cual se materializa, por ende, empieza con la generación de productos o servicios.

Evaluación de resultados: La última fase de los proyectos, donde se verifica las soluciones de los problemas planteados y el funcionamiento correcto de la operación. (pág. 9)

1.2.4. *Beneficios del proyecto*

Según (Iñigo & Iosune, 2010), referente a los beneficios de un proyecto, menciona que:

Aborda conceptos de problema y necesidad los cuales afectan a una sociedad, razón por la cual los proyectos tienen como destinatario a personas y clientes, donde se concretará a quien o quienes se beneficiarían los resultados de los productos o servicios finales, (pág. 29).

Los proyectos son beneficiosos para toda la población, ya que estos resuelven las necesidades o los problemas mediante una correcta aplicación, previniendo pérdidas en su capital y minimizando los riesgos de fracaso, a su vez brindará un mayor enfoque para la orientación de los resultados y por ende mayor productividad, reducción en los tiempos de discusión acerca de la competitividad entregando valor al cliente, asimismo, optimiza el desempeño de los miembros del proyecto, aumentando la motivación y mejorando las habilidades profesionales.

1.2.5. Tipos de proyectos

Según (Córdoba, 2011) existen diferentes tipos de proyectos, cada una de ellas se dirige a solucionar determinadas barreras de desarrollo y tiene costos y beneficios específicos, así:

a) Por su naturaleza:

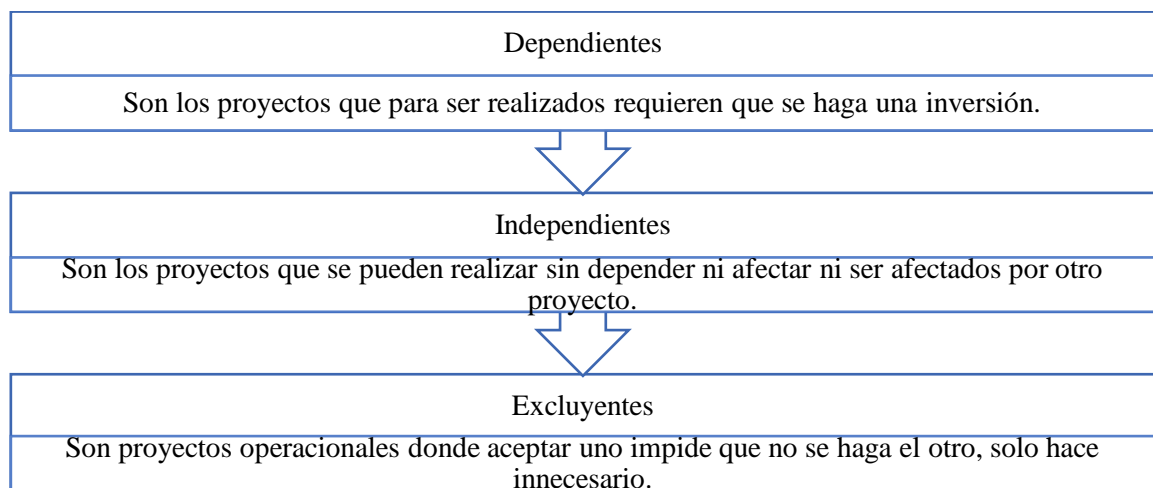


Figura 2-1: Tipo de proyecto según su naturaleza

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 5)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

b) Por el área donde pertenece

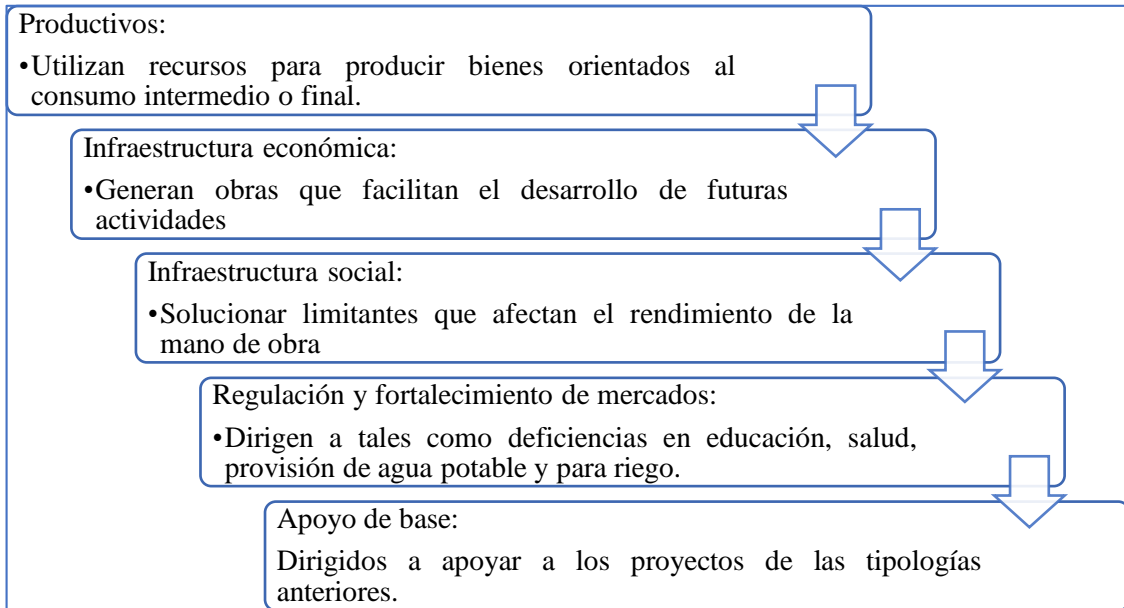


Figura 3-1: Tipo de proyecto por el área al que pertenece

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 6)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

c) Según su fin

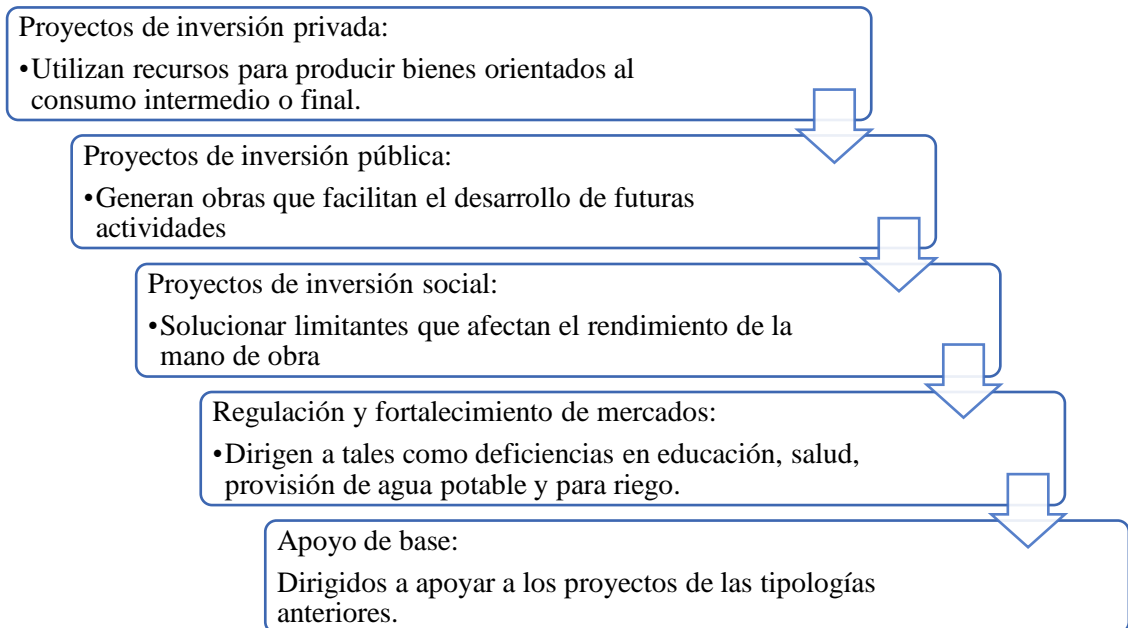


Figura 4-1: Según su fin

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 6)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

d) Proyectos privados

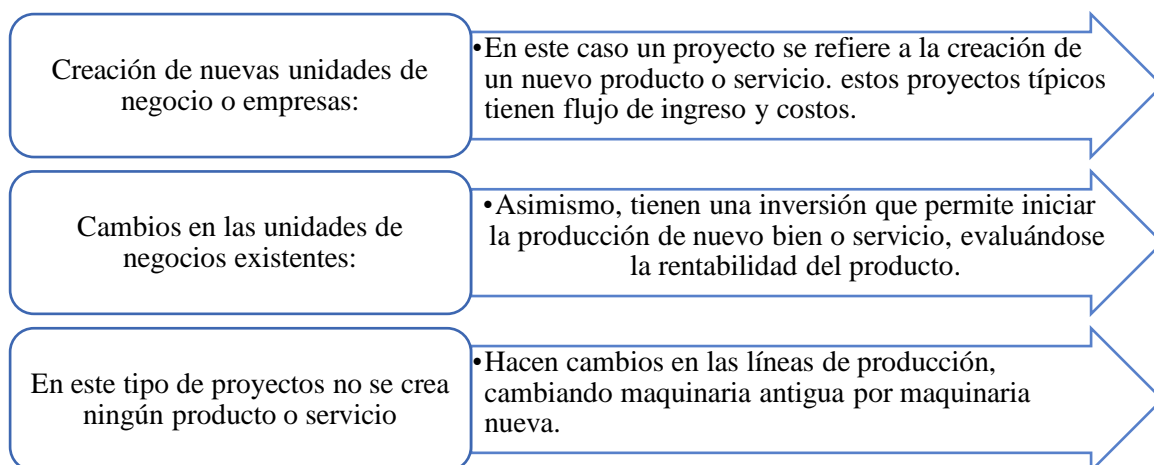


Figura 5-1: Clasificación de los proyectos privados

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 7)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

1.2.6. Proyecto de factibilidad

Según (Araujo, 2012), el proyecto de factibilidad consiste en:

El estudio de este nivel debe detallar todos y cada uno de los rubros que se anotaron para cuantificar y reportar los parámetros que orienten al interesado respecto de las variables estudiadas y los factores que afectan a cada una de ellas. El grado de detalle que se aborde en este nivel exige el cruzamiento de información obtenida en las fuentes secundarias, con información primaria que ratifique los datos que reporten. (pág. 13)

Se puede mencionar que un proyecto de factibilidad es una propuesta que está utilizada para dar la solución a un problema en específico, lo cual sustenta con una investigación para probar su pertinencia y su viabilidad, en los cuales se ajustan los contextos y fenómenos de la investigación con la finalidad de proponer modelos de operación que fomenten para la resolución de determinados problemas en la investigación.

Desde el contexto planteado por Pérez (2017)

El proyecto factible es una investigación, elaboración y el desarrollo de una propuesta y un modelo operativo viable para fomentar una solución a los problemas actuales, requerimientos o necesidades de las empresas o grupos sociales: pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, procesos y métodos.

Según la Revista Universitaria de investigación (2002) “Menciona que un proyecto es factible cuando está orientado a resolver un problema planteado o satisfacer las necesidades en una organización”.

De las definiciones anteriores se deduce que el proyecto de factibilidad consiste en un conjunto de actividades coordinadas entre sí, con la finalidad de lograr los objetivos planteados, para dar solución a los problemas de una población, el objetivo principal del proyecto de factibilidad es el diseño de una propuesta de acción dirigida en un documento resolviendo la necesidad previamente detectada en el medio.

1.2.7. Tipos de factibilidad

Para un correcto estudio de factibilidad se deben considerar las siguientes tipologías:

Según (Córdoba, 2011), se afirma “Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de 3 factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, legal y económica, así como las de gestión política social y ambiental” (pág. 16).

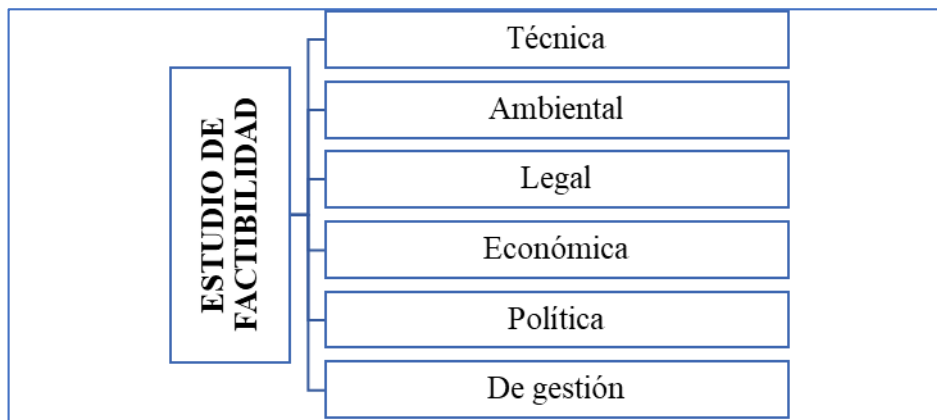


Figura 6-1: Clasificación de los estudios de factibilidad

Fuente: (Córdoba, 2011, pág. 16)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

- **La factibilidad técnica:** Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

- **La factibilidad legal:** Establece la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.
- **La factibilidad económica:** Fija la rentabilidad de la inversión en un proyecto.
- **La factibilidad de gestión:** Establece si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.
- **La factibilidad ambiental:** Fija del impacto sobre el ambiente; por ejemplo, la contaminación.
- **La factibilidad política:** Corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.
- **La factibilidad social:** Establece los beneficios de la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida, (pág. 17).

1.2.8. Estudio de mercado

Desde el contexto de (Morales & Adam, 2009), en referencia al estudio de mercado: “Determina la cantidad de bienes y/o servicios que en cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones, la población estaría dispuesta a conseguir para satisfacer sus necesidades” (pág. 229). Por su parte, (Baca, 2013), señala “Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación clasificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (pág. 5).

De los conceptos se puede deducir que el estudio de mercado es un análisis de los componentes de una población de manera sistemática, registrando los datos de todo lo que se encuentra acerca del problema, para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que adquirirán el bien o servicio que se piensa ofrecer, dentro de un tiempo establecido, un espacio definido y el precio accesible al mercado.

1.2.8.1. Objetivos de un estudio de mercado

Según Baca (2013) el estudio de mercado se enmarca en los siguientes objetivos:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la calidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer los bienes y servicios para los usuarios.

- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea de inversionista de riesgo que su producto corre hacer o no aceptado en el mercado. (pág. 24)

La estructura de análisis esta forma de cuatro variables fundamentales que se detallan a continuación:

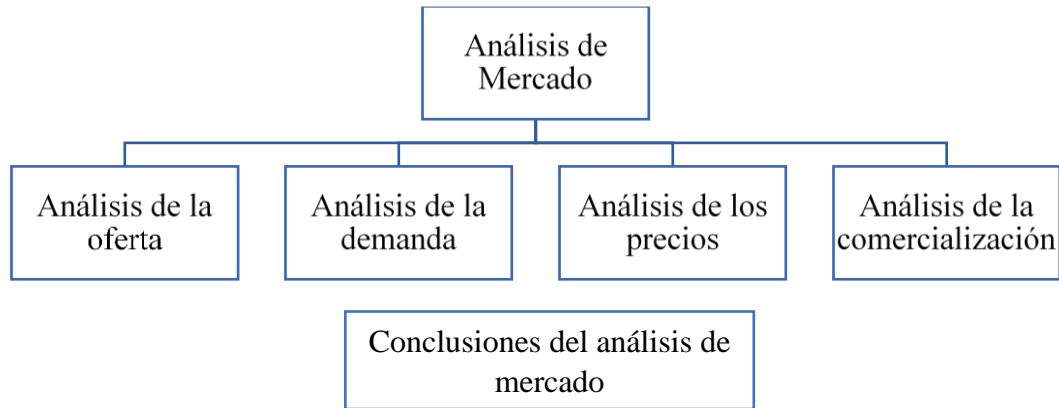


Figura 7-1: Análisis del mercado

Fuente: (Baca, 2013, pág. 24)
Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

1.2.9. Estudio técnico

Tamaño óptimo	•Es la capacidad de un bien o servicio en un periodo de producción y en un tiempo determinado.
Determinación de localización óptima del proyecto	•Es el espacio físico Donde se va a realizar el proyecto, tomando en cuenta su ubicación estratégica. De acuerdo con la macro y microlocalización.
Ingeniería del proyecto	•Explicación clara del bien o servicio.
Análisis organizativo administrativo y legal	•Normas legales para el funcionamiento del proyecto, indispensable verificar la factibilidad legal de la construcción y operación del proyecto

Figura 8-1: Estudio Técnico

Fuente: (Baca, 2013)
Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

1.2.10. Estudio medioambiental

El estudio medioambiental dentro de un proyecto es fundamental ya que permite minimizar los impactos ambientales y optimizar los recursos naturales, esto quiere decir que los proyectos a ejecutarse se debe elegir la mejor opción de uso de dichos factores a su vez crear la forma más adecuada o la menos impactante.

Sobre esta perspectiva (Garmendia, Salvador, & Crespo, 2005), argumentan que el estudio medioambiental se denomina como “La evaluación del impacto ambiental a todo procedimiento necesario para la valoración de los impactos ambientales de las distintas alternativas de un proyecto determinado, con el objetivo de seleccionar la mejor desde el punto de vista ambiental” (pág. 75). Por otra parte, (Lahoz, 2020) lo define como:

Un impacto de un proyecto sobre el medio ambiente puede definirse como la diferencia entre la situación del medio ambiente futuro modificado, tal y como resultaría después de la realización del proyecto y la situación del medio ambiente, tal y como habría evolucionado normalmente sin tal actuación (pág. 64).

La evaluación del impacto ambiental comprende los siguientes pasos:

- Examen previo para decidir si el proyecto requiere un estudio de impacto y este qué nivel de detalle.
- Estudio para identificar los impactos claves y su magnitud, el significado y su importancia.
- La determinación de su alcance y garantizar la evaluación del impacto ambiental en cuestiones claves y determinar dónde es necesario una información más profunda.
- Estudio minucioso para predecir y evaluar el impacto.

1.2.11. Estudio de factibilidad administrativo- legal

Acerca del estudio de factibilidad administrativo y legal, (Lara, 2010) hace referencia a los siguientes aspectos:

1.2.11.1. Estudio administrativo

Consistirá hay que terminar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento de esta forma la planificación será estratégica, con estructura organizacional, legal, fiscal, aspectos laborales, reclutamiento, etc.

De esta forma realizar un análisis para la obtención de información pertinente para determinar los aspectos organizacionales de un proyecto.

- **Partes de un estudio administrativo**

Planeación estratégica: Identificar hacia donde se dirige la empresa su crecimiento según las tendencias del mercado la economía y la sociedad.

Organigramas: Representan los puestos que la organización en sus niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad. Deben ser claros y precisos.

Planificación de los recursos humanos: Con los organigramas realizados se deben definir los puestos lo que dará claridad a la administración del proyecto, son las personas quienes ejecutarán el trabajo para lograr que la empresa tenga marcado sus objetivos.

Marco legal y fiscal: Personalidad jurídica de la empresa según lo cual articular a su legislación y fiscalidad, en base al código Mercantil y la Ley General de sociedades mercantiles, además de la legislación tributaria competente.

Aspecto laboral: Son los contratos de trabajo reglamento del régimen interno.

Aspecto ecológico: Considera el compromiso ecológico que las empresas deben adquirir en su actividad.

1.2.11.2. Estudio legal

El área jurídica legal, es una práctica que debe ser considerada dentro de toda empresa, lo cual permitirá una gestión eficiente y eficaz para atender todos los asuntos jurídicos. En este sentido, Pereda & Berrocal (2015) enfatizan que la gestión legal consiste en “Un conjunto de elementos jurídicos que se realizan para garantizar el buen desenvolvimiento de los procesos legales de una organización, siendo el departamento jurídico el encargado de mantener a la empresa organizada con toda la normativa que la regule” (p. 15). Por lo tanto, es esta área la que tendrá bajo su responsabilidad defender los bienes e intereses de la entidad, ante cualquier conflicto que se pudiera generar, durante los trámites y negociaciones con terceras personas, a su vez ayuda a garantizar la rentabilidad y a cumplir los objetivos de la organización.

Dentro de este contexto, también se hace referencia a las características que identifican el área jurídica la cual está basada en una multiplicidad de leyes, normas, reglamentos y organismos que la regulan, por tanto, se puede señalar como elementos característicos los siguientes:

- Interviene como mediador entre la empresa y otros organismos jurídicos tales como los proveedores, la tercerización de servicios, instituciones bancarias, entre otros.
- Debe adaptarse a otras normativas de acuerdo con la naturaleza del proyecto o de la empresa.
- Participa activamente en la creación de la empresa o proyecto, donde se ejecutarán los principios básicos para su constitución y acato a las leyes adecuadas para su desarrollo

La gestión jurídica de toda organización está representada por el objeto legal que forma parte de la titularidad y la responsabilidad, por lo tanto, debe tener carácter autónomo, societario o cooperativo, dependiendo del tipo seleccionado para el proceso de constitución, lo que pudiera ser más o menos complejo. Asimismo, es importante señalar que las empresas no surgen desde el mismo contexto, ni tampoco tienen las mismas necesidades, es por ello que el estudio legal va a depender de algunos componentes entre los que destaca:

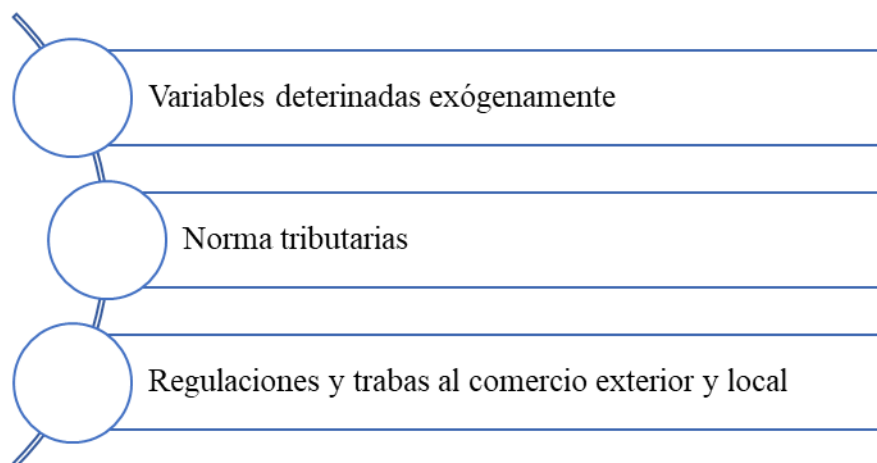


Figura 9-1: Componentes del estudio legal

Fuente: (Baca, 2013)

Elaborado por: Daquilema, D. (2020)

1.2.11.3. Estudio de factibilidad económico financiero

Es la parte esencial de la investigación la cual permite decidir la implantación proyecto, su objetivo es sistematizar la información del dinero para luego elaborar cuadros analíticos que sirven como fundamento en la evaluación económica. Sobre este contexto, (Baca, 2013) refiere lo siguiente:

Los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través de tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus imitaciones de aplicación y se compraran con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. (pág. 7)

En todo proyecto organizacional es importante, que antes de invertir en él, se deben considerar una serie de indicadores, los cuales permitirán medir la factibilidad financiera del mismo, entre ellos destacan:

- *Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)*. “Es un porcentaje que calcula el empresario, antes de invertir en un proyecto, el cual usará como referencia para determinar si el proyecto planteado le podrá generar ganancias o pérdidas” (Briceño, 2016, p. 68). Dada esta premisa, es importante resaltar que, si el resultado de la TMAR es menor al porcentaje de inflación, el proyecto no será rentable para invertir por cuanto estaría generando una pérdida; mientras que si la inflación es igual a la TMAR no causará ni ganancia ni pérdida y finalmente el último sería una TMAR mayor a la inflación, sobre este resultado el proyecto es factible y los inversores estarían interesados en invertir y por tanto resulta satisfactorio.

Para determinar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), es fundamental tener en consideración los factores que influyen en el desarrollo del negocio, a tales efectos, se aplicará el siguiente procedimiento (Urbina, 2010).

$$TMAR = (\% Préstamo * TIA) + (RP * \% RIP) + IF$$

Dónde:

TIA = Tasa de interés activa

RP = Recursos propios

RIP = Riesgo de inversión país

IF = Inflación promedio

- *Valor actual neto (VAN)*: es un indicador financiero que se utiliza para determinar la viabilidad de un proyecto, por tanto, si después de medir los flujos de ingresos, gastos futuros y descontar la inversión inicial queda algún beneficio, se considera que el proyecto es viable y se puede obtener mediante la siguiente fórmula planteada por (Urbina, 2010, p. 90).

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Por tanto, para determinar el VAN se requiere el tamaño de la inversión, flujo de caja neto proyectado y la tasa de descuento. En tal sentido, se puede interpretar:

$VAN > 0$, el proyecto se considera rentable

$VAN = 0$, el proyecto es rentable, por cuanto incorpora la ganancia de la tasa de descuento.

$VAN < 0$ = el proyecto no es rentable

- *Tasa interna de retorno (TIR)*: es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el flujo de caja neto proyectado (FNC), sea igual a la inversión, es decir VAN igual que 0. A tales efectos, para encontrar la TIR se requiere obtener el tamaño de la inversión y el FNC. Sobre el cálculo de este indicador (Urbina, 2010, p. 92) plantea la siguiente formula

$$TIR = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

- *Beneficio / Costo (B/C)*. “Es una herramienta que permite medir la relación de los costos y beneficios que se desarrollan dentro del proyecto y de esta manera se determina su rentabilidad por la inversión realizada” (Aguirre J. , 2013, p. 55).

Para calcular la relación B/C, primero se debe encontrar la suma de todos los beneficios descontados, traídos al presente y se divide entre la suma de los costos también descontados. De esta manera para determinar si el proyecto es viable bajo este parámetro, se consideran los siguientes aspectos:

Si la relación B/C es > 1 , indica que el beneficio es mayor al costo, por tanto, el proyecto es considerado factible.

Si la relación $B/C = 1$, expresa que el beneficio es igual al costo, en consecuencia, no hay ganancias, pero con el tiempo se pueden reducir los costos y alcanzar resultados mayores a 1.

Si la relación $B/C < 1$, significa que el costo supera el beneficio, a tales efectos, no se considera la viabilidad del proyecto.

- *Periodo de recuperación de la inversión (PRI)*: es un indicador que se encarga de medir en cuánto tiempo se recuperará la inversión total a valor presente, informando con precisión, la fecha en la que se debe cubrir la inversión inicial en cuanto al año, mes y día (Aguirre J. , 2013). Para el cálculo del PRI se debe considerar la siguiente formula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediatamente anterior en el que se recupera la inversión.

b = Inversión inicial.

c = Flujo de efectivo de caja acumulado del año inmediatamente anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de caja del año en el que se recupera la inversión.

1.2.12. Empresa

Existen diversas definiciones acerca del término conocido como empresa, a este respecto (Risco, 2013), menciona:

La empresa es un elemento esencial para la creación de riqueza y empleo en cualquier economía. Su función principal es producir aquellos bienes y servicios que los individuos necesitan para satisfacer sus necesidades, y para ello transforman una serie de factores productivos para obtener el bien o servicio final que demandarán los consumidores. (pág. 13)

Las empresas son unidades de producción que fomenta al desarrollo de la economía en la sociedad, generando un bien o servicio para el consumo humano, donde crean empleo y el bienestar social, incrementan sus utilidades a través de la producción y comercialización.

Una empresa un ente jurídico donde intervienen recursos humanos, recursos materiales y técnicos, que tienen como objetivo principal producir bienes o servicios, estas pueden ser con o sin fines de lucro para satisfacer las necesidades de las sociedades.

1.2.13. Clasificación de las empresas

Las empresas se clasifican en diferentes formas según su ámbito o actividad que realiza.

Según (Álvarez & Ballesteros, 2016)

a) Según la dimensión

- PYMES. -Pequeñas y medianas empresas.
- PIMEX. - Pequeñas y medianas empresas exportadoras.
- Pequeñas. - El capital, número de trabajadores y el ingreso son muy reducidos.
- Medianas. - El capital, número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares.
- Grandes. - Gran número de trabajadores, constitución con grandes cantidades de capital.

b) Según la actividad económica

- Primarias. - Extracción de la materia prima o recursos naturales.
- Secundarias. - Transformación de la materia prima.
- Terciaras. – Comercialización de los productos terminados y prestación de servicios.

c) Según la naturaleza

- Industriales. - Transforman la materia prima en un producto terminado.
- Comerciales. - Desarrollan la venta de los productos terminados en la empresa.
- Servicios. - Entregan sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

d) Según el capital

- Publicas. - El capital y el control proviene del Estado.
- Privadas. - El capital proviene de particulares.
- Mixtas. - El capital proviene una parte del estado y otra de particulares.

e) Según la forma Jurídica

- Unipersonales. - Conforman con la presencia de una sola persona natural o jurídica, que distinta parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.
- Pluripersonales. - Para la constitución exigen la participación como dueño de más de una persona, lo que mínimo son dos.
 - Personas: en nombre colectivo y en comandita simple.
 - Capital: Responsabilidad Limitada; Anónimas y de Economía Mixta.

f) Según el propósito

- Con fines de lucro. - Constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más utilidad.
- Sin fines de lucro. - Son empresas en las que lo más importante es el factor social de ayuda y apoyo a la sociedad. (pp. 35, 36).

1.2.14. Microempresa

Las microempresas son unidades de producción a menor escala, cuenta con un número limitado de trabajadores de hasta 9 empleados, pueden ser comerciales o de servicios, en su gran mayoría están administrados por personas naturales, familia o grupo de personas que mantengan ingresos de montos poco elevados, estas organizaciones se caracterizan por ayudar a la comunidad y la responsabilidad por la naturaleza. Sobre esta perspectiva (Monteros, 2005) la define como:

Es una asociación de personas que trabaja de forma organizada, donde interviene los recursos materiales, económicos, tecnológicos y humano para el procesamiento de productos y/o servicios que se suministran a los consumidores, generando un margen de utilidad para luego cubrir sus costos fijos, variables y los gastos de fabricación. (pág. 35)

“Es un organismo de producción con ingresos brutos anuales de cien mil dólares a través de sus ventas, con menor a 10 operadores”. (INEN, 2018)

De los conceptos anteriores se deduce que la microempresa es un organismo de producción que trabaja de manera sistemática con los recursos materiales, económicos, tecnológicos y humanos con la finalidad de transformar un bien o servicio el cual se oferte a los consumidores, generando utilidades.

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Turismo

El turismo incluye las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período sucesivo inferior a un año para fines de ocio, negocios, entre otros. Entre sus características destacan: la introducción de posibles elementos motivadores de viaje, la realidad del periodo para la estancia, delimitación de las actividades que se realizan durante el viaje y la ubicación turística. (Sancho, 2015)

1.3.2 Importancia del turismo

En relación con este contexto (Sancho, 2015), enfatiza que el turismo presenta diversas variantes, por cuanto existen diferentes tipos de turismo a saber: turismo cultural, aventura, entretenimiento, relajación. De la misma forma, también hay cantidad de personas que realizan actividad turística, entre los que destacan: los jóvenes, familias, jubilados, parejas, amigos, entre otros. Soberanamente de las variantes del turismo, la importancia de esta actividad habita en que tiene que ver con el movimiento y reactivación económica que se genera en la región concreta en la que se desarrolla. De tal forma, que todos los países y regiones del planeta pueden contar con el turismo como una actividad económica generadora de empleo, obras de infraestructuras, desarrollo de establecimientos gastronómicos y cadena hotelera, incremento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, entre otros. Perceptiblemente, existen regiones a nivel mundial que están clasificados como algunos de los puntos turísticos más importantes o dinámicos y otros no tanto, lo cual se ajusta con la atención que cada país pueda prestar a esta actividad, creando más posibilidades para que los visitantes puedan disfrutar.

1.3.3 Ecoturismo

Según (Pérez, 2003) “Es el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida del campo, en pequeñas poblaciones rurales”. (pág. 23)

Es el turismo responsable con el medio ambiente, la naturaleza en la cual consiste en conocer áreas ecológicas a fin de disfrutar y apreciar la naturaleza de la misma forma las manifestaciones culturales de la zona, promoviendo la conservación de los recursos naturales.

Según la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo menciona que es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunitarias, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Patrimonio Nacional de áreas naturales del Estado, con el objetivo de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la Historia Natural del ambiente que les rodea. dicha actividad se ejerce con precaución necesaria para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permitan la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, visitantes y el Estado. (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo, 2020)

1.3.4 Empresa ecoturística

Según (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo, 2020) es la persona jurídica que desarrolla actividades de ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes de acuerdo con lo que establecen las leyes.

La empresa de ecoturismo es una entidad jurídica que promueve actividades de ecoturismo, siendo empresas sostenibles y responsables con el cuidado de la naturaleza y las comunidades compartiendo sus costumbres y tradiciones, legalmente autorizada por las entidades que rigen.

1.3.5 Ecoturismo en el Ecuador

El ecoturismo es una herramienta de mercadeo, utilizada por la gran mayoría de los operadores turísticos del país y también se ha convertido en estos últimos años en el eje para la mayoría de las ONG para la conservación de comunidades indígenas, El mismo que ha fomentado al mundo internacional del turismo como una imagen de responsabilidad al país en los temas de ecoturismo. También puede entenderse como el desplazamiento hacia áreas naturales con el fin de entender la cultura y la Historia Natural del ambiente local, teniendo en cuenta el cuidado de la naturaleza para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura del sitio su vez pretende generar oportunidades económicas para la conservación de las áreas naturales lo cual es un beneficio para la población local, con el compromiso juntamente con las operadoras y los visitantes. (Marco legal del ecoturismo en el Ecuador, 2020)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

El enfoque de la presente investigación es mixto, debido a que se utilizó métodos cualitativos y cuantitativos, en el enfoque cuantitativo se recogió toda la información mediante un cuestionario elaborado para cada sujeto a abortar del mismo modo en el enfoque cualitativo se refiere a la revisión de información necesaria libros revistas y artículos los cuales fueron necesarios para la investigación. La investigación tuvo como objetivo la elaboración de un proyecto para la creación de una microempresa de ecoturismo en el cantón Colta, parroquia Santiago de Quito.

2.1.1. *Enfoque cuantitativo*

Según (Hernandez, 2014) “Se utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (pág. 4). Se enfocó en la recolección de datos mediante el estudio de mercado, a fin de conocer la oferta, demanda, precios, demanda insatisfecha, así como las estrategias de marketing, lo cual facilitó el estudio para su viabilidad económica y financiera.

2.1.2. *Enfoque cualitativo*

Para (Hernandez, 2014) “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (pág. 7). El enfoque cualitativo permitió la revisión la base de datos del Gobierno Autónomo descentralizado Parroquia Rural Santiago de Quito, sobre los atractivos turísticos y los turistas que ingresan a la parroquia, a modo de complementar la investigación.

2.1.3. *Nivel de Investigación*

En relación con el nivel de la investigación, se basó en un carácter descriptivo y explicativo, por cuanto el estudio permitió validar un estudio para la creación de una microempresa para mejorar el ecoturismo en la Parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta. A este respecto, Arias (2016), señala que “Los estudios descriptivos consisten en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 24). De este modo, el nivel de investigación permitió examinar las características del problema planteado, facilitando la elaboración del instrumento de recolección de datos, donde se verificó la validez y confiabilidad de este, para finalmente describir y analizar los resultados.

Por otra parte, el estudio presentó un carácter explicativo, el cual va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, por cuanto estuvo dirigido a responder acerca de las causas de los distintos elementos físicos o sociales, como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un hecho y en qué condiciones se origina o por qué dos o más variables están relacionadas (Hernández, et al.2014). En cuanto a la problemática planteada se utilizó este método debido a que era necesario comprobar las causas que afectan el sector turístico en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta, al no contar con una microempresa que facilite incentivar el ecoturismo y a través de este proyecto se pueda mejorar la gestión de una manera más eficiente e incentivando la cultura turística de la región.

2.1.4. Diseño de investigación

2.1.4.1. Transversal

Desde el contexto planteado por Bernal (2010) el diseño de carácter transversal se define como “El proceso mediante el cual se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una vez en un momento dado”. (pág. 118)

El estudio transversal en la investigación se utilizó la observación de los fenómenos en el ambiente para el análisis de los datos de las variables en el periodo establecido sobre la población y muestra.

2.1.5. Tipo de estudio

La tipología que se utilizó en la investigación fue de tipo documental y de campo.

2.1.6. Documental

Investigación documental se trata el análisis de información escrita acerca de un tema específico, con el objetivo de determinar las relaciones, las diferencias, actitudes y procesos sobre la temática estudiar. (Bernal, 2016, pág. 111). Por su parte, (Robles, 2020) señala que “La investigación es documental cuando el tipo de estudio de preguntas que se utiliza en los documentos oficiales ya sean personales como fuente de información estos documentos pueden ser de varios tipos: impreso, gráficos y electrónicos”.

La investigación documental permitió desarrollar los fundamentos teóricos, a través de libros de la facultad de Administración de Empresas, revistas, internet y norma legales.

2.1.7. *Campo*

Según (Hernandez, 2014) sensibilizarse con el ambiente o entorno en el cual se llevará a cabo el estudio, identificar informantes que aporten datos y guíen al investigador por el lugar, adelantarse y penetrarse la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio. (pág. 8). La investigación se realizó en el lugar de los hechos, es decir donde el objeto de estudio se implementará en el cantón Colta, Santiago de Quito, teniendo en cuenta las variables que aportan a la creación de la microempresa.

2.2. **Población y muestra**

2.2.1. *Población*

Según (Tamayo, 2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

La población del universo de estudio es finita siendo la misma el número total de turistas internos y externos que llegan a la parroquia Santiago de Quito, tomando como datos los adquiridos el año anterior.

Tabla 1-2. Relación de la afluencia turística durante el año 2019

Mes	Turistas
Enero- Febrero	400
Marzo- Abril	2000
Mayo- Junio	300
Julio-Agosto	400
Septiembre-Octubre	600
Noviembre- Diciembre	600
Total	4300

Fuente: GADPR SANTIAGO DE QUITO, 2019

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

2.2.2. *Muestra*

Según (Hernandez, 2014) “En el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos sin que necesariamente sea estadísticamente representativo el universo o población que se estudia” (pág. 384)

La muestra es una parte de la población a ser analizada, la cual puede ser determinada aleatoriamente o con la fórmula respectiva.

Para conocer el número de encuestas a realizarse calculamos la muestra con la siguiente:

Formula:

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

Dónde:

n = Muestra

N = Universo

P = Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.50)

Q = Probabilidad de la no ocurrencia (50% = 0.50)

e = Margen de error 0,05%

Z = Nivel de Confianza 1.96

$$n = \frac{4300 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(4300 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 353 encuestas

Tabla 2-2: Porcentajes de turistas nacionales y extranjeros

Turistas	Distribución de la muestra	Porcentaje
Turistas Nacionales	302	86%
Turistas Extranjeros	51	14%
Total	353	100%

Fuente: GADPR SANTIAGO DE QUITO, 2019

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

2.3. Métodos

2.3.1. Método inductivo

Es un método basado en el razonamiento, que “Permite pasar de hechos particulares a principios generales” (Hernandez, 2014). Básicamente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares, con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello, los fundamentos de una teoría. En el caso de estudio, consistió en la observación de datos y hechos que permitieron la producción del desarrollo de las teorías expuestas en la investigación, con un único objetivo de generar un nuevo conocimiento de lo particular a lo general.

2.3.2. Método deductivo

Desde la perspectiva planteada por (Hernandez, 2014), es un método que se basa en el razonamiento, su aplicación es totalmente diferente al inductivo, ya por cuanto en este caso la deducción intrínseca del ser humano permite pasar de los principios generales a los hechos individuales, es decir, es un análisis de los principios generales de un tema específico, que una vez que se ha verificado, determinado es válido, para contextos particulares. Sobre la investigación, se utilizó método para dar respuestas validas, a las interrogantes de estudio y hacer predicciones consistes sobre las variables identificadas.

2.4. Técnicas

2.4.1. Encuestas

Según (Baena, 2017)“Es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo que estamos estudiando” (pág. 82).

Para la investigación del proyecto de factibilidad se utilizó el mecanismo de recolección de datos a través de la encuesta la misma que permitió abordar la información necesaria de los turistas, que visitan la parroquia Santiago de Quito. (Ver ANEXO A: ENCUESTA)

2.5. Instrumentos

2.5.1. Cuestionario

Según (Hernandez, 2014), “Conjunto de preguntas respecto de una o varias variables que se van a medir, se utilizan en las encuestas de todo tipo” (pág. 250)

Para el efecto, se realizó un cuestionario aplicado a los turistas nacionales e internacionales que visitan la zona. En tal sentido, se establecieron una serie de preguntas cerradas y abiertas, como herramienta para recolección de datos con la finalidad de conocer los gustos y preferencias del consumidor, las mismas que fomentaron a la obtención de información y datos necesarios acerca de la investigación planteada.

2.6. Idea a defender

El estudio de factibilidad permitirá la creación de la microempresa de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta.

2.7. Variables

2.7.1. Variable Independiente

Proyecto de Factibilidad

2.7.2. Variable Dependiente

Creación de una microempresa de Ecoturismo

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados

Resultados de las encuestas aplicadas a la muestra de turistas con el objetivo de elaborar un proyecto de factibilidad mediante un estudio de mercado, técnico y financiero, que evalué la posibilidad económica para la creación de una microempresa de ecoturismo.

1. Determinación del género de los turistas

Tabla 1-3: Determinación del género de los turistas

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Masculino	230	65%
Femenino	123	35%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

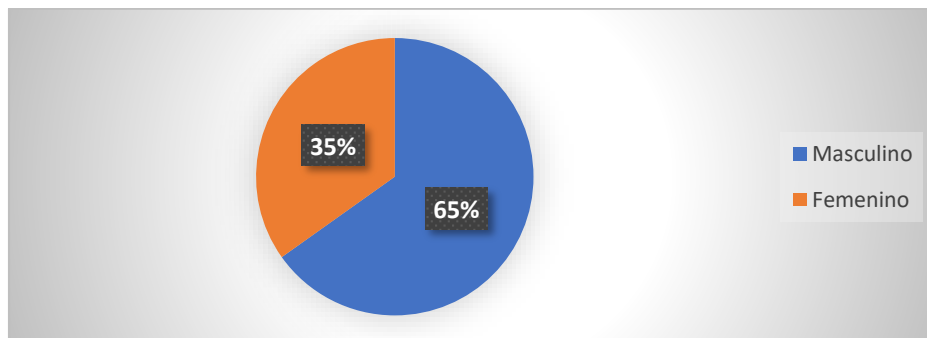


Gráfico 10-3: Determinación del género de los habitantes

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Sobre el factor de la determinación del género, se observó que un alto porcentaje de los turistas encuestados fueron del sexo masculino, representado en un 65%, lo que indica que en la actualidad son los hombres quienes marcan las pautas para viajar con fines turísticos, culturales y de recreación, adquiriendo los servicios a través de la microempresa de ecoturismo, en la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta.

2. Determinación del rango de edad de los turistas

Tabla 2-3: Determinación del rango de edad de los turistas

Edad	Frecuencia	Frecuencia relativa
Entre 15 y 30	137	39%
Entre 30 y 40	120	34%
Entre 40 y 50	71	20%
Entre 50 y 60	25	7%
Más de 60	0	0%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

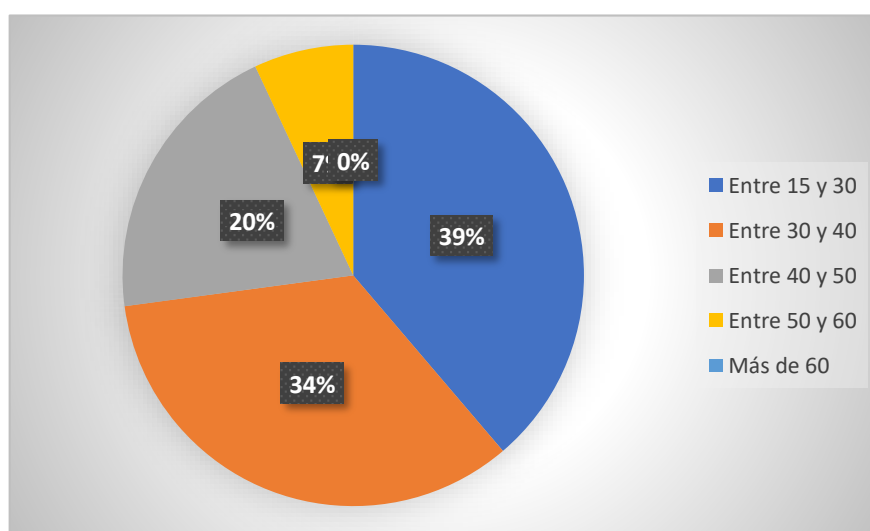


Gráfico 2-3: Determinación del rango de edad de los turistas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

En el gráfico, se muestra que existe una incidencia relativamente equitativa entre los encuestados, siendo las edades entre 15 y 30 años con un porcentaje del 39% el mayor número de turistas encuestados, seguido del renglón de 30 a 40 con un 34%. En efecto son estas las edades, que tienen más preferencias al momento de adquirir el servicio turístico y gozar de las actividades que ofrecería la microempresa.

3. Determinación de la nacionalidad de los turistas

Tabla 3-3: Determinación de la nacionalidad de los turistas

Nacionalidad	Frecuencia	Frecuencia relativa
Ecuatoriano	339	96%
Norteamericano	14	4%
Europeo	0	0%
Asiático	0	0%
Otro	0	0%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

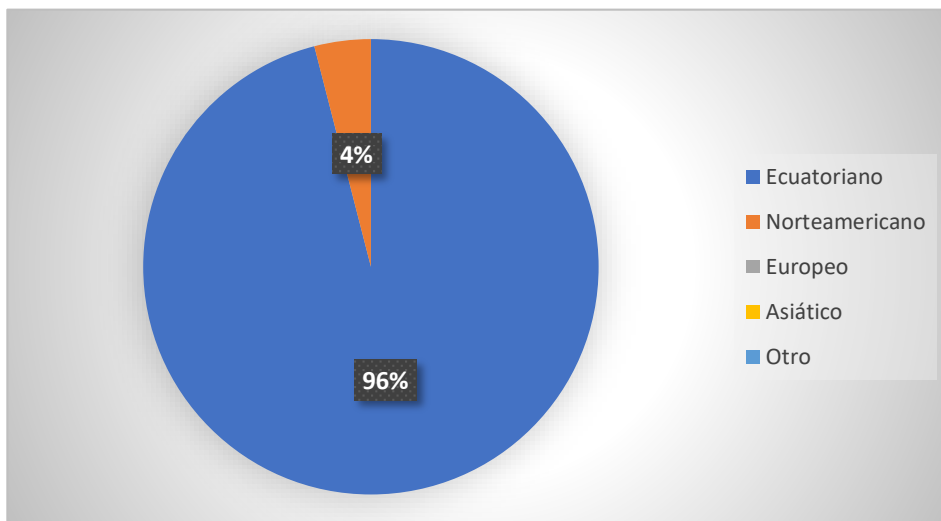


Gráfico 3-3: Nacionalidad de los turistas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Se evaluó el factor acerca de la nacionalidad, el cual es de interés tanto para el turista como para la microempresa, quienes buscan calidad, confort y comodidad durante sus actividades de recreación y diversión. A tales efectos, se muestra que el 96% de los visitantes que acuden a la parroquia Santiago de Quito, en diferentes estaciones del año, para disfrutar de su clima, fauna y flora alrededor de la laguna de Colta, son de origen ecuatoriano y tan sólo un 4% norteamericanos.

4. Determinación del lugar de procedencia de los turistas

Tabla 4-3: Determinación del lugar de procedencia de los turistas

Lugar de procedencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
Costa	138	39%
Sierra	184	52%
Amazonia	17	5%
Región Insular	0	0%
Extranjero	14	4%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

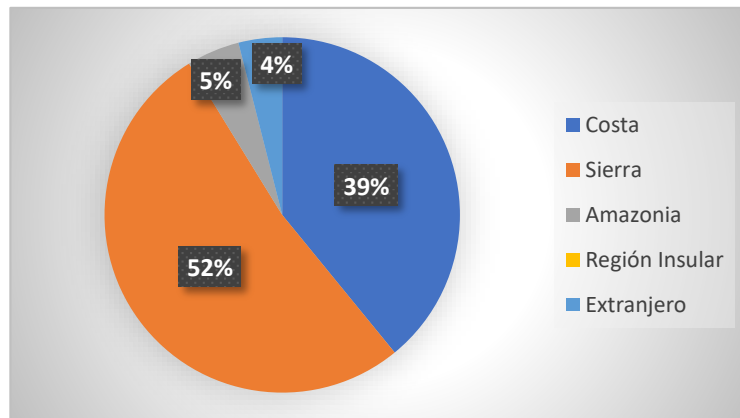


Gráfico 4-3: Determinación del lugar de procedencia de los turistas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos en la encuesta, se puede apreciar que los turistas que más visitan la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta, proceden de la región Sierra con un porcentaje del 52%, seguido de la Costa con un 39%, obteniendo las cifras más bajas los procedentes de la Amazonia, Región Insular y los extranjeros. En efecto, los turistas que más visitan la parroquia son personas que migraron a diferentes partes del Ecuador por diversos motivos, los mismos que regresan para visitar a sus familias y que a su vez optan por los sitios turísticos y gastronomía propia de la parroquia.

5. ¿Usted está de acuerdo con que exista una microempresa de turismo en Santiago de Quito?

Tabla 5-3: Microempresa de ecoturismo

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Sí	250	71%
No	103	29%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

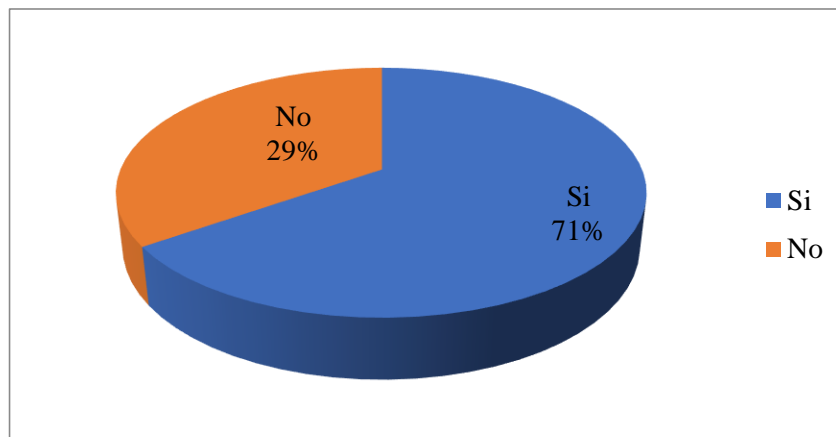


Gráfico 5-3: Microempresa de ecoturismo

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

En el gráfico se aprecia que un alto porcentaje de los turistas encuestados aceptaron la creación de la microempresa en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta, representado en un 71%, y tan solo el 29% lo rechazaron. El resultado de aceptación obedece a que las personas que realizan actividades turísticas confían en que a través del emprendimiento se fomentará el turismo comunitario sostenible, lo cual permitirá brindar mayor y mejores actividades turísticas, impulsando la conservación del medio ambiente y promoviendo la participación de las comunidades de forma activa.

6. ¿En qué temporada prefiere viajar?

Tabla 6-3: Preferencia de la temporada turística para viajar

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Vacaciones	126	36%
Feridos	156	44%
Fin de semana	68	19%
Otro	3	1%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

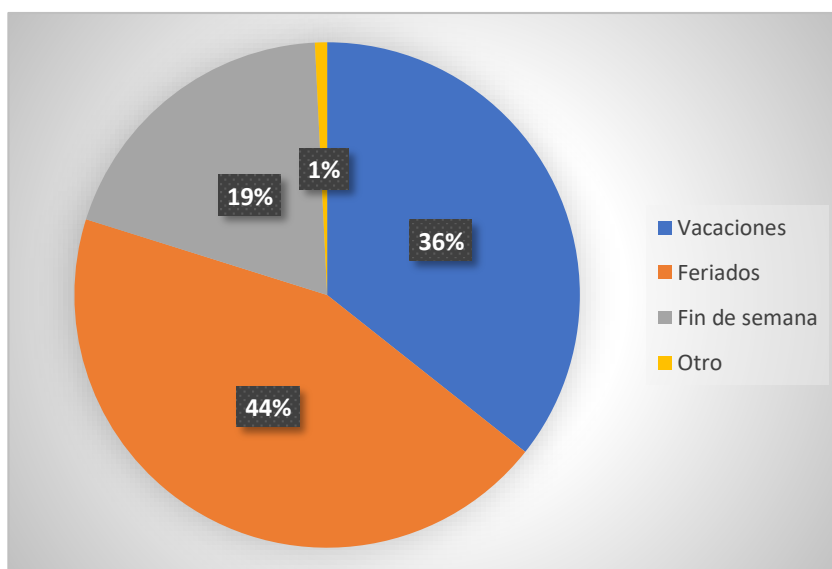


Gráfico 6-3: Preferencia de la temporada turística para viajar

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

En relación con la temporada preferida por los turistas para viajar, en la gráfica 6-3 se puede observar que el 44% de los encuestados optan por tomar como viajes turísticos los días feriados, mientras que un 36% prefieren tomar descanso en vacaciones, seguido del 19% que mencionan la preferencia por los fines de semana. En tal sentido, el cantón Colta y la parroquia Santiago de Quito recibe turistas en un alto porcentaje en fechas festivas como carnaval y cívicas, por cuanto realizan variedad de actividades recreacionales y culturales ofertando a los visitantes, confianza e innovación.

7. ¿Cuánto tiempo dispone para viajar?

Tabla 7-3: Disponibilidad de tiempo para viajar

Detalle	Frecuencia	Frecuencia Relativa
1 día	85	24%
2 días	167	47%
3 días	60	17%
4 días	16	5%
5 días	16	5%
más días	8	2%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

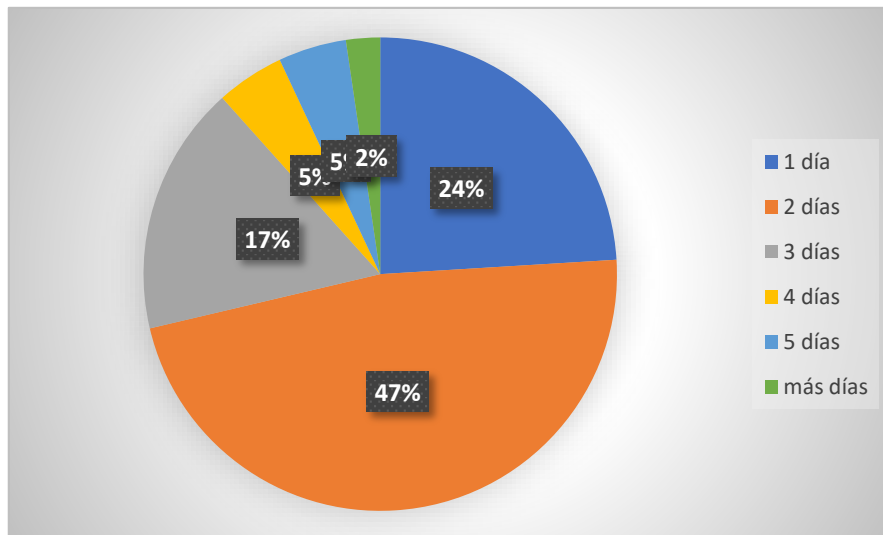


Gráfico 7-3: Disponibilidad de tiempo para viajar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Acerca de la disponibilidad de tiempo que se toman los turistas para viajar, en el gráfico 7-3, se muestra que del total de encuestados el 47% disponen de 2 días para el disfrute y recreación, de esta forma contemplar con más tranquilidad de las actividades turísticas que ofrece la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, seguido del 24% que disponen de tan sólo 1 día y un porcentaje del 17% dedican 3 días para viajar, mientras que en un mínimo porcentaje optan por 4, 5 días o más. La mayor parte de los visitantes prefieren viajar 2 días.

8. ¿Cuál es el medio de transporte que usted utiliza para viajar?

Tabla 8-3: Medio de transporte para viajar

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Transporte público	181	51%
Vehículo propio	172	49%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

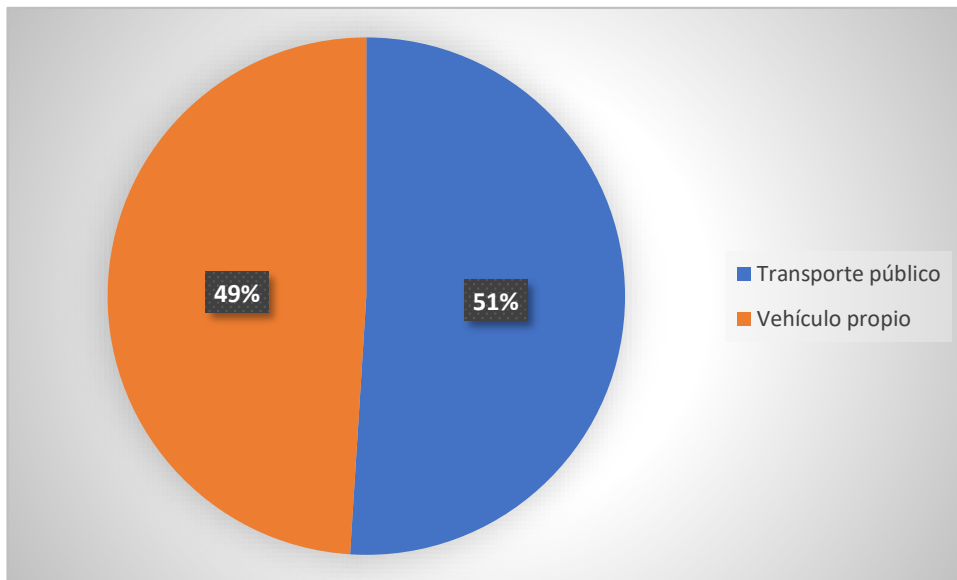


Gráfico 8-3: Medio de transporte para viajar

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

En el gráfico 8-3, se puede apreciar porcentajes muy similares sobre el medio de transporte utilizado por los turistas para el traslado hacia la parroquia Santiago de Quito, donde un 51% de los encuestados prefieren viajar en bus público y un 49% optan por viajar en vehículo propio. Cualquiera que sea la preferencia, el transporte es un medio de desplazamiento de los turistas, por cuanto les permite hacer los recorridos de la zona con mayor comodidad.

9. ¿Usted conoce Santiago de Quito, Cantón Colta?

Tabla 9-3: Conocimiento sobre la parroquia Santiago de Quito Cantón Colta

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	222	63%
No	131	37%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

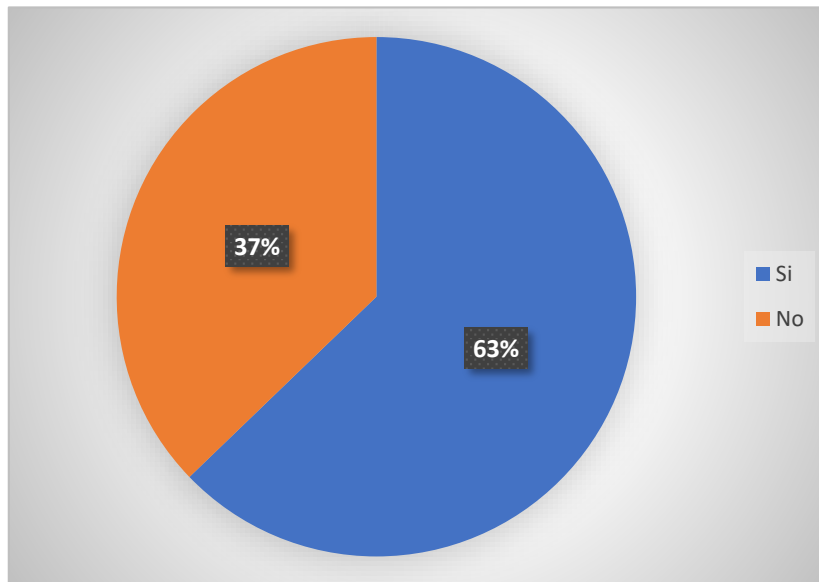


Gráfico 9-3: Conocimiento sobre Santiago de Quito, Cantón Colta

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Sobre los resultados que se muestran en el gráfico 9-3, se observa que el 63% de los turistas encuestados conocen la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta, pero un 37% desconocen la zona. El alto porcentaje obtenido brinda beneficios al momento de implementar el proyecto, sin embargo, se deben establecer estrategias de publicidad para atraer a aquellos que aún no han podido disfrutar de los atractivos turísticos que se ofrecen en la laguna cantonal de Colta.

10. ¿Conoce usted sitios donde se realiza actividades de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta?

Tabla 10-3: Sitios que realicen actividades de ecoturismo

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	188	53%
No	165	47%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

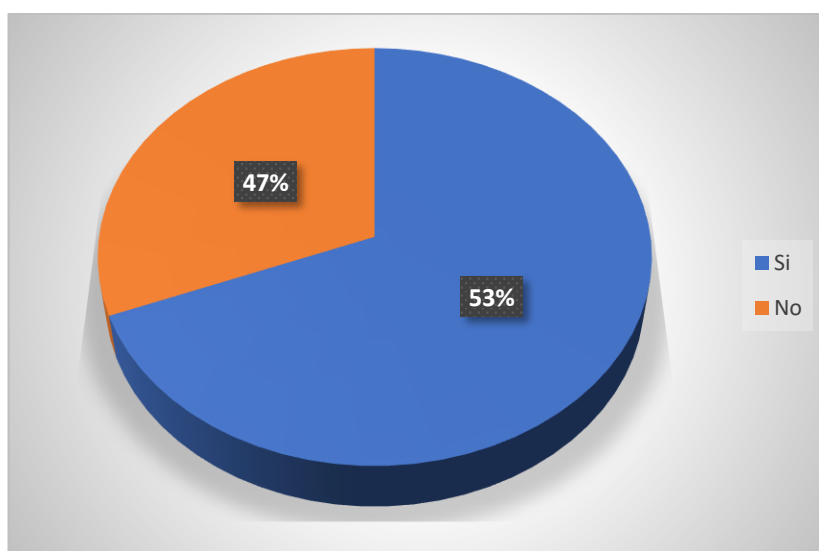


Gráfico 10-3: Sitios que realicen actividades de ecoturismo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada, se muestra que el 53% de las personas que disfrutan de actividades turísticas, conocen lugares donde se puede hacer ecoturismo y el 47% desconocen sitios ecológicos para la recreación, tal como se señala en el gráfico 10-3. De acuerdo con los porcentajes indicados, es fundamental impulsar microempresas ecoturísticas que permitan el cuidado y fortalecimiento del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales, manteniendo las tradiciones de cada etnia y cultura de las comunidades, generando así un mundo menos contaminado para las generaciones futuras.

11. ¿Qué tipo de actividades ecoturísticas le gustaría practicar?

Tabla 11-3. Preferencias de acuerdo al tipo de actividades ecoturísticas

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Senderismo	43	12%
Observación de atractivos naturales	37	11%
Gastronomía Cultural	34	10%
Ciclismo de montaña	35	10%
Globo aerostático	5	2%
Paseo en yate	7	2%
Motocrós	34	10%
Paracaidismo	35	10%
Paseo en lancha	9	3%
Cabalgata	36	10%
Hospedaje	36	10%
Paquetes turísticos	42	12%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

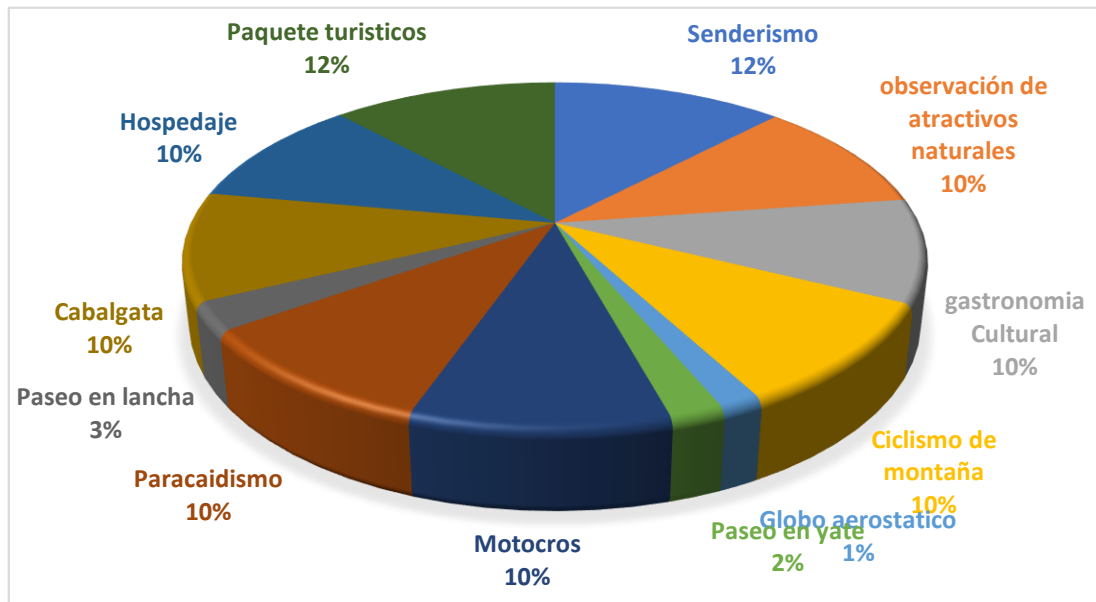


Gráfico 11-3: Preferencias por tipo de actividades ecoturísticas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los tipos de actividades turísticas que los visitantes prefieren practicar cuando optan por un destino turístico, en el gráfico 11-3 se aprecia que la variación por las preferencias son diversas con resultados similares entre unos y otros, donde el 12% opta por paquetes turísticos y senderismo, seguidos del 11% que prefieren Observación de atractivos naturales, mientras que el 10% optan por gastronomía cultural, ciclismo de montaña, motocrós, paracaidismo, cabalgata, hospedaje, y en menores porcentajes eligen paseo en lancha, paseo en yate, globo aerostático. Sobre los resultados obtenidos, la microempresa de ecoturismo que será implementada debe ofertar las actividades recreacionales con responsabilidad ambiental, cultural y natural, brindando a los visitantes un turismo de altura.

12. ¿Qué tipo de experiencia debería cumplir la microempresa de ecoturismo para que usted adquiriera sus servicios?

Tabla 12-3: Tipo de experiencia que debe cumplir la microempresa de ecoturismo

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Precio	68	19%
Calidad de Servicio	172	49%
Innovación	33	9%
Variedad de servicios	79	22%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

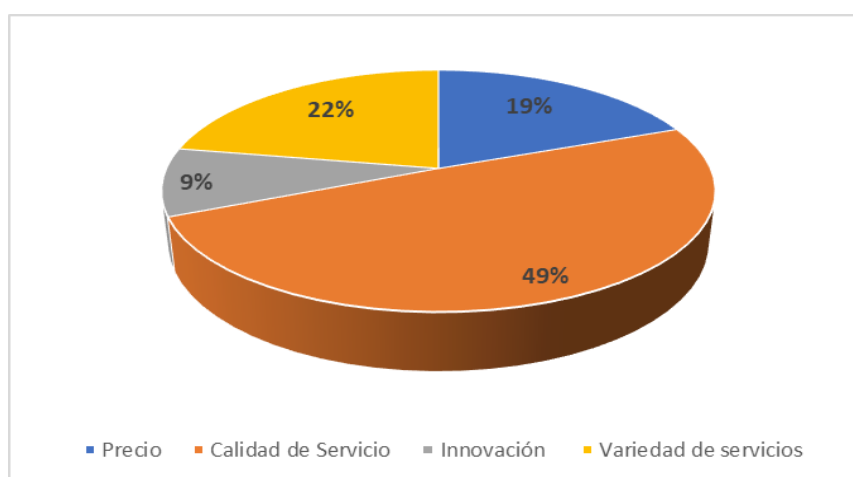


Gráfico 12-3: Tipo de experiencia que debe cumplir la microempresa de ecoturismo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Con la implementación de una microempresa ecoturística se deben establecer estrategias para atraer a propios y visitantes, por tanto, en el proyecto propuesto, es necesario considerar los factores analizados durante la encuesta, que de acuerdo a lo señalado en el gráfico 12-3, el 49% menciona la calidad de servicio, como el tipo de experiencia que mayormente se debe cumplir para ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los clientes a bajo costo, atractivos, donde se aplique el uso de la tecnología, con variedad de opciones y atendiendo el 22% de los encuestados que esperan satisfacción de las necesidades, donde se brinde una buena atención en cuanto a amabilidad, información, entre otros. Asimismo, existe un 19% que prefieren un precio favorable para poder disfrutar de las atracciones a costos considerables y accesibles a la economía actual.

13. ¿Por qué medio de comunicación se informó usted de este destino?

Tabla 13-3: Medios de comunicación

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Internet	107	30%
Folleto	123	35%
Tv	8	2%
Redes sociales	112	32%
Radio	3	1%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

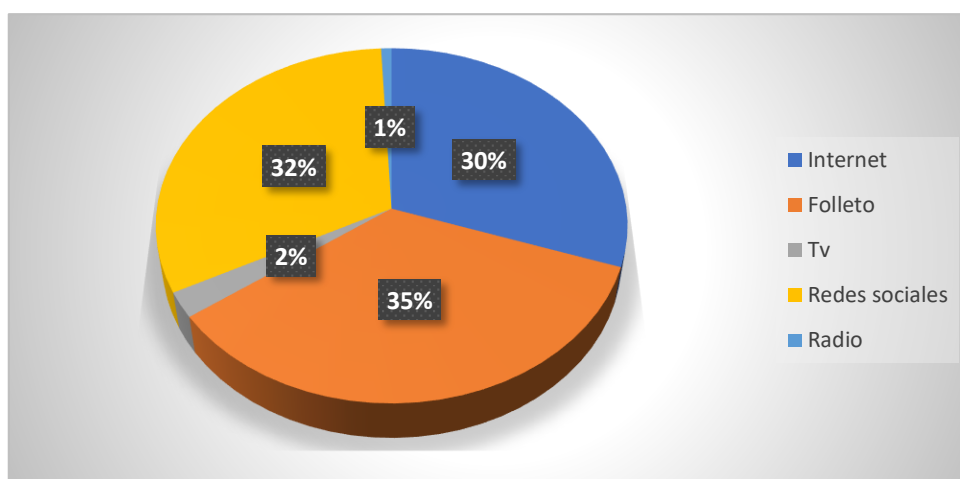


Gráfico 13-3: Medio de comunicación por los cuales se informa acerca de los destinos turísticos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

Los medios de comunicación son un factor importante al momento de hacer llegar destinos y atractivos turísticos a todos aquellos que gozan de beneficios placenteros. Sobre este contexto, en el gráfico 13-3 se aprecia que el 35% de los encuestados se apoya en los folletos como mecanismo de información, un porcentaje muy cercano del 32% optan por las redes sociales, siendo este un boom tecnológico en los últimos tiempos, ya que, a través de aplicaciones como Facebook, Instagram, Twitter, entre otros, las personas están en constante actualización informativa, lo que ha dejado de lado la radio y televisión. Por lo tanto, si lo que se desea es llegar a un mayor número de consumidores es necesario, realizar a través de los diferentes canales de comunicación, la publicidad adecuada sobre las actividades turísticas que oferta la microempresa ecoturística.

14. ¿Conoce usted otras empresas turísticas en Santiago de Quito?

Tabla 14-3: Empresas turísticas conocidas en Santiago de Quito

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Hostería Kucha Wasi	38	11%
Caracas Suite Santiago de Quito	14	4%
Municipio de Colta	82	23%
Ninguno	219	62%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

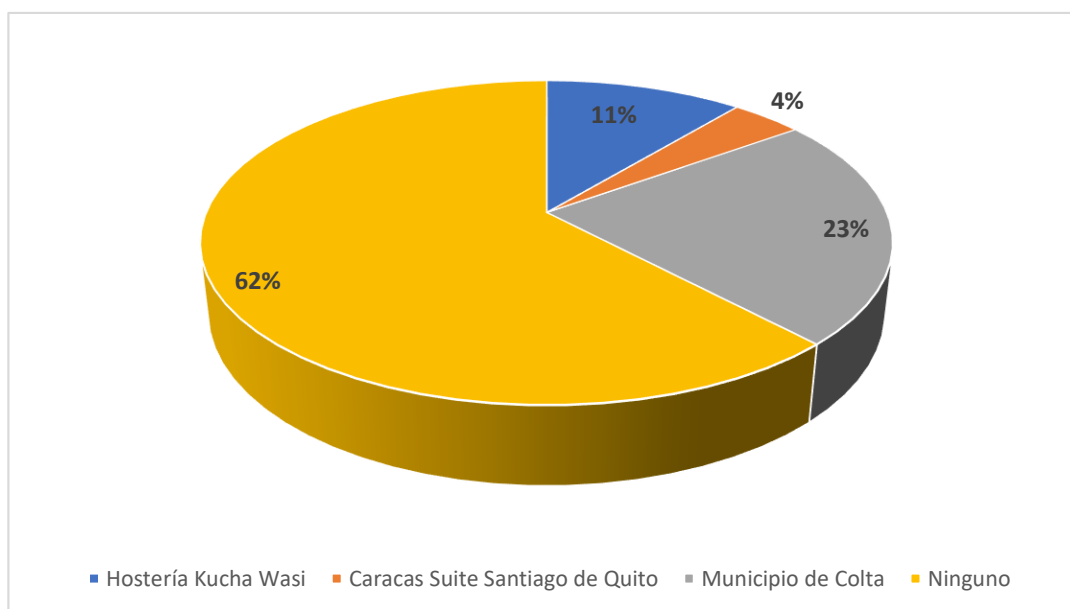


Gráfico 14-3: Empresas turísticas conocidas en Santiago de Chile

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Análisis e interpretación

En la actualidad son diversas las empresas que se han implementado ofreciendo diversas actividades para el disfrute turístico, sin embargo, algunos son desconocidos. Según los resultados de la encuesta el 62% mencionaron no conocer entidades turísticas en la parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta. No obstante, un 23% mencionaron conocer acerca del municipio de Colta, seguido de un 11% que conoce y han disfrutado de las instalaciones ofrecidas por Hostería Kucha Wasi y el 4% de Caracas Suite Santiago de Quito. En consecuencia, estos resultados benefician al proyecto, debido a que la microempresa tendrá variedad de actividades que ofrecer para la recreación, con sustentabilidad y sostenibilidad.

15. ¿Qué servicios ha adquirido en estas empresas?

Tabla 15-3: Servicios adquiridos

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Hospedaje	38	11%
Cabalgata	5	2%
Paseo en yate	14	4%
Visita al mirador	14	4%
Visita a aves silvestres	14	4%
Ninguno	268	76%
Total	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

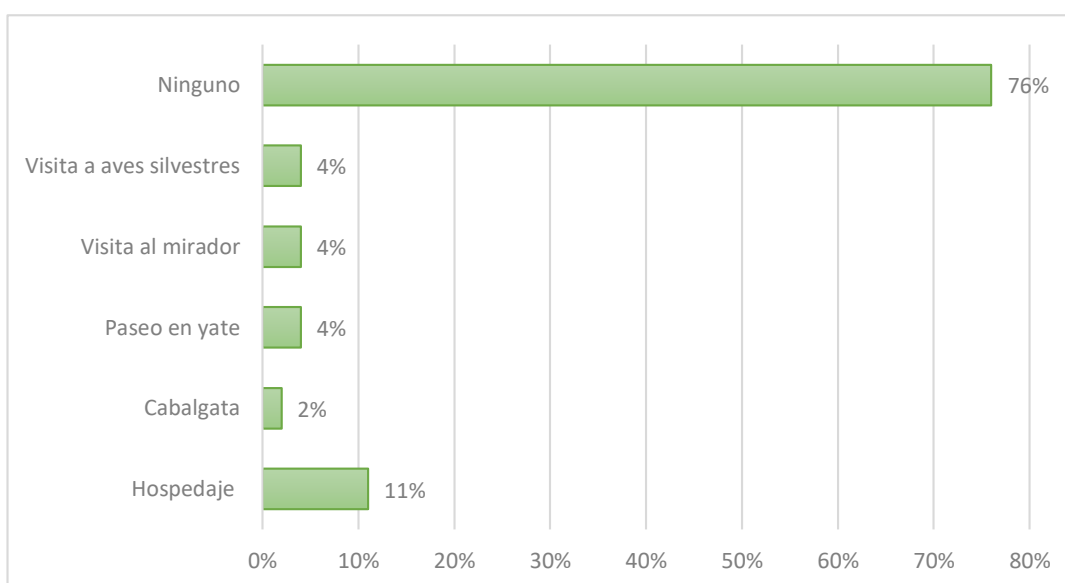


Gráfico 15-3: Servicios adquiridos en las empresas turísticas de la Parroquia Santiago de Quito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

Análisis e interpretación

En relación con los servicios ofrecidos por las empresas turísticas más atractivas en la parroquia de Santiago de Quito, Cantón Colta, tan sólo un 11% ha disfrutado del hospedaje, seguido de un 4% con paseo en yate, visita al mirador, visitas a aves silvestres y cabalgata, siendo en un alto porcentaje del 76% quienes no han gozado de ningún atractivo por cuanto no conocen las instalaciones de la zona, tal como se señala en el gráfico 15-3.

3.2. Discusión de los resultados

En la parroquia Santiago de Quito la relación de la afluencia turística para el año 2019 ascendió a 4.300 visitantes, siendo este sector con una zona donde se llevan a cabo actividades relacionadas al comercio, el desarrollo de las microempresas de diversos servicios y la actividad turística la cual tiene una participación bastante destacada, sin embargo, la producción de valor agregado a nivel del ecoturismo en este caso es muy limitado. Cabe destacar que la acción turística se beneficia por la ubicación geográfica y privilegiada por ser una región para disfrutar de su clima, fauna y flora alrededor de la laguna de Colta, aun cuando en la actualidad son los hombres quienes marcan las pautas para viajar con fines turísticos, culturales y de recreación, adquiriendo en algunos casos, los servicios a través de la microempresa de ecoturismo.

De la misma manera, la actividad turística que prevalece en la zona es de suma importancia para la economía del cantón y de la parroquia Santiago de Quito, debido a la diversidad de productos y servicios que se ofrecen, pero hasta la actualidad no se le ha prestado la debida importancia y atención a las actividades ecoturísticas, las cuales se pudieran fortalecer mediante la implementación de microempresas dedicadas a este importante sector económico, aun cuando son los ecuatorianos quienes mayormente buscan calidad, confort y comodidad durante sus actividades de recreación y diversión.

A este respecto afirma Yautibug (2017) sostiene que el proyecto de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos y servicios permite la generación de empleo, contribuyendo a su vez al desarrollo económico y social del sector y generando soluciones a los problemas actuales del país, por ser una oportunidad para la intervención de los conocimientos técnicos y administrativos dentro de los procesos productivos.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se determinó un alto porcentaje de aceptación acerca de la implementación de una microempresa ecoturística en el cantón Colta, lo cual obedece a que las personas que realizan actividades turísticas, confían en que a través del emprendimiento se fomentará el turismo comunitario sostenible, lo cual permitirá brindar mayor y mejores actividades turísticas, impulsando la conservación del medio ambiente y promoviendo la participación de las comunidades de forma activa. En tal sentido, también resultaría beneficioso por cuanto la parroquia Santiago de Quito recibe turistas en un alto porcentaje en fechas festivas como carnaval y cívicas, a lo cual una empresa dedicada a este sector debe crear variedad de actividades recreacionales y culturales ofertando a los visitantes, confianza e innovación.

Del mismo modo, de acuerdo con los hallazgos encontrados, es fundamental impulsar microempresas ecoturísticas que permitan el cuidado y fortalecimiento del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales, manteniendo las tradiciones de cada etnia y cultura de las comunidades, generando así un mundo menos contaminado para las generaciones futuras. Sobre lo que Yumisaca (2017) señala que en Ecuador, las microempresas de diversos sectores económicos hasta antes de la década de 1970, prácticamente no se tenía en cuenta, pero hoy ha pasado a ser un reconocimiento de su existencia e importancia económica y social para miles de pequeños productores propietarios de diversos desarrollos microempresariales, esto constituye un fenómeno muy positivo para cada una de las localidades de donde existen estas pequeñas empresas familiares, cuyos productos se han convertido principal en fuente de autoconsumo y de ingresos que sustentan las economías familiares.

Por otra parte, en la parroquia Santiago de Quito, de acuerdo a los tipos de actividades turísticas que los visitantes prefieren practicar cuando optan por un destino turístico, se aprecia que la variación por las preferencias son diversas con resultados similares entre unos y otros, donde algunos opta por un hospedaje que les brinde un descanso cómodo, otros prefieren paquetes turísticos, así como observación de atractivos naturales, paseos en lancha, además eligen la gastronomía cultural, paracaidismo, senderismo, ciclismo de montaña, globo aerostático, cabalgata y el motocrós. A tales efectos, con los hallazgos obtenidos, la microempresa de ecoturismo que será implementada debe ofertar actividades recreacionales con responsabilidad ambiental, cultural y natural, brindando a los visitantes un turismo de altura. Por lo que, las autoridades locales de la parroquia Santiago de Quito, debe brindar apoyo para priorizar el control de la naturaleza en esta región, dirigida al cuidado y aprovechamiento ecológico.

De la misma manera, se deben planificar estrategias en estos ámbitos ambientales con la finalidad de que los turistas propios y visitantes, puedan contar con los servicios básicos y de estructuras físicas necesarias para cubrir las necesidades prioritarias de recreación y esparcimiento, para llevar a cabo de manera óptima las actividades ecoturísticas y económicas de la región. A este respecto, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo citado por De la Torre, (2015) señala que el desarrollo sostenible garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias insuficiencias. Desde esta perspectiva, la sostenibilidad se muestra como una alternativa a la degradación ambiental, tratando de encontrar respuestas creativas para corregir los defectos y evitar nuevos problemas en el contexto regional.

Con la implementación de una microempresa ecoturística se deben establecer estrategias para atraer a propios y visitantes, por tanto, es necesario considerar los factores analizados durante la encuesta, que de acuerdo a los hallazgos obtenidos, gran parte de los turistas sostienen que la calidad de servicio, es la experiencia que mayormente se debe cumplir para ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los clientes a bajo costo, con atractivos, donde se aplique el uso de la tecnología, con variedad de opciones, mientras que otros esperan satisfacción de las necesidades, donde se brinde una buena atención en cuanto a amabilidad, información, entre otros. Sin embargo, existen quienes prefieren un precio favorable para poder disfrutar de las atracciones a costos considerables y accesibles a la economía actual. Por lo tanto, se evidencia que son variados los elementos evaluados por el turista al momento de adquirir un servicio.

De los resultados señalados se aprecia una similitud a lo señalado por Carmona (Carmona, 2019) en cuanto a las dimensiones orientadas a evaluar tanto las expectativas como las percepciones presentes en el turista nacional en cuanto a la calidad del servicio otorgado a los clientes clave, brindando un diagnóstico consistente del producto otorgado, que ayude a formular estrategias que retroalimenten los aspectos débiles, con el propósito de otorgarle al turista una experiencia gratificante, que supere sus expectativas, fortaleciendo lazos con la microempresa de turismo por un periodo indefinido

En consecuencia, para brindar una atención de calidad para satisfacer las necesidades y gustos de cada uno, se deben plantear estrategias de mercado, condiciones técnicas, legales y un estudio económico que permita el acceso al financiamiento, el cual es indispensable para la implementación de la microempresa ecoturística; debido a que se ha observado una brecha existente entre la necesidad y el acceso al ocio y disfrute de actividades recreativas y turísticas. Aunado a esto, se estará fortaleciendo la generación de empleo en el cantón Colta y la parroquia Santiago de Quito, impulsando a su vez el desarrollo de la región y así tener posibilidades de articulación con las demás cadenas productivas del Ecuador.

3.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un análisis de la oferta y la demanda para tomar decisiones favorables para el proyecto con respecto al posicionamiento en el mercado, de esta forma se determina el precio y los canales de distribución para ofrecer los servicios de la microempresa.

El crecimiento del desplazamiento de las personas con fines turísticos, dentro del país o extranjeros, lo cual permite mayor oferta de servicios turísticos a su vez es una fortaleza a las comunidades como generador de empleo.

3.3.1. Análisis de la demanda

La demanda actual para apertura de la microempresa de ecoturismo se determinó en base a las encuestas realizadas en la parroquia Santiago de Quito, obteniendo un resultado favorable del 71% de aceptación.

3.3.1.1 Crecimiento poblacional

Mediante las encuestas aplicadas a los turistas de la localidad de Santiago de Quito se identificó que la población busca empresas que oferten un paquete completo de servicios, también se identificó la demanda de los paquetes turísticos que más solicitan.

Para calcular la demanda se utilizará la fórmula de crecimiento geométrico de la parroquia Santiago de Quito, considerando la tasa de ingreso de los turistas obtenido del MITUR (4%).

$$VF = VP * (1 + n)^t$$

Dónde:

VF = Valor futuro

VP = Valor presente

n = tasa de crecimiento poblacional

t = periodo de tiempo

Tabla 16-3: Crecimiento Geométrico de la parroquia.

N°	Años	Turistas
0	2021	4300
1	2022	4472
2	2023	4651
3	2024	4837
4	2025	5031
5	2026	5232

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

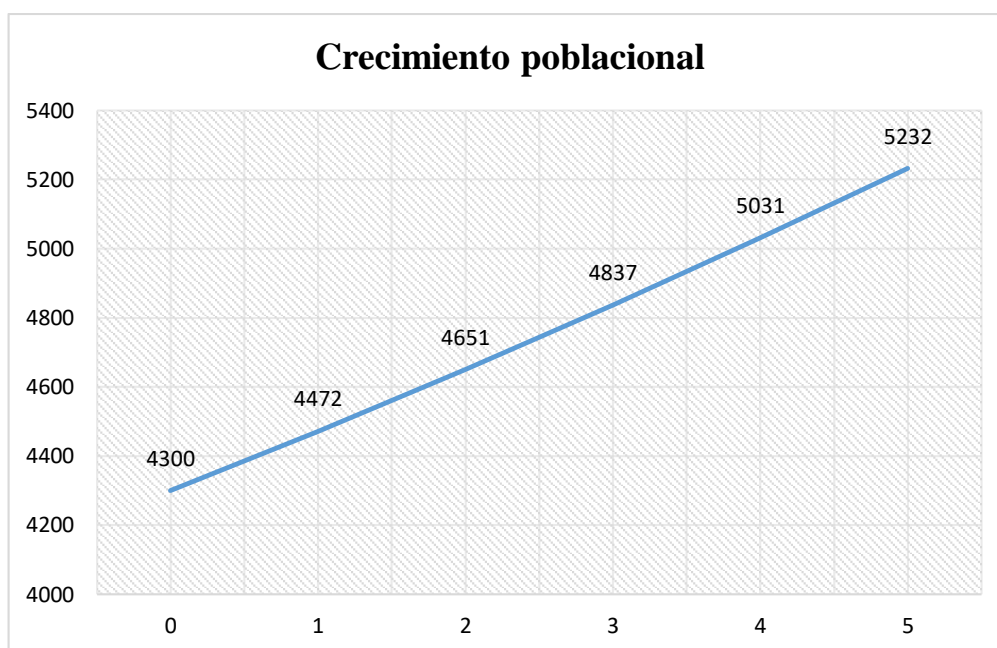


Gráfico 11-3: Crecimiento poblacional

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.1.2 Demanda proyectada

El mercado objetivo son los turistas de la localidad de Santiago de Quito, para cuantificar la demanda se ha utilizado los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) y se han realizado los cálculos de acuerdo con el grado de aceptación que se ha obtenido según las encuestas realizadas que es del 71%. A partir de esos datos se tiene el mercado potencial como se demuestra en la tabla.

Tabla 17-3: Demanda proyectada

N°	Años	Turistas	Aceptabilidad	Población Objetivo
0	2021	4300	71%	3053
1	2022	4472	71%	3175
2	2023	4651	71%	3302
3	2024	4837	71%	3434
4	2025	5031	71%	3572
5	2026	5232	71%	3715

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

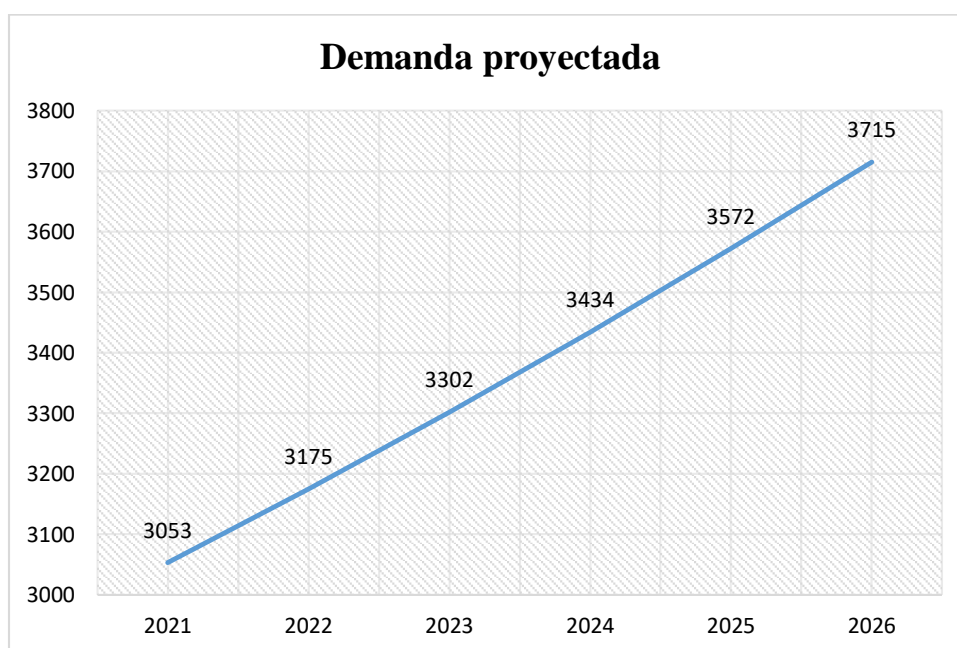


Gráfico 12-3: Demanda proyectada

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.1.3 Oferta

Mediante las encuestas aplicadas a los turistas de la localidad se evidencia que el 29% de los encuestados no están de acuerdo con la creación de la empresa, a diferencia del 47% de los encuestados que manifestaron desconocer empresas dedicadas a brindar turismo en la localidad, esto representa una oportunidad para la nueva microempresa de turismo que se posicione en el mercado.

Tabla 18-3: Oferta proyectada

N°	Años	Turistas	Desconocimiento de los turistas	Oferta local
0	2021	3053	47%	1435
1	2022	3175	47%	1492
2	2023	3302	47%	1551
3	2024	3434	47%	1614
4	2025	3572	47%	1679
5	2026	3715	47%	1746

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

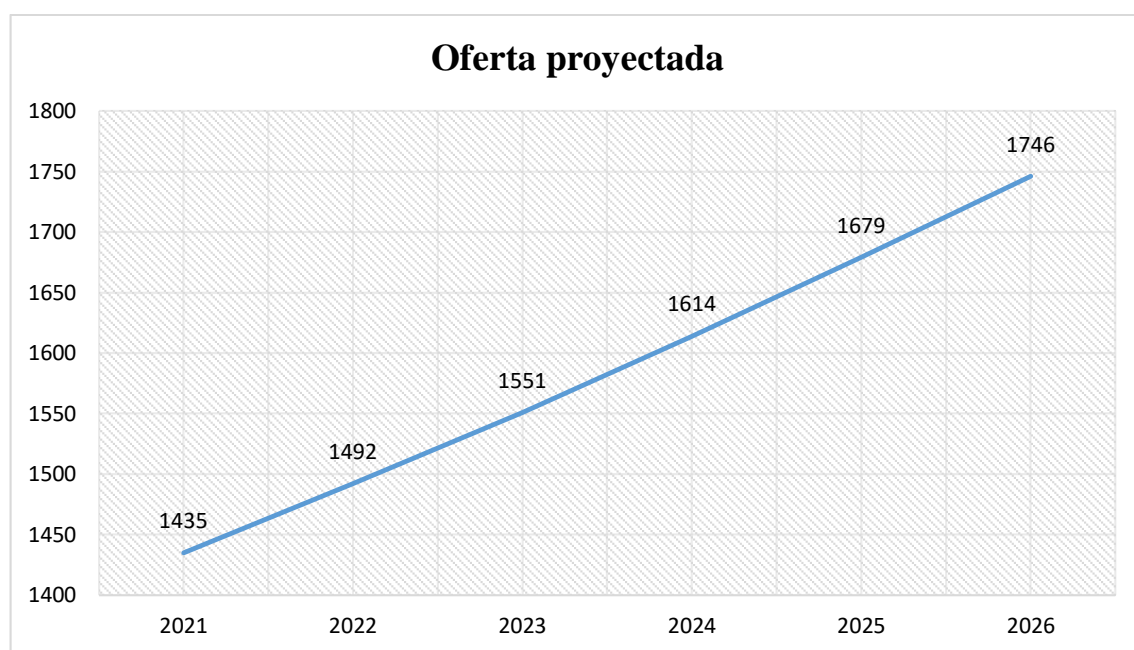


Gráfico 13-3: Oferta proyectada

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.1.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha representa una oportunidad para la creación de una Microempresa de Ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito debido a que por diversas circunstancias las demás empresas no han logrado satisfacer a los turistas, por lo tanto, a través de una masiva publicidad, diversidad de servicios y una atención de calidad podemos lograr que se constituyan en nuestros clientes. Para el estudio financiero tomaremos el 7% de la demanda insatisfecha.

Tabla 19-3: Demanda Insatisfecha Proyectada

N°	AÑOS	Población objetivo	Oferta local	Demanda Insatisfecha
0	2021	3053	1435	1618
1	2022	3175	1492	1683
2	2023	3302	1551	1751
3	2024	3434	1614	1820
4	2025	3572	1679	1893
5	2026	3715	1746	1969

Fuente: Capacidad de producción

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

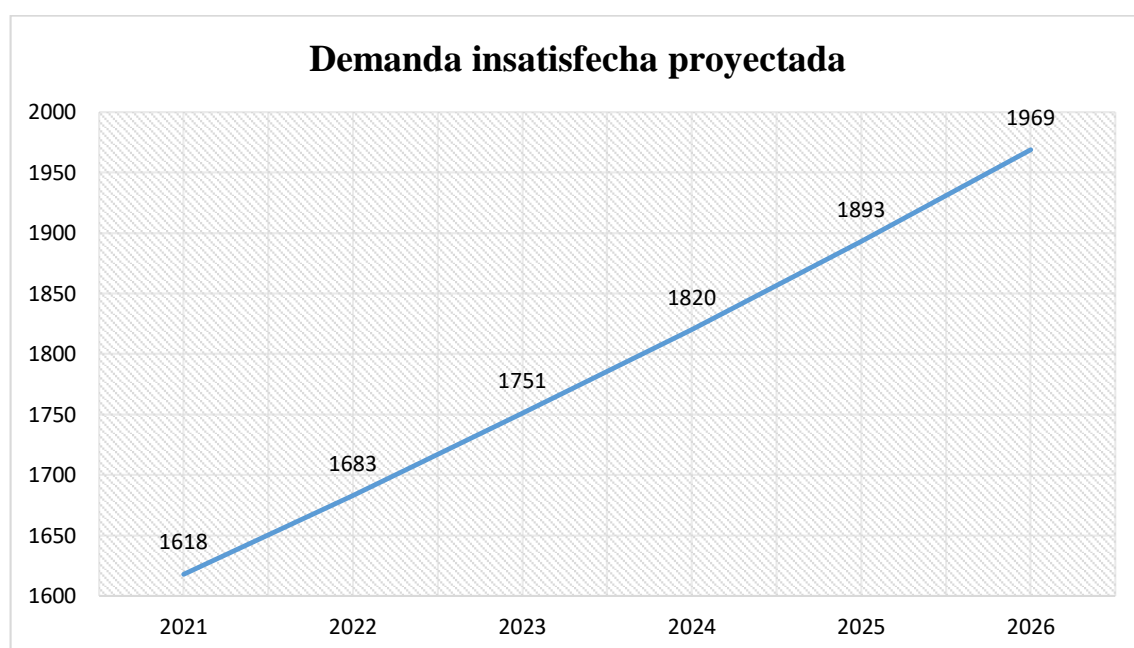


Gráfico 14-3: Demanda insatisfecha proyectada

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.2. Análisis de la competencia

Para el análisis de la oferta se realizó la siguiente pregunta: ¿Conoce usted sitios donde se realiza actividades de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta? de la cual se obtuvo un 53% de encuestados que manifestaron conocer sitios naturales de turismo, sin embargo, en la parroquia no existe una microempresa o empresas que fomenten el ecoturismo del sector.

Existe un 38% de encuestados que tienen conocimiento sobre empresas operadoras turísticas en el sector, de acuerdo con los resultados de la tabla 14-3, por lo que se cuenta con una competencia limitada; en cuanto a los servicios, el 62% no ha adquirido algunos de los ofertados.

Las empresas que operan en el sector son Hostería Kucha Wasi con el 11%, Caracas Suite Santiago de Quito con el 4% y el Municipio de Colta con un 23%.

3.3.3. Marketing Mix

3.3.3.1. Producto turístico

Los productos turísticos que se van a ofertar son actividades que se identificaron, gracias a las encuestas aplicadas a los turistas de la localidad debido a que tienen mayor aceptación en el mercado, se tomará en cuenta aquellas actividades con igual o mayor a 10% de aceptación las cuales se enlistan a continuación, para efectos del estudio técnico y económico se da prioridad a los paquetes turísticos, los cuales engloban todas las actividades mencionadas a mejor costo y mayores beneficios.

Tabla 20-3: Productos turísticos que más consume

Detalle	Frecuencia	Grado de aceptación
Senderismo	43	12%
Observación de atractivos naturales	37	11%
Gastronomía Cultural	34	10%
Ciclismo de montaña	35	10%
Globo aerostático	5	2%
Paseo en yate	7	2%
Motocrós	34	10%
Paracaidismo	35	10%
Paseo en lancha	9	3%
Cabalgata	36	10%
Hospedaje	36	10%
Paquetes turísticos	42	12%
Total	353	100%

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

Para mayor atracción turística de los productos ofertados por la empresa, se ha elaborado un catálogo de productos turísticos (Ver **ANEXO B: CATÁLOGO DE PRODUCTOS**)

Descripción del servicio

- Senderismo y observación de atractivos naturales

Caminata al mirador, caminata alrededor de la laguna, caminata al volcán Tungurahuilla, visita a la Iglesia de Balbanera, Alajahuan, Muelle de laguna, más guía nativo y refrigerio.

- Gastronomía Cultural

Tradicionales papas con cuy, llapingachos, Yaguarlocro, Fritada, Churrasco, Chicha de cebada, Hornado.

- Ciclismo de montaña

Deporte extremo que se desarrolla en las montañas de las comunidades con el equipo de seguridad, guía nativo y refrigerio.

- Motocrós

Deporte extremo que se practica por las montañas de las comunidades, más equipo de seguridad, guía nativo y refrigerio.

- Cabalgata

Ir en caballo alrededor de la laguna o visita al mirador más guía nativo y refrigerio

- Paracaidismo

Realizado desde el mirador de la laguna hasta las orillas de la laguna de 12 a 15 minutos, y las personas que sepan el tiempo requerido, con equipo de seguridad, guía especializado en paracaidismo y refrigerio.

- Paquetes turísticos

Hospedaje + Gastronomía cultural + Senderismo y Observación de atractivos naturales.

Hospedaje + Gastronomía cultural + Deportes terrestres.

Hospedaje + Gastronomía cultural + Deportes aéreos.

Logotipo:



Figura 1-3: Logotipo de Eco Kawsay

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El logotipo es la marca que nos identifica como la microempresa, para la misma se decidió realizar un logomix, es decir un símbolo más el nombre, de tal manera que pueda ser identificada de la misma forma representar a la microempresa.

El color verde y sus tonalidades busca asociar la empresa y posicionarla dentro del turismo ecológico con respeto a la naturaleza, por eso se destaca un logo con flora y fauna que dan la impresión de movimiento.

Slogan: “*Conéctate con la Naturaleza*”

El slogan que se maneja es el de conexión con la naturaleza, que es el aspecto principal que se destaca como ventaja competitiva dentro de un mercado abundante de ofertas.

Tarjetas de presentación: Este documento es la carta de presentación de toda empresa o persona, se utilizará para mostrar una buena imagen corporativa, utilizando una estrategia de marketing.

3.3.3.2. Canales de comercialización

Una vez implantado la microempresa, es necesario fomentar fuentes de distribución con la finalidad de generar publicidad, tomando en cuenta los medios más eficientes para llegar a los clientes, fuentes como el internet a través de las redes sociales y páginas web. La microempresa contará con una página web para dar a conocer a nuestros usuarios los diferentes servicios turísticos, a la vez puedan visualizar y reservar si así lo desee.

3.3.3.3. Precio

Tabla 21-3: Precio del servicio

1	Senderismo y observación de atractivos naturales	\$ 10,00
2	Gastronomía Cultural	\$ 5,00
3	Ciclismo de montaña	\$ 10,00
4	Motocrós	\$ 15,00
5	Cabalgata	\$ 10,00
6	Paracaidismo	\$ 30,00
7	Hospedaje + Gastronomía cultural + Senderismo y Observación	\$ 25,00
8	Hospedaje + Gastronomía cultural + Deportes terrestres	\$ 25,00
9	Hospedaje + Gastronomía cultural + Deportes aéreos	\$ 25,00

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.3.4 Plaza

La empresa de turismo utilizará un canal de comercialización directo, es decir el servicio se brindará a los turistas siendo este el consumidor final.



Figura 2-3: Plaza comercial

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.3.3.5 Promoción

Para persuadir a nuestros clientes se utilizará el marketing directo a través above the line y fomentar las respuestas entre el cliente y la microempresa. La plaza de desarrollo del proyecto es nacional, pues el 94% de los turistas son de este origen, siendo mayoritariamente de la sierra.

Estrategia promocional Facebook

La empresa de Turismo se promocionará mediante Facebook, debido a que esta red social es considerada la de mayor afluencia en la población a nivel mundial, cuenta con una plataforma publicitaria lo que es ventajoso para promocionar los productos turísticos.



Figura 3-3. Estrategia promocional Facebook

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Estrategia promocional WhatsApp

Para promocionar los productos turísticos a través de WhatsApp se creará una lista de todos los turistas interesados en hacer uso de los paquetes turísticos, con el fin de concretar las relaciones comerciales.



Figura 4-3. Estrategia promocional Whatsapp

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.4. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo verificar la posibilidad técnica de la creación de la microempresa de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta. Los recursos necesarios para la implementación del proyecto son los equipos y materiales necesarios, así como el personal seleccionado, estiman costos para el funcionamiento de la microempresa.

3.4.1. *Tamaño del proyecto*

El proyecto asumirá la forma de microempresa, tomando en cuenta el capital y el número de personal con el que se va a trabajar.

3.4.2. *Localización del proyecto*

La localización del proyecto detalla la ubicación física espacial en dónde se va a implementar el proyecto, tomando en cuenta aspectos como accesibilidad, distancia y costos.

3.4.3. *Macro localización*

El presente proyecto se ejecutará en el cantón Colta, parroquia Santiago de Quito la cual se encuentra ubicado al noroccidental de la provincia de Chimborazo a 18 km de la ciudad de Riobamba al oeste del cantón Colta a 5 km de la cabecera cantonal Villa la Unión, su latitud promedio va desde los 2880 hasta los 3600 msnm.

Está limitando al norte con Villa la Unión Cajabamba al sur con la parroquia Columbe, por el este Cacha y Punín y al oeste con Villa la Unión Sicalpa. El área geográfica donde se ejecutará el proyecto es la parroquia Santiago de Quito, Balvanera frente la laguna de Colta, en la panamericana Sur vía Cuenca.



Figura 5-3: Macro localización del proyecto

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.4.3.1. Micro localización

El área geográfica donde se ejecutará el proyecto es la parroquia Santiago de Quito, Balvanera frente la laguna de Colta, en la panamericana Sur vía Cuenca.



Figura 6-3. Micro localización del proyecto

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.4.4. Ingeniería del proyecto

El propósito de la ingeniería del proyecto es diseñar los elementos organizacionales que permitan un proceso de producción de servicios adecuado, tomando en cuenta la producción, los servicios, los recursos y la tecnología.

3.4.4.1. Constitución de la empresa

Tipo: Microempresa

Representante legal y administrativa: Delia Daquilema

Nombre de la empresa



Figura 7-3. Nombre de la empresa

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Para la constitución formal de la microempresa es necesario elegir un nombre comercial la cual marque la diferencia entre las otras organizaciones existentes a su alrededor, por tal motivo se colocó el nombre de: ECO-KAWSAY

3.4.5. Diseño del proyecto

La distribución física de la empresa ECO-KAWSAY refleja un ambiente confortable y sencillo, acorde con la visión moderna y conservacionista, imagen que defiende la empresa y que busca transmitir a su clientela. El local de trabajo consta de:

- Sala de espera, ambiente ventilado y distanciamiento seguro acorde a las medidas de bioseguridad requeridas.
- Baño
- Gerente
- Guía turística
- Recepcionista
- Cocinero
- Supervisor
- El aforo permitido para la misma es de 10 personas, 3 empleados de la empresa y 7 clientes, pues se cuenta con 84 metros cuadrados de oficina.

3.4.5.1. Distribución de la oficina de la empresa



Figura 8-3. Distribución de oficina ECO-KAWSAY

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

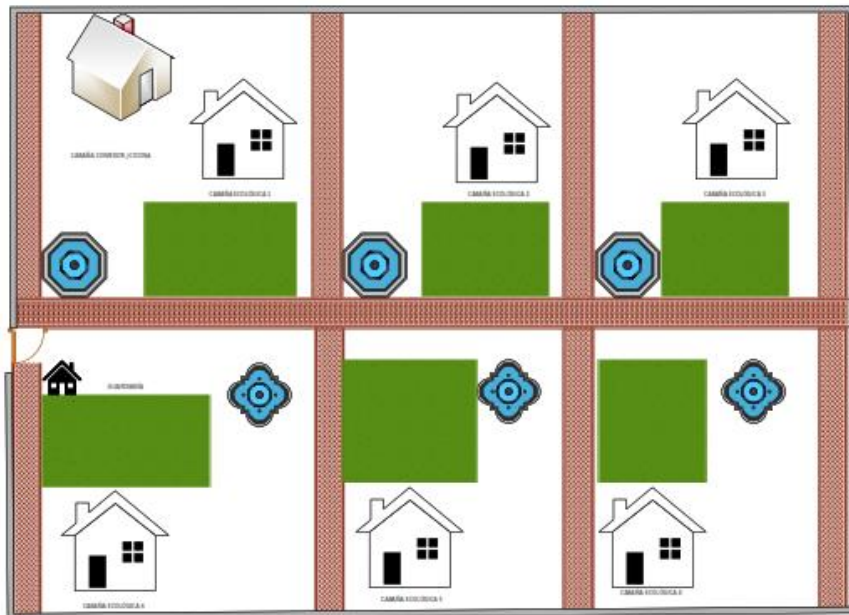


Figura 9-3. Distribución de cabaña ECO-KAWSAY

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.4.5.2. Organización

La empresa Eco Kawsay busca combinar las actividades de turismo con el cuidado del medio ambiente, propiciando un turismo sano para el cliente y cuidadoso con el entorno, promoviendo el desarrollo económico de la parroquia de Santiago de Quito aprovechando las riquezas propias de la región y sus entornos limpios.

3.4.5.3. Misión

Eco Kawsay es una microempresa competitiva, eficiente y ecológica que oferta productos turísticos, cuyo propósito es brindar a los visitantes un turismo ecológico, de aventura y sociocultural de calidad con personal altamente capacitado, fomentando experiencias únicas de recreación, diversión y descanso.

3.4.5.4. Visión

Ser una microempresa de ecoturismo altamente reconocida, ofertando una amplia gama de servicios de calidad, impulsando el cuidado y protección del medio ambiente; permitiendo a la microempresa alcanzar su máximo nivel de eficiencia.

3.4.5.5. Valores corporativos

Los valores principales que la empresa resalta son:

- Responsabilidad, que se asume desde la perspectiva de cuidar al cliente y cuidar la naturaleza, la empresa busca el equilibrio productivo que implica proteger a sus usuarios dentro del marco de protección del medio.
- Compromiso de calidad en el servicio que se oferta hacia el cliente y con el desarrollo sostenible de la sociedad.
- Calidad total en el servicio
- Respeto por el cliente y por la naturaleza.

3.4.5.6. Organigrama estructural

El siguiente organigrama muestra la estructura de cómo estará distribuida la microempresa Eco-Kawsay en el área administrativa, operativa y de producción.

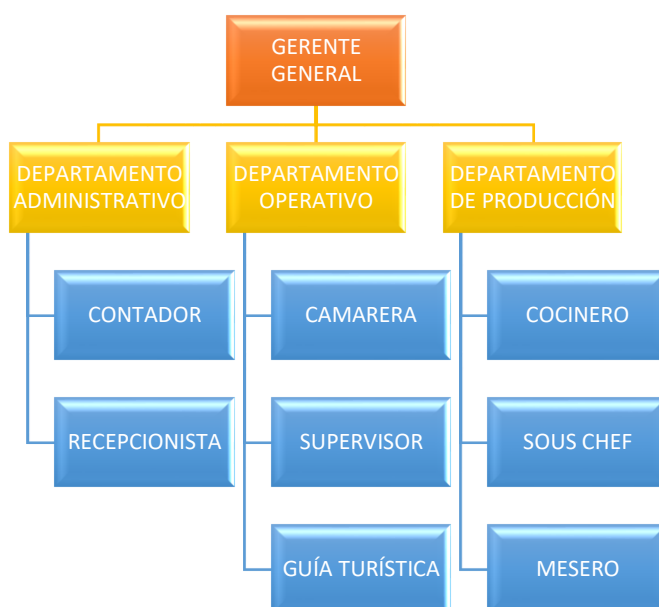


Figura 10-3. Organigrama estructural ECO-KAWSAY

Elaborado por: Daquilema, D. (2021)

3.4.5.7. Manual de funciones

Tabla 22-3. Manual de funciones del personal

CARGO	FUNCIÓN	PERFIL
GERENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar el proceso administrativo de la empresa ECO KAWSAY -Mantener un ambiente laboral ordenado, respetuoso y de alto desempeño. - Evaluar las funciones de los trabajadores periódicamente. -Establecer las políticas empresariales necesarias para su crecimiento y desarrollo. -Establecer los contactos necesarios para cubrir las metas propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 28-38 años -Título: Ingeniería de empresas o afines. -Experiencia: 3-5 años, ejerciendo cargos de gerencia relacionados con la consultoría y asesoría. -Idiomas: Suficiencia en inglés
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar conjuntamente con el gerente en el proceso administrativo. - Atender al público y clientes de forma personal - Registrar en el sistema la información correspondiente de los clientes y futuros clientes. -Realizar los pagos correspondientes a la operación del negocio. -Llevar la contabilidad y realizar los trámites del SRI y otras instituciones. -Llevar el registro de inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 23-29 años -Título: Ingeniería en contabilidad o afines. -Experiencia: 6 meses en cargos similares. -Idiomas: inglés intermedio.
GUÍA TURÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> -Encargarse de la guía y cuidado de los grupos de turistas a su cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 25-45 años -Título: Ingeniería en turismo o afines

	<ul style="list-style-type: none"> -Mantener un registro y planificación de rutas en senderismo, observación de atractivos turísticos naturales y gastronomía cultural. -Velar por la seguridad del grupo a su cargo. -Organizar las rutas para los grupos de hospedaje. -Colaborar con el cuidado, aseo y organización de las cabañas. -Contratar la alimentación para servirla en la cabaña comedor. 	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia: 3-5 años en la rama -Idiomas: Suficiencia en inglés
SUPERVISOR	<ul style="list-style-type: none"> -Mantener en perfecto estado todas sus áreas. -Llevar un riguroso control de limpieza y mantenimiento en pasillos, áreas de servicios, escaleras, ascensores y hall de ascensores. -Responsable de obtener el producto habitación en calidad inmejorable. -Responsable de controlar el buen funcionamiento de los servicios. -Asignar el trabajo diario según el turno a los empleados baso su cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 25-45 años -Título: Ingeniería en turismo o afines -Experiencia: 2-3 años en la rama -Idiomas: Suficiencia en inglés
RECEPCIONISTA	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar check-in y check-out de los clientes. -Gestionar los ingresos. -Ofrecer información turística a los clientes. -Promover las instalaciones y servicios del hotel. -Up-grades y servicios extra o servicios adicionales. -Atender incidencias, quejas y reclamaciones. -Seguridad y control del establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> -Contar con habilidades de servicio al cliente. -Título: Formación en gestión de establecimientos hoteleros. -Experiencia: 1-2 años en cargos similares. -Idiomas: Inglés intermedio.
CAMARERA	<ul style="list-style-type: none"> -Limpiar las habitaciones respetando la intimidad y pertenencias de los huéspedes. -Proveer las habitaciones con los suministros necesarios. -Asegurarse que el baño tiene todos los elementos de higiene necesarios y que al minibar no le falte nada. -Encargarse del servicio de lavandería. -Responder las necesidades que tengan los clientes. -Recoger y entregar cualquier objeto olvidado. -Reportar cualquier problema con los huéspedes o las habitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 20-45 años -Título: Bachiller -Experiencia: 6 meses en cargos similares
COCINERO	<ul style="list-style-type: none"> -Conocer los tiempos de cocimiento de los alimentos. -Conocer y aplicar las técnicas para asar y hornear. -Conocer las recetas estándar de cocina. -Evitar el desperdicio de material sobrante al elaborar platillos. -Responder del equipo y materiales a su cargo. -Verificar que su ayudante le tenga listo el material necesario. -Preparar alimentos para el servicio de baquetes, según notificación recibida. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 35-45 años -Título: Técnico en Gastronomía. -Experiencia: 2-3 años en cargos similares.
SOUS CHEF	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinar y organizar el trabajo de los cocineros y demás trabajadores. -Reemplazar al cocinero en su ausencia, garantizando la operación sin problemas. -Colaborar con el cocinero siguiendo sus instrucciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 20-35 años -Título: Técnico en Gastronomía. -Experiencia: 1-2 años en cargos similares.

	-Monitorear las estaciones de trabajo y líneas asegurando el correcto funcionamiento de los utensilios y máquinas de cocina. -Prepara nuevos platos con un gusto refinado y atractivo, proponiendo a los comensales nuevos sabores.	
MESERO	-Monitorear las estaciones de trabajo y líneas asegurando el correcto funcionamiento de los utensilios y máquinas de cocina. -Trato con el cliente. -Comunicación con los supervisores y jefes inmediatos. -Charoleo de alimentos y bebidas. -Conocer la elaboración de una comanda. -Excelente higiene personal.	-Edad: 18-30 años -Título: Bachiller -Experiencia: 1 año en cargos similares.

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5. Estudio económico – financiero

3.5.1. Inversiones

Para el inicio de actividades de Eco Kawsay debe contar con el siguiente capital de trabajo:

Tabla 23-3. Inversiones

Detalle		Total
Capital de trabajo		\$ 10.000,00
Socio	\$ 10.000,00	
Financiamiento		\$100.000,00
BanEcuador	\$ 60.000,00	
Banco de Pichincha	\$ 40.000,00	
Total de inversión		\$110.000,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Para efecto del proyecto, la creación de microempresa de ecoturismo tendrá como inversión 110.000,00 dólares, los cuales, serán destinados a la adquisición de activos fijos y demás costos y gastos que demanda las actividades empresariales.

3.5.1.1. Activos fijos

La empresa Eco Kawsay destinará sus recursos económicos en los siguientes activos fijos, tales como:

La construcción de cabañas de alojamiento, bar, cocina, oficinas, entre otra infraestructura, con la finalidad de ofertar a los huéspedes servicios de calidad.

Tabla 24-3. Edificios

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Edificio				\$40.200,00
Cabañas guardia	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Cabañas cocina - comedor	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	
Oficinas	3	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00	
Cabaña bar	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Lobbying	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
Cabaña de alojamiento	5	\$ 5.000,00	\$ 25.000,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo de la infraestructura de la empresa Eco Kawsay será de 40.200,00 dólares, este valor será invertido de manera inicial para empezar con las actividades económicas.

Por otra parte, los directivos de la empresa Eco Kawsay invertirá en quipos tecnológicos para facilitar al personal administrativo en el desarrollo de las operaciones diarias.

Tabla 25-3. Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Equipo de cumputo				\$ 4.400,00
Computadora	5	\$ 700,00	\$ 3.500,00	
Impresora	3	\$ 300,00	\$ 900,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo de equipos tecnológicos ascenderá a 4.400,00 dólares. Asimismo, la máxima autoridad invertirá en equipo de oficina, a continuación, se detalla lo siguiente:

Tabla 26-3. Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Equipo de oficina				\$ 2.550,00
Teléfono	3	\$ 30,00	\$ 90,00	
Televisión	6	\$ 375,00	\$ 2.250,00	
Directv	6	\$ 35,00	\$ 210,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Sin embargo, la empresa Eco Kawsay para iniciar sus actividades económicas debe contar con los siguientes muebles y enseres:

Tabla 27-3. Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Muebles y enseres				\$ 5.700,00
Escritorio en L	1	\$ 170,00	\$ 170,00	
Escritorio recto	2	\$ 120,00	\$ 240,00	
Muebles	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
Sillones de oficina	3	\$ 40,00	\$ 120,00	
Camas de plaza y media	10	\$ 70,00	\$ 700,00	
Camas de dos plazas	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
Colchones de plaza y media	10	\$ 90,00	\$ 900,00	
Colchones de dos plazas y media	1	\$ 110,00	\$ 110,00	
Veladores	12	\$ 40,00	\$ 480,00	
Escritorio	6	\$ 55,00	\$ 330,00	
Sillas	6	\$ 20,00	\$ 120,00	
Comedores	7	\$ 120,00	\$ 840,00	
Closet	6	\$ 160,00	\$ 960,00	
Armario de cocina	2	\$ 175,00	\$ 350,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo invertido en muebles y enseres es 5.700,00 dólares, para asegurar que las operaciones administrativas y operativas sean eficientes. De igual manera, los directivos gastan en el equipamiento de cocina, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 28-3. Maquinaria

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Maquinaria				\$ 2.816,00
Cocina	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Refrigeradora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Congelador	1	\$ 450,00	\$ 450,00	
Sujetadores de pared TV	6	\$ 16,00	\$ 96,00	
Microondas	1	\$ 70,00	\$ 70,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo de maquinaria ascenderá a 2.816,00 dólares. Por otra parte, la máxima autoridad para ofrecer los servicios de restaurante debe equipar la cocina con los siguientes menajes:

Tabla 29-3. Menaje de cocina

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Menaje de cocina				\$ 1.307,00
Cuchillo grandes	3	\$ 1,50	\$ 4,50	
Ollas	20	\$ 8,00	\$ 160,00	
Sartén	7	\$ 10,00	\$ 70,00	
Platos	100	\$ 1,25	\$ 125,00	
Soperas	100	\$ 1,25	\$ 125,00	
Cucharas de mesa	125	\$ 0,40	\$ 50,00	
Tenedor	125	\$ 0,40	\$ 50,00	
Cuchillos	125	\$ 0,75	\$ 93,75	
Cafetera	5	\$ 22,00	\$ 110,00	
Olla de presión	4	\$ 22,00	\$ 88,00	
Vasos	125	\$ 0,65	\$ 81,25	
Copas	100	\$ 0,99	\$ 99,00	
Cevicheras	100	\$ 0,85	\$ 85,00	
Tazas	125	\$ 0,65	\$ 81,25	
Chucharones	7	\$ 1,50	\$ 10,50	
Sernidera	3	\$ 1,25	\$ 3,75	
Licuadaora	1	\$ 70,00	\$ 70,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo del menaje de concina de la empresa Eco Kawsay será de 1.307,00 dólares; además, la entidad debe invertir en el equipamiento hotelero para ofrecer al huésped una estadía de calidad, tal como muestra en la siguiente tabla:

Tabla 30-3. Equipamiento hotelero

Detalle	Cantidad	Precio	Saldo	Total
Equipamiento hotelero				\$ 3.965,00
Cortinas	20	\$ 25,00	\$ 500,00	
Cobijas	40	\$ 18,00	\$ 720,00	
Egredon	20	\$ 50,00	\$ 1.000,00	
Sábanas	40	\$ 18,00	\$ 720,00	
Almohadas	20	\$ 15,00	\$ 300,00	
Manteles de mesa	25	\$ 15,00	\$ 375,00	
Toallas	50	\$ 7,00	\$ 350,00	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El equipamiento hotelero de la empresa Eco Kawsay será de 3.965,00 dólares.

3.5.1.2. Gastos de constitución

La empresa Eco Kawsay para constituir la organización tuvo que gastar en un estudio de mercado, contratar un abogado para realizar las constituciones de la entidad, un notario para la escritura pública, entre otros gastos, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 31-3. Gasto de constitución

Detalle	Saldo
Gastos de Constitución	\$ 800,00
Gastos de Organización	\$ 200,00
Gastos de Instalación	\$1.200,00
Gastos de Investigación	\$ 200,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El gasto de constitución, organización, instalación e investigación asciende a un valor de 2.400,00 dólares.

3.5.1.3. Calendario de inversión

La empresa Eco Kawsay distribuye eficientes sus recursos económicos de la siguiente manera:

Tabla 32-3. Calendario de inversión

Rubros de inversión	AÑOS						Total
	0	1	2	3	4	5	
Activos fijos							
Terrenos		\$10.000,00					\$ 10.000,00
Edificio		\$37.000,00	\$3.200,00				\$ 40.200,00
Maquinaria		\$ 2.816,00					\$ 2.816,00
Muebles y enseres		\$ 5.700,00					\$ 5.700,00
Menaje de cocina		\$ 1.307,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.907,00
Equipo de computo		\$ 3.400,00			\$1.000,00		\$ 4.400,00
Equipo de oficina		\$ 2.550,00					\$ 2.550,00
Equipamiento hotelero		\$ 3.965,00					\$ 3.965,00
Total activos fijos							\$ 71.538,00
Otros activos							
Gastos de Constitución	\$ 800,00						\$ 800,00
Gastos de Organización	\$ 200,00						\$ 200,00
Gastos de Instalación	\$1.200,00						\$ 1.200,00
Gastos de Investigación	\$ 200,00						\$ 200,00
Total de otros activos							\$ 2.400,00
Capital de trabajo							
Capital de trabajo		\$ 4.000,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$ 10.000,00
Colchón de efectivo							\$ 26.062,00
Total capital de trabajo							\$ 11.062,00
Total de inversiones							\$110.000,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.1.4. Uso y fuentes de fondo

La empresa Eco Kawsay distribuye el financiamiento de la siguiente manera:

Tabla 33-3. Uso y fuentes de fondo

Rubros de inversión	Inversiones (activos)	Fuentes de financiamientos (pasivos y patrimonio)		
		Capital social	Endeudamiento	
			BanEcuador	Banco de Pichincha
Activos fijos				
Terrenos	\$ 10.000,00		\$ 10.000,00	
Edificio	\$ 40.200,00		\$ 200,00	\$ 40.000,00
Maquinaria	\$ 2.816,00		\$ 2.816,00	
Muebles y enseres	\$ 5.700,00		\$ 5.700,00	
Menaje de cocina	\$ 1.907,00		\$ 1.907,00	
Equipo de computo	\$ 4.400,00		\$ 4.400,00	
Equipo de oficina	\$ 2.550,00		\$ 2.550,00	
Equipamiento hotelero	\$ 3.965,00		\$ 3.965,00	
Total activos fijos	\$ 71.538,00			
Otros activos				
Gastos de Constitución	\$ 800,00		\$ 800,00	
Gastos de Organización	\$ 200,00		\$ 200,00	
Gastos de Instalación	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00	
Gastos de Investigación	\$ 200,00		\$ 200,00	
Total otros activos	\$ 2.400,00			
Capital de trabajo				
Capital de trabajo (efectivo y equivalente del efectivo)	\$ 36.062,00	\$ 36.062,00		
Total capital de trabajo	\$ 11.062,00			
Total de inversiones	\$ 73.938,00			
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 110.000,00	\$36.062,00	\$33.938,00	\$40.000,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.1.5. Estructura de la inversión

Una vez distribuido los recursos económicos, la empresa Eco Kawsay plasma su estado financiero inicial, tal como representa la siguiente tabla:

Tabla 34-3. Estado situacional

A. Inversiones del proyecto	Valores \$	%
Activos corrientes	\$ 36.062,00	32,78%
Capital de trabajo (efectivo y equivalente del efectivo)	\$ 36.062,00	32,78%
Propiedad planta equipo	\$ 71.538,00	65,03%
Terrenos	\$ 10.000,00	9,09%
Edificio	\$ 40.200,00	36,55%
Maquinaria	\$ 2.816,00	2,56%
Muebles y enseres	\$ 5.700,00	5,18%
Menaje de cocina	\$ 1.907,00	1,73%
Equipo de computo	\$ 4.400,00	4,00%
Equipo de oficina	\$ 2.550,00	2,32%
Equipamiento hotelero	\$ 3.965,00	3,60%
Otros activos	\$ 2.400,00	2,18%
Gastos de Constitución	\$ 800,00	0,73%
Gastos de Organización	\$ 200,00	0,18%
Gastos de Instalación	\$ 1.200,00	1,09%
Gastos de Investigación	\$ 200,00	0,18%
Total de activos (inversiones)	\$110.000,00	100,00%

B. Financiamiento del proyecto		
Pasivo	\$100.000,00	90,91%
Préstamos Corto Plazo	\$ 20.000,00	18,18%
Préstamos Largo Plazo	\$ 80.000,00	72,73%
Patrimonio	\$ 10.000,00	9,09%
Capital Social	\$ 10.000,00	9,09%
Total de pasivos y patrimonio (financiamiento)	\$110.000,00	100,00%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El activo financiero se financia con pasivos corrientes, el activo fijo se financia con pasivos de largo plazo o capital social. No obstante, las concentraciones de recursos económicos de la empresa Eco Kawsay concerniente a los activos están en la propiedad planta equipo.

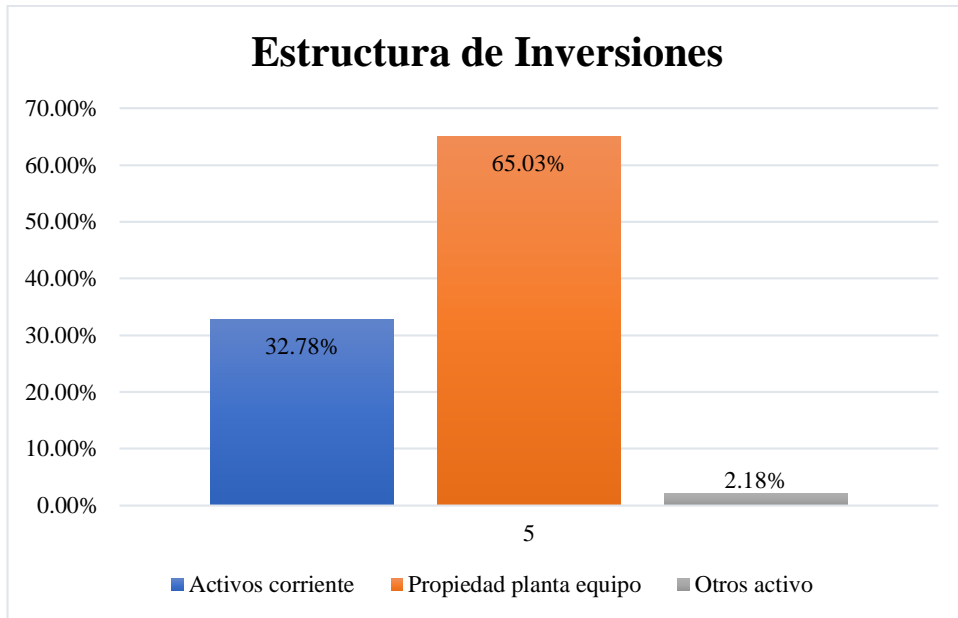


Gráfico 20 -3: Estructura de inversiones

Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Daquilema, D. 2021

En este contexto, el 65.03% de los activos están invertidos en la propiedad planta y equipo la empresa “Eco Kawsay”, que asciende a 71.538,00 dólares. De igual manera, la estructura de financiamiento fue la siguiente:

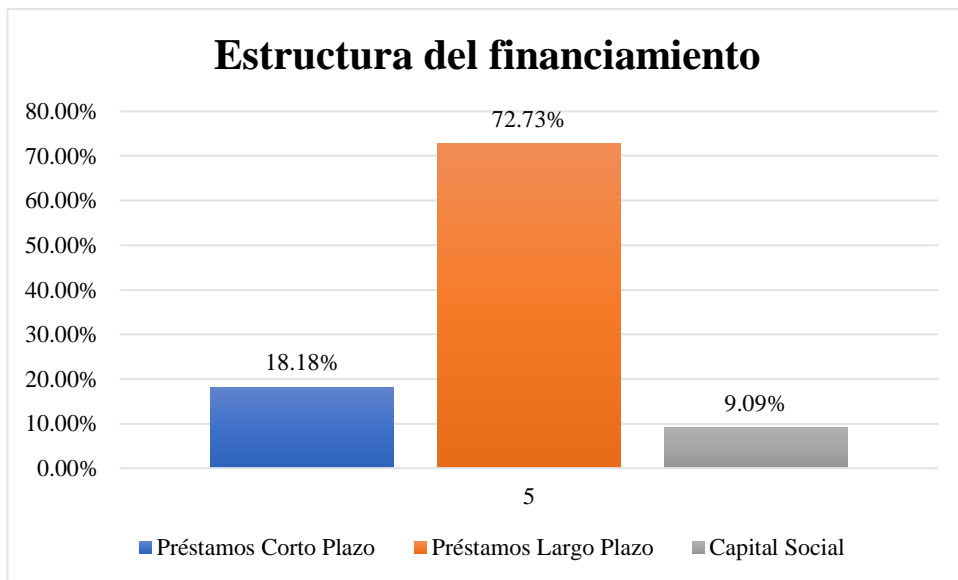


Gráfico 21 -3: Estructura de inversiones

Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.1.6. Amortización

La empresa “Eco Kawsay”, tuvo un financiamiento del sector bancario; por ende, el asesor de entrego la siguiente tabla de amortización:

Tabla 35-3. Tabla de amortización del BanEcuador

Préstamo: BanEcuador
Monto: \$ 60.000,00
Tasa de interés 9,76%
Tiempo 5 Años
Método Cuota fija

Años	Deuda	Interés	Capital	Pago anual	Saldo
1	\$ 60.000,00	\$ 5.856,00	\$ 12.000,00	\$ 17.856,00	\$48.000,00
2	\$ 48.000,00	\$ 4.684,80	\$ 12.000,00	\$ 16.684,80	\$36.000,00
3	\$ 36.000,00	\$ 3.513,60	\$ 12.000,00	\$ 15.513,60	\$24.000,00
4	\$ 24.000,00	\$ 2.342,40	\$ 12.000,00	\$ 14.342,40	\$12.000,00
5	\$ 12.000,00	\$ 1.171,20	\$ 12.000,00	\$ 13.171,20	\$ -
TOTAL		\$ 17.568,00	\$ 60.000,00	\$ 77.568,0	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Mientras tanto, el endeudamiento con el Banco de Pichincha tuvo la siguiente tabla de amortización:

Tabla 36-3. Tabla de amortización del Banco de Pichincha

Préstamo: Banco de Pichincha
Monto: \$ 40.000,00
Tasa de interés 11,23%
Tiempo 5 Años
Método Cuota fija

Años	Deuda	Interés	Capital	Pago anual	Saldo
1	\$ 40.000,00	\$ 4.492,00	\$ 8.000,00	\$ 12.492,00	\$32.000,00
2	\$ 32.000,00	\$ 3.593,60	\$ 8.000,00	\$ 11.593,60	\$24.000,00
3	\$ 24.000,00	\$ 2.695,20	\$ 8.000,00	\$ 10.695,20	\$16.000,00
4	\$ 16.000,00	\$ 1.796,80	\$ 8.000,00	\$ 9.796,80	\$ 8.000,00
5	\$ 8.000,00	\$ 898,40	\$ 8.000,00	\$ 8.898,40	\$ -
TOTAL		\$ 13.476,00	\$ 40.000,00	\$ 53.476,0	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

En relación a las tasas de interés el BanEcuador oferta una menor con respecto al Banco de Pichincha.

3.5.1.7. Depreciaciones

Algunas cuentas de los activos fijos de la empresa “Eco Kawsay” son de carácter depreciables, debido al tiempo de uso, esto permite recuperar la inversión y generar beneficios económicos:

Tabla 37-3. Depreciación

Rubros	Vida útil	Valor de adquisición	Años					Total	Valor de salvamento
			1	2	3	4	5		
ACTIVOS FIJOS									
Terrenos	0	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00
Edificio	20	\$ 40.200,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 10.050,00	\$ 30.150,00
Maquinaria	10	\$ 2.816,00	\$ 281,60	\$ 281,60	\$ 281,60	\$ 281,60	\$ 281,60	\$ 1.408,00	\$ 1.408,00
Muebles y enseres	10	\$ 5.700,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 2.850,00	\$ 2.850,00
Menaje de cocina	5	\$ 1.907,00	\$ 381,40	\$ 381,40	\$ 381,40	\$ 381,40	\$ 381,40	\$ 1.907,00	\$ -
Equipo de computo	3	\$ 4.400,00	\$ 1.466,67	\$ 1.466,67	\$ 1.466,67			\$ 4.400,00	\$ -
Equipo de oficina	3	\$ 2.550,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00			\$ 2.550,00	\$ -
Equipamiento hotelero	3	\$ 3.965,00	\$ 1.321,67	\$ 1.321,67	\$ 1.321,67			\$ 3.965,00	\$ -
Total depreciación anual			\$ 4.709,67	\$ 4.709,67	\$ 4.709,67	\$ 3.243,00	\$ 3.243,00		\$ 44.408,00
OTROS ACTIVOS									
Gastos de Constitución	5	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 800,00	\$ -
Gastos de Organización	5	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
Gastos de Instalación	5	\$ 1.200,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 1.200,00	\$ -
Gastos de Investigación	5	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
Total amortización			\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00		

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.1.8. Costos

La empresa Eco Kawsay para desarrollar las operaciones de cocina deberá contar con el siguiente inventario:

Tabla 38-3. Inventario de productos de cocina

Cantidad	Unidad de medida	Productos	Precio	Total
600	u	Pan (u)	\$ 0,32	\$ 192,00
5	k	Queso (u)	\$ 6,50	\$ 32,50
4	k	Mortadela (u)	\$ 8,00	\$ 32,00
120	u	Huevos (cubeta)	\$ 4,20	\$ 504,00
200	u	Tomate de árbol (u)	\$ 0,10	\$ 20,00
240	Ltr (ml)	Leche (funda)	\$ 0,65	\$ 156,00
2	gr (290)	Café (caja)	\$ 35,00	\$ 70,00
45	k	Azúcar (saco)	\$ 38,00	\$ 1.710,00
5	k	Sal (funda)	\$ 0,90	\$ 4,50
30	gr (50)	Pimienta (frasco)	\$ 1,00	\$ 30,00
50	L	Agua embotellada (botellon)	\$ 2,00	\$ 100,00
1	K	Arroz	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Ltr (ml)	Aceite (caja)	\$ 22,00	\$ 66,00
3	Ltr (ml)	Achote (caja)	\$ 19,20	\$ 57,60
2	qq	Papas	\$ 8,00	\$ 16,00
200	u	Tomate de carne	\$ 0,10	\$ 20,00
200	u	Pimiento	\$ 0,10	\$ 20,00
15	Ltr (ml)	Pulpa de mora	\$ 1,10	\$ 16,50
200	u	Cebolla	\$ 0,15	\$ 30,00
20	u	Cebolla blanca	\$ 0,15	\$ 3,00
30	u	Atun	\$ 0,75	\$ 22,50
30	u	Lenteja	\$ 0,75	\$ 22,50
50	u	Alineo (botellas)	\$ 1,60	\$ 80,00
15	u	Cocoa	\$ 1,45	\$ 21,75
30	u	Fideo	\$ 0,75	\$ 22,50
30	u	Tallarín	\$ 0,80	\$ 24,00
40	K	Carne cerdo	\$ 5,00	\$ 200,00
40	K	Carne res	\$ 5,25	\$ 210,00
60	u	Cerveza (chancleta)	\$ 16,00	\$ 960,00
25	u	Whisky	\$ 17,25	\$ 431,25
25	u	Vino	\$ 12,50	\$ 312,50
40	K	Carne pollo	\$ 0,90	\$ 36,00
Total mensual				\$ 5.458,10
Total anual				\$ 65.497,20

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo anual del inventario de cocina será de 65.497,20 dólares, este rubro será considerado como materia prima para la elaboración de los platos alimenticios.

Por otra parte, la empresa “Eco Kawsay” para garantizar un alojamiento de calidad a los huéspedes deberá contar con el siguiente inventario de suministro y materiales de hospedaje.

Tabla 39-3. Inventario de suministro y materiales de hospedaje

Cantidad	Unidad de medida	Productos	Precio	Total
1000	u	Shampoo	\$ 0,20	\$ 200,00
1000	u	Jabón	\$ 0,20	\$ 200,00
1000	u	Papel higiénico	\$ 0,35	\$ 350,00
Total anual				\$ 750,00

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

El costo anual del inventario de suministro y materiales de hospedaje será de 750,00 dólares.

3.5.2. Gastos

Los gastos que tendrá la microempresa de ecoturismo en el primer año serán los siguientes:

Gastos suministro de limpieza

La empresa “Eco Kawsay” para garantizar la limpieza de las oficinas, cocina y habitaciones, deberá adquirir en los siguientes productos:

Tabla 40-3. Gasto suministro de limpieza

Concepto	Cantidad	Precio	Total	Sumatoria
Gasto suministro de limpieza				\$ 74,50
Trapeadores	2	\$ 2,00	\$ 4,00	
Escobas	4	\$ 2,00	\$ 8,00	
Detergente	10	\$ 2,50	\$ 25,00	
Jabón líquido	20	\$ 1,50	\$ 30,00	
Cloro	30	\$ 0,25	\$ 7,50	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Gastos servicios básicos

La empresa Eco Kawsay para asegurar la productividad de las operaciones administrativas, financieras y operativas deberá contar con los servicios básicos, a continuación, se detallan lo siguiente:

Tabla 41-3. Gasto servicios básicos

Concepto	Cantidad	Precio	Total	Sumatoria
Gasto servicios básicos				\$ 157,29
Luz	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Agua	1	\$ 22,30	\$ 22,30	
Internet	1	\$ 59,99	\$ 59,99	
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Gastos suministro de oficina

La empresa Eco Kawsay para facilitar al personal en la ejecución de las actividades administrativas, contará con un inventario de suministro de oficina, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 42-3. Gasto suministro de oficina

Concepto	Cantidad	Precio	Total	Sumatoria
Gastos suministro de oficina				\$ 71,05
Papel boon A4	2	\$ 3,50	\$ 7,00	
Esferos	10	\$ 0,50	\$ 5,00	
Carpetas	5	\$ 3,00	\$ 15,00	
Perforadora	3	\$ 3,00	\$ 9,00	
Engrampadora	3	\$ 3,00	\$ 9,00	
Clips	3	\$ 0,50	\$ 1,50	
Grapas	5	\$ 0,75	\$ 3,75	
Tijeras	4	\$ 0,60	\$ 2,40	
Saca grampas	4	\$ 0,35	\$ 1,40	
Separadores de hojas	2	\$ 1,00	\$ 2,00	
Calculadora	3	\$ 5,00	\$ 15,00	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Gastos de publicidad

La empresa Eco Kawsay para ofertar sus servicios empresariales utilizará las redes sociales y páginas web para promocionar la entidad a fin de aumentar el margen de utilidad.

Tabla 43-3. Gasto de publicidad

Concepto	Cantidad	Precio	Total	Sumatoria
Gastos publicidad				\$ 177,99
Facebook	1	\$ 30,00	\$ 30,00	
Radio	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
Trípticos	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
Página web	1	\$ 12,99	\$ 12,99	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Gastos sueldo de empleados

Los salarios que percibirán los trabajadores de la microempresa “Eco-Kawsay”, estarán acorde al salario mínimo sectorial 2021 del Ministerio de Trabajo del Ecuador, y será de contratados de manera indefinida y asegurados en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 44-3. Gastos sueldo

Nómina	Cargo	Ingresos			Total ingresos	Descuentos		Total de descuento	Líquido a pagar
		SBU	H. Extras	Comisión		Aporte IESS	RFIR trabajador		
	D. Administrativo								
	Gerente	\$ 918,06			\$ 918,06	\$ 86,76		\$ 86,76	\$ 831,30
	Contador	\$ 714,11			\$ 714,11	\$ 67,48		\$ 67,48	\$ 646,63
	Recepcionista	\$ 504,32			\$ 504,32	\$ 47,66		\$ 47,66	\$ 456,66
Sub total		\$ 2.136,49			\$ 2.136,49	\$ 201,90		\$ 201,90	\$ 1.934,59
	D. Cocina								
	Sous chef	\$ 705,52			\$ 705,52	\$ 66,67		\$ 66,67	\$ 638,85
	Cocinero	\$ 604,72			\$ 604,72	\$ 57,15		\$ 57,15	\$ 547,57
	Mesera	\$ 564,32			\$ 564,32	\$ 53,33		\$ 53,33	\$ 510,99
Sub total		\$ 1.874,56			\$ 1.874,56	\$ 177,15		\$ 177,15	\$ 1.697,41
	D. Operativos								
	Camarera	\$ 403,52			\$ 403,52	\$ 38,13		\$ 38,13	\$ 365,39
	Supervisor	\$ 606,48			\$ 606,48	\$ 57,31		\$ 57,31	\$ 549,17
	Guia turística	\$ 404,92			\$ 404,92	\$ 38,26		\$ 38,26	\$ 366,66
Sub total		\$ 1.414,92			\$ 1.414,92	\$ 133,71		\$ 133,71	\$ 1.281,21
	Total mensual	\$ 5.425,97	\$ -	\$ -	\$ 5.425,97	\$ 512,75	\$ -	\$ 512,75	\$ 4.913,22
	Total anual	\$65.111,64	\$ -	\$ -	\$ 65.111,64	\$ 6.153,05	\$ -	\$ 6.153,05	\$ 58.958,59

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

La empresa “Eco-Kawsay”, tiene previsto el rol de provisiones para los empleados, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 45-3. Rol de provisiones

Nómina	Cargo	Bases imponibles	Beneficios sociales adicionales					Total provisiones
			Aporte p IESS	XIII sueldo	XIV sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva	
	D. Administrativo							
	Gerente	\$ 918,06	\$ 111,54	\$ 76,51	\$ 31,25	\$ 38,25	\$ 76,51	\$ 334,06
	Contador	\$ 714,11	\$ 86,76	\$ 59,51	\$ 31,25	\$ 29,75	\$ 59,51	\$ 266,79
	Recepcionista	\$ 504,32	\$ 61,27	\$ 42,03	\$ 31,25	\$ 21,01	\$ 42,03	\$ 197,59
Sub total		\$ 2.136,49	\$ 259,58	\$ 178,04	\$ 93,75	\$ 89,02	\$ 178,04	\$ 798,44
	D. Cocina							
	Sous chef	\$ 705,52	\$ 85,72	\$ 58,79	\$ 31,25	\$ 29,40	\$ 58,79	\$ 263,95
	Cocinero	\$ 604,72	\$ 73,47	\$ 50,39	\$ 31,25	\$ 25,20	\$ 50,39	\$ 230,71
	Mesera	\$ 564,32	\$ 68,56	\$ 47,03	\$ 31,25	\$ 23,51	\$ 47,03	\$ 217,38
Sub total		\$ 1.874,56	\$ 227,76	\$ 156,21	\$ 93,75	\$ 78,11	\$ 156,21	\$ 712,04
	D. Operativos							
	Camarrera	\$ 403,52	\$ 49,03	\$ 33,63	\$ 31,25	\$ 16,81	\$ 33,63	\$ 164,34
	Supervisor	\$ 606,48	\$ 73,69	\$ 50,54	\$ 31,25	\$ 25,27	\$ 50,54	\$ 231,29
	Guía turística	\$ 404,92	\$ 49,20	\$ 33,74	\$ 31,25	\$ 16,87	\$ 33,74	\$ 164,81
Sub total		\$ 1.414,92	\$ 171,91	\$ 117,91	\$ 93,75	\$ 58,96	\$ 117,91	\$ 560,44
	Total	\$ 5.425,97	\$ 659,26	\$ 452,16	\$ 281,25	\$ 226,08	\$ 452,16	\$ 2.070,92

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.3. Presupuesto

El presupuesto de costos de producción de la empresa “Eco-Kawsay”, se consideró el crecimiento hotelero 2019, según los datos del INEN fue 2.20%, las proyecciones durante los cinco años será la siguiente:

Tabla 46-3. Presupuesto de costo de producción

Costos anuales	Años				
	1	2	3	4	5
Costo de producción					
Costos directos					
Materia Prima Directa	\$ 66.247,20	\$ 67.704,64	\$ 69.194,14	\$ 70.716,41	\$ 72.272,17
Mano de Obra Directa	\$ 24.753,62	\$ 25.298,20	\$ 25.854,76	\$ 26.423,56	\$ 27.004,88
Prestaciones Sociales	\$ 10.516,64	\$ 10.748,01	\$ 10.984,46	\$ 11.226,12	\$ 11.473,10
Costos indirectos					
Sueldos y Salarios	\$ 10.989,87	\$ 11.231,65	\$ 11.478,75	\$ 11.731,28	\$ 11.989,37
Prestaciones Sociales	\$ 4.753,12	\$ 4.857,69	\$ 4.964,56	\$ 5.073,78	\$ 5.185,40
Depreciaciones De Fabrica	\$ 1.984,67	\$ 1.984,67	\$ 1.984,67	\$ 663,00	\$ 663,00
Total costo de producción	\$ 119.245,12	\$ 121.824,85	\$ 124.461,33	\$ 125.834,15	\$ 128.587,92

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Por otra parte, el presupuesto de gasto será el siguiente:

Tabla 47-3. Presupuesto de gasto

	1	2	3	4	5
Gasto de administración					
Sueldos Administrativos	\$ 17.735,16	\$ 18.125,33	\$ 18.524,09	\$ 18.931,62	\$ 19.348,12
Prestaciones Sociales	\$ 7.210,13	\$ 7.368,75	\$ 7.530,86	\$ 7.696,54	\$ 7.865,87
Gasto suministro de limpieza	\$ 894,00	\$ 913,67	\$ 933,77	\$ 954,31	\$ 975,31
Gasto servicios básicos	\$ 1.887,48	\$ 1.929,00	\$ 1.971,44	\$ 2.014,81	\$ 2.059,14
Gastos suministro de oficina	\$ 368,05	\$ 376,15	\$ 384,42	\$ 392,88	\$ 401,52
Gastos publicidad	\$ 2.135,88	\$ 2.182,87	\$ 2.230,89	\$ 2.279,97	\$ 2.330,13
Depreciaciones	\$ 3.168,27	\$ 3.168,27	\$ 3.168,27	\$ 851,60	\$ 851,60
Amortizaciones	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Total de gastos de administración	\$ 33.878,96	\$ 34.544,04	\$ 35.223,75	\$ 33.601,74	\$ 34.311,68
Gastos de ventas					
Sueldos (Recepcionistas)	\$ 5.479,94	\$ 5.600,50	\$ 5.723,71	\$ 5.849,63	\$ 5.978,32
Prestaciones Sociales	\$ 2.371,10	\$ 2.423,26	\$ 2.476,57	\$ 2.531,06	\$ 2.586,74
Publicidad y Promoción	\$ 2.135,88	\$ 2.182,87	\$ 2.230,89	\$ 2.279,97	\$ 2.330,13
Comisiones en ventas	\$ 60,00	\$ 61,32	\$ 62,67	\$ 64,05	\$ 65,46
Total gastos de ventas	\$ 10.046,92	\$ 10.267,95	\$ 10.493,85	\$ 10.724,71	\$ 10.960,66
Gastos financieros					
Intereses	\$ 10.348,00	\$ 8.278,40	\$ 6.208,80	\$ 4.139,20	\$ 2.069,60
Total de gastos financieros	\$ 10.348,00	\$ 8.278,40	\$ 6.208,80	\$ 4.139,20	\$ 2.069,60
Total de gastos	\$ 54.273,88	\$ 53.090,39	\$ 51.926,39	\$ 48.465,65	\$ 47.341,94

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.4. Ingresos

La estimación de ingresos se calculó de acuerdo a la demanda insatisfecha que la empresa puede cubrir de acuerdo a su capacidad instalada.

Tabla 48-3. Capacidad instalada hospedaje

Hospedaje					
Tasa ocupacional	Meses	Días	Habitación simple	Habitación doble	Habitación triple
Capacidad utilizada			2	6	9
Precio			35	20	15
30%	Enero	31	19	56	84
80%	Febrero	28	45	134	202
30%	Marzo	31	19	56	84
30%	Abril	30	18	54	81
80%	Mayo	31	50	149	223
50%	Junio	30	30	90	135
30%	Julio	31	19	56	84
50%	Agosto	31	31	93	140
30%	Septiembre	30	18	54	81
30%	Octubre	31	19	56	84
50%	Noviembre	30	30	90	135
80%	Diciembre	31	50	149	223
Total año de N° huéspedes		365	345	1036	1554

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Por otra parte, la empresa tiene una demanda insatisfecha para el área de restaurante, está calculada acorde a la capacidad instalada, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 49-3. Capacidad instalada restaurante

Restaurante					
Tasa ocupacional	Meses	Días	Desayuno	Almuerzo	Merienda
Capacidad utilizada			15	32	18
Precio			4	6	6
30%	Enero	31	140	298	167
80%	Febrero	28	336	717	403
30%	Marzo	31	140	298	167
30%	Abril	30	135	288	162
80%	Mayo	31	372	794	446
50%	Junio	30	225	480	270
30%	Julio	31	140	298	167
50%	Agosto	31	233	496	279
30%	Septiembre	30	135	288	162
30%	Octubre	31	140	298	167
50%	Noviembre	30	225	480	270
80%	Diciembre	31	372	793	446
Total año de clientes		365	2591	5526	3109

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

De igual manera, la empresa “Eco-Kawsay” tiene una demanda insatisfecha para el área de bar, está calculada acorde a la capacidad instalada, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 50-3. Capacidad instalada bar

Bar					
Tasa ocupacional	Meses	Días	Cerveza	Whisky	Vino
Capacidad utilizada			24	4	1
Precio			2,5	25	20
30%	Enero	31	223	37	9
80%	Febrero	28	538	90	22
30%	Marzo	31	223	37	9
30%	Abril	30	216	36	9
80%	Mayo	31	595	99	25
50%	Junio	30	360	60	15
30%	Julio	31	223	37	9
50%	Agosto	31	372	62	16
30%	Septiembre	30	216	36	9
30%	Octubre	31	223	37	9
50%	Noviembre	30	360	60	15
80%	Diciembre	31	595	99	25
Total año de clientes		365	4145	691	173

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Finalmente, la empresa “Eco-Kawsay”, se considera que la demanda de los paquetes turísticos serán los siguientes resultados:

Tabla 51-3. Demanda de paquetes turísticos

Paquetes turísticos			
Tasa ocupacional	Meses	Días	Paquete
Venta			2
Precio			120
30%	Enero	31	19
80%	Febrero	28	45
30%	Marzo	31	19
30%	Abril	30	18
80%	Mayo	31	50
50%	Junio	30	30
30%	Julio	31	19
50%	Agosto	31	31
30%	Septiembre	30	18
30%	Octubre	31	19
50%	Noviembre	30	30
80%	Diciembre	31	50
Total año de paquetes turísticos		365	345

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

La demanda insatisfecha esta calcula a la tasa ocupacional del sector hotelero, datos obtenidos del INEN, estos resultados permiten proyectar las ventas de la empresa “Eco-Kawsay”.

3.5.5. Proyección de ventas

La estimación de ventas se calculó de acuerdo con la demanda insatisfecha que la empresa, a continuación, se detalla lo siguiente:

Tabla 52-3. Proyección de ventas

Años	1			2			3			4			5		
Rubros	Cant.	P. Uni	Total	Cant.	P. Uni	Total	Cant.	P. Uni	Total	Cant.	P. Uni	Total	Cant.	P. Uni	Total
Hospedaje															
Simple	345	\$ 35,00	\$12.089,00	353	\$35,00	\$12.354,96	361	\$35,00	\$12.626,77	369	\$35,00	\$ 12.904,56	377	\$35,00	\$ 13.188,46
Doble	1036	\$ 20,00	\$20.724,00	1059	\$20,00	\$21.179,93	1082	\$20,00	\$ 21.645,89	1106	\$20,00	\$ 22.122,10	1130	\$20,00	\$ 22.608,78
Triple	1554	\$ 15,00	\$23.314,50	1588	\$15,00	\$23.827,42	1623	\$15,00	\$24.351,62	1659	\$15,00	\$ 24.887,36	1696	\$15,00	\$ 25.434,88
Restaurant															
Desayuno	2591	\$ 4,00	\$10.362,00	2647	\$ 4,00	\$10.589,96	2706	\$ 4,00	\$10.822,94	2765	\$ 4,00	\$ 11.061,05	2826	\$ 4,00	\$ 11.304,39
Almuerzo	5526,4	\$ 6,00	\$33.158,40	5648	\$ 6,00	\$33.887,88	5772	\$ 6,00	\$34.633,42	5899	\$ 6,00	\$ 35.395,35	6029	\$ 6,00	\$ 36.174,05
Merienda	3109	\$ 6,00	\$18.651,60	3177	\$ 6,00	\$19.061,94	3247	\$ 6,00	\$19.481,30	3318	\$ 6,00	\$ 19.909,89	3391	\$ 6,00	\$ 20.347,90
Bar															
Cerveza	4145	\$ 2,50	\$10.362,00	4236	\$ 2,50	\$10.589,96	4329	\$ 2,50	\$10.822,94	4424	\$ 2,50	\$ 11.061,05	4522	\$ 2,50	\$ 11.304,39
Wiski	691	\$ 25,00	\$17.270,00	706	\$25,00	\$17.649,94	722	\$25,00	\$18.038,24	737	\$25,00	\$ 18.435,08	754	\$25,00	\$ 18.840,65
Vino	173	\$ 20,00	\$ 3.454,00	176	\$20,00	\$ 3.529,99	180	\$20,00	\$ 3.607,65	184	\$20,00	\$ 3.687,02	188	\$20,00	\$ 3.768,13
Paquete turístico	345	\$120,00	\$41.448,00	353	\$120,00	\$42.359,86	361	\$120,00	\$43.291,77	369	\$120,00	\$ 44.244,19	377	\$120,00	\$ 45.217,56
Total			\$190.833,50			\$195.031,84			\$199.322,54			\$203.707,63			\$208.189,20

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.6. Estado de resultados

La empresa “Eco-Kawsay”, durante los cinco años presentaran el siguiente estado de resultados:

Tabla 53-3. Estados de resultados

Rubros	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$190.833,50	\$195.031,84	\$199.322,54	\$203.707,63	\$208.189,20
(-) Costo de Producción	\$119.245,12	\$121.824,85	\$124.461,33	\$125.834,15	\$128.587,92
(=)Utilidad bruta en ventas	\$ 71.588,38	\$ 73.206,99	\$ 74.861,21	\$ 77.873,48	\$ 79.601,28
Gastos operativos					
(-) Gastos de administración	\$ 33.878,96	\$ 34.544,04	\$ 35.223,75	\$ 33.601,74	\$ 34.311,68
(-) Gastos de venta	\$ 10.046,92	\$ 10.267,95	\$ 10.493,85	\$ 10.724,71	\$ 10.960,66
(=)Utilidad operacional	\$ 27.662,50	\$ 28.395,00	\$ 29.143,61	\$ 33.547,03	\$ 34.328,94
(-) Gastos Financieros	\$ 10.348,00	\$ 8.278,40	\$ 6.208,80	\$ 4.139,20	\$ 2.069,60
(=)Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 17.314,50	\$ 20.116,60	\$ 22.934,81	\$ 29.407,83	\$ 32.259,34
(-)15% Utilidad trabajadores	\$ 2.597,17	\$ 3.017,49	\$ 3.440,22	\$ 4.411,17	\$ 4.838,90
(=)utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 14.717,32	\$ 17.099,11	\$ 19.494,59	\$ 24.996,65	\$ 27.420,44
(-)Impuesto a la renta 2%	\$ 3.816,67	\$ 3.900,64	\$ 3.986,45	\$ 4.074,15	\$ 4.163,78
(=)utilidad neta	\$ 10.900,65	\$ 13.198,47	\$ 15.508,14	\$ 20.922,50	\$ 23.256,66

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

En este contexto, la empresa genera utilidad, la cual puede ser invertida con la finalidad de mejorar las condiciones de alojamiento.

3.5.7. Estado de flujo de efectivos

La empresa “Eco-Kawsay”, durante los cinco años presentara los siguientes flujos de efectivo:

Tabla 54-3. Estados de flujo de efectivos

Rubros	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$ 10.900,65	\$ 13.198,47	\$ 15.508,14	\$ 20.922,50	\$ 23.256,66
(+) Depreciaciones	\$ 4.709,67	\$ 4.709,67	\$ 4.709,67	\$ 3.243,00	\$ 3.243,00
(+) Amortizaciones	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
(+) Valor residual activos fijos					\$ 44.408,00
(+) Recuperación de capital de trabajo	\$ 4.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
(+) Efectivo	\$ 26.062,00				
Flujo de caja	\$ 46.152,32	\$ 19.888,14	\$ 22.197,81	\$ 26.145,50	\$ 72.887,66

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

3.5.8. Valor actual neto

El valor actual neto permite verificar la viabilidad del proyecto; para ello, la empresa “Eco-Kawsay”.

$$\text{Fórmula: VAN} = -I + R1/(1+r) + R2/(1+r)^2 + R3/(1+r)^3 + \dots + R4/(1+r)^n$$

Aplicó la siguiente metodología:

Para obtener los valores presentes, se debe obtener la tasa de descuento, lo cual, es necesario realizar el siguiente procedimiento:

Tabla 55-3. Tasa de descuento

Fuentes de financiamiento	Monto	Participación	Interés	Tasa de descuento	Factor
Capital de trabajo	\$ 10.000,00	9%	4,91%	0,45%	
BanEcuador	\$ 60.000,00	54,55%	9,76%	5,32%	
Banco de Pichincha	\$ 40.000,00	36,36%	11,23%	4,08%	
Total	\$ 110.000,00	100%		9,85%	1,0985

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

La tasa de descuento del proyecto “Eco-Kawsay”, es de 9.85%, el cual, servirá de base para traer los flujos de efectivo a valor presente, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 56-3. Tasa de descuento

Años	FNC	Factor de actualización	Factor actual
1	\$ 46.152,32	0,91030213755493	\$ 42.012,56
2	\$ 19.888,14	0,82864998163707	\$ 16.480,30
3	\$ 22.197,81	0,75432184956908	\$ 16.744,29
4	\$ 26.145,50	0,68666079206712	\$ 17.953,09
5	\$ 72.887,66	0,62506878679386	\$ 45.559,80
		Financiamiento	\$ 138.750,04
		Inversión	\$ 110.000,00
		Van	\$ 28.750,04

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

Aplicando la tasa de descuento mínima del 9,85%, valor actual del proyecto “Eco-Kawsay es positivo, con saldo de 28.750,04 dólares, se comprueba que el proyecto es rentable, ya que permitirá generar a los inversionistas ganancias.

3.5.9. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que ofrece un proyecto “Eco-Kawsay”.

Para obtener la tasa interna de retorno (TIR) se procedió a utilizar la siguiente fórmula:

$$TIR = i_1 + (VA_1 (i_2 - i_1)) / (VA_1 + VA_2)$$

A continuación, se detalla:

Tabla 57-3. Tasa interna de retorno

Años	FNC	TIR
0	\$ -110.000,00	19%
1	\$ 46.152,32	
2	\$ 19.888,14	
3	\$ 22.197,81	
4	\$ 26.145,50	
5	\$ 72.887,66	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Daquilema, D. 2021

La tasa interna de retorno del un proyecto “Eco-Kawsay”, es de 19%, lo que significa que el emprendimiento es viable; en relación a la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador del 4,91%, el TIR es mayor, se recomienda invertir, ya que el socio obtendrá una rentabilidad mayor.

3.5.10. Costo – beneficio

La relación costo – beneficio permite a los inversionistas del proyecto “Eco-Kawsay”, tomar decisiones, Para ello, es necesario utilizar la siguiente fórmula:

Relación Costo Beneficio	$\frac{FNC}{Inversión}$	
Relación Costo Beneficio	$\frac{\$ 138.750,04}{\$ 110.000,00}$	\$ 1,26

El análisis de costos – beneficio, muestra una reciprocidad positiva de \$ 1,26; lo que implica que, por cada dólar invertido en el proyecto Eco-Kawsay”, los inversionistas pueden solventar sus deudas a corto plazo y tener rentabilidad económica.

3.5.11. Periodos de recuperación

El período de recuperación permite medir que tiempo se madura la inversión para generar réditos económicos, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 58-3. Período de recuperación

Años	FNC	Tiempo
1	\$ 46.152,32	
2	\$ 66.040,46	
3	\$ 88.238,26	3 años, 9 meses y 29 días
4	\$ 114.383,76	
5	\$ 187.271,42	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

La inversión del proyecto Eco-Kawsay” será recuperable en tres años, 9 meses y 29 días.

3.5.12. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar la viabilidad de un negocio en el tiempo, cual es la cantidad que debe invertir para no generar pérdidas económicas.

Tabla 59-3. Punto de equilibrio

Detalle	Valor
Costos fijos	\$ 54.172,26
Costos variables	\$ 119.346,74
Ventas	\$ 190.833,50

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Daquilema, D. 2021

A continuación, se aplica la siguiente fórmula en valores:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$54.172,26}{1 - \frac{\$119.346,74}{\$190.833,50}} = \$ 144.612.54$$

El punto de equilibrio de la empresa es de 144612.54 dólares, lo que significa al sobrepasar este rubro la entidad generará utilidad.

CONCLUSIONES

- El proyecto de factibilidad realizado previo a la apertura de la microempresa de ecoturismo, fue realizado con las bases fundamentales tomadas de libros, revistas, artículos científicos y artículos de internet, a fin de obtener informaciones veraz y confiable para el sustento de la investigación, lo que permitió desarrollar los estudios de factibilidad y la evaluación financiera del proyecto.
- Por consiguiente, la aplicación de las encuestas a los potenciales turísticos permitió determinar que la mayoría de las personas conocen el lugar de la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, además, optan por realizar turismo a través de ciclismo de montaña, motocrós, paracaidismo, cabalgata, entre otras actividades.
- A través del estudio de mercado, se determinó que existe una gran mayoría de turística que visitar el proyecto Eco-Kawsay”, por ende, aceptarían consumir la publicidad del lugar mediante redes sociales, página web, trípticos, entre otros.
- El estudio financiero permitió determinar la viabilidad del proyecto, donde se demuestra que es rentable, ya que se demostró con el cálculo del VAN del proyecto es de \$28.750,04 y el TIR es de 19%. Los totales anuales del estado de resultados proyectados a 5 años son de manera positiva, lo cual demuestra una proyección favorable para el periodo estimado de recuperación de la inversión a tres años, 9 meses y 29 días.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo con los valores calculados, se recomienda la ejecución del proyecto en la ubicación precisada y tomando en cuenta no solo la rentabilidad financiera demostrada, sino además aspectos colaterales como el cuidado del medio y su orientación ecologista, y el aporte al desarrollo económico de la comunidad.
- Se recomienda el trabajo con capital financiado a cinco años y un bajo capital social pues la agilidad financiera que nos dan los indicadores nos permite establecer una actividad económica rentable y segura; el mercado actual tiene mejores características que el año anterior, y por tanto hay que asumir medidas de bioseguridad necesarias para cuidar tanto a clientes como al personal.
- Uno de los ejes principales para el buen manejo de la inversión es la capacitación inicial y permanente no solo en cuanto a bioseguridad sino al manejo ecológico del turismo y el tratamiento al público.
- La empresa se recomienda por tener un alto porcentaje de rendimiento y una buena perspectiva de sus indicadores financieros.

GLOSARIO

Amortización. - Distribución a lo largo de un periodo definido por la Ley del Impuesto sobre la Renta del costo de los activos diferidos de un proyecto. Es equivalente a la depreciación aplicada en el caso de los activos fijos. (Sancho, 2015)

Análisis de sensibilidad. - Determinación de los efectos, en la rentabilidad del proyecto, de una serie de supuestos cambios que generalmente afectan negativamente al proyecto, con relación a las condiciones esperadas en su desarrollo. Permite conocer qué tan riesgosa o sensible es la realización del proyecto ante variaciones que la afecten. (Sancho, 2015)

Capacidad de producción. - Número de unidades de bienes o servicios que puede producir u ofrecer un proyecto por unidad de tiempo: toneladas por día, litros por segundo, etc. (Sancho, 2015)

Capital de trabajo. - Recursos necesarios para cubrir los desembolsos debidos a la operación de un proyecto durante el periodo que media entre la producción y la recepción de ingresos por su venta. (Sancho, 2015)

Ciclo de vida de un proyecto. - Es el conjunto de fases y etapas por el que pasa un proyecto desde su identificación o concepción hasta el término de su operación. (Sancho, 2015)

Cobertura del mercado. - Extensión geográfica que se considera será atendida o servida por la producción de un proyecto. (Sancho, 2015)

Costos de operación. - Corresponde al total de las erogaciones en la fase de operación del proyecto y abarcan los costos de producción, el costo de ventas, los costos de administración y los costos financieros. Incluye los costos del mantenimiento de obras, instalaciones y equipos. También designados como gastos de operación o gastos corrientes. (Sancho, 2015)

Demanda. - Requerimiento de un bien o servicio para satisfacer una necesidad específica. (Sancho, 2015)

Depreciación. - Cargo o costo periódico que se hace por la utilización de los activos fijos. Permite distribuir el valor de adquisición de un activo fijo a lo largo de su vida útil. (Sancho, 2015)

Evaluación de un proyecto. - Es la ponderación o apreciación que se hace de los resultados de un proyecto, comparándolos con los de otras posibilidades de aplicación de recursos, para determinar si es conveniente llevarlo a cabo. (Sancho, 2015)

Evaluación financiera. - Es la medición y comparación de la rentabilidad de un proyecto considerada desde el punto de vista de un inversionista privado, sin tomar en cuenta las interrelaciones del proyecto con su entorno económico. (Sancho, 2015)

Evaluación socioeconómica o evaluación económica. - Es la medición y comparación de la rentabilidad de un proyecto considerado desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto y toma en cuenta las interrelaciones del proyecto con su entorno económico. (Sancho, 2015)

Localización. - Sitio preciso seleccionado para la realización de un proyecto y proceso mediante el cual se hace la selección. Abarca la macro y micro localización. (Sancho, 2015)

Macro localización. - Corresponde a la selección más conveniente de entre varias regiones en las que puede ubicarse un proyecto. (Sancho, 2015)

Margen de utilidad. - Diferencia entre el precio de un producto y el costo de su producción, expresada como un porcentaje del primero. (Sancho, 2015)

Micro localización. - Precisa el sitio o terreno donde se instalará el proyecto, dentro de la región determinada por la macro localización. (Sancho, 2015)

Muestra. - En el estudio de mercado es aquella parte del total de consumidores u oferentes de un producto que será interrogada para obtener información. Al proceso de escoger o diseñar esta muestra se le conoce como muestreo. (Sancho, 2015)

Organigrama. - Es la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa o proyecto. (Sancho, 2015)

Preinversión. - Corresponde a la fase de elaboración, formulación o preparación de un proyecto y se refiere a los estudios que deben prepararse antes de la ejecución de un proyecto. (Sancho, 2015)

Rentabilidad. Es una medida de las ventajas o beneficios que se tendrán con la realización de un proyecto contra los costos en que se incurrirá por utilizar los recursos necesarios para llevarlo a cabo. De manera similar a la evaluación de un proyecto puede hablarse de la rentabilidad financiera y de rentabilidad socioeconómica o económica. (Sancho, 2015)

Tamaño. - Se refiere a la magnitud y alcances de un proyecto. También a sus dimensiones físicas en términos de su capacidad de producción o de prestación de servicios. (Sancho, 2015)

Tasa de crecimiento poblacional. - Relación del cambio en la cantidad de la población a lo largo de un periodo con respecto a la población inicial. (Sancho, 2015)

Tasa Interna de Rendimiento (TIR). - Tasa de interés que iguala el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. Es decir, es aquella tasa que hace que el Valor Presente Neto (VPN) del flujo de efectivo de un proyecto sea igual a cero. (Sancho, 2015)

Valor Presente. - Cantidad que debe invertirse ahora para recibir una cantidad o monto (s) en el futuro, incluyendo los intereses generados durante el plazo considerado. El interés aplicado es el compuesto en el cual los intereses se van acumulando (capitalizando) para incrementar el capital inicial. (Sancho, 2015)

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, A. (2014). *Alternativa metodològica para la formulaciòn de planes de desarrollo y ordenamiento territorial cantonal*. Cuenca : Universidad de Cuenca.
- Aguirre, J. (2013). *Introducciòn a la evaluaciòn econòmica y financiera*. Madrid: ESIC.
- Aimara, F. (2017). *Proyecto de factibilidad para la creaciòn de una empresa dedicada al servicio de càterin en el cantòn Santiago de Píllaro – provincia de Tungurahua*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/13214>
- Álvarez, N., & Ballesteros, L. (2016). *Fundamentos de Administración un enfoque ecuatoriano*. Quito.
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de inversión: Análisis, formulaciòn y evaluaciòn pràctica*. México: Trillas.
- Asociaciòn Ecuatoriana de Ecoturismo. (21 de 02 de 2020). *¿Qué es ecoturismo?*. Obtenido de Planeta.com: <https://www.planeta.com/ecuador-2002-ecoturismo/>
- Ayala, S., Zaruma, M., & Barragán, H. (2017). Origen y destino de recursos del presupuesto de los GAD`s Municipales: estudio del Cantòn Morona. *Revista Killkana Sociales*, 1(3), 29-36.
- Baca, G. (2013). *Evaluaciòn de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigaciòn*. México: Grupo Editorial Patria.
- Bernal, C. (2010). *Metodologia de la Investigaciòn*. Colombia: Pearson.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigaciòn*. Bogotá: Pearson.
- Briceño, H. (2016). *Indicadores Financieros. Fácilmente explicados* (Primera ed.). México: Umbral.

- Carmona, A. (2019). *Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel en la ciudad de Trujillo 2015*. Tesis maestría, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL_CarmonaMartinezAraseli.pdf
- Chicaiza, E. (2016). *Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa de producción*. Riobamba.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: ECOE.
- De la Torre, G. (2015). *Propuesta de Articulación Multinivel de los Instrumentos de Planificación a Partir de las Metodologías ART/PNUD Y SENPLADES*. Quito : Pontificia Universidad Católica del Ecuador .
- Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Publicando*, 4(13), 172-188. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836>
- Garmendia, A., Salvador, a., & Crespo, C. (2005). *Evaluación de impacto ambiental*. México: Pearson.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- INEN. (2018). *Servicio Ecuatoriano de Normalización* . Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización : <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Iñigo, R., & Iosune, V. (2010). *Guía para la elaboración de proyectos*. Vasco: Tresdetres,s.l.
- Lahoz, E. (2020). *Bases conceptualizaciones, legislación y metodología de la evaluación de impacto ambiental*. España: Elearning S.L.
- Lara, B. (2010). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Espín.

- Lazo, H. (2017). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Pancho Negro del Cantòn La Troncal*. Cuenca : Universidad de Cuenca.
- MINTUR. (2019). *Plan nacional de Turismo*. Quito: MINTUR.
- Monteros, E. (2005). *Manual de gestión Microempresarial*. Ecuador: Editorial universitaria.
- Morales, J., & Adam, J. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*. México: McGrawHill.
- Peñaranda, D. (2015). *Desarrollo econòmico local en el Ecuador*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Pereda, M. S., & Berrocal, B. F. (2015). El Entorno Empresarial. LaEmpresa, su Organización y Funcionamiento. *Complutense de Educación*, 15-35.
- Peréz, J. (18 de 12 de 2017). *asesoriatesis*. Obtenido de asesoriatesis: <https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2017/>
- Pérez, M. (2003). *La guia del ecoturismo*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Pineda, L., & Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados* (978-6-07-323560-0 ed.). México: Pearson México.
- Revista Univessitaria de investigación. (12 de 2002). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41030203.pdf>
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa*.
- Robles, D. (2020). *Guía de Investigadores*. Obtenido de Investigación científica: <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>
- Sancho, A. (2015). *Introducción al turismo*. OMT.

- Sarmiento, S., & Flores, F. (2015). *Diño de la propuesta metodologica participativa para la elaboraciòn de planes de desarrollo y ordenamiento territorial* . Cuenca : Universidad Politècnica Salesiana.
- Tamayo, M. (2012). *Metodologia de investigacion pautas para hacer la tesis*. Medellin: ICFES.
- Urbina, B. (2010). *Evaluaciòn de Proyectos*. México: Mc Graw Hill
- Vega, M. (2017). *Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial de la Provincia de Loja* . Loja: Universidad Poltecnica Salesiana.
- Yautibug, D. (2017). *Proyecto de factibilidad para la creaciòn de una empresa procesadora y cmercializadora de arroz de cebada en la comunidad El Troje*. Riobamba.
- Yumisaca, L. (2017). *Proyecto de Factibilidad*. Riobamba.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

1. ¿Cuál es su género?

Masculino _____

Femenino _____

2. ¿En qué rango de edad se identifica usted?

Entre 15 y 30 _____

Entre 30 y 40 _____

Entre 40 y 50 _____

Entre 50 y 60 _____

Más de 60 _____

3. ¿De qué nacionalidad es usted?

Ecuatoriano _____

Norteamericano _____

Europeo _____

Asiático _____

Otro _____

4. ¿De dónde procede usted?

Costa _____

Sierra _____

Amazonia _____

Región Insular _____

Extranjero _____

5. ¿Le gustaría una microempresa de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta que se dedique a ofertar servicios de recreación?

Si _____

No _____

6. ¿En qué temporada prefiere viajar?

Vacaciones _____

Feridos _____

Fin de semana _____

Otro _____

7. ¿Cuánto tiempo dispone para viajar?

1 día _____

- 2 días _____
- 3 días _____
- 4 días _____
- 5 días _____
- más días _____

8. ¿Cuál es el medio de transporte que usted utiliza para viajar?

Transporte público _____

Vehículo propio _____

9. ¿Usted conoce Santiago de Quito, Cantón Colta?

Si _____

No _____

10. ¿Conoce usted sitios donde se realiza actividades de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta?

Si _____

No _____

11. ¿Qué tipo de actividades ecoturísticas le gustaría practicar?

Senderismo _____

Observación de atractivos naturales _____

Gastronomía Cultural _____

Ciclismo de montaña _____

Globo aerostático _____

Paseo en yate _____

Motocrós _____

Paracaidismo _____

Paseo en lancha _____

Cabalgata _____

Hospedaje _____

Paquetes turísticos _____

12. ¿Qué tipo de experiencia debería cumplir la microempresa de ecoturismo para que usted adquiriera sus servicios?

Precio _____

Calidad de Servicio _____

Innovación _____

Variedad de servicios _____

13. ¿Por qué medio de comunicación se informó usted de este destino?

Internet _____

Folleto _____

Tv _____

Redes sociales _____

Radio _____

14. ¿Conoce usted otras empresas turísticas en Santiago de Quito?

Hostería Kucha Wasi _____

Caracas Suite Santiago de Quito _____

Municipio de Colta _____

Ninguno _____

15. ¿Qué servicios ha adquirido en estas empresas?

Hospedaje _____

Cabalgata _____

Paseo en yate _____

Visita al mirador _____

Visita a aves silvestres _____

Ninguno _____

ANEXO B: CATÁLOGO DE PRODUCTOS

