

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO E INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ASOCIATIVA PARA OFERTAR TURISMO ARTESANAL EN LA CIUDAD
DE OTAVALO”**

**AUTORES:
ANALY MICHELLE ACEBO LÓPEZ
PABLO FERNANDO SÁNCHEZ HERNÁNDEZ**

**DIRECTOR:
LUIS ALCIVAR ÓRTIZ CÁRDENAS**

Quito, abril del 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN.

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, abril del 2015

Acebo López Analy Michelle

C.I. 172170990-3

Sánchez Hernández Pablo Fernando

C.I. 172132301-0

DEDICATORIA

A Dios por bendecirme y poner en mi camino las oportunidades para ser un profesional, además a mis padres José y Sonia, que con su ejemplo, constancia y perseverancia me enseñaron la importancia del trabajo y me han brindado la fuerza para seguir adelante, además a mi hermano Jordán, al cual le dedico este trabajo como una manera de inspirarlo en su formación profesional e incentivarlo en el cumplimiento de sus metas, también a mi enamorada Adriana por todas las palabras de aliento y por estar conmigo en los momentos buenos y malos a lo largo de esta carrera y de mi vida, y finalmente a mi tío Gilberto el cuál estimo y aprecio mucho ya que ha sido un gran ejemplo.

Pablo Fernando.

A Dios, por ser fuente de Amor y Sabiduría que día a día ha guiado cada uno de mis pasos llenándome de sus bendiciones y de la fortaleza necesaria para combatir cada una de mis adversidades, ya que sin El nada soy; A mis padres, Javier y Sandra que me dieron uno de los regalos más grandes, la vida y una familia, por su cariño, apoyo incondicional y por estar junto a mí en el cumplimiento de cada uno de mis logros; A mis hermanas, Adriana y Karla que siempre han estado presentes apoyándome en cada una de mis experiencias y me han impulsado a ser alguien mejor; A mis Tíos Nelson y Patricia que me han apoyado económicamente; A mis abuelitas, que se encuentran gozando ya de una vida eterna, por ser quienes me aconsejaron y enseñaron con sus experiencias: que en esta vida no hay imposibles; A mi abuelito, que con cada una de sus llamadas me ha enseñado que las cosas para cumplirlas primero hay que creerlas.

Analy Michelle.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos la oportunidad de concluir con esta etapa de nuestras vidas, permitiéndonos ser unos profesionales; Agradecemos a nuestros Padres y familiares por ser quienes nos han apoyado en el cumplimiento de esta meta.

A nuestros amigos que día a día han compartido cada una de nuestras experiencias en las aulas y fuera de ellas; a todas aquellas personas que se han ido sumando en nuestras vidas para hacernos compañía con sus sonrisas y palabras de ánimo.

A todos aquellos profesores que a lo largo de la carrera nos han impartido sus conocimientos y experiencias, especialmente al Econ. Luis Ortiz quien dirigió nuestro trabajo de grado.

Y finalmente le agradecemos, al Sr. Ángel Hernández por su colaboración y acogida en la ciudad de Otavalo, a la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local de la ciudad de Otavalo, al Señor José Antonio Lema Presidente de la UNAIMCO, y a Marisol; por toda la colaboración brindada para la elaboración del presente proyecto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
GENERALIDADES.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Enunciado del Problema.....	3
1.2.2. Formulación del Problema.....	4
1.2.3. Árbol de Problemas.....	4
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos.....	5
1.4. Delimitación.....	6
1.4.1. Delimitación Temporal.....	6
1.4.2. Delimitación Espacial.....	6
1.4.3. Delimitación Académica.....	6
1.5. Fundamentación Teórica.....	7
1.5.1. Marco teórico.....	7
1.5.2. Marco Legal.....	13
CAPÍTULO 2.....	22
ESTUDIO DE MERCADO.....	22
2.1. Objetivos del Estudio de Mercado.....	22
2.1.1. Objetivo General.....	22
2.1.2. Objetivos Específicos.....	22
2.2. Identificación del Servicio.....	22
2.2.1. Definición del Servicio.....	26
2.2.2. Características del Servicio.....	26

2.3.	Segmentación de Mercado.....	26
2.3.1.	Definición del Mercado a Segmentar.....	27
2.3.2.	Diseño de la Investigación.....	27
2.3.3.	Identificación de las Variables Relevantes para Segmentar el Mercado.....	28
2.3.4.	Categorización de las Variables.....	29
2.3.5.	Formación de Segmentos.....	29
2.3.6.	Diseño del Muestreo.....	30
2.3.7.	Tabulación y Análisis de Resultados.....	32
2.4.	Demanda.....	42
2.4.1.	Variables de la Demanda.....	42
2.4.2.	Comportamiento Histórico de la Demanda.....	43
2.4.3.	Proyección de la Demanda.....	44
2.5.	Oferta.....	45
2.5.1.	Variables de la Oferta Turística.....	46
2.5.2.	Comportamiento Histórico de la Oferta.....	47
2.5.3.	Proyección de la Oferta.....	47
2.6.	Demanda Insatisfecha.....	48
2.7.	Demanda Objetivo.....	49
2.8.	Estrategias de mercadeo.....	50
2.8.1.	Producto.....	50
2.8.2.	Precio.....	55
2.8.3.	Plaza.....	57
2.8.4.	Publicidad y Promoción.....	58
CAPÍTULO 3.....		60
ESTUDIO TÉCNICO.....		60
3.1.	Objetivos.....	60
3.1.1.	Objetivo General.....	60
3.1.2.	Objetivo Específico.....	60
3.2.	Determinación del Tamaño del Proyecto.....	60
3.2.1.	Demanda Insatisfecha del Servicio.....	61
3.2.2.	Dimensión y características del Mercado.....	61

3.2.3. Disponibilidad de Recursos Financieros.....	61
3.2.4. Disponibilidad de Bienes.	61
3.2.5. Disponibilidad de Talento Humano.	63
3.2.6. Tecnología.....	64
3.3. Localización del proyecto.	64
3.3.1. Macro localización.	65
3.3.2. Micro localización.....	65
3.4. Ingeniería del proyecto.....	69
3.4.1. Distribución de las Instalaciones.....	69
3.4.2. Diseño de Instalaciones.....	70
3.4.3. Diagrama de Flujo de Actividades.	71
CAPÍTULO 4.....	72
ADMINISTRATIVO Y LEGAL.	72
4.1. Objetivos.....	72
4.1.1. Objetivo General.	72
4.1.2. Objetivo Específico.	72
4.2. Constitución de la Empresa.....	72
4.3. La Empresa.....	77
4.3.1. Misión.....	77
4.3.2. Visión.	77
4.3.3. Principios y Valores Corporativos.	77
4.4. Estructura orgánica de la empresa.....	78
4.4.1. Organigrama estructural.....	78
4.5. F.O.D.A.	78
4.5.1. Fortalezas.	78
4.5.2. Oportunidades.	78
4.5.3. Debilidades.....	79
4.5.4. Amenazas.	79
CAPÍTULO 5.....	80
ESTUDIO FINANCIERO.....	80

5.1.	Objetivos.....	80
5.1.1.	Objetivo General.....	80
5.1.2.	Objetivos Específicos.....	80
5.2.	Presupuesto de inversión.....	80
5.2.1.	Inversión activos fijos.....	80
5.2.2.	Gastos de Constitución.....	83
5.2.3.	Capital de trabajo.....	83
5.3.	Financiamiento.....	85
5.3.1.	Requisitos del crédito.....	86
5.3.2.	Financiamiento del crédito.....	86
5.3.3.	Amortización del crédito.....	88
5.3.4.	Resumen amortización del crédito.....	89
5.4.	Costos operacionales y no operacionales.....	89
5.4.1.	Suministros de oficina.....	89
5.4.2.	Suministros de Aseo.....	90
5.4.3.	Servicios Públicos.....	90
5.4.4.	Sueldos del personal de la empresa.....	91
5.5.	Estructura de costos del Servicio de Turismo Artesanal.....	93
5.6.	Costo unitario del producto.....	94
5.7.	Presupuesto de ingresos anuales.....	94
5.8.	Punto de equilibrio.....	95
5.8.1.	Determinación del punto de equilibrio.....	95
5.9.	Estados financieros.....	98
5.9.1.	Estado de resultados.....	98
5.9.2.	Estado de flujo de efectivo.....	99
5.9.3.	Balance general proyectado.....	101

CAPÍTULO 6..... 102

EVALUACIÓN FINANCIERA..... 102

6.1.	Objetivos.....	102
6.1.1.	Objetivo general.....	102
6.1.2.	Objetivos específicos.....	102

6.2.	Tasa de descuento.....	102
6.3.	Valor Actual Neto.	103
6.4.	Tasa Interna de Retorno.	104
6.5.	Relación beneficio costo.	106
6.6.	Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back).	107
6.7.	Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera.	108
CONCLUSIONES.....		109
RECOMENDACIONES.....		110
LISTA DE REFERENCIAS.		111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorización de las variables.....	29
Tabla 2. Estadísticas de Visitantes Turísticos a Otavalo 2013.....	30
Tabla 3. Datos para determinar la muestra.....	31
Tabla 4. Género.....	32
Tabla 5. Edad.....	33
Tabla 6. Ocupación.....	34
Tabla 7. Procedencia.....	35
Tabla 8. Duración Estadía.....	36
Tabla 9. ¿Conoce cómo se elaboran las artesanías de Otavalo?	37
Tabla 10. ¿Le gustaría que se ofrezca un servicio que permita observar la elaboración de las artesanías?	38
Tabla 11. ¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?	39
Tabla 12.¿ Cuánto estaría dispuesto a cancelar por este servicio?	40
Tabla 13. ¿A través de qué medios le gustaría recibir publicidad sobre el turismo artesanal en Otavalo?	41
Tabla 14. Demanda Histórica de Turistas que llegan a Otavalo.....	44
Tabla 15. Proyección de la demanda de turistas que llegan a Otavalo.....	45
Tabla 16. Demanda Proyectada.....	45
Tabla 17. Oferta histórica de turistas en Otavalo.....	47
Tabla 18. Proyección de la Oferta de Turistas en Otavalo.....	48
Tabla 19. Oferta Proyectada.....	48
Tabla 20. Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	49
Tabla 21. Estimación de la demanda a ser atendida en el 2015.....	49
Tabla 22. Proyección de la Demanda Objetivo.....	49
Tabla 23. Descripción Paquete No.1 ILUMAN.....	52
Tabla 24. Descripción Paquete No.2 SAN RAFAEL.....	54
Tabla 25. Estructuras del Costo del Servicio.....	57
Tabla 26. Plaza.....	58
Tabla 27. Detalle de Muebles y Enseres.....	62
Tabla 28. Detalle Equipo de Computación.....	62
Tabla 29. Detalle Equipo de Oficina.....	62

Tabla 30. Detalle Suministros de Oficina.	63
Tabla 31. Detalle Suministros de Aseo.	63
Tabla 32. Detalle de Personal.	64
Tabla 33. Método Cualitativo por puntos.	67
Tabla 34. Distribución de las Instalaciones.	69
Tabla 35. Inversión en Activos Fijos.	81
Tabla 36. Depreciación Activos Fijos.	81
Tabla 37. Tabla de Depreciación Muebles y Enseres.	82
Tabla 38. Tabla Depreciación Equipo De Oficina.	82
Tabla 39. Tabla Depreciación Equipo de Computación.	82
Tabla 40. Tabla Resumen de los Activos Fijos Depreciados.	83
Tabla 41. Tabla Gastos de Constitución.	83
Tabla 42. Capital de Trabajo.....	84
Tabla 43. Resumen de Capital de Trabajo.	85
Tabla 44. Inversión Inicial del Proyecto.	85
Tabla 45. Financiamiento.	86
Tabla 46. Financiamiento del crédito en el Banco de Fomento.	87
Tabla 47. Amortización del Crédito.	88
Tabla 48. Resumen Amortización del Crédito.	89
Tabla 49. Detalle de Suministros de Oficina.	89
Tabla 50. Detalle de Suministros de Aseo.	90
Tabla 51. Detalle de Servicios Públicos.	90
Tabla 52. Detalle de Teléfono e Internet.	90
Tabla 53. Detalle de Sueldos Administrativos.	91
Tabla 54. Presupuesto de Sueldos Administrativos.	91
Tabla 55. Detalle Sueldos de Ventas.	92
Tabla 56. Presupuesto de Sueldos Ventas.	92
Tabla 57. Detalle Sueldos Mano de Obra Directa.	92
Tabla 58. Presupuesto de Sueldo Mano de Obra Directa.	93
Tabla 59. Estructura de Costos del Servicio Projectados.	93
Tabla 60. Tabla Costos Unitarios del servicio.	94
Tabla 61. Presupuesto de Ventas anuales.	94
Tabla 62. Resumen presupuesto de ingresos anuales.	95
Tabla 63. Datos Punto de Equilibrio.	97

Tabla 64. Estado de Resultados.	98
Tabla 65. Flujo de Caja proyectado sin Financiamiento.	99
Tabla 66. Flujo de Efectivo proyectado con Financiamiento.	100
Tabla 67. Balance General Proyectado.	101
Tabla 68. Tasa de Descuento (TMAR).	103
Tabla 69. VAN con Financiamiento.	104
Tabla 70. TIR con Financiamiento.	105
Tabla 71. Relación beneficio costo con financiamiento.	106
Tabla 72. Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back).	107
Tabla 73. Resumen de Indicadores.	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de Problemas..	4
Figura 2. Textiles.	23
Figura 3. Alfarería.	23
Figura 4. Arte en Totorá.	24
Figura 5. Instrumentos Folklóricos.	24
Figura 6. Sombreros.	25
Figura 7. Bordados.	25
Figura 8. Variables de Segmentación de Mercado.	28
Figura 9. Género.	32
Figura 10. Edad.	33
Figura 11. Ocupación.	34
Figura 12. Procedencia.	35
Figura 13. Duración Estadía.	36
Figura 14. ¿Conoce cómo se elaboran las artesanías de Otavalo?	37
Figura 15. ¿Le gustaría que se ofrezca un servicio que permita observar la elaboración de artesanías?	38
Figura 16. ¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?	39
Figura 17. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por este servicio?	40
Figura 18. ¿A través de qué medios le gustaría recibir publicidad sobre el turismo artesanal en Otavalo?	41
Figura 19. Indicadores de la Demanda.	43
Figura 20. Indicadores de la Oferta.	46
Figura 22. Producto.	50
Figura 23. Talleres Paquete No.1 ILUMAN.	53
Figura 24. Talleres Paquete No.2 SAN RAFAEL.	55
Figura 25. Mapa de Macro localización.	65
Figura 26. Mapa de Micro localización.	68
Figura 27. Croquis.	68
Figura 28. Diseño de las Instalaciones.	70
Figura 29. Diagrama de Flujo de las Actividades.	71

Figura 30. Organigrama Estructural.78

Figura 31. Punto de Equilibrio.....97

RESUMEN

Este proyecto surge de la necesidad de ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo una nueva alternativa de hacer Turismo, mediante la cual puedan conocer la elaboración de las artesanías, teniendo en cuenta que existe la Asociación de artesanos UNAIMCO en la que se encuentra un gran número de artesanos asociados que elaboran las artesanías con diferentes materiales.

Por lo tanto el estudio de mercado ofrece una perspectiva general de los gustos y preferencias de los turistas, generando información que permita realizar posibles inversiones.

En cuanto a un estudio técnico se evalúa la capacidad de atención que se puede brindar a los turistas, para lo cual los resultados obtenidos muestran que existe la factibilidad de crear la empresa asociativa que ofrezca un servicio de Turismo Artesanal.

Por lo que este nos permite buscar medios que faciliten la inversión; se ha definido que el proyecto sea financiado una parte por aporte propio y su diferencia por el Banco Nacional de Fomento, puesto que nos ofrece una tasa de interés baja.

El estudio y evaluación financiera nos indican que existe una posición financiera positiva capaz de generar una buena rentabilidad que nos permita contribuir con el desarrollo social y económico de los artesanos que estén dispuestos a realizar las demostraciones.

ABSTRACT

This project starts from the need to give to national and international tourist that to visit Otavalo city a new alternative to make tourism, with this they can know how are making the crafts, knowing the existence the artisans association UNAIMCO, where we found too many artisans associated that to make the crafts with different materials.

The study about the market, offer us a general perspective about likes and preferences from the touristic, giving information that permit us to perform possible investments.

As soon as the technical study we found the alternative to evaluate the attention capacity that can give to touristic.

Through the results we are going to obtain the possibility to create the association that to offer a service from craft tourism. This permit us search things that to facilitate the inversion. The project have defined that will be finance the first part with own input and the second part by the National Foment Bank, because they offer us a low interest rate.

The financial review tell us that a positive financial position can create such a good economic performance that allows us to contribute to the social development and the craftsmen who are ready to perform the demonstrations.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realizará en la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura debido a que se ha encontrado la oportunidad de crear una empresa asociativa para ofertar turismo artesanal ya que no existe este tipo de turismo vivencial en la ciudad, las principales razones para hacer este tipo de proyecto es debido a motivos tales como la falta de difusión de las artesanías en el sentido demostrativo, es decir mostrar a los turistas como se elaboran las artesanías en lo que tiene que ver con tejidos, indumentaria folklórica, instrumentos musicales y artículos de totora, además no se ha determinado la demanda que tendría este tipo de proyecto en la ciudad ya que no se han establecido proyectos de esta magnitud en función de los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad, con la finalidad de determinar la factibilidad para la creación de una empresa asociativa del turismo artesanal de la ciudad de Otavalo con la cual se generarán ingresos adicionales a los artesanos mejorando su estilo de vida y fomentando el interés en esta actividad hacia los diferentes turistas que visitan esta ciudad en grandes cantidades al año.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

La ciudad de Otavalo se encuentra ubicada a 100 Km., dos horas al norte de Quito, la capital de la República del Ecuador, cuenta con una población de 93.000 habitantes entre los cuales encontramos grupos étnicos; Kichwa Otavalo, Kichwa Cayambe y Mestizos por lo tanto sus idiomas son el Castellano (Oficial) y Kichwa.

Otavalo es una región única tallada en los hermosos valles interandinos rodeada por los volcanes Cotacachi, Imbabura, Mojanda y refrescada por la legendaria Imbakucha o lago San Pablo, una de las más grandes y hermosas del país y de la región andina.

Los Kichwa Otavalo, etnia indígena a quien debe su nombre la ciudad y toda la región, es una de la América India que debido a un proceso sociocultural propio que le ha permitido fortalecer sus costumbres y tradiciones donde su música y la habilidad artesanal-textil, constituyen hoy su carta de presentación al mundo. (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal de Otavalo, 2014)

El desarrollo económico de Imbabura se encuentra sustentado en actividades agropecuarias, manufactureras y de turismo por lo tanto se la considera como una de las provincias que posee una alta producción artesanal lo que ha permitido que sus productos se comercialicen en el mercado nacional e internacional.

La mayoría de la población indígena se ocupa en actividades artesanales, ellos producen tejidos tales como: ponchos, sacos, bufandas, chalinas, etc.; en el centro del cantón y los sitios de Agualongo Paredes, Quinchuqui, Agato, la Bolsa, la Compañía,

Peguche, González Suarez, San Juan de Iluman, Carabuela, San Pablo del Lago, y San Rafael.

Adicionalmente en las comunidades de Pataqui, Agualongo, Peguche, Calpaqui y San Pablo, se puede encontrar la producción de indumentaria folklórica como: camisas, vestidos, pañuelos, tapetes, sábanas y cubrecamas, bordadas a mano.

En Agato, Chimbiloma, Tumibanba, San Sebastián, Calpaqui, y Peguche, se producen artículos de alfarería como: pundos, poncheras, vasijas, platos, tiestos, etc.

Otro tipo de producción artesanal se realiza con la cabuya con la cual se elaboran shigras, alpargatas, alfombras, rodapiés y otros objetos. Una gama de fibras vegetales como la cabuya y el carrizo, sirven adicionalmente para elaborar cestas.

Otras actividades artesanales se relacionan con los instrumentos musicales como: rondadores, flautas, tambores, charangos y guitarras; así como también artículos de totora.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Enunciado del Problema

El principal atractivo turístico de la ciudad de Otavalo es su Plaza Centenario o Plaza de los Ponchos. Aquí se concentran miles de artesanos y comerciantes que salen todos los días de la semana a exponer sus artesanías, especialmente los días sábados cuando la feria se extiende a las calles cercanas debido a su magnitud e importancia. (Valle del Amanecer, 2014)

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un

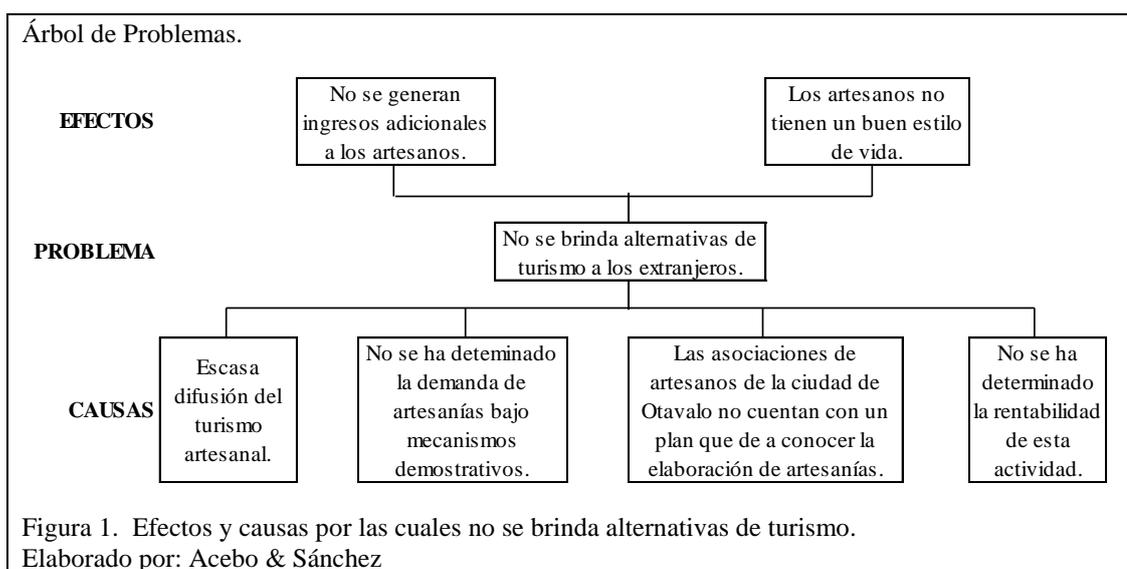
papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante, es por ello que muchos turistas viajan a la ciudad de Otavalo buscando alternativas de turismo diferente a las tradicionales.

1.2.2. Formulación del Problema

Los turistas viajan a esta ciudad en búsqueda de la experiencia, del conocimiento y del placer, de hallar una cultura diferente a su mundo urbano y global, este tipo de turista es consumidor potencial de artesanías, por ello, es evidente que se debe profundizar en las buenas prácticas de turismo que permitan tener una interrelación con las artesanías al saber cómo son elaboradas.

1.2.3. Árbol de Problemas

La principal problemática del proyecto es el hecho de que no se brinda un servicio de turismo vivencial en el que los turistas puedan observar la elaboración de las artesanías y a su vez tener la posibilidad de adquirirlas, siendo este a sus vez uno de los ingresos adicionales a los artesanos que les permita mejorar su estilo de vida y contribuir al desarrollo de la matriz productiva.



1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa asociativa del Turismo artesanal de la ciudad de Otavalo aprovechando que los artesanos se encuentran debidamente organizados en la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO).

1.3.2. Objetivos Específicos

- Definir la demanda de los turistas que estén dispuestos a adquirir el servicio de turismo artesanal.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa que oferta turismo artesanal.
- Plantear estrategias de promoción y publicidad para ofertar turismo artesanal que permitan una rápida difusión de una nueva alternativa turística vivencial.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto estableciendo la cantidad de recursos a utilizarse.
- Establecer las inversiones y el periodo de su recuperación, la forma de financiamiento, los ingresos necesarios para la creación de la empresa; con la finalidad de demostrar la viabilidad del proyecto mediante los diferentes indicadores de evaluación económica y así obtener un nivel de rentabilidad.
- Manifestar conclusiones y recomendaciones que contribuyan a la investigación realizada, colaborando con soluciones que mantengan referencias al estudio.

1.4. Delimitación

1.4.1. Delimitación Temporal

“Es necesario determinar cuál será el periodo, sea retrospectivo o prospectivo, dentro del cual se realizará el estudio del hecho, la situación, el fenómeno o población investigados”. (Bernal, 2010, pág. 107)

El estudio de factibilidad de la creación de la empresa de turismo artesanal en la ciudad de Otavalo está programado a elaborarse en el año 2014 por lo tanto la información a utilizar será de este año.

1.4.2. Delimitación Espacial

“Son aquellas demarcaciones del espacio geográfico dentro del cual tendrá lugar una investigación”. (Bernal, 2010, pág. 107)

La oferta de los paquetes turísticos artesanales que consisten en la demostración de cómo se realiza una determinada artesanía será para los turistas ecuatorianos y extranjeros que visiten la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura.

1.4.3. Delimitación Académica

Este tipo de proyecto es la oportunidad de poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en los diferentes campos de la planificación y gestión de proyectos, marketing estratégico, organización de la empresa, evaluación financiera y estructura de financiamiento.

1.5. Fundamentación Teórica

1.5.1. Marco teórico

1.5.1.1. Actividad Artesanal

“La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas”. (Ley de Defensa del Artesano, Art. 2, 1998)

Ecuador es un país que tiene muchos pueblos aborígenes precolombinos que produjeron la actividad artesanal, milenios posteriores al desarrollo de la agricultura, aportando con técnicas, motivos y materiales que luego serían adoptados por las áreas culturalmente más desarrolladas de los Andes y otras regiones, la cerámica, los tejidos, el trabajo en metal, piedra y madera satisficieron las necesidades diarias de los hombres y de las mujeres precolombinos y en algunos casos fueron intercambios alarga distancia. (Juma Gualacata & Ormaza Báez, 2009, pág. 14)

1.5.1.1.1. Definición de Artesanía

Las artesanías se definen como productos hechos totalmente a mano o con la ayuda de instrumentos. Pueden emplearse instrumentos mecánicos siempre que la contribución manual directa del artesano sea el componente de mayor importancia en el producto terminado. Las artesanías se hacen con materias primas de origen local o internacional y pueden producirse en cantidades ilimitadas. Estos productos pueden ser utilitarios, estéticos, artísticos, creativos, de índole cultural, decorativos, funcionales, tradicionales, simbólicos por razones

religiosas y sociales significativos. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

1.5.1.1.2. Tipos de artesanías

Existe una diversidad de artesanías clasificadas en función de distintas cualidades las cuales hacen resaltar su interés hacia las personas que gustan de la adquisición de las mismas, existen entonces tipos de artesanías como:

“Tecnológicas: su definición es de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico”. (Sánchez Martínez , 2011, pág. 12)

Antropológicas: la tradición asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo. (Sánchez Martínez , 2011, pág. 12)

Cultural: el concepto artesanía se funde con el de "arte popular", entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas. (Sánchez Martínez , 2011, pág. 12)

Otros tipos de artesanía se expresan en formas, materiales, colores y usos, los aspectos culturales y el sentimiento de quien lo concibe por lo tanto se considera tipos de artesanías las siguientes:

Artesanía Indígena: artesanía de inmenso valor cultural, ya que fusiona dentro de sí material, identidad y función.

Artesanía Tradicional: elaborada por artesanos que han aprendido el oficio de sus padres y abuelos, y es fabricada con materiales propios de cada región.

Artesanía Contemporánea: compuesta por objetos producidos en su mayoría en talleres urbanos, que se utilizan técnicas aprendidas en centros de educación formal e informal.

1.5.1.1.3. Clasificación de las artesanías

Las artesanías se pueden clasificar de diferentes maneras en los diferentes países, en Ecuador se puede decir que existe la siguiente clasificación:

Artesanía artística: esta artesanía se la conoce porque está destinada a la elaboración de productos estéticos.

Artesanía utilitaria: esta artesanía está destinada a la producción de objetos utilitarios.

Artesanía artística utilitaria: son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

1.5.1.2. Turismo

El proyecto está orientado a la creación de una empresa ofertante de paquetes de turismo artesanal pero hay que empezar definiendo al turismo en sí y desglosarlo en derivados desde el punto de vista relacional con otros conceptos.

“Turismo son todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Organización Mundial de Turismo, 1996, pág. 10).

Lo habitual es que la actividad turística implique un desplazamiento y una estancia en un hotel, camping o establecimiento similar.

1.5.1.2.1. Turismo Ecológico

La noción de turismo ecológico, está vinculada a la actividad turística que se concreta sin incidir en la relación entre los seres vivos y el ambiente. En otras palabras, este turismo apunta a combinar el ocio del viajero con el respeto por el medio ambiente que lo recibe.

"El turismo ecológico es la visita a espacios naturales protegidos, con especial interés por la flora y fauna autóctonos, la realización de actividades formativas y de interpretación del medio ambiente". (Pena Castro, 2012, pág. 20)

El turismo ecológico, resalta la importancia de la preservación y la sustentabilidad o sostenibilidad. Por eso intenta sensibilizar al viajero sobre estos temas y busca un acercamiento entre el turista y la comunidad de acogida, en el caso de estudio busca la integración cultural con la ciudad de Otavalo y sus costumbres respecto a las artesanías.

1.5.1.2.2. Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario significa turismo responsable, con respecto al medio ambiente y a la sensibilidad de la comunidad huésped. Para ayudar al visitante a

mantener un comportamiento responsable, se ha desarrollado el siguiente código de conducta, publicado en el Manual de Calidad del Turismo Comunitario del Ecuador.

El turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados. (La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2013).

1.5.1.2.3. Turismo Artesanal

La artesanía, en un medio rural o local puede desarrollar sus mejores valores y fortalezas, teniendo en cuenta para ello su cultura y el entorno donde se desarrollan, podemos destacar esto ya que la artesanía tradicional representa las tradiciones de su lugar de procedencia y la artesanía de autor da el conocimiento de artesanos y oficios tradicionales de su lugar de procedencia.

Si el turismo que puede interesar, consiste en el movimiento de un grupo con intereses comunes ya sea culturales, vitales, experiencias diferentes, o el conocimiento de alguna otra actividad del lugar donde se visita, se puede incluir la buena artesanía como un factor más de interés común.

Es así que deriva el turismo artesanal que con el pasar de los años ha ido tomando fuerza y se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido, en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial. (Avila Osorio, 2013)

1.5.1.2.4. Turismo Industrial

Actividad que desarrolla una organización prestando servicios turísticos con la finalidad de mostrar sus procesos, saber hacer, productos, servicios, sistemas de trabajo, historia, etc. Estos servicios propician experiencias basadas en la actividad productiva, científica y técnica.

“La actividad comprende las visitas y toda la oferta complementaria que la organización pueda poner a disposición de los usuarios como: eventos, espacios para la venta y exposición de artículos, etc.” (Redondo, 2012, pág. 1)

De esta forma, se puede despertar el interés por la Artesanía Tradicional tanto como las diferentes formas de artesanía del territorio, pueden ser comprendidas con experiencias que al turista le son conocidas en otros lugares.

Sobre este contexto, la artesanía juega un papel más dentro de nuestra cultura dando así el lugar que se merece. El turista de calidad, como el antiguo viajero, va a la búsqueda de la experiencia, del conocimiento y del placer, busca una contraposición a su mundo urbano y global gracias al contacto con la autenticidad, la tradición, la naturaleza y la mano extendida. No quiere virtualidad, quiere realidad.

Este tipo de turista es consumidor potencial de artesanía. Por ello, es evidente que se debe profundizar en las buenas prácticas de turismo comunitario y turismo ecológico, y su interrelación con las artesanías, especialmente incorporando los núcleos artesanos de calidad a recorridos turísticos, más cercanos a un contacto con el saber hacer referente a la experiencia, que no a un simple recorrido comercial.

Y ahí posicionar a los artesanos y artesanas como un actor más, tanto desde el punto de vista de producción como desde el de actores intelectuales de su propia identidad

con el territorio, potenciando los grupos de artesanos, incorporando los productos artesanos en el ajuar de los establecimientos hoteleros y de restauración, etc.

1.5.1.2.5. Turista

Designa a toda persona, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión, que entre en el territorio de un Estado Contratante distinto de aquél en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas cuando menos y no más de seis meses, en cualquier período de doce meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración. (Quesada Castro, 2010, pág. 8)

1.5.1.2.6. Visitante

Persona que viaja a otro lugar distinto al de su residencia habitual, pero fuera de su ambiente normal, por un periodo que no exceda de 24 horas. Llegan y salen el mismo día con fines de placer y recreación, de negocios y profesión u otros propósitos turísticos. (Quesada Castro, 2010, pág. 11)

1.5.2. Marco Legal

1.5.2.1. Ley de Economía Popular y Solidaria

1.5.2.1.1. Concepciones y Principios

Se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y

servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Ley Organica de Economía Popular y Solidaria, Art. 1, 2012)

Amparados en la constitución de la República del Ecuador del año 2008, en el Título VI de Régimen de Desarrollo, el capítulo cuarto, sección primera concerniente al sistema económico y política económica, el artículo 283 y en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria las cuales nos hablan sobre el sistema económico el cual está enfocado en la mitigación del concepto de economía social de mercado, enfocándose más bien en una economía social y solidaria, en la cual la cooperación de los individuos sobresalga del capitalismo en el que se encuentra la sociedad, generando así un mejor estilo de vida para las personas.

Art. 283: el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Constitución de la Republica del Ecuador, Art. 283,2008)

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Esta forma de concebir la nueva economía de cooperativismo es la que ayuda a tener un mejor estilo de vida a los artesanos, ya que muchos de ellos se encuentran asociados

con la finalidad de vender sus productos, hacia otras ciudades e incluso las exportan a otros países, pero esta forma de asociarse no significa que deban orientarse solamente a la comercialización de sus mercancías, sino también puede ser utilizado como una fuente adicional al turismo que ofrece la ciudad de Otavalo y por ende el Ecuador, ya que turistas nacionales como extranjeros tienen el interés de ver y tal vez aprender cómo se hacen las artesanías que venden los productores ya que en algunos casos se usa maquinaria antigua la cual fascina a los turistas.

1.5.2.1.2. De Las Unidades Socioeconómicas Populares

Art. 16: las unidades socioeconómicas populares, en el ejercicio de sus actividades de producción en pequeña escala, con el uso de tecnología artesanal, orientada a un mercado consumidor predominantemente local, serán administradas por sus propietarios que trabajarán, preferentemente, con la colaboración de sus familiares no remunerados.

Art. 17: las unidades socioeconómicas populares, pueden constituir redes de producción y circulación de bienes y servicios, que privilegien la redistribución de la riqueza y la remuneración de su trabajo, por sobre la rentabilidad financiera, las mismas que, no requieren personalidad jurídica y, para efectos de la presente ley, serán consideradas, igualmente, como unidades socioeconómicas populares. (Ley de Economía Popular y Solidaria, Art.17, 2014)

Para que los artesanos puedan ampararse en la Ley de la Economía popular y solidaria deben cumplir con ciertos requisitos que serán fijados en resoluciones por el SRI ya que en su mayoría la producción que realizan los artesanos en el Ecuador es de colaboración familiar.

1.5.2.1.3. De Las Organizaciones Económicas Del Sector Asociativo

“Art 24: son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados.” (Ley de Economía Popular y Solidaria, Art. 24, 2014).

1.5.2.2. Ley de Compañías

1.5.2.2.1. Nombre o Razón Social de la Empresa

Según el Artículo 144, sección VI de la Compañía Anónima, la denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”, o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía existente. (Ley de Compañías, Art. 144, 1999)

El Nombre o Razón Social por la cual se conocerá a la empresa será: TURISARTE S.A.

1.5.2.2.2. Tipo de Sociedad

“Artículo 147: la compañía deberá ser inscrita en el Registro Mercantil acorde al tipo de sociedad”. (Ley de Compañías, Art. 147, 1999).

TURISARTE S.A., se establecerá como Sociedad Anónima. La misma que se caracteriza por pertenecer a sus accionistas, los cuales deberán ser por lo menos dos al momento de su constitución.

1.5.2.2.2.1. Compañía Anónima

➤ El objeto social

La compañía anónima podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros y capitalización de ahorro.

➤ Forma de constitución

Sección VI de la Compañía Anónima, la constitución para este tipo de compañía podrá ser por:

Constitución simultánea: se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores.

Constitución sucesiva: por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores. (Ley de Compañías, Art. 148, 1999)

➤ Accionistas

“Capacidad: para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados”. (Ley de Compañías, Art. 145, 1999).

➤ Número de accionistas

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público. (Ley de Compañías, Art. 147, 1999)

➤ Capital

Capital mínimo: el capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

➤ Acciones

La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías (Ley de Compañías, Art. 170, 1999).

Se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía no podrá emitir títulos definitivos de las acciones que no están totalmente pagadas según el artículo 168 de la Ley de Compañías.

1.5.2.2.3. Escritura de Constitución

Artículo 146: la compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Ley de Compañías, Art.146,1999)

Artículo 147: ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de

que las aportaciones fuesen en dinero. (Ley de Compañías, Art. 147 1999)

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

➤ Elaboración de la escritura

Según el Artículo 150 de la Ley de Compañías, la escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

➤ Extracto de la escritura.

“Artículo 152: el extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto”. (Ley de Compañías, Art. 152, 1999)

Según el Artículo 153 de la Ley de Compañías para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,

h) El domicilio de la compañía.

“Artículo 154: los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva”. (Ley de Compañías, Art. 154, 1999)

Según lo expuesto en el Artículo 155 de la Ley de Compañías, la escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos del Estudio de Mercado

2.1.1. Objetivo General

Establecer el mercado objetivo y la demanda insatisfecha del servicio de turismo artesanal en la ciudad de Otavalo.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Delimitar el segmento de mercado que esté dispuesto adquirir el servicio de turismo artesanal.
- Definir las características del servicio acorde a los gustos y preferencias de los turistas.
- Determinar la Oferta y la Demanda para el servicio de turismo artesanal.
- Diseñar estrategias de marketing mix a implementarse que faciliten la comercialización del servicio y la ejecución del proyecto.

2.2. Identificación del Servicio

La propuesta de turismo artesanal está basada en el turismo cultural ya que los extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo están interesados en conocer la diversidad de nuestras tradiciones y costumbres, además se muestra como un turismo vivencial porque el turista admira la forma en cómo se elaboran las artesanías al visitar el taller del artesano y ver como las realizan utilizando las manos, instrumentos o maquinas operadas de una manera ancestral.

La empresa asociativa de turismo artesanal ofertará una visita a la feria indígena más famosa del Ecuador, la plaza de ponchos de Otavalo, aquí los turistas disfrutarán de la visita a los puestos que ofertan artesanías en lo que tiene que ver con:

Textil: las manufacturas textiles son la carta de presentación de los indígenas Otavaleños. Los diversos productos, como tapices, sacos, gorras, entre otras prendas de vestir y decorativas. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013)

Textiles.



Figura 2. Venta de textiles en la plaza de ponchos.

Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Alfarería: el arte en barro es un legado ancestral que varios artesanos Otavaleños aún conservan. Artículos como maceteros, floreros, ponedos, tiestos, ollas, entre otros, son fabricados con técnicas antiguas. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013)

Alfarería.



Figura 3. Artesano elaborando vasija de arcilla.

Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Arte con Totora: en la parroquia San Rafael de la Laguna se realizan los más variados productos artesanales a base de la totora, una planta acuática que crece en las riveras del lago San Pablo. Los indígenas de diferentes comunidades fabrican esteras, adornos para el hogar, muebles de dormitorio, sala, barcas, entre otros artículos, con la utilización de la planta. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013)

Arte en Totora.



Figura 4. Artesano elaborando estera de totora para ser comercializada.
Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Instrumentos folklóricos: en Otavalo existen varios talleres artesanales dedicados a la fabricación de instrumentos andinos de viento, como rondadores, zampoñas, quenás, flautas, entre otros. También elaboran instrumentos de cuerda, como charangos, bandolines y guitarras.

Instrumentos Folklóricos.



Figura 5. Exhibición de instrumentos musicales folklóricos.
Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Fabricación de sombreros: los artesanos de la parroquia Ilumán son hábiles fabricantes de sombreros en diferentes modelos y con materiales, como el paño y lana de oveja. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013).

Sombreros.



Figura 6. Negocio de sombreros en la plaza de ponchos.
Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Bordados: las indígenas del pueblo Cayambi se dedican a la confección de blusas bordadas. Es una actividad que requiere mucha habilidad, experiencia y creatividad. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013).

Bordados.



Figura 7. Exhibición de blusas con bordados hechos a mano en la plaza de ponchos.
Fuente: Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local, 2013

Después se los llevará a talleres donde puedan observar cómo se realizan las artesanías, con la ayuda de un guía turístico, para esto será indispensable realizar alianzas con operadoras de turismo ya que pueden servir como intermediario, porque se dedican a organizar excursiones locales, se encargan de hacer las reservaciones de: avión, hoteles y organizan el tour dentro del país.

2.2.1. Definición del Servicio

La empresa asociativa de turismo artesanal, estará especializada en la prestación de servicios de recorridos hacia los talleres de los artesanos que elaboran tejidos, alfarería, arte con totora, instrumentos folklóricos, fabricación de sombreros y bordados.

2.2.2. Características del Servicio

Se contará con talento humano capacitado para brindar este servicio, y se buscará ofrecer un servicio de calidad que demuestre seguridad, profesionalismo, cortesía, y confianza a los turistas. Tomando en cuenta que esta empresa brindará un servicio profesional se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

Reservación del tour: el tour se organizará previa reserva del cliente, conociendo el número de personas.

Transporte: se hará un convenio con una cooperativa de camionetas o furgonetas para transportar a los turistas a los diferentes talleres artesanales.

2.3. Segmentación de Mercado

Podemos definir la segmentación de mercado desde una perspectiva estratégica como “El proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos.” (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 167)

Para nuestro estudio se agrupar a los clientes dentro de segmentos relativamente homogéneos, de tal manera que los clientes que están dentro de un segmento son similares entre ellos en la forma que corresponda a los esfuerzos de marketing dirigidos hacia el turismo.

2.3.1. Definición del Mercado a Segmentar.

El mercado al cual va dirigido el servicio de turismo artesanal es al mercado de consumidores finales ya que los turistas adquieren este servicio directamente, sin la necesidad de un intermediario.

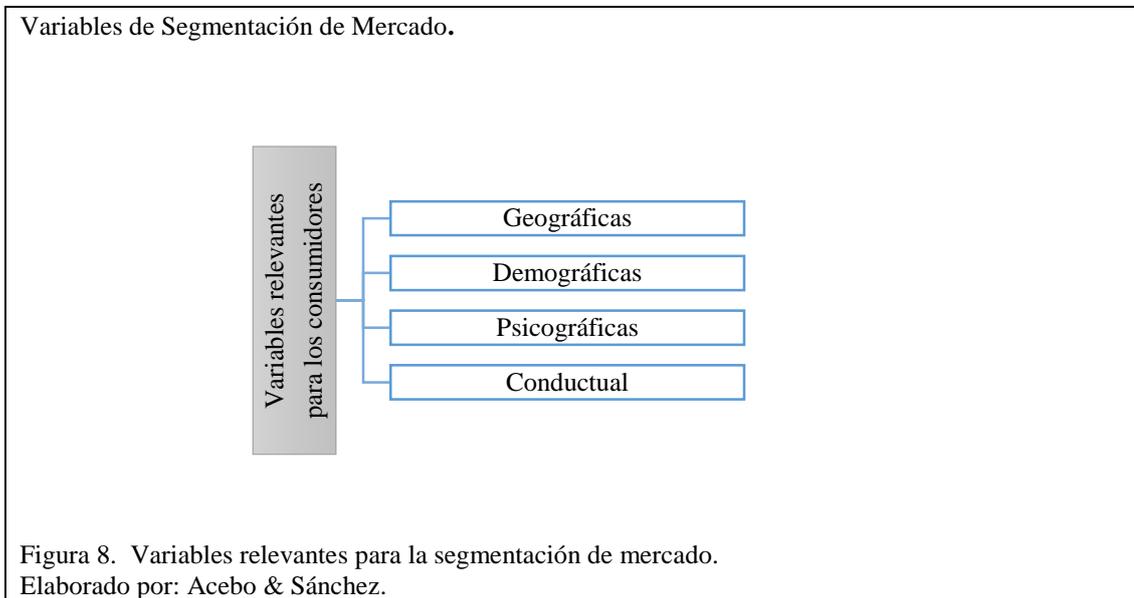
2.3.2. Diseño de la Investigación.

Para la presente investigación, se utilizó información primaria obtenida de la aplicación de encuestas dirigida al sector turístico, es decir la información se obtiene de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.

La información secundaria a utilizar en la investigación se obtendrá a través de documentos e informes, publicaciones, tesis y proyectos, internet, y revistas de las cuales se puede obtener datos importantes, uno de ellos es la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local de la ciudad de Otavalo.

2.3.3. Identificación de las Variables Relevantes para Segmentar el Mercado

Las variables relevantes son las causantes del comportamiento de compra diferente en los clientes entre las cuales tenemos:



Geográfica: en esta variable se considera el número de turistas que llegan a Otavalo provenientes de Norte América, Sudamérica, Europa, Ecuador y Otros países, dentro del lapso de un año.

Demográfica: es la división de mercado en lo concerniente a datos de los turistas, en nuestra investigación tomaremos en cuenta el género, la edad, la ocupación, la procedencia y el tiempo de estadía.

Psicográficas: al existir en la ciudad varios lugares turísticos, no se puede hacer una clara distinción de las características Psicográficas de los turistas ya que son personas que desean distraerse de sus actividades monótonas.

Conductual: Otavalo oferta una gran cantidad de lugares a visitar a la hora de hacer turismo, las empresas que se dedican a ofertar estos servicios son variadas, por lo que la conducta del turista depende exclusivamente de los precios que se ofrecen por un determinado paquete turístico.

2.3.4. Categorización de las Variables

Tabla 1.
Categorización de las variables.

Variable.	Criterio.	Mercado.
Geográfico.	Localización.	Ecuador-Imbabura-Otavaló.
Demográfico.	Género.	Masculino y Femenino.
	Edad	18-25; 26-35; 36-40; Más de 40.
	Ocupación.	Estudiante, Profesional, Empleado público o privado, Comerciante o Empresario.
	Procedencia.	Ecuador, Sudamérica, Norte América, Europa, Otros países.
	Duración Estadía.	Un día o más de un día.
Psicográficas.	Estilo de Vida.	Actividades e intereses artesanales.
Conductual.	Beneficio.	Calidad, servicio, economía.
	Nivel de uso.	Ocasional.
	Etapas de compra.	Informado, interesado, con intención de compra.

Nota: Características de la categorización de las variables.

2.3.5. Formación de Segmentos

El Gobierno autónomo descentralizado municipal de Otavaló por medio de cifras pertenecientes al año 2013, nos muestra que el número de turistas que visitan la ciudad de Otavaló al año es de 20000, entre los meses de Mayo y Septiembre se tiene 15000 visitantes esto debido especialmente a las festividades del cantón, y en la fiesta del Yamor se pudo precisar la llegada de 20000 turistas, las otras cifras de Octubre a Abril son estimadas por la afluencia de turistas en el resto del año como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2.
Estadísticas de Visitantes Turísticos a Otavalo 2013.

Estadísticas de Visitantes Turísticos a Otavalo 2013.		
Turistas por año.		200000
Fines de semana.	(Mayo - Septiembre).	15000
Viernes a Domingo.	(Octubre - Abril).	8000
Lunes a Viernes.		1000
Fiestas del Yamor.	(1-10 Septiembre).	20000
Turismo Cautivo.	Empresa de Quito.	1200

Nota: Descripción de cantidad de turistas que visitan Otavalo.

Se ha determinado una población de 8000 turistas debido a que la investigación se llevará a cabo en los meses de Octubre a Abril entre los días de viernes a domingo donde existe más afluencia de turistas nacionales y extranjeros, la aplicación de encuestas piloto nos dio como resultado una probabilidad a favor de 75% y una probabilidad en contra de 25%, el error estimado es de 5%, ya que se realizará la investigación con un nivel de confianza del 95%.

2.3.6. Diseño del Muestreo

La representatividad de la muestra es un asunto crítico para el análisis de los datos, pues solamente si se somete una muestra aleatoria a un test de aplicación, es decir que exista una buena probabilidad que los valores de la muestra representen las características de los parámetros del universo de donde fue extraída. (Ascanio Guevara, 2012, pág. 25)

“El proceso de selección de la muestra incluye tres pasos importantes para asegurar la representatividad de la misma, estos pasos son: la determinación de la unidad muestral; Fijación del tamaño de la muestra; y elección del método de muestreo.” (Alegre Martín, Cladena Munar, & JuanedaSampol, 2003, pág. 31)

Para delimitar el proceso de selección la unidad de muestra que se determinó es el turista, en la determinación del tamaño de la muestra n se pretende, con una muestra

lo más pequeña posible que minimice los costes de obtención de información, alcanzar el máximo de representatividad de los N elementos de la población, la elección del método de muestreo será el muestreo aleatorio o probabilístico, el cuál como teoría nos indica que “Utiliza algún mecanismo de azar para seleccionar los elementos de la muestra haciendo que la probabilidad de obtener una muestra particular sea conocida”. (Alegre Martín, Cladena Munar, & JuanedaSampol, 2003, pág. 31)

A continuación se detallan las variables a ser tomadas para el cálculo de la muestra la cual determinará el número de encuestas a aplicar.

Tabla 3.
Datos para determinar la muestra.

Muestra		
Sigla	Elemento	Valor
N	Población	8000
P	Probabilidad a favor	75%
Q	Probabilidad en contra	25%
E	Error	0.05
NC	Nivel de confianza	0.95
Z	Valor Z para 95% de confianza	1.96
N	Muestra	?

Nota: Descripción de Elementos de la muestra.

$$n = \left(\frac{N \times z^2 \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 + z^2 \times p \times q} \right) = \left(\frac{8000 \times 1,96^2 \times 0,80 \times 0,20}{(8000 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,80 \times 0,20} \right)$$

$n = 278$ encuestas.

El número de encuestas a aplicarse en la ciudad de Otavalo es de 278, las cuales se realizaran de una manera equitativa a hombres y mujeres, y turistas nacionales y extranjeros.

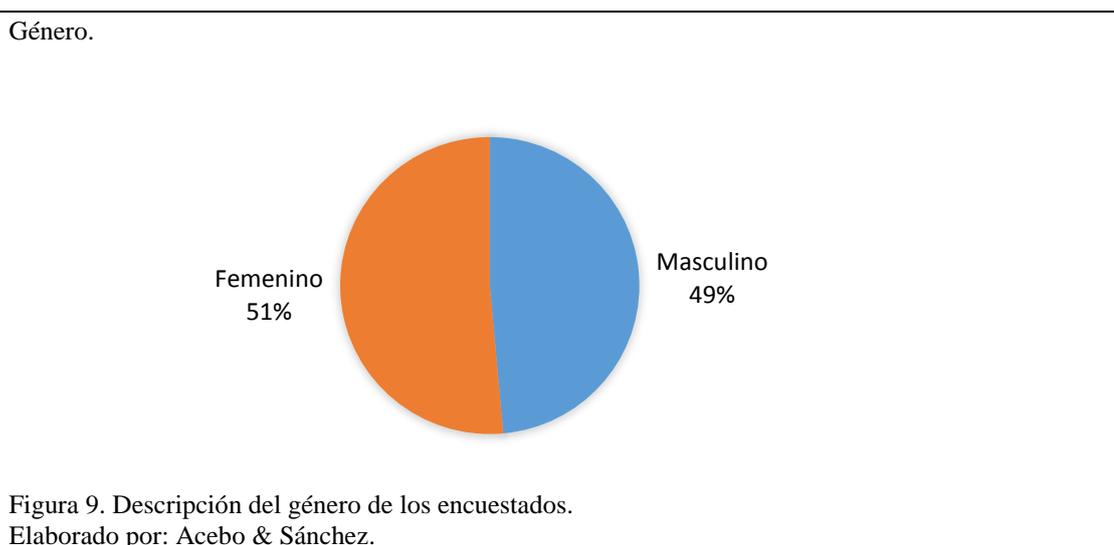
2.3.7. Tabulación y Análisis de Resultados

2.3.7.1. Género

Tabla 4.
Género.

Género			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Masculino	135	48,56%	48,56%
Femenino	143	51,44%	100,00%
Válidos	278	100,00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



Análisis: en relación al género, de los 278 turistas que visitaron la ciudad de Otavalo y colaboraron con las encuestas el 51% son del género femenino y el 49% del género masculino, lo que permite de esta manera definir los requerimientos del servicio de turismo artesanal sin distinción de géneros.

2.3.7.2. Edad

Tabla 5.
Edad.

Edad			
	Frecuencia	%	% Acumulado
18-25	50	17,99%	17,99%
26-35	86	30,94%	48,92%
36-40	75	26,98%	75,90%
Más de 40	67	24,10%	100,00%
Válidos	278	100,00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.

Edad.

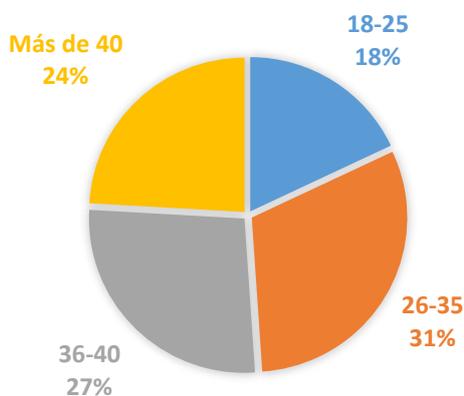


Figura 10. Edad de los encuestados.
Elaborado por: Acebo & Sánchez.

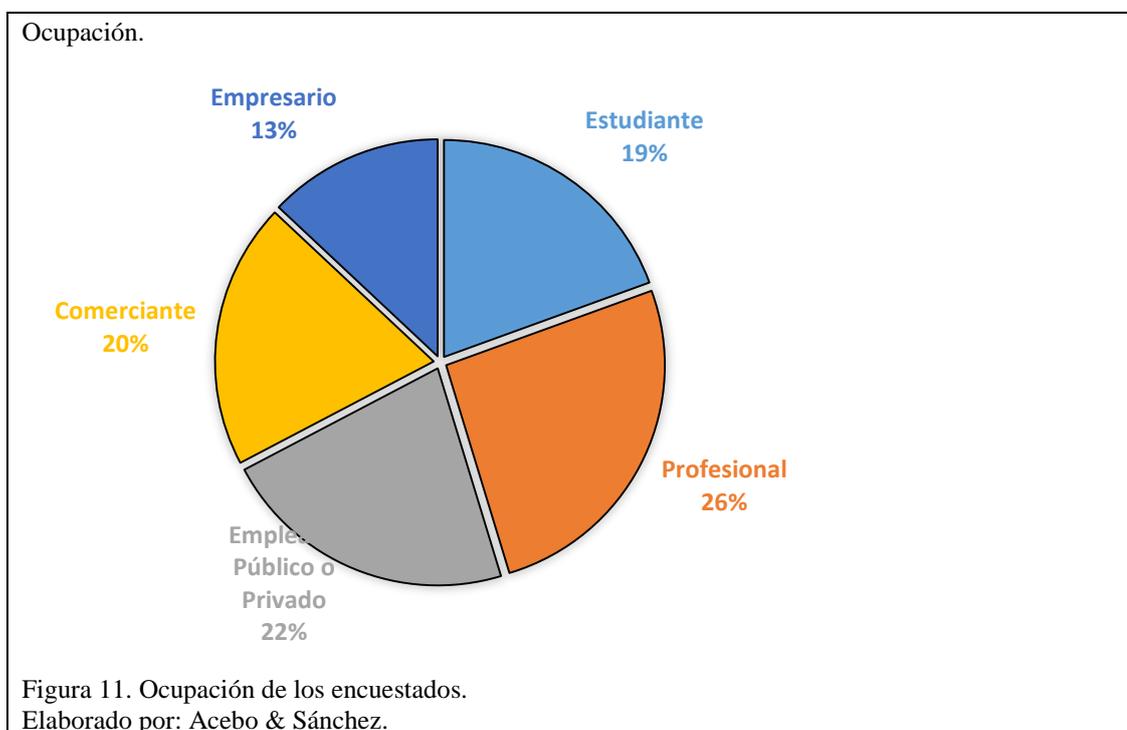
Análisis: de los 278 turistas encuestados se puede observar que la mayoría se encuentra en la edad de 26 - 35 años con un 31% , seguido de las edades de 36-40 años con un 27%, más de 40 años representan un 24% y finalmente entre las edades de 18- 25 años se encuentra un 18%.

2.3.7.3. Ocupación

Tabla 6.
Ocupación.

Ocupación			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Estudiante	54	19.42%	19.42%
Profesional	72	25.90%	45.32%
Empleado Público o Privado	61	21.94%	67.27%
Comerciante	55	19.78%	87.05%
Empresario	36	12.95%	100.00%
Válidos	278	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



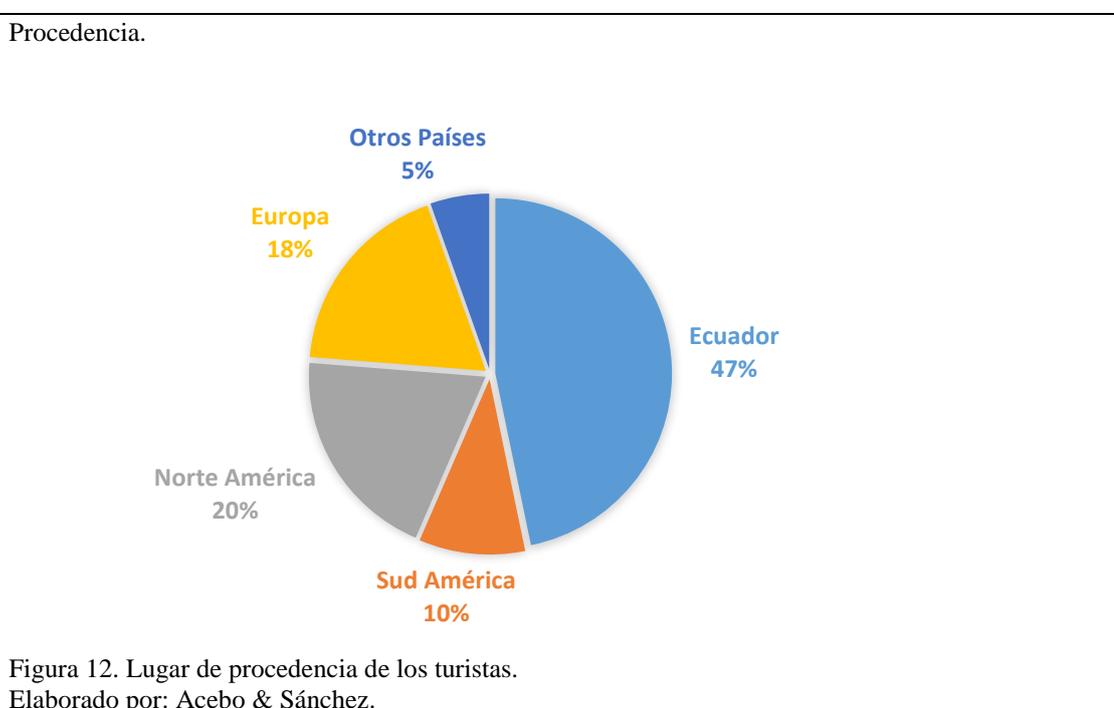
Análisis: en cuanto a la ocupación de los turistas encuestados, el 26% son profesionales, el 22% trabaja como empleado público o privado, un 20% son comerciantes, el 19% de ellos son estudiantes y el 13% son empresarios, lo que permite observar que los turistas se encuentran en posibilidades de adquirir el servicio de turismo artesanal.

2.3.7.4. Procedencia

Tabla 7.
Procedencia.

Procedencia			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Ecuador	130	46,76%	46,76%
Sud América	27	9,71%	56,47%
Norte América	55	19,78%	76,26%
Europa	51	18,35%	94,60%
Otros Países	15	5,40%	100,00%
Válidos	278	100,00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



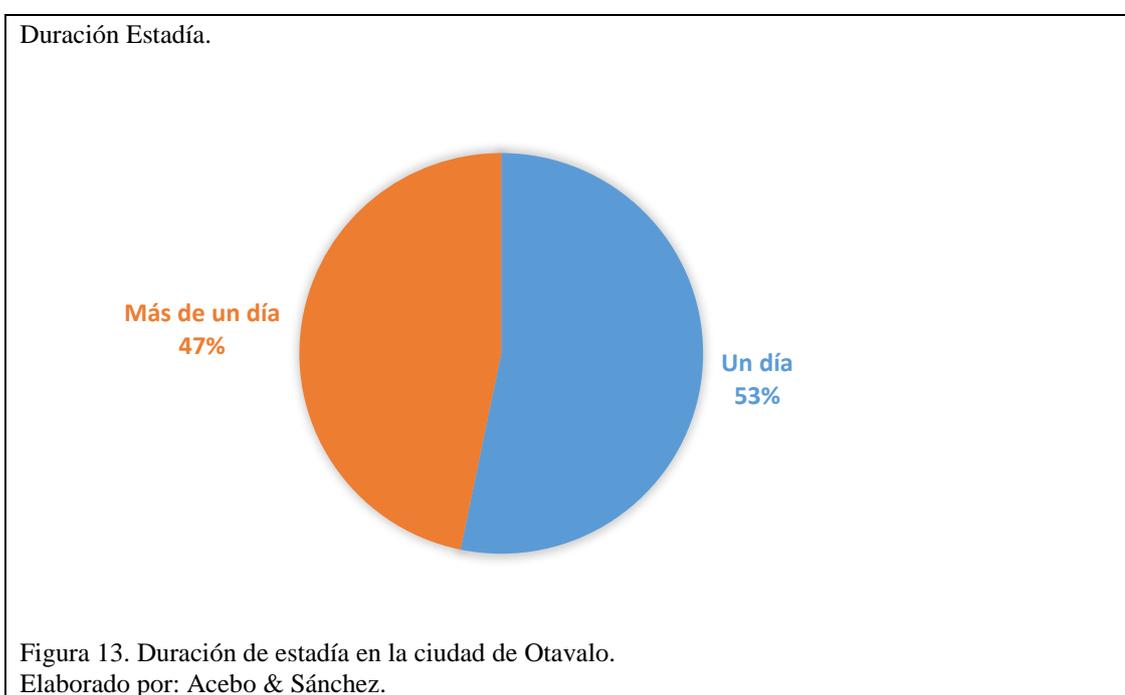
Análisis: acorde a la procedencia de los turistas que visitan la ciudad de Otavalo se pudo determinar que provienen de todo el mundo, representado de la siguiente manera; los procedentes de otras provincias del Ecuador representan un 47% del total de encuestados, los extranjeros Norte americanos, sudamericanos europeos y de otros países representan un 20%, 10%, 18% y 5% respectivamente. Por lo tanto los turistas extranjeros representan un 53% del total da a entender que estarían dispuestos a adquirir el servicio de turismo artesanal en la ciudad de Otavalo.

2.3.7.5. Duración Estadía

Tabla 8.
Duración Estadía.

Duración Estadía			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Un día	148	53.24%	53.24%
Más de un día	130	46.76%	100.00%
Válidos	278	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



Análisis: de los 278 Turistas entrevistados en la ciudad de Otavalo se puede decir que el 53% visitan la ciudad por un solo día, y el 47% lo hace más de un día, la distancia o variación de la estadía de los turistas no es significativa, así se podría decir que casi la mitad de turistas se hospedarían en un hotel en la ciudad y la otra mitad regresa a sus ciudades de origen después de haber recorrido la ciudad en el día.

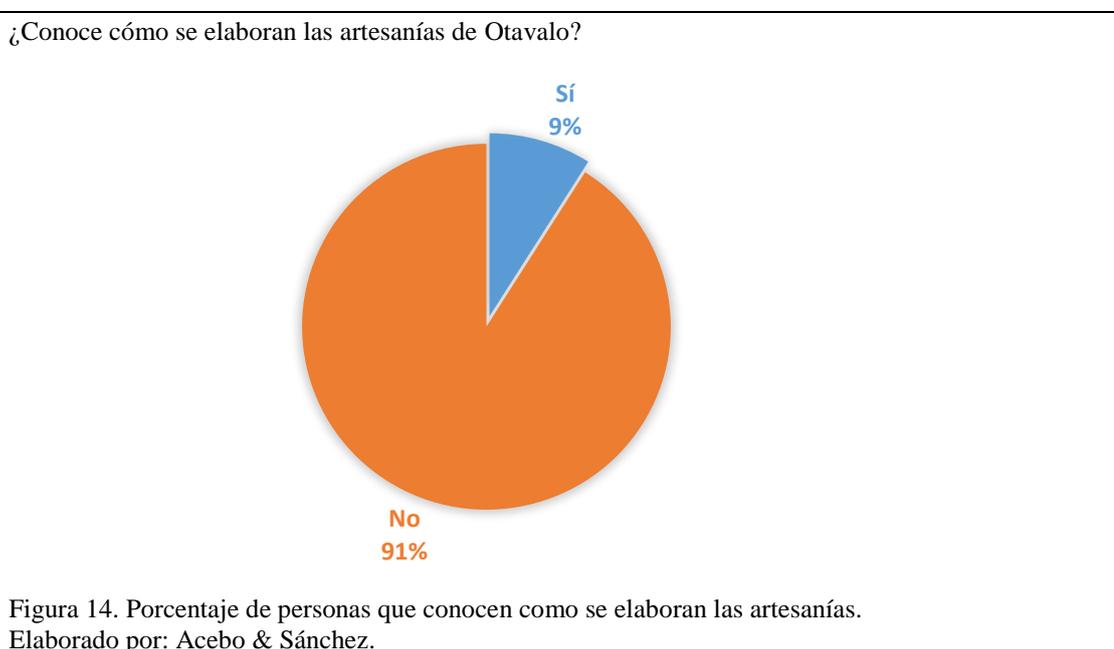
2.3.7.6. Pregunta 1: ¿Conoce cómo se elaboran las artesanías de Otavalo?

Tabla 9.

¿Conoce cómo se elaboran las artesanías de Otavalo?

1: ¿Conoce cómo se elaboran las artesanías de Otavalo?			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Sí	25	8.99%	8.99%
No	253	91.01%	100.00%
Válidos	278	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



Análisis: al preguntar a los turistas nacionales y extranjeros si conocen como se elaboran las artesanías de Otavalo el 91% respondió que no, y el 9% respondió que sí, así se puede evidenciar que existe la oportunidad de ofertar el servicio de turismo artesanal en la ciudad.

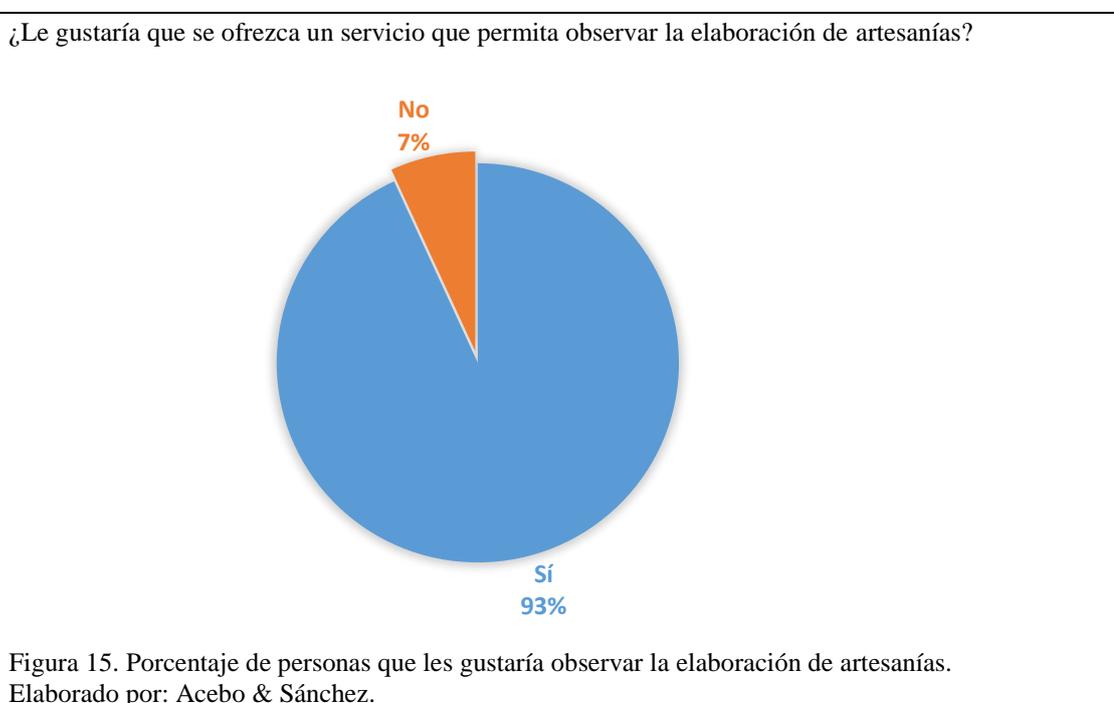
2.3.7.7. Pregunta 2: ¿Le gustaría que se ofreciera un servicio que permita observar la elaboración de las artesanías?

Tabla 10.

¿Le gustaría que se ofreciera un servicio que permita observar la elaboración de las artesanías?

2: ¿Le gustaría que se ofreciera un servicio que permita observar la elaboración de las artesanías?			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Sí	259	93.17%	93.17%
No	19	6.83%	100.00%
Válidos	278	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



Análisis: al existir la oportunidad de brindar el servicio de turismo artesanal, dado en la pregunta 1 con un 91%, se preguntó a los turistas nacionales y extranjeros si les gustaría que se ofreciera un servicio que permita observar la elaboración de artesanías, el 93% respondió que sí y el 7% respondió que no le gustaría.

2.3.7.8. Pregunta 3: ¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?

Tabla 11.

¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?

3: ¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Instrumentos Folklóricos	68	14,23%	14,23%
Sombreros	60	12,55%	26,78%
Alfarería	64	13,39%	40,17%
Arte con Totora	63	13,18%	53,35%
Bordados	93	19,46%	72,80%
Textil(Tejidos)	130	27,20%	100,00%
Total	478	100,00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.

¿Cuál de estas artesanías le gustaría conocer su elaboración?

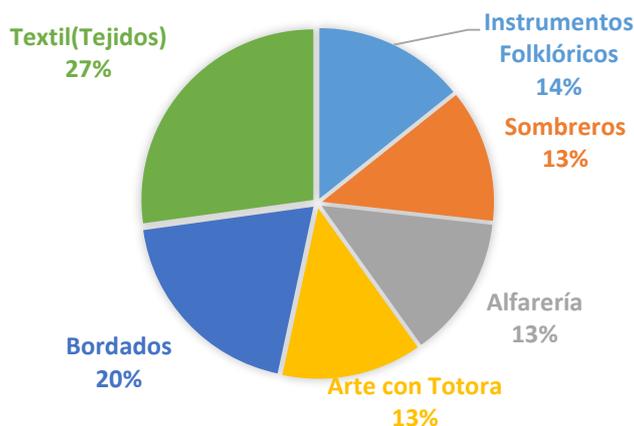


Figura 16. Preferencia de artesanías que les gustaría conocer a los turistas.

Elaborado por: Acebo & Sánchez.

Análisis: esta pregunta se realizó como base para fundamento de determinar los gustos y preferencias de los encuestados y así definir el servicio que les gustaría recibir. La encuesta realizada arrojó los siguientes datos: Textil (tejidos) 27%; Bordados 20%; Instrumentos Folklóricos 14%; la alfarería, el arte con totora y sombreros con un 13%.

2.3.7.9. Pregunta 4: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

Tabla 12.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

4: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?			
	Frecuencia	%	% Acumulado
\$ 50 - 75	134	52.14%	52.14%
\$ 76 - 100	85	33.07%	85.21%
\$ 101 - 125	32	12.45%	97.67%
\$ 126 -150	4	1.56%	99.22%
\$ 151 - En Adelante	2	0.78%	100.00%
Total	278	100.00%	

Nota: datos obtenidos de la aplicación de encuestas.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

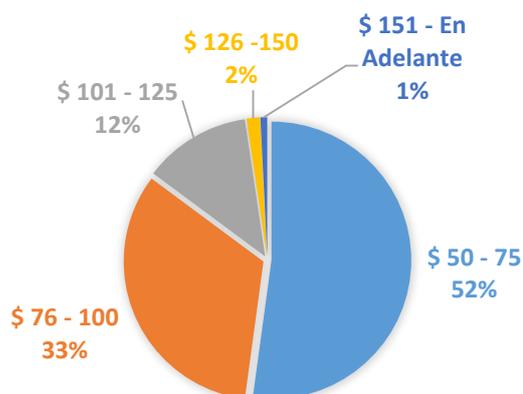


Figura 17. Valor que están dispuestos a pagar los turistas por el servicio.

Elaborado por: Acebo & Sánchez.

Análisis: Al estratificar el monto que los turistas estarían dispuestos a pagar por adquirir este servicio se puede determinar que el 52% cancelaría de \$ 50 a \$ 75, un 33% pagaría de \$ 76 a \$100, el 12% pagaría de \$101 a \$ 125, 2% de \$126 a \$ 150 y por último el 1% de \$ 151 en adelante.

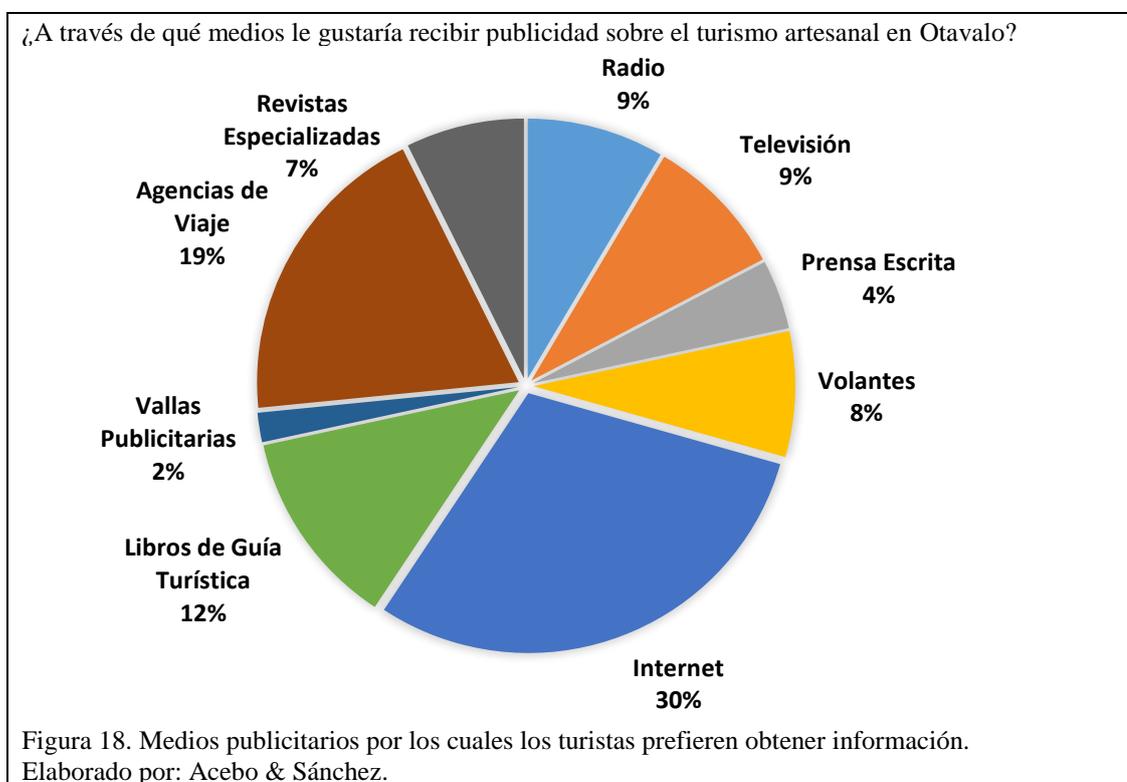
2.3.7.9.1. Pregunta 5: ¿A través de qué medios le gustaría recibir publicidad sobre el turismo artesanal en Otavalo?

Tabla 13.

¿A través de qué medios le gustaría recibir publicidad sobre el turismo artesanal en Otavalo?

5: ¿A través de qué medios le gustaría recibir publicidad sobre el turismo artesanal en Otavalo?			
	Frecuencia	%	% Acumulado
Radio	51	8.47%	8.47%
Televisión	53	8.80%	17.28%
Prensa Escrita	26	4.32%	21.59%
Volantes	47	7.81%	29.40%
Internet	180	29.90%	59.30%
Libros de Guía Turística	74	12.29%	71.59%
Vallas Publicitarias	11	1.83%	73.42%
Agencias de Viaje	116	19.27%	92.69%
Revistas Especializadas	44	7.31%	100.00%
Total	602	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de encuestas.



Análisis: de acuerdo a los resultados de las encuestas se puede observar que los turistas nacionales y extranjeros desearían recibir publicidad del turismo artesanal en la ciudad de Otavalo por medio de internet en un 30%, también por la agencias de viaje con un 19%, y ver en libros de guía turística un 12%, ya que es lo que más usan los turistas a la hora de viajar y aventurarse hacer turismo; adicionalmente, se puede decir que la publicidad en radio y televisión es de un 9% lo que captaría la atención de los ecuatorianos, las volantes y las revistas especializadas interesan en un 8% y 7% respectivamente, la prensa escrita con 4% y las vallas publicitarias con poca aceptación de 2% .

2.4. Demanda

“Estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un periodo determinado y para una clientela definida”. (Rivera Camino & López Rúa, 2012, pág. 120)

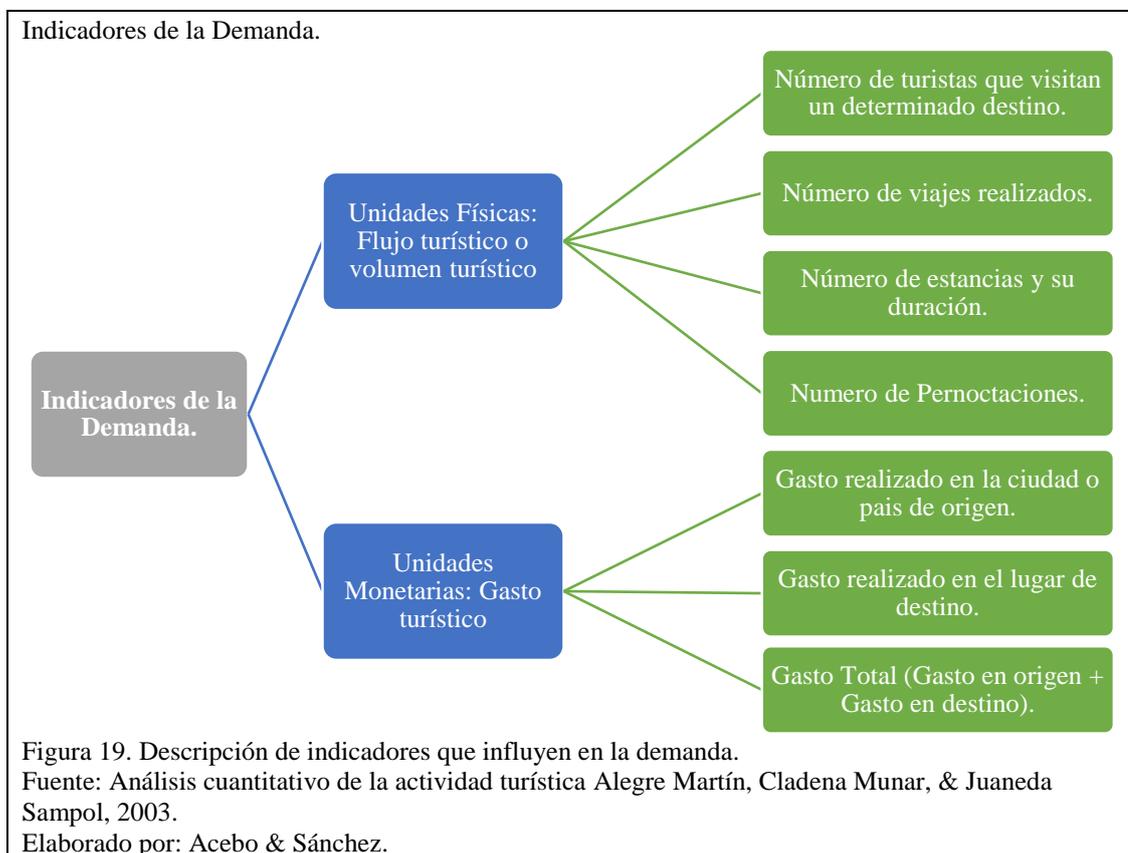
Para cuantificar la demanda se utiliza fuentes del Gobierno Autónomo descentralizado de Otavalo y de la Jefatura de desarrollo Económico Local o Unidad de Turismo y también la información recopilada a través de encuestas.

Los consumidores buscan satisfacer sus necesidades a través del consumo de bienes y de servicios, por lo tanto en el siguiente proyecto lo que se busca es satisfacer la necesidad de conocer la elaboración de las artesanías a través de un turismo vivencial.

2.4.1. Variables de la Demanda

Es evidente que la demanda turística de una región o país determinado la realizan los visitantes, sean turistas o excursionistas, y, por tanto, la medición de la cantidad demandada de bienes y servicios turísticos realizada por estos visitantes constituye una información vital para el conocimiento del sector. Dadas las especiales características de la actividad turística, es tremendamente complejo calcular con exactitud

esta magnitud, cuantificándose a menudo en términos de indicadores de demanda, monetarios y no monetarios. (Alegre Martín, Cladena Munar, & JuanedaSampol, 2003, pág. 31)



En la presente investigación se toma en cuenta el indicador de la demanda en unidades físicas ya que nos centraremos en el número de turistas que visitan la ciudad de Otavalo en un determinado lapso de tiempo en el cual se estudiará datos históricos para determinar una demanda futura.

2.4.2. Comportamiento Histórico de la Demanda

“La demanda histórica permitirá conocer la tendencia de turistas que llegan a la ciudad de Otavalo, tomando en cuenta las serie temporales con tendencia la cuál agrupa los datos en torno a valores que crecen linealmente en el tiempo”. (Rivera Camino & López Rúa, 2012, pág. 85)

Tabla 14.
Demanda Histórica de Turistas que Llegan a Otavalo.

Años	X	Y	XY	X ²
2008	1	200000	200000	1
2009	2	220000	440000	4
2010	3	250000	750000	9
2011	4	281854	1127416	16
2012	5	306854	1534270	25
Σ	15	1258708	4051686	55

Nota: Datos históricos de turistas.

2.4.3. Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda nos permitirá determinar la afluencia de turistas en los próximos años para la cual se aplicó el método de los mínimos cuadrados, cuya función de proyección fue el análisis de regresión lineal $y = mx + b$.

Fórmula de la ecuación para encontrar la demanda proyectada:

$$y = mx + b$$

$$m = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \times \sum(X^2) - (\sum X)^2} = 27556.2$$

$$b = \frac{\sum Y \times \sum(X^2) - \sum X \sum XY}{N \times \sum(X^2) - (\sum X)^2} = 169073$$

Entonces $y = 27556.2x + 169073$

Para el cálculo de la demanda proyectada, se aplicó el método de los Mínimos Cuadrados, cuya función de proyección fue el análisis de regresión lineal, aplicando los datos históricos desde el año 2008 hasta el 2012, la proyección se lo hará para 5 años comenzando desde el año 2013.

Tabla 15.

Proyección de la demanda de turistas que llegan a Otavalo.

Años	X	Y
2013	6	334410
2014	7	361966
2015	8	389523
2016	9	417079
2017	10	444635
Σ	40	1947613

Nota: demanda proyectada mediante método de mínimos cuadrados.

Tabla 16.

Demanda Proyectada.

Años	Demanda de Turistas
2013	334410
2014	361966
2015	389523
2016	417079
2017	444635

Nota: demanda proyectada para cada uno de los años.

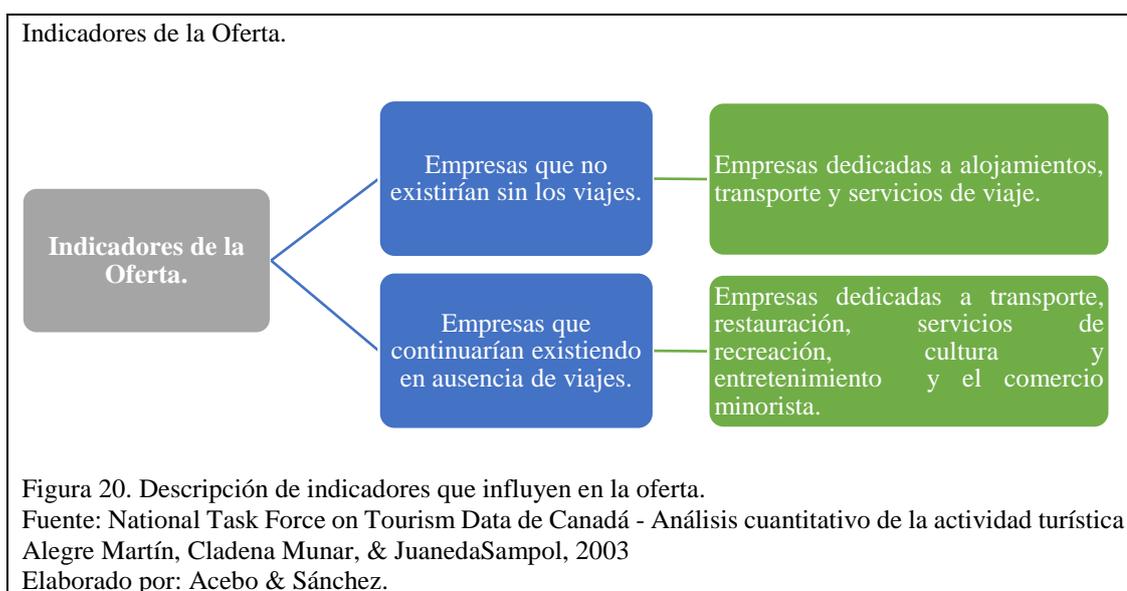
2.5. Oferta

La oferta turística es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elemento de atracción hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permitan el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante. (Olmos Juárez & García Cebrián, 2011, pág. 23).

Para cuantificar la oferta se utilizará fuentes de la Agencia de Viajes Runa Tupari, Ecomontes Tour e Intipungo turismo en Viajes.

2.5.1. Variables de la Oferta Turística

La cuantificación de la oferta turística es, si cabe, más complicada que la de la demanda, puesto que, la diversidad de actividades que pueden ser clasificadas como turísticas es muy grande, dedicándose muchas de ellas sólo parcialmente al turismo. Por el lado de la oferta, el interés principal es cuantificar la producción de bienes y servicios turísticos. En este sentido, se puede considerar la distinción que hace la National Task Force on Tourism Data de Canadá, que clasifica las empresas en dos niveles según su grado de dedicación. (Alegre Martín, Cladena Munar, & JuanedaSampol, 2003, pág. 32).



En la presente investigación se tomará en cuenta el indicador de la oferta de empresas que continuarían existiendo en ausencia de viajes ya que nos centraremos en las empresas que estén dedicadas a servicios de recreación, cultura y entretenimiento.

2.5.2. Comportamiento Histórico de la Oferta

Con la oferta histórica se da a conocer, la acogida de los últimos años de los servicios turísticos ofrecidos a los turistas nacionales e internacionales.

Tabla 17.
Oferta histórica de turistas en Otavalo.

Años	X	Y	XY	X ²
2008	1	4516	4516	1
2009	2	5051	10102	4
2010	3	5431	16293	9
2011	4	5886	23544	16
2012	5	6449	32245	25
Σ	15	27333	86700	55

Nota: Información proporcionada por las Agencia de Viajes Runa Tupari, Ecomontes Tour e Intipungo turismo en Viajes.

2.5.3. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta nos permitirá determinar la cobertura y captación de turistas que han sido atendidos por empresas que brindan servicios turísticos entre los años 2008 y 2012 para la cual se aplicó el método de los mínimos cuadrados, cuya función de proyección es el análisis de regresión lineal $y = mx + b$.

Fórmula de la ecuación para encontrar la demanda proyectada:

$$y = mx + b$$

$$m = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \times \sum(X^2) - (\sum X)^2} = 470.10$$

$$b = \frac{\sum Y \times \sum(X^2) - \sum X \sum XY}{N \times \sum(X^2) - (\sum X)^2} = 4056.3$$

Entonces $y = 470.10x + 4056.3$

Para el cálculo de la Oferta proyectada, se aplicó el método de los mínimos cuadrados, cuya función de proyección fue el análisis de regresión lineal, aplicando los datos históricos desde el año 2008 hasta el 2012, la proyección se lo hará para 5 años comenzando desde el año 2013.

Tabla 18.
Proyección de la Oferta de Turistas en Otavalo.

Proyección de la Oferta de Turistas en Otavalo		
Años	X	Y
2013	6	6877
2014	7	7347
2015	8	7817
2016	9	8287
2017	10	8757
Σ	40	39086

Nota: Proyección de Oferta de turistas según los años correspondientes.

Tabla 19.
Oferta Proyectada.

Años	Oferta de Turistas
2013	6877
2014	7347
2015	7817
2016	8287
2017	8757

Nota: Proyección de la Oferta.

2.6. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha, es la diferencia que existe entre la demanda y la oferta proyectada, dando como resultado el déficit por cubrir en los cinco años proyectados, tanto en número de unidades como en porcentaje por año.

Tabla 20.
Proyección de la Demanda Insatisfecha.

Años	Demanda de Turistas	Oferta de Turistas	Demanda Insatisfecha	
2013	334410	6877	327533	98%
2014	361966	7347	354619	98%
2015	389523	7817	381706	98%
2016	417079	8287	408792	98%
2017	444635	8757	435878	98%

Nota: Demanda insatisfecha a ser atendida.

2.7. Demanda Objetivo

Se estima en la siguiente tabla la captación que tendrá el proyecto para poder atender a la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 21.
Estimación de la demanda a ser atendida en el 2015.

Estimación de la demanda a ser atendida por el servicio de turismo artesanal en el 2015							
	Diario	Semanal	Mensual	Anual	Demanda Objetivo 2015	Demanda Insatisfecha 2015	Demanda Objetivo %
Lunes a Viernes	10	50	200	2400	4320	381706	1%
Sábado a Domingo	20	40	160	1920			

Nota: Descripción de la demanda a ser atendida.

Tabla 22.
Proyección de la Demanda Objetivo.

Proyección de la Demanda Objetiva	
Años	Demanda Objetiva
2015	4320
2016	4627
2017	4933
2018	5240
2019	5546

Nota: Proyección de demanda Objetivo por año.

La tabla 22 muestra el total de la demanda a cubrir por el proyecto, la cual será de 1% para el primer año 4320, para el segundo 4627 y para el tercero 4933 turistas respectivamente.

2.8. Estrategias de mercadeo

2.8.1. Producto

El servicio que vamos a ofrecer es el de Turismo Artesanal que está basado en un turismo cultural mediante el cual los turistas nacionales y extranjeros que visiten la ciudad de Otavalo podrán conocer a través de la adquisición de paquetes turísticos la elaboración de las artesanías mediante visitas a los talleres de los artesanos que forman parte de la empresa Asociativa TURISARTE S.A.

Producto.



Figura 21. Turista visitando la plaza de ponchos para adquirir un producto.
Fuente: Montanita, 2009

Por lo tanto se han diseñado 2 tipos de paquetes turísticos los cuales se acomodarán a los gustos y preferencias de cada cliente, identificándolos con cada uno de sus nombres.

2.8.1.1. PAQUETE N° 1 - ILUMÁN

Incluye: Visita a taller de instrumentos folklóricos, taller de tapices, taller de sombreros en la parroquia de Ilumán, y plaza de ponchos en el centro de Otavalo.

Tabla 23.

Descripción Paquete No.1 ILUMÁN.

Paquete N° 1: ILUMÁN		
Código: 01	Duración: 3h 30min	Carácter: Textil, Sombreros e Instrumentos folklóricos.
Idioma de Guía: español, Inglés.		Estilo: Recorrido
Itinerario Técnico		
Hora	Actividades	Observaciones
10:00	Salida de Instalaciones de UNAIMCO.	En transporte asignado.
10:15	Llegada a taller 06 – Instrumentos Folklóricos.	Nombre del Taller “MANUEL LÓPEZ”.
10:20	Inicio de recorrido en el taller 06 - Instrumentos Folklóricos por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de instrumentos folklóricos.
11:00	Fin de recorrido en el taller 06 - Instrumentos Folklóricos por parte del guía.	
11:15	Llegada a taller 03 – Textil Tapices (Lana).	Nombre del Taller “JULIO CESAR”.
11:20	Inicio de recorrido en el taller 03 - Textil Tapices (Lana) por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de tapices con telares.
12:00	Fin de recorrido en el taller 03 - Textil Tapices (Lana) por parte del guía.	
12:15	Llegada a taller 05 – Sombreros.	Taller Sombreros
12:20	Inicio de recorrido en el taller 05 - Sombreros por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de sombreros de lana de borrego.
13:10	Fin de recorrido en el taller 05 - Sombreros por parte del guía.	
13:30	Llegada a la Plaza de Ponchos.	
Indicaciones	Ropa cómoda, protector solar, gafas, cámara fotográfica.	

Nota: Descripción del cronograma de actividades del paquete ILUMÁN.

Talleres Paquete No.1 ILUMÁN.

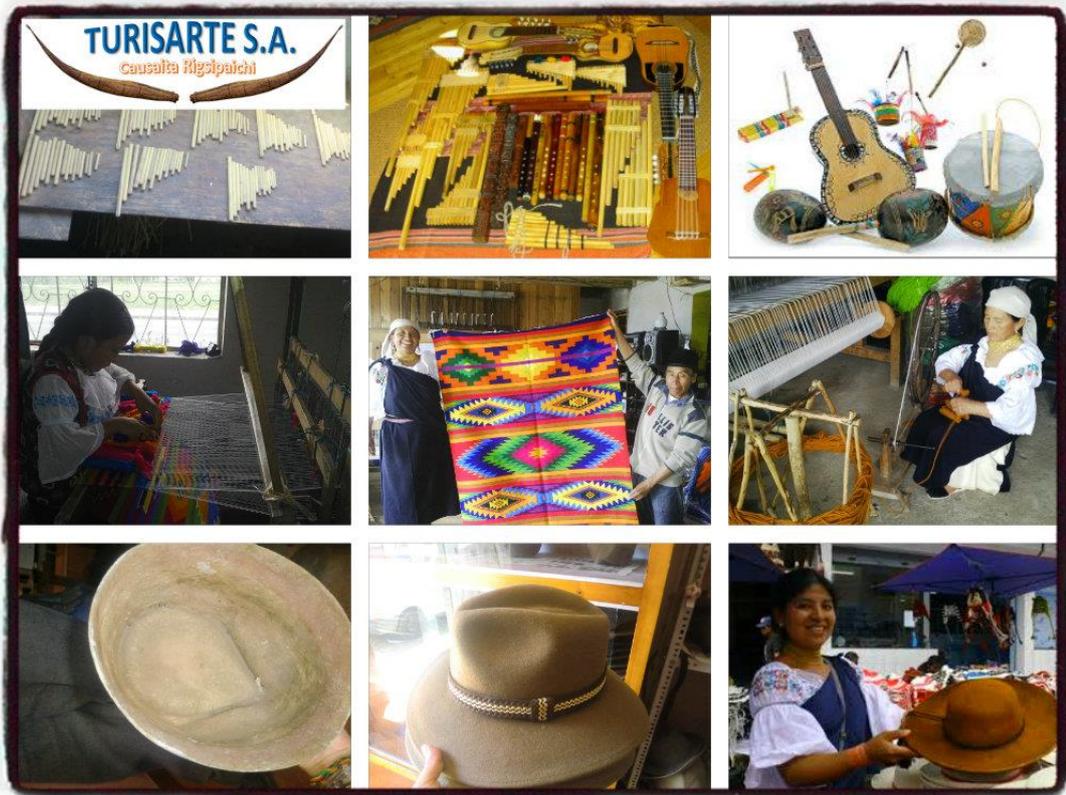


Figura 22. Talleres que incluyen el paquete No.1 Ilumán.
Elaborado por: Acebo & Sánchez.

2.8.1.2. PAQUETE N° 2 – SAN RAFAEL

Incluye: Visita a taller de bordados a mano, taller textil (Moda), el taller de arte en Totorá en la parroquia de San Rafael, y plaza de ponchos en el centro de Otavalo.

Tabla 24.

Descripción Paquete No.2 SAN RAFAEL.

Paquete N° 2: SAN RAFAEL		
Código: 02	Duración:	Carácter: Bordados, textil y arte en totora.
Idioma de Guía: español, Inglés.		Estilo: Recorrido
Itinerario Técnico		
Hora	Actividades	Observaciones
10:00	Salida de Instalaciones de UNAIMCO.	En transporte asignado.
10:10	Llegada a taller 02 – Textil (Moda).	Nombre del Taller “ETNIA”
10:15	Inicio de recorrido en el taller 02 – Textil (Moda) por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de Textiles.
11:00	Fin de recorrido en el taller 02 – Textil (Moda) por parte del guía.	
11:10	Llegada a taller 01 – Bordados a mano.	Nombre del Taller “ALI AHUASCA MAQUIPIC”.
11:15	Inicio de recorrido en el taller 01 – Bordados a mano por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de Bordados a mano.
11:55	Fin de recorrido en el taller 01 – Bordados a mano por parte del guía.	
12:20	Llegada a taller 04 – Arte con Totora.	Nombre del Taller “SUMAK TOTORA HUASI”.
12:25	Inicio de recorrido en el taller 04 – Arte con Totora por parte del guía.	El guía explicará: 1. Introducción y presentación del taller. 2. Demostración de elaboración de artesanías con Totora.
13:05	Fin de recorrido en el taller 04 – Arte con Totora por parte del guía.	
13:25	Llegada a la Plaza de Ponchos.	
Indicaciones	Ropa cómoda, protector solar, gafas, cámara fotográfica.	

Nota: Descripción del cronograma de actividades del paquete SAN RAFAEL

Talleres Paquete No.2 SAN RAFAEL.



Figura 23. Talleres que incluyen el paquete No.2 San Rafael.
Elaborado por: Acebo & Sánchez.

2.8.2. Precio

La determinación del precio es de gran importancia ya que éste influye en la percepción que tiene el consumidor sobre el servicio a adquirir con el fin de satisfacer sus necesidades. Y acorde a éste se establecerán las ganancias que obtendrán los artesanos. Para lo cual se va a determinar un precio de introducción que atraiga a los clientes y a su vez permita dar a conocer el servicio, en los diferentes canales de distribución.

Métodos basados en el Coste

Estos métodos se centran en los datos de costes que posee la empresa para la fijación de los niveles de precios finales de los productos. En este sentido, se consideran los métodos más objetivos y justos, aunque también son criticados porque suponen adoptar una visión demasiado estrecha del concepto de producto en sí mismo, en la que no se tienen en cuenta aspectos adicionales que puedan aportar un valor superior al producto.

Dentro de estos métodos, dos son las modalidades más utilizadas: el método del coste más margen y el método del beneficio objetivo.

Método del Coste más Margen: Supone añadir un margen de beneficio al coste total unitario del producto o servicio. (Monferrer Tirado, 2013, pág. 120)

Método del Beneficio Objetivo: Supone fijar el precio que permita obtener un beneficio o volumen de ventas dado. (Monferrer Tirado, 2013, pág. 120).

El método que utilizaremos para la determinación del precio de los paquetes turísticos será basado en el método del coste más margen. Para lo cual se han detallado los costos del servicio y se ha establecido un margen de contribución del 50% sobre los costos. Como lo determina la tabla 25:

Tabla 25.
Estructuras del Costo del Servicio.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."		
Estructura de Costos del Servicio		
		1 día
DESCRIPCIÓN	Costos Unitarios	Costos Totales
	Por Persona (Costo estandar)	Por 20 Personas
Mano de Obra Directa		
Guía Turístico 1	13,42	268,47
Guía Turístico 2	13,42	268,47
Total Mano de Obra Directa	26,85	536,93
Costos Indirectos de Fabricación		
Comisión Artesanos	5,00	100,00
Comisión Vendedores	3,00	60,00
Transporte	5,00	100,00
Total CIF	13,00	260,00
Costos Totales de Paquetes	39,85	796,93
Margen de Utilidad Bruta 50%	19,92	398,47
Precio de Venta al público	59,77	1.195,40

Nota: detalle de los costos del servicio más el margen de utilidad.

Por lo tanto el Precio de Venta al Público de cada paquete de Turismo Artesanal para una persona será de \$ 59,77.

2.8.3. Plaza

Uno de los factores importantes que utilizaremos para que el servicio de Turismo Artesanal llegue a los clientes será la ciudad de Otavalo lugar en el que se concentra un gran número de turistas nacionales y extranjeros. Adicionalmente se analizarán las posibilidades de crear alianzas estratégicas con operadoras de turismo de Quito.

Otavalo con sus atractivos turísticos nos permite establecer que existen algunos canales de distribución para ofertar los paquetes de turismo artesanal, por lo tanto se han determinado que sean canales directos e indirectos debido a que participan de un proceso de accesibilidad hacia los clientes.

Tabla 26.
Plaza.

Canal	Descripción
Directo	Venta directa del servicio a los clientes que visiten la oficina. Dar a conocer el servicio a las empresas públicas, privadas. Participar de ferias y eventos turísticos.
Indirecto	Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos.

Nota: Descripción de los medios por los que se comercializará el servicio.

2.8.4. Publicidad y Promoción

2.8.4.1. Página Web

El Internet es un medio importante de comercio electrónico que nos ayudará a publicitar y vender el servicio de turismo artesanal en la ciudad de Otavalo para lo cual se ha establecido la creación de una página web: www.turisarteotavalo.com, la cual proporciona información del servicio, promociones del mismo, descuentos, etc. Esta página web permite que el servicio esté al alcance y conocimiento de los turistas.

2.8.4.2. Trípticos y Volantes

La empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” elaborara volantes y trípticos en los que se detalle el servicio del turismo artesanal y las actividades que lo componen los cuales serán entregados de forma masiva en la ciudad de Otavalo, agencias de viaje, ferias, eventos turísticos entre otros.

2.8.4.3. Publicidad en desplegados o inserciones en la prensa

En esta actividad la empresa empleará estrategias de publicidad a través de los diferentes medios de comunicación (libros de guía turística, revistas, periódicos entre otros) para dar a conocer el servicio, informar sobre las características, estimular la demanda y facilitar información sobre el servicio del turismo Artesanal.

2.8.4.4. Publicidad P.O.P.

La Empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” proporcionará artículos que den un impulso a la imagen corporativa a través de la creación de artesanías pequeñas, llaveros, guantes, camisetas, entre otros artículos que contengan el nombre de la empresa, el logotipo, slogan los cuales se entregaran a los turistas y a las agencias de viaje.

2.8.4.5. Promoción

La promoción que se ofrecerá a los clientes será descuentos por temporada, es decir que por cierto número de turistas de un grupo se ofrecerá un paquete gratis.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto, investigando la selección del mejor tamaño y su localización.

3.1.2. Objetivo Específico.

- Establecer mediante la macro y micro localización, el lugar más idóneo para la ubicación de las instalaciones del proyecto.
- Investigar las especificaciones técnicas de los bienes a necesarios para la prestación del servicio.

3.2. Determinación del Tamaño del Proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar el volumen de producción óptimo.

“Desde el punto de vista de un proyecto de inversión privada la determinación de su tamaño está ligada a los aspectos tales como las predicciones sobre las tendencias, la estacionalidad de las ventas y la demanda relativa”. (Meza Orozco , 2013, pág. 25)

El tamaño del proyecto de la Empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” se determinará acorde a las instalaciones y a los equipos que requieran los paquetes Turísticos. Por lo cual se determinaran ciertos factores que condicionan el tamaño.

3.2.1. Demanda Insatisfecha del Servicio

Acorde a la investigación de campo se ha determinado que la empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” cubrirá el 1% de la demanda insatisfecha lo que equivale que en el año 2015 se espera atender a 4320 turistas nacionales y extranjeros tal como lo indica la estimación de la demanda a ser atendida en el 2015 (Ver Tabla 20).

3.2.2. Dimensión y características del Mercado

El tamaño de la oficina depende de los resultados del estudio de mercado ya que nos permitió determinar la dimensión del mercado potencial estimado para el proyecto, en el que justifica la creación de la empresa acorde a los gustos y preferencias de los turistas.

3.2.3. Disponibilidad de Recursos Financieros

Dependiendo del tamaño de la empresa y para la adquisición de los bienes será necesario contar con un apalancamiento propio y apalancamiento de terceros, y así ejecutar el giro del negocio.

3.2.4. Disponibilidad de Bienes

La empresa necesitará para su correcto funcionamiento, los siguientes bienes detallados a continuación.

3.2.4.1.Muebles y Enseres

Tabla 27.

Detalle de Muebles y Enseres.

Descripción	Cantidad
Escritorios Gerenciales	1
Escritorios de Oficina	4
Sillas Gerenciales	5
Sillas	13
Silla de espera (3 en 1)	3
Mesa auxiliar	1
Archivadores	1
Cámara Fotográfica	1
Filmadora	1
Proyector	1
Televisor 32"	1

Nota: Descripción de los muebles y enseres que se necesitarán.

3.2.4.2.Equipo de Computación

Tabla 28.

Detalle Equipo de Computación.

Descripción	Cantidad
Computadoras	3
Impresora Multifunción Lexmark	1

Nota: Descripción del equipo de computación que se necesitarán.

3.2.4.3.Equipo de Oficina

Tabla 29.

Detalle Equipo de Oficina.

Descripción	Cantidad
Teléfono	1

Nota: descripción del equipo de computación que se necesitarán.

3.2.4.4. Suministros de Oficina

Tabla 30.
Detalle Suministros de Oficina.

Descripción	Cantidad
Papeleras	5
Grapadoras	5
Perforadoras	5
Sumadora	3
Resma de hojas (Papel Bond)	5
Carpetas Archivadores Oficio	5
Saca Grapas	5
Sobres(25 unidades)	4
Blog de notas	5
Cartuchos	2

Nota: descripción de suministros de oficina que se necesitarán.

3.2.4.5. Suministros de Aseo

Tabla 31.
Detalle Suministros de Aseo.

Descripción	Cantidad	Unidad
Escoba de Plástico	4	Unidades
Trapeador	4	Unidades
Detergente en polvo	6	Kg.
Desinfectante líquido	6	Its.
Fundas de Basura (10 unidades)	4	Paquetes
Pala de recoger basura	3	Unidades
Basureros	4	Unidades

Nota: descripción de suministros de aseo que se necesitarán.

3.2.5. Disponibilidad de Talento Humano

En cuanto al Talento Humano que se requiere para la ejecución efectiva del presente proyecto será necesario contar con personal especializado en turismo, en administración y conocimientos contables y financieros.

Tabla 32.
Detalle de Personal.

Cargo	Cantidad
Administrador	1
Secretaria/Recepcionista	1
Servicios Profesionales (Contador)	1
Agente de Ventas	2
Guías Turísticos	2
TOTAL	7

Nota: descripción del personal.

3.2.6. Tecnología

En este proyecto es importante el lugar de instalación de la oficina, debido a que la tecnología que se utilizará para dar a conocer el servicio de Turismo Artesanal será el Internet.

3.3. Localización del proyecto

El objetivo que persigue la localización es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio, se pueda tomar en consideración elementos como: Vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y configuración topográfica del sitio.

En la localización de un proyecto, se suelen seguirse dos etapas básicas:

3.3.1. Macro localización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente y debe indicarse en un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. (Meza Orozco , 2013, pág. 24).



El proyecto estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, que se encuentra constituido por las siguientes parroquias: El Jordán, Eugenio Espejo (Calpaquí), San José de Ilumán, San Luis, San Rafael, Miguel Egas Cabezas (Peguche), González Suárez, San José de Quinchinche.

3.3.2. Micro localización

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad considerando las variables mencionadas en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.) (Meza Orozco , 2013, pág. 25)

Con la finalidad de definir la micro localización más óptima, se analizarán los siguientes criterios:

3.3.2.1. Datos del cantón Otavalo

“Provincia: Imbabura. Población: 108.504 habitantes. Temperatura Promedio: 14° C. Superficie: 499.6 km²”. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2014).

El cantón de Otavalo cuenta con la suficiente mano de obra de larga experiencia en la elaboración de las artesanías permitiendo que se convierta en un sector comercial de artesanías ecuatorianas reconocidas a nivel mundial.

3.3.2.2. Afluencia de Turistas

El sitio en el que es recomendable localizarlo, requiere que exista un movimiento constante de los turistas que visitan la ciudad de Otavalo con la finalidad de que el servicio sea de fácil acceso.

3.3.2.3. Servicios Públicos

El lugar en donde estará ubicada la Empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” cuenta con los servicios Públicos de: Energía Eléctrica, Agua Potable y Alcantarillado, Teléfono e Internet.

3.3.2.4. Servicio de Transporte

En lo que se refiere a la movilización el lugar en donde se ubicara la empresa debe estar rodeado de vías de acceso diagonal a la Plaza de Ponchos.

3.3.2.5. Costos de Alquiler

Con la finalidad de que las oficinas de la Empresa Asociativa “TURISARTE S.A” pueda ejecutar su oferta del turismo artesanal es necesario cotizar los costos de alquiler del sector donde se ubicará la empresa.

3.3.2.6. Canales de Distribución

Para facilitar la oferta del Turismo Artesanal es recomendable que la empresa asociativa se encuentre alrededor de los canales de distribución para facilitar su comercialización.

Para realizar la elección del sitio donde estará la oficina que comercializará el servicio de Turismo Artesanal se procede a realizar el método cualitativo por puntos, el cual consiste en definir los principales factores determinantes de la localización para asignarles valores ponderados y peso relativo de acuerdo a la importancia que se le atribuye a cada uno. La escala para la calificación de las opciones, será de 0 a 10, siendo 0 la más baja y 10 la más alta.

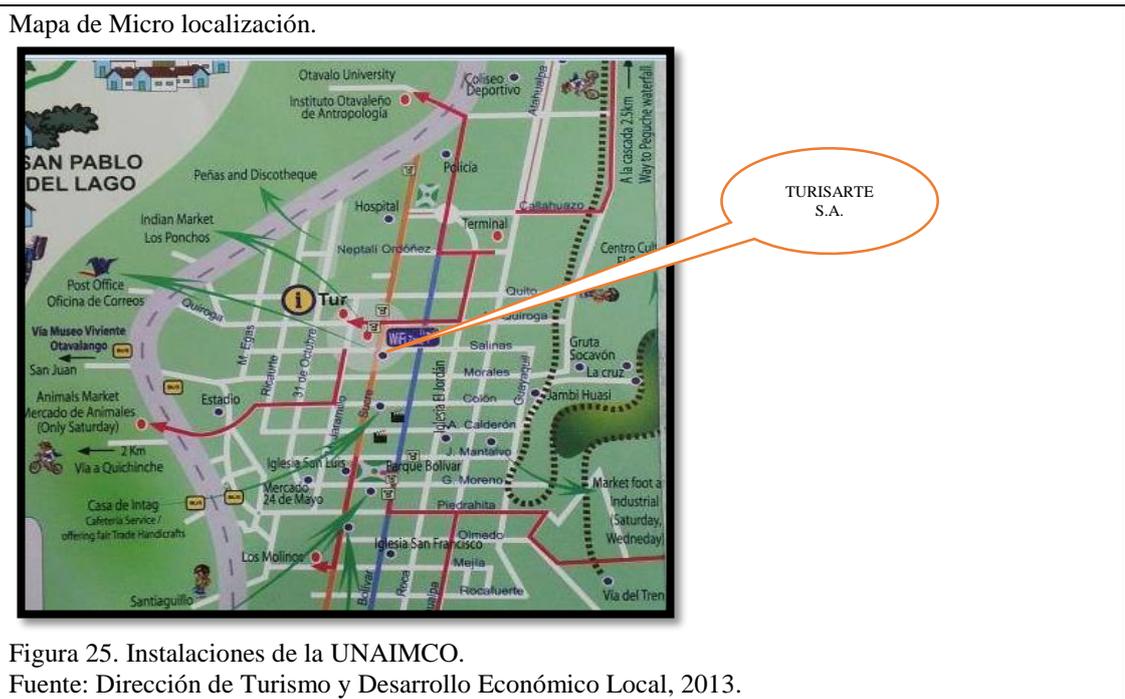
Por lo tanto se presenta la tabla con los pesos respectivos y ponderaciones para cada sector.

Tabla 33.
Método Cualitativo por puntos.

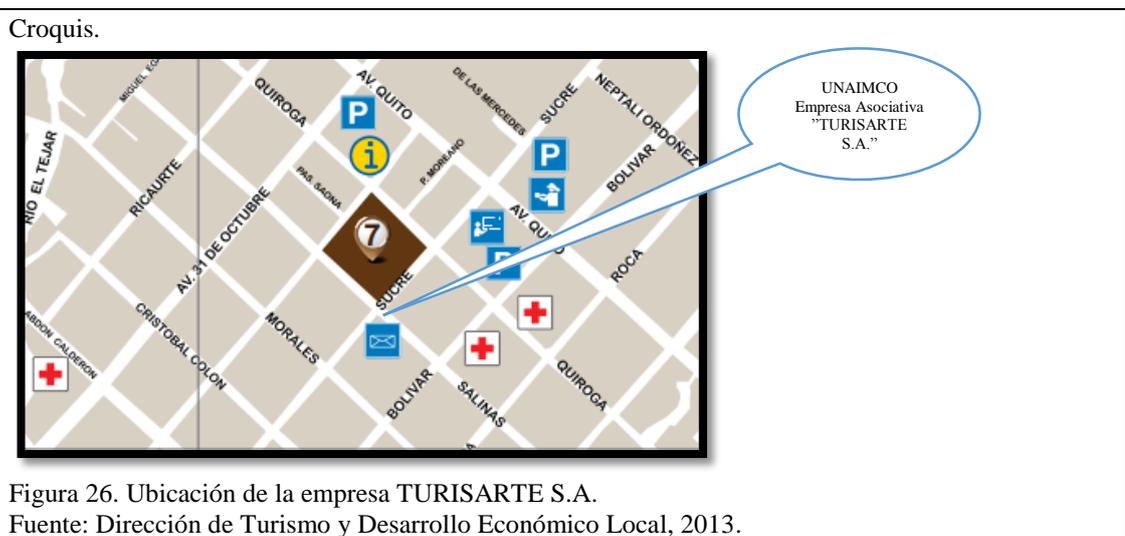
Factores de Localización	Peso	NORTE Atahualpa y Collaguazo		CENTRO Sucre y Salinas		SUR Olmedo y Bolívar	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Sector Comercial	30%	5	1,50	9	2,70	9	2,70
Afluencia de Turistas	35%	5	1,75	9	3,15	6	2,10
Servicios Publicos	7%	1	0,07	1	0,07	1	0,07
Servicio de Transporte	8%	7	0,56	5	0,40	4	0,32
Costos de Alquiler	10%	3	0,30	5	0,50	5	0,50
Canales de Distribución	10%	1	0,10	5	0,50	4	0,40
TOTAL	100%		4,28		7,32		6,09

Nota: Descripción de los factores que determinarán la ubicación de las instalaciones.

De acuerdo a este método, el sector escogido para la ubicación del proyecto es el Centro con un puntaje de 7,32 por lo tanto la Empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” se ubicará en las instalaciones de La Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo UNAIMCO en el tercer piso, ubicado en la calle Antonio José de Sucre y Salinas diagonal a la plaza de Pochos. Lugar en el que se encuentra la mayor parte de afluencia de turistas nacionales y extranjeros que podrían estar interesados en adquirir el servicio del Turismo Artesanal.



3.3.2.7. Croquis.



3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto constituye una etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

3.4.1. Distribución de las Instalaciones

La empresa tendrá un área aproximada de $144.28 m^2$, en la cual se distribuirán las áreas que serán los componentes del proyecto, teniendo en cuenta el tamaño y el diseño de las instalaciones para la optimización del espacio físico.

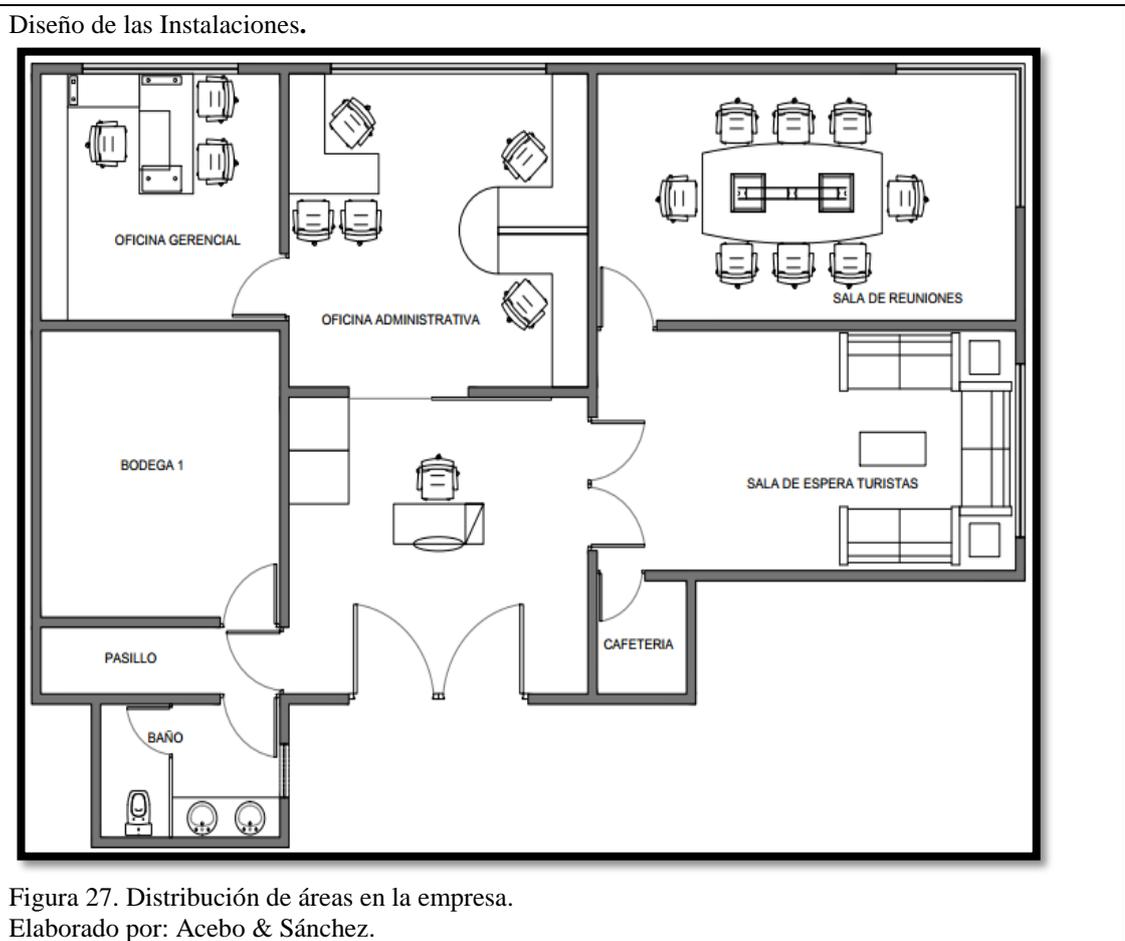
El lugar de comercialización del paquete de turismo artesanal contará con una Oficina principal de la administración, sala de recepción, sala de reuniones y proyección, un baño.

Tabla 34.
Distribución de las Instalaciones.

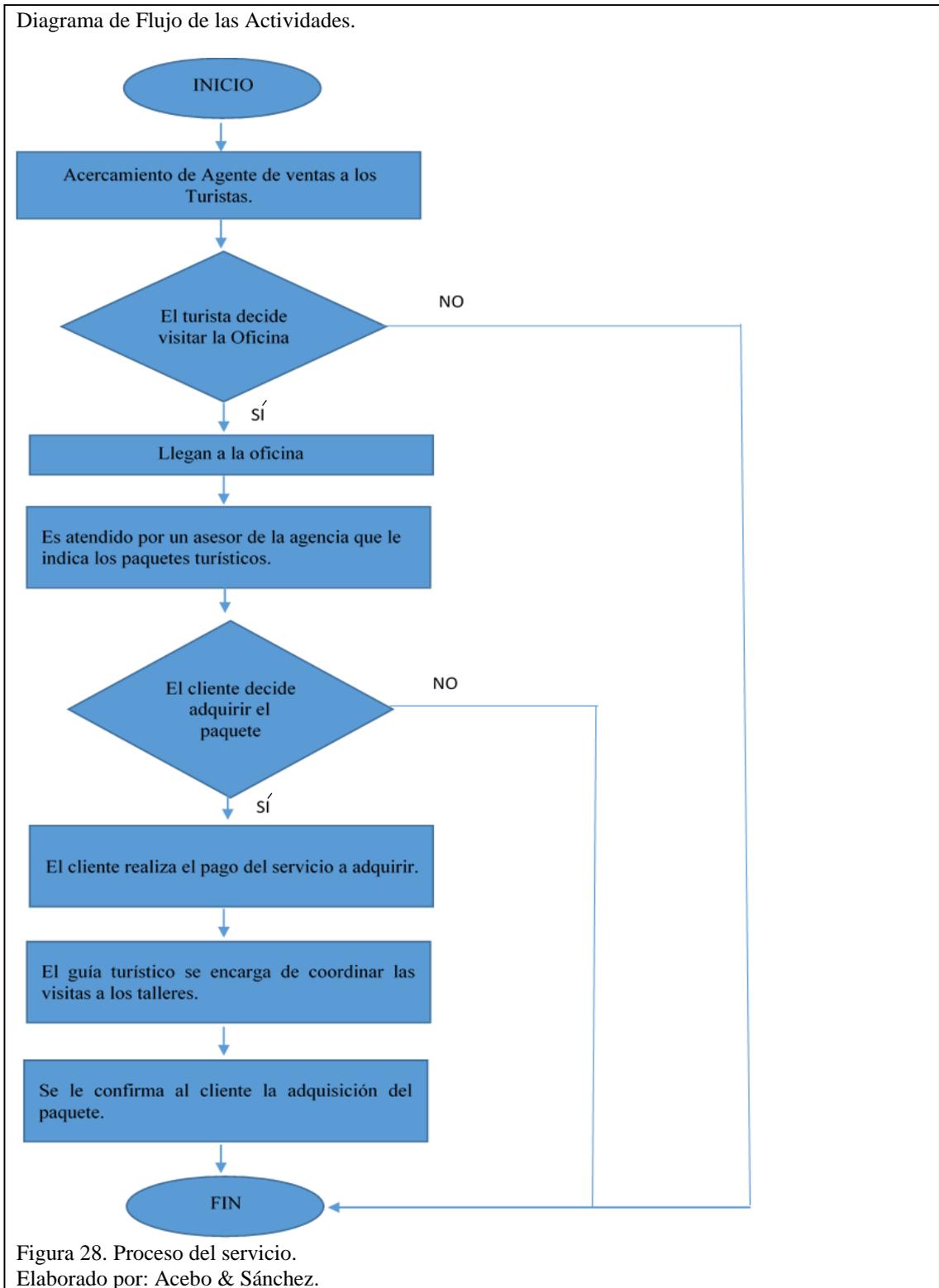
Distribución de las Instalaciones.	
Concepto	Unidad de Medida
Oficina Gerencial (Administrador)	$14.8m^2$
Oficina Administrativa(Vendedores)	$23.5m^2$
Sala de Reuniones	$25.9m^2$
Sala de Espera Turistas	$37.1m^2$
Recepción	$13m^2$
Bodega	$21.2m^2$
Cafetería	$2.78m^2$
Baño	$6m^2$
Total área	$14.8m^2$

Nota: Detalle de las medidas de las instalaciones.

3.4.2. Diseño de Instalaciones



3.4.3. Diagrama de Flujo de Actividades



CAPÍTULO 4

ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo General

Establecer los elementos, que son necesarios para la creación de una empresa Asociativa en la Ciudad de Otavalo, mediante la interpretación de las normas y reglamentos que se deben cumplir para el adecuado funcionamiento de las actividades.

4.1.2. Objetivo Específico

- Considerar los tipos de sociedad existentes, y seleccionar la más adecuada para el funcionamiento de la empresa.
- Sugerir una estructura organizacional acorde a los aspectos legales del tipo de sociedad.

4.2. Constitución de la Empresa

Con la finalidad de poder constituir la empresa legalmente y que a su vez, que esta sea reconocida es necesario cumplir con ciertos requerimientos legales que establece la Ley de Compañías.

Los pasos a seguir para la constitución de una empresa en la Ciudad de Otavalo se detallan a continuación:

1. Presentar en la Superintendencia de Compañías alternativas de nombres para la nueva compañía, la documentación a necesitar es una copia de cedula.

2. Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación:

Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).

Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.

Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital.

3. Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.

Documentación:

Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).

Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías

Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco.

Minuta para constituir la Compañía.

Pago derechos Notaría.

4. Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

Documentación:

Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución.

Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.

Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.

5. La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

6. La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

7. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad.

8. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

9. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

10. Obtener la patente Municipal y certificado de Inscripción ante la Dirección Financiera. Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.

Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).

Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

11. Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación:

Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.

Patente municipal.

Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.

Publicación del extracto.

Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

12. Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).

13. Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil.

Documentación:

Tres copias de cada Nombramiento.

Copia de las Escrituras de Constitución.

Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente.

14. Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación:

Formulario RUC 01A.

Formulario RUC 01B.

Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.

Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente.

Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

Una copia de la planilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía.

Publicación del extracto.

15. Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC. Documentación:

Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.

Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías

Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.

Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.

Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.

Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.

Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.

Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

16. Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital. Documentación:

Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.

Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

17. La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Solicitud de apertura de cuenta.

Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejan la cuenta.

Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.

Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

18. Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía. Documentación:

Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).

Permiso de Bomberos.

En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.

Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.

Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.

Registro patronal en el IESS.

Patente Municipal.

Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.

Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.

Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.(Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Otavalo, 2013)

4.3. La Empresa

4.3.1. Misión

Somos una Empresa Asociativa dedicada a ofrecer Servicio de Turismo Artesanal de calidad acorde a los gustos y preferencias de los turistas que visitan la ciudad de Otavalo con la finalidad de contribuir al desarrollo económico de los artesanos, conjuntamente apoyados en un recurso humano capacitado, motivado y comprometido.

4.3.2. Visión

En el 2020, ser una organización bien posicionada en el mercado que ofrezca altos estándares de calidad en el servicio de Turismo artesanal, comprometidos en la búsqueda de mayores beneficios para nuestros clientes.

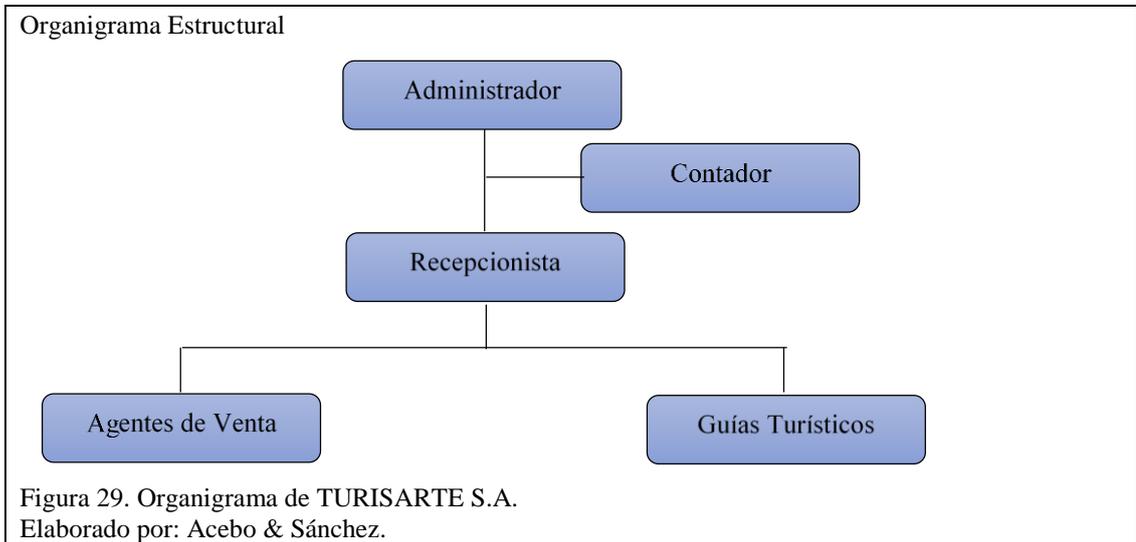
4.3.3. Principios y Valores Corporativos

La empresa Asociativa “TURISARTE S.A” se sustentará en el cumplimiento de los siguientes principios y valores.

- Honestidad e integridad generando confianza a los clientes.
- Transparencia y compromiso con los clientes.
- Respeto a las normas y leyes establecidas en el país.
- Responsabilidad en el cumplimiento de las actividades.
- Solidaridad y respeto entre los miembros de la organización.

4.4. Estructura orgánica de la empresa

4.4.1. Organigrama estructural



4.5. F.O.D.A.

4.5.1. Fortalezas

- La Empresa está constituida por Artesanos Asociados.
- Cuenta con un personal capacitado.
- La empresa oferta un servicio de Turismo Artesanal que no es conocido en el mercado.

4.5.2. Oportunidades

- La ciudad de Otavalo cuenta con varios atractivos turísticos.
- Existe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros.
- Apoyo de DTYDEL (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local.)

4.5.3. Debilidades

- Por el momento no existe una amplia variedad de talleres artesanales.
- Carencia de capital de trabajo para iniciar el proyecto.

4.5.4. Amenazas

- Existencia de un gran número de competidores con servicios sustitutos.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de la empresa Asociativa TURISARTE S.A., en el ámbito financiero, conociendo el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Considerar las inversiones en activos fijos al igual que en capital de trabajo que necesitara la empresa.
- Determinar el financiamiento ideal para iniciar con el giro del negocio.
- Establecer el punto de equilibrio, con el fin de determinar el número de paquetes turísticos necesarios a vender, en el cual la empresa no obtenga pérdida ni ganancia, con la aplicación de indicadores, que demuestren la rentabilidad y recuperación de la inversión.

5.2. Presupuesto de inversión

5.2.1. Inversión activos fijos

El presupuesto de inversión de los activos fijos de la empresa Asociativa “TURISARTE S.A.” se presenta a continuación en la Tabla 35.

Tabla 35.
Inversión en Activos Fijos.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."			
Inversión en Activos Fijos			
Propiedad Planta y Equipo			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	1	45,00	45,00
Total			45,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	3	530,00	1590,00
Impresora Multifunción Lexmark	1	120,00	120,00
Total			1710,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios Gerenciales	1	300,00	300,00
Escritorios de Oficina	4	200,00	800,00
Sillas Gerenciales	5	105,00	525,00
Sillas	13	45,00	585,00
Silla de espera (3 en 1)	3	300,00	900,00
Mesa auxiliar	1	100,00	100,00
Archivadores	1	155,00	155,00
Cámara Fotográfica	1	250,00	250,00
Filmadora	1	390,00	390,00
Proyector	1	570,00	570,00
Televisor 32"	1	420,00	420,00
Total			4995,00
Total General			6750,00

Nota: Descripción de los activos fijos con sus precios unitarios y totales.

5.2.1.1. Depreciación activos fijos

Conforme a los porcentajes de depreciación, se presenta la respectiva depreciación de cada activo fijo de la Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."

Tabla 36.
Depreciación Activos Fijos.

PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN SEGÚN EL ART. 17 REGLAMENTO DE APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO.		
Activo Fijo	% Depreciación	Vida Util(Años)
Edificio	5%	20
Maquinaria y Equipo	10%	10
Muebles de Oficina	10%	10
Equipo de Oficina	10%	10
Vehículo	20%	5
Equipo de Computación	33%	3

Nota: Porcentajes de depreciación según la L.R.T.I.

De acuerdo a la NIC 16, los activos fijos están sometidos a la depreciación, para lo cual se aplicó el método de depreciación por línea recta, como se presenta a continuación.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Comercial} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Útil}}$$

A continuación se presenta las depreciaciones de activos fijos de la Empresa Asociativa TURISARTE S.A.

Tabla 37.
Tabla de Depreciación Muebles y Enseres.

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES				
Descripción	Valor Total	Valor Residual	% Deprec.	Deprec. Anual
Escritorios Gerenciales	300,00	30,00	10%	27,00
Escritorios de Oficina	800,00	80,00	10%	72,00
Sillas Gerenciales	525,00	52,50	10%	47,25
Sillas	585,00	58,50	10%	52,65
Silla de espera (3 en 1)	900,00	90,00	10%	81,00
Mesa auxiliar	100,00	10,00	10%	9,00
Archivadores	155,00	15,50	10%	13,95
Cámara Fotográfica	250,00	25,00	10%	22,50
Filmadora	390,00	39,00	10%	35,10
Proyector	570,00	57,00	10%	51,30
Televisor 32"	420,00	42,00	10%	37,80
Total	4995,00	499,50		449,55

Nota: Detalle de la depreciación de los muebles y enseres.

Tabla 38.
Tabla Depreciación Equipo De Oficina.

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA				
Descripción	Valor Total	Valor Residual	% Deprec.	Deprec. Anual
Teléfono	45,00	4,50	10%	4,05
Total	45,00	4,50		4,05

Nota: Detalle de la depreciación de equipo de oficina.

Tabla 39.
Tabla Depreciación Equipo de Computación.

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Descripción	Valor Total	Valor Residual	% Deprec.	Deprec. Anual
Computadoras	1590,00	529,95	33%	353,35
Impresora Multifunción Lexmark	120,00	40,00	33%	26,67
Total	1710,00	569,94		380,02

Nota: Detalle de la depreciación de equipo de computación.

Tabla 40.

Tabla Resumen de los Activos Fijos Depreciados.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."			
Resumen Depreciaciones			
Detalle	Valor Total	Valor Residual	Deprec. Anual
Equipo de Oficina	45,00	4,50	4,05
Equipo de Computación	1710,00	569,94	380,02
Muebles y Enseres	4995,00	499,50	449,55
TOTAL	6750,00	1073,94	833,62

Nota: Resumen total de los activos fijos.

5.2.2. Gastos de Constitución

Tabla 41.

Tabla Gastos de Constitución.

Gastos de Constitución			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Notaria	1	200,00	200,00
Aprobación del nombre o razón social	1	10,00	10,00
Estatuto de constitución	1	20,00	20,00
Inscripción Superintendencia de Compañías	1	200,00	200,00
Inscripción Registro Mercantil	1	70,00	70,00
Nombramientos	1	20,00	20,00
Tres copias Notaria	1	50,00	50,00
Obtención RUC	1	10,00	10,00
Obtención Permiso Municipal	1	15,00	15,00
Obtención Permiso Cuerpo de bomberos	1	50,00	50,00
Obtención Permiso de Funcionamiento	1	22,90	22,90
Honorarios del abogado	1	250,00	250,00
Publicación diario El Comercio	1	35,00	35,00
Patente Municipal	1	330,00	330,00
Total		1282,90	1282,90

Nota: Detalle de los gastos que incurren en la constitución de la empresa.

5.2.3. Capital de trabajo

El método a utilizar para el cálculo del capital de trabajo, es por el método del periodo de desfase, que permite calcular la cuantía de la inversión en capital de trabajo que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el capital invertido, mediante la venta del producto.

El periodo de desfase que se considerará para determinar el capital de trabajo es de 60 días (2 meses).

Calculo Inversión para capital de trabajo.

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo Total del año}}{360 \text{ días}} \times \text{Número de días de desfase.}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\$ 57670,17}{360} \times 60$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$ 9611,70$$

Entonces el monto de la inversión precisa para financiar los primeros servicios que paquetes turísticos de Turismo es por: \$ 9611,70

El capital de trabajo de la Empresa Asociativa TURISARTE S.A., se presenta a continuación.

Tabla 42.
Capital de Trabajo.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."			
Capital de Trabajo			
Descripción	Sub Total	Total Anual	Total Bimensual
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos de Servicio		33207,33	5534,55
Guías Turísticos	6443,20		
Comisión Artesanos	2582,06		
Comisión Vendedores	2582,06		
Transporte	21600,00		
Gastos Administrativos		16201,19	2700,20
Sueldos Administrativos	12996,57		
Suministros de Oficina	205,00		
Servicios Públicos	478,62		
Teléfono e Internet	960,00		
Suministros de Limpieza	128,10		
Gasto Arriendo	150,00		
Gastos de Constitución	1282,90		
Gastos Ventas		8261,65	1376,94
Sueldos y Salarios ventas	5783,65		
Publicidad	2478,00		
TOTAL Capital de trabajo anual y mensual		57670,17	9611,70

Nota: Descripción del capital de trabajo con un periodo de desfase de 2 meses.

5.2.3.1. Resumen del Capital de Trabajo

Tabla 43.

Resumen de Capital de Trabajo.

Resumen del Capital de Trabajo	
(Año 2015 en dólares)	
Detalle	Valor Anual
Costos del Servicio	33207,33
Gastos Administrativos	16201,19
Gastos Ventas	8261,65
Total	57670,17

Nota: Resumen del capital de trabajo.

5.2.3.2. Inversión Inicial del Proyecto

Tabla 44.

Inversión Inicial del Proyecto.

Inversión Inicial del Proyecto	
Detalle	Valor
Inversión en Activos Fijos	6750,00
Inversión Capital de trabajo	9611,70
Total	16361,70

Nota: Detalle de la inversión del proyecto.

5.3. Financiamiento

El financiamiento con capital propio será del 30%, y con capital externo el 70%, para lo cual se ha elegido al Banco Nacional de Fomento en términos de crédito para la ejecución del proyecto, ya que este tipo de proyecto se encuentra dentro de las actividades financiables por la BNF.

El financiamiento del proyecto se detalla a continuación:

Tabla 45.
Financiamiento.

Financiamiento		
Tipo de Capital	%	Cantidad
Capital Propio	30%	\$ 4.908,51
Capital de Terceros (Préstamo BNF)	70%	\$ 11.453,19
Total Financiamiento	100%	\$ 16.361,70

Nota: Detalle del financiamiento.

5.3.1. Requisitos del crédito

Los requisitos para la obtención del crédito son los siguientes:

- Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
- Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
- Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
- Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000.
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva.

5.3.2. Financiamiento del crédito

Para el financiamiento del crédito por parte del Banco Nacional de Fomento, éste se realizará a un plazo de 3 años, con una tasa de interés del 10% anual.

Tabla 46.
Financiamiento del crédito en el Banco de Fomento.

Financiamiento del Crédito	
Monto del Crédito	\$ 11,453,19
Tasa Activa Efectiva Anua	10,00%
Tasa de Interés Mensual	0,83%
Plazo	3 años
Periodo	12 meses
Cuotas mensuales	36

Nota: descripción del crédito.

Para efectuar el cálculo del financiamiento de la deuda, se presentará a continuación la siguiente fórmula:

$$A = P \left(\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

Donde:

P = Monto del Crédito.

i = Tasa de Interés.

n= Número de Cuotas.

Reemplazando.

$$A = 11453,19 \left(\frac{0,0083(1 + 0,0083)^{36}}{(1 + 0,0083)^{36} - 1} \right)$$

$$A = 369,56$$

En cuanto al resultado obtenido las cuotas mensuales son de \$369,56.

5.3.3. Amortización del crédito

Tabla 47.
Amortización del Crédito.

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO							
Periodo Año	Periodo Mes	Cuotas Usd \$	Interés sobre saldo	Capital Usd \$	Saldo Usd \$	Interés Anual	Capital Anual
	0				\$ 11.453,19		
Año 2015	1	\$ 369,56	\$ 95,44	\$ 274,12	\$ 11.179,07		
	2	\$ 369,56	\$ 93,16	\$ 276,40	\$ 10.902,66		
	3	\$ 369,56	\$ 90,86	\$ 278,71	\$ 10.623,96		
	4	\$ 369,56	\$ 88,53	\$ 281,03	\$ 10.342,93		
	5	\$ 369,56	\$ 86,19	\$ 283,37	\$ 10.059,56		
	6	\$ 369,56	\$ 83,83	\$ 285,73	\$ 9.773,83		
	7	\$ 369,56	\$ 81,45	\$ 288,11	\$ 9.485,71		
	8	\$ 369,56	\$ 79,05	\$ 290,51	\$ 9.195,20		
	9	\$ 369,56	\$ 76,63	\$ 292,94	\$ 8.902,26		
	10	\$ 369,56	\$ 74,19	\$ 295,38	\$ 8.606,89		
	11	\$ 369,56	\$ 71,72	\$ 297,84	\$ 8.309,05		
	12	\$ 369,56	\$ 69,24	\$ 300,32	\$ 8.008,73	\$ 990,29	\$ 3.444,46
Año 2016	1	\$ 369,56	\$ 66,74	\$ 302,82	\$ 7.705,90		
	2	\$ 369,56	\$ 64,22	\$ 305,35	\$ 7.400,56		
	3	\$ 369,56	\$ 61,67	\$ 307,89	\$ 7.092,67		
	4	\$ 369,56	\$ 59,11	\$ 310,46	\$ 6.782,21		
	5	\$ 369,56	\$ 56,52	\$ 313,04	\$ 6.469,17		
	6	\$ 369,56	\$ 53,91	\$ 315,65	\$ 6.153,51		
	7	\$ 369,56	\$ 51,28	\$ 318,28	\$ 5.835,23		
	8	\$ 369,56	\$ 48,63	\$ 320,94	\$ 5.514,30		
	9	\$ 369,56	\$ 45,95	\$ 323,61	\$ 5.190,69		
	10	\$ 369,56	\$ 43,26	\$ 326,31	\$ 4.864,38		
	11	\$ 369,56	\$ 40,54	\$ 329,03	\$ 4.535,35		
	12	\$ 369,56	\$ 37,79	\$ 331,77	\$ 4.203,59	\$ 629,61	\$ 3.805,14
Año 2017	1	\$ 369,56	\$ 35,03	\$ 334,53	\$ 3.869,06		
	2	\$ 369,56	\$ 32,24	\$ 337,32	\$ 3.531,74		
	3	\$ 369,56	\$ 29,43	\$ 340,13	\$ 3.191,60		
	4	\$ 369,56	\$ 26,60	\$ 342,97	\$ 2.848,64		
	5	\$ 369,56	\$ 23,74	\$ 345,82	\$ 2.502,82		
	6	\$ 369,56	\$ 20,86	\$ 348,71	\$ 2.154,11		
	7	\$ 369,56	\$ 17,95	\$ 351,61	\$ 1.802,50		
	8	\$ 369,56	\$ 15,02	\$ 354,54	\$ 1.447,96		
	9	\$ 369,56	\$ 12,07	\$ 357,50	\$ 1.090,46		
	10	\$ 369,56	\$ 9,09	\$ 360,47	\$ 729,99		
	11	\$ 369,56	\$ 6,08	\$ 363,48	\$ 366,51		
	12	\$ 369,56	\$ 3,05	\$ 366,51	\$ (0,00)	\$ 231,16	\$ 4.203,59
Pago al final del crédito		\$ 13.304,24	\$ 1.851,05	\$ 11.453,19		\$ 1.851,05	\$ 11.453,19

Nota: tabla de amortización del crédito detallada mes a mes.

5.3.4. Resumen amortización del crédito

Tabla 48.

Resumen Amortización del Crédito.

Resumen Amortización del Crédito			
Año	Capital	Interés	Total
2015	\$ 3.444,46	\$ 990,29	\$ 4.434,75
2016	\$ 3.805,14	\$ 629,61	\$ 4.434,75
2017	\$ 4.203,59	\$ 231,16	\$ 4.434,75
TOTAL GENERAL	\$ 11.453,19	\$ 1.851,05	\$ 13.304,24

Nota: Resumen de la tabla de amortización del crédito.

5.4. Costos operacionales y no operacionales

Son referencia al dinero que la empresa en el presente proyecto debe desembolsar para la ejecución de las actividades a su cargo.

5.4.1. Suministros de oficina

Con la finalidad de que los empleados puedan realizar sus funciones normalmente, la empresa, les proveerá de los siguientes suministros de oficina.

Tabla 49.

Detalle de Suministros de Oficina.

Suministros de Oficina					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Papeleras	5	Unidades	5,00	2,08	25,00
Grapadoras	5	Unidades	4,25	1,77	21,25
Perforadoras	5	Unidades	3,50	1,46	17,50
Sumadora	3	Unidades	10,00	2,50	30,00
Resma de hojas (Papel Bond)	5	Unidades	4,50	1,88	22,50
Carpetas Archivadores Oficio	5	Unidades	2,15	0,90	10,75
Saca Grapas	5	Unidades	1,50	0,63	7,50
Sobres(25 unidades)	4	Paquete	3,00	1,00	12,00
Blog de notas	5	Cuadernos	2,10	0,88	10,50
Cartuchos	2	Unidades	24,00	4,00	48,00
Total			60,00	17,08	205,00

Nota: Detalle de suministros de oficina con sus precios unitarios y total.

5.4.2. Suministros de Aseo

Tabla 50.

Detalle de Suministros de Aseo.

Suministros de Aseo					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Escoba de Plástico	4	Unidades	3,50	1,17	14,00
Trapeador	4	Unidades	4,00	1,33	16,00
Detergente en polvo	6	Kg.	2,85	1,43	17,10
Desinfectante líquido	6	lts.	3,25	1,63	19,50
Fundas de Basura (10 unidades)	4	Paquetes	1,25	0,42	5,00
Pala de recoger basura	2	Unidades	4,25	0,71	8,50
Basureros	6	Unidades	8,00	4,00	48,00
Total			27,10	10,68	128,10

Nota: Detalle de suministros de aseo con sus precios unitarios y total.

5.4.3. Servicios Públicos

Tabla 51.

Detalle de Servicios Públicos.

Servicios Públicos					
Descripción	Cantidad	Unidades	Precio Unitario	Mensual	Anual
Agua	900	m3	0,2418	18,135	217,62
Energía Eléctrica	2900	kWh	0,09	21,75	261,00
Total			0,33	39,89	478,62

Nota: Detalle de servicios públicos con sus precios unitarios y total.

Tabla 52.

Detalle de Teléfono e Internet.

Teléfono e Internet					
Descripción	Cantidad	Unidades	Precio Total	Mensual	Anual
Teléfono	1	Tarifa	600	50	600
Internet	1	Tarifa	360	30	360
Total			960,00	80,00	960,00

Nota: Detalle de teléfono e internet con sus precios unitarios y total

5.4.4. Sueldos del personal de la empresa

Los sueldos del personal de la empresa, son los sueldos administrativos que perciben el Administrador, el contador, la recepcionista, los agentes de ventas y los guías turísticos.

5.4.4.1. Sueldos administrativos

Tabla 53.
Detalle de Sueldos Administrativos.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."								
Sueldos Administrativos								
Año 2015								
(Cifras en Dólares)								
Cargo	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
		Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
Administrador	400,00	33,33	29,50	0,00	0,00	44,60	107,43	507,43
Secretaria/Recepcionista	365,00	30,42	29,50	0,00	0,00	40,70	100,61	465,61
Servicios Profesionales (Contador)	110,00	-	-	0,00	0,00	-	0,00	110,00
Total Mensual	875,00	63,75	59,00	0,00	0,00	85,30	208,05	1083,05

Nota: Detalle de sueldos administrativos.

Para realizar la proyección del presupuesto de los sueldos administrativos, se trabajó mediante la tasa del 9,94%, que corresponde al cálculo promedio de la tasa de crecimiento de los sueldos de los últimos años, como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 54.
Presupuesto de Sueldos Administrativos.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."									
Presupuesto Sueldos Administrativos									
(Cifras en Dólares)									
Año	% Incremento	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
2015	9,9%	10500,00	765,00	708,00	0,00	0,00	1023,57	2496,57	12996,57
2016	9,9%	11543,63	841,04	778,37	382,50	961,58	1125,31	4088,80	15632,42
2017	9,9%	12690,98	924,63	855,73	420,52	1057,16	1237,15	4495,19	17186,18
2018	9,9%	13952,38	1016,53	940,79	462,31	1162,23	1360,12	4941,99	18894,37
2019	9,9%	15339,15	1117,57	1034,30	508,27	1277,75	1495,30	5433,18	20772,34

Nota: Detalle de presupuesto de sueldos administrativos.

5.4.4.2. Sueldos ventas

Tabla 55.

Detalle Sueldos de Ventas.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."								
Sueldos Ventas								
Año 2015								
(Cifras en Dólares)								
Cargo	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
		Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
Agente de Ventas 1	177,00	14,75	29,50	0,00	0,00	19,74	63,99	240,99
Agente de Ventas 2	177,00	14,75	29,50	0,00	0,00	19,74	63,99	240,99
Total Mensual	354,00	29,50	59,00	0,00	0,00	39,47	127,97	481,97
Total Annual 2015	4248,00	354,00	708,00	0,00	0,00	473,65	1535,65	5783,65

Nota: Detalle de sueldos de ventas.

Para realizar la proyección del presupuesto de los sueldos de Ventas, se trabajó mediante la tasa del 9,94%, que corresponde al cálculo promedio de la tasa de crecimiento de los sueldos de los últimos años, como se presenta en la tabla 56.

Tabla 56.

Presupuesto de Sueldos Ventas.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."									
Presupuesto Sueldos Ventas									
(Cifras en Dólares)									
Año	% Incremento	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
2015	9,9%	4248,00	354,00	708,00	0,00	0,00	473,65	1535,65	5783,65
2016	9,9%	4670,22	389,19	778,37	177,00	389,03	520,73	2254,31	6924,54
2017	9,9%	5134,41	427,87	855,73	194,59	427,70	572,49	2478,38	7612,79
2018	9,9%	5644,73	470,39	940,79	213,93	470,21	629,39	2724,71	8369,45
2019	9,9%	6205,78	517,15	1034,30	235,20	516,94	691,94	2995,53	9201,31

Nota: Detalle de presupuesto de sueldos de ventas.

5.4.4.3. Sueldos de Mano de Obra Directa

Tabla 57.

Detalle Sueldos Mano de Obra Directa.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."								
Mano de Obra Directa								
Año 2015								
(Cifras en Dólares)								
Cargo	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
		Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
Guía Turístico 1	200,00	16,67	29,50	0,00	0,00	22,30	68,47	268,47
Guía Turístico 2	200,00	16,67	29,50	0,00	0,00	22,30	68,47	268,47
Total Mensual	400,00	33,33	59,00	0,00	0,00	44,60	136,93	536,93
Total Annual 2015	4800,00	400,00	708,00	0,00	0,00	535,20	1643,20	6443,20

Nota: Detalle de sueldos de mano de obra directa.

Para realizar la proyección del presupuesto de los sueldos de Mano de Obra Directa, se trabajó mediante la tasa del 9,94%, que corresponde al cálculo promedio de la tasa de crecimiento de los sueldos de los últimos años, como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 58.
Presupuesto de Sueldo Mano de Obra Directa.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."									
Presupuesto Mano de Obra Directa									
(Cifras en Dólares)									
Año	% Incremento	Sueldo	Beneficios					Total Beneficios	Total sueldo mas Beneficios
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal		
2015	9,9%	4800,00	400,00	708,00	0,00	0,00	535,20	1643,20	6443,20
2016	9,9%	5277,09	439,76	778,37	200,00	439,58	588,40	2446,10	7723,19
2017	9,9%	5801,59	483,47	855,73	219,88	483,27	646,88	2689,23	8490,82
2018	9,9%	6378,23	531,52	940,79	241,73	531,31	711,17	2956,52	9334,75
2019	9,9%	7012,18	584,35	1034,30	265,76	584,11	781,86	3250,38	10262,56

Nota: Detalle de presupuesto de sueldos de mano de obra directa.

5.5. Estructura de costos del Servicio de Turismo Artesanal.

Esta estructura hace referencia a los costos que incurre la organización para poder realizar la prestación del Servicio, teniendo como objetivo presentar una representación futura del proyecto, siendo de vital importancia para la toma de decisiones. Para realizar la proyección de la estructura de costos proyectados de la Empresa Asociativa TURISARTE S.A., se consideró la tasa de inflación del 3,2%, como se detalla a continuación.

Tabla 59.
Estructura de Costos del Servicio Proyectados.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."					
Estructura de Costos del Servicio Proyectados					
	2015	2016	2017	2018	2019
DESCRIPCIÓN	Costos Totales				
Mano de Obra Directa					
Guía Turístico 1	3.221,60	3.861,60	4.245,41	4.667,38	5.131,28
Guía Turístico 2	3.221,60	3.861,60	4.245,41	4.667,38	5.131,28
Total Mano de Obra Directa	6.443,20	7.723,19	8.490,82	9.334,75	10.262,56
Costos Indirectos de Fabricación					
Comisión Artesanos	2.582,06	2.765,29	2.948,51	3.131,74	3.314,96
Comisión Vendedores	2.582,06	2.765,29	2.948,51	3.131,74	3.314,96
Transporte	21.600,00	23.132,75	24.665,50	26.198,26	27.731,01
Total CIF	26.764,13	28.663,33	30.562,53	32.461,73	34.360,94
Costos Totales de Paquetes	33.207,33	36.386,52	39.053,35	41.796,49	44.623,50
Margen de Utilidad Bruta 50%	16.603,66	18.193,26	19.526,68	20.898,24	22.311,75
Precio de Venta al público	49.810,99	54.579,78	58.580,03	62.694,73	66.935,25

Nota: Detalle de estructura de costos del servicio proyectados.

5.6. Costo unitario del producto

En base a la estructura de Costos Proyectados, se puede conocer el costo unitario para la prestación del servicio con un costo estándar establecido para un grupo de 20 personas, el mismo que está dado por el costo total que se obtuvo en la estructura de costos proyectados y en base a los servicios a prestar en un día, en una semana y en un mes, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 60.
Costos Unitarios del servicio.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."						
Costos Unitarios del Servicio.						
(Cifras en Dólares)						
Detalle	% Incremento	2015	2016	2017	2018	2019
Costos Totales	6%	33207,33	35.348,10	37.626,87	40.052,56	42.634,62
Paquetes Vendidos	6%	4320	4627	4933	5240	5546
Costo Unitario		7,69	7,64	7,63	7,64	7,69

Nota: Detalle de costos unitarios del servicio.

5.7. Presupuesto de ingresos anuales

Para obtener el presupuesto de ingresos anuales, se fijó el precio unitario de cada paquete turístico en \$ 59,77 para una persona.

Tabla 61.
Presupuesto de Ingresos anuales.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."																
Presupuesto de Ingresos Anuales																
(Cifras en Dólares)																
Año	2015			2016			2017			2018			2019			
Servicio	Escenario	Precio Unitario	Ventas	Dólares	Precio Unitario	Ventas	Dólares	Precio Unitario	Ventas	Dólares	Precio Unitario	Ventas	Dólares	Precio Unitario	Ventas	Dólares
Paquete Iluman y San Rafael	Pesimista	59,77	960	57.379,20	59,77	2313,28	138.264,46	59,77	2466,55	147.425,71	59,77	2619,83	156.586,97	59,77	2773,10	165.748,23
	Normal	59,77	4320	258.206,40	59,77	4627	276.528,91	59,77	4933	294.851,43	59,77	5240	313.173,94	59,77	5546	331.496,46
	Optimista	59,77	2880	172.137,60	59,77	6939,83	414.793,37	59,77	7399,65	442.277,14	59,77	7859,48	469.760,91	59,77	8319,30	497.244,68

Nota: Detalle de presupuesto de ingresos anuales.

Tabla 62.
Resumen presupuesto de ingresos anuales.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."			
Presupuesto de Ingresos Anuales			
Paquete Iluman y San Rafael			
(Cifras en Dólares)			
Año	Ventas Esc. Normal	Precio	Ingreso
2015	4320	59,77	258206,40
2016	4627	59,77	276528,91
2017	4933	59,77	294851,43
2018	5240	59,77	313173,94
2019	5546	59,77	331496,46

Nota: Resumen de presupuesto de ingresos anuales.

5.8. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio, se debe conocer los costos fijos, los costos variables, y las ventas generadas, para así conseguir la cantidad de servicios que se deben vender y lograr cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos; por lo tanto es el punto en el que los ingresos son iguales a los costos totales, y la utilidad es cero.

5.8.1. Determinación del punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio tanto para unidades como para valores en dinero, se aplicaron las siguientes fórmulas.

5.8.1.1. Punto de equilibrio en unidades.

$$PE_Q = \frac{CFT}{(PVu - CVu)}$$

Donde:

CFT=Costos Fijos Totales

PVu= Precio de Venta Unitario

CVu= Costo Variable Unitario

Reemplazando:

$$PE_Q = \frac{28.043,20}{(59,77 - 8,00)} = 542 \text{ Paquetes}$$

5.8.1.2. Punto de equilibrio en dinero

$$PE_{\$} = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{I}}$$

Donde:

CFT= Costos Fijos Totales

CVT= Costos Variables Totales.

I= Ingresos

Reemplazando:

$$PE_{\$} = \frac{28043,20}{1 - \frac{5164,13}{258.206,40}} = \$ 28.615,51$$

Tabla 63.
 Datos Punto de Equilibrio.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."					
Punto de Equilibrio					
Cantidad	Precio	Ingresos	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
0	59,77	0,00	28043,20	0,00	28043,20
42	59,77	2510,34	28043,20	336,00	28379,20
92	59,77	5498,84	28043,20	736,00	28779,20
142	59,77	8487,34	28043,20	1136,00	29179,20
192	59,77	11475,84	28043,20	1536,00	29579,20
242	59,77	14464,34	28043,20	1936,00	29979,20
292	59,77	17452,84	28043,20	2336,00	30379,20
342	59,77	20441,34	28043,20	2736,00	30779,20
392	59,77	23429,84	28043,20	3136,00	31179,20
442	59,77	26418,34	28043,20	3536,00	31579,20
492	59,77	29406,84	28043,20	3936,00	31979,20
542	59,77	32395,34	28043,20	4336,00	32379,20
592	59,77	35383,84	28043,20	4736,00	32779,20
642	59,77	38372,34	28043,20	5136,00	33179,20
692	59,77	41360,84	28043,20	5536,00	33579,20
742	59,77	44349,34	28043,20	5936,00	33979,20
792	59,77	47337,84	28043,20	6336,00	34379,20
842	59,77	50326,34	28043,20	6736,00	34779,20
892	59,77	53314,84	28043,20	7136,00	35179,20
942	59,77	56303,34	28043,20	7536,00	35579,20
992	59,77	59291,84	28043,20	7936,00	35979,20
1042	59,77	62280,34	28043,20	8336,00	36379,20
1092	59,77	65268,84	28043,20	8736,00	36779,20
1142	59,77	68257,34	28043,20	9136,00	37179,20
1192	59,77	71245,84	28043,20	9536,00	37579,20

Nota: Detalle de punto de equilibrio.

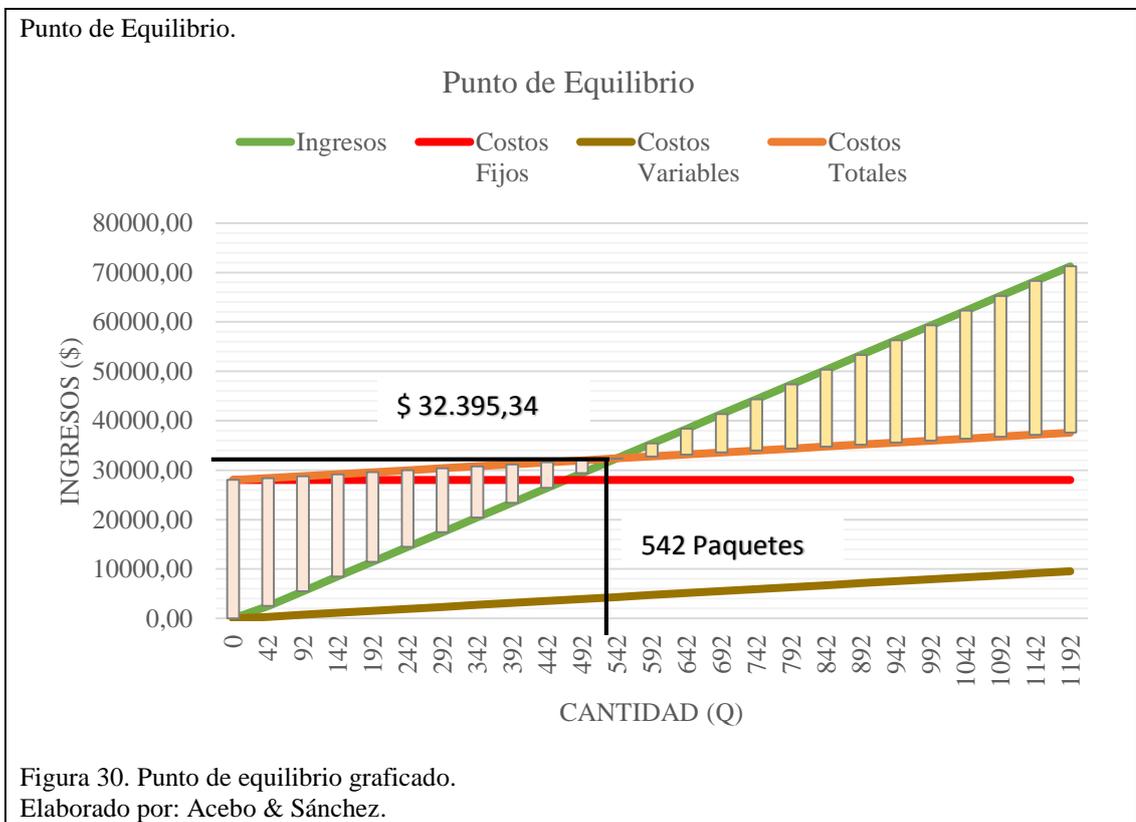


Figura 30. Punto de equilibrio graficado.
 Elaborado por: Acebo & Sánchez.

5.9. Estados financieros

5.9.1. Estado de resultados

El estado de resultados para la empresa TURISARTE S.A. se presenta a continuación.

Tabla 64.
Estado de Resultados.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."						
Estado de Resultados						
Cifras en Dólares						
Periodos	Mensual	2015	2016	2017	2018	2019
		Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Ingresos Operacionales						
Ventas de paquetes turísticos	21.517,20	258.206,40	276.528,91	294.851,43	313.173,94	331.496,46
Costo de ventas de paquetes turísticos	14.344,80	33.207,33	36.386,52	39.053,35	41.796,49	44.623,50
Utilidad Bruta en Ventas	7.172,40	224.999,07	240.142,39	255.798,07	271.377,46	286.872,96
Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos	1083,05	12996,57	15.632,42	17.186,18	18.894,37	20.772,34
Suministros de Oficina	17,08	205,00	107,56	111,50	115,60	119,84
Suministros de Aseo	10,68	128,10	92,89	136,21	99,83	133,77
Servicios Públicos	19.942,5	239,31	248,09	257,20	266,64	276,42
Teléfono e Internet	40,00	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
Gasto Depreciación Equipo de Oficina	0,34	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05
Gasto Depreciación Equipo de Computación	31,67	380,02	380,02	380,02	-	-
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	37,46	449,55	449,55	449,55	449,55	449,55
Total Gastos Administrativos	1240,22	14882,60	17412,20	19040,59	20364,84	22310,41
Gastos de Ventas						
Sueldos Ventas	481,97	5783,65	6924,54	7612,79	8369,45	9201,31
Servicios Públicos	19.942,5	239,31	248,09	257,20	266,64	276,42
Teléfono e Internet	40,00	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
Publicidad	206,50	2.478,00	2.568,94	2.663,22	2.760,96	2.862,29
Total Gastos Ventas	748,41	8980,96	10239,19	11049,09	11931,86	12894,46
Total Gastos Operacionales	1988,63	23863,56	27651,38	30089,68	32296,70	35204,87
Utilidad Operacional	5.183,77	201.135,51	212.491,01	225.708,40	239.080,76	251.668,08
Gastos No Operacionales						
Gastos Financieros	82,52	990,29	629,61	231,16	-	-
Total Gastos no Operacionales	\$ 82,52	\$ 990,29	1.089,31	1.198,25	1.318,07	1.449,88
Utilidad o pérdida antes de Participación	5.101,25	200.145,23	211.401,69	224.510,15	237.762,69	250.218,21
15% Participación Trabajadores	765,19	30.021,78	31.710,25	33.676,52	35.664,40	37.532,73
Utilidad o pérdida antes de Impuestos	4.336,06	170.123,44	179.691,44	190.833,63	202.098,28	212.685,48
22% Impuesto a la Renta	953,93	37.427,16	39.532,12	41.983,40	44.461,62	46.790,80
Utilidad para Distribución	3.382,13	132.696,28	140.159,32	148.850,23	157.636,66	165.894,67
Reserva Legal 10%	338,21	13.269,63	14.015,93	14.885,02	15.763,67	16.589,47
Utilidad Neta del Ejercicio	3.043,91	119.426,66	126.143,39	133.965,21	141.872,99	149.305,20

Nota: Detalle del estado de resultados.

5.9.2. Estado de flujo de efectivo

5.9.2.1. Flujo de caja proyectado sin financiamiento

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto con sus ingresos y costos sin contar con fuentes de financiamiento de Terceros.

Tabla 65.
Flujo de Caja proyectado sin Financiamiento.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."						
Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento						
(Cifras en Dólares)						
Concepto	Pre Operación	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales						
Ingresos		258.206,40	276.528,91	294.851,43	313.173,94	331.496,46
Egresos Operacionales						
(-) Costos		33.207,33	36.386,52	39.053,35	41.796,49	44.623,50
(-) Gastos Operacionales		23863,56	27651,38	30089,68	32296,70	35204,87
(-) Gastos No Operacionales		990,29	1.089,31	1.198,25	1.318,07	1.449,88
(=) Total Costos y Gastos		58.061,17	65.127,22	70.341,28	75.411,26	81.278,25
Utilidad Antes de Impuestos		200.145,23	211.401,69	224.510,15	237.762,69	250.218,21
(-) 15% Participación de Trabajadores		30.021,78	31.710,25	33.676,52	35.664,40	37.532,73
Utilidad Gravable		170.123,44	179.691,44	190.833,63	202.098,28	212.685,48
% Impuesto a la renta		22%	22%	22%	22%	22%
(-) Impuesto a la Renta		37.427,16	39.532,12	41.983,40	44.461,62	46.790,80
(=) Utilidad Neta		132.696,28	140.159,32	148.850,23	157.636,66	165.894,67
(+) Depreciación		833,62	833,62	833,62	453,60	453,60
(-) Inversión Inicial	(16.361,70)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						4.908,51
(+) Valor de Salvamento					2.268,00	
Flujo Neto	(16.361,70)	133.529,90	140.992,94	149.683,85	160.358,26	171.256,78

Nota: Detalle de flujo de caja sin financiamiento.

5.9.2.2. Flujo de caja proyectado con financiamiento

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto con financiamiento, en el cual se analizan los recursos propios y el capital externo para la adquisición de activos y el efecto del pago de interés y del capital.

Tabla 66.
Flujo de Efectivo proyectado con Financiamiento.

Empresa Asociativa "TURISARTES.A."						
Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento						
(Cifras en Dólares)						
Concepto	Pre Operación	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales						
Ingresos		258.206,40	276.528,91	294.851,43	313.173,94	331.496,46
Egresos Operacionales						
(-) Costos		33.207,33	36.386,52	39.053,35	41.796,49	44.623,50
(-) Gastos Operacionales		23863,56	27651,38	30089,68	32296,70	35204,87
(-) Gastos No Operacionales		990,29	1.089,31	1.198,25	1.318,07	1.449,88
(=) Total Costos y Gastos		58.061,17	65.127,22	70.341,28	75.411,26	81.278,25
Utilidad Antes de Impuestos		200.145,23	211.401,69	224.510,15	237.762,69	250.218,21
(-) 15% Participación de Trabajadores		30.021,78	31.710,25	33.676,52	35.664,40	37.532,73
Utilidad Gravable		170.123,44	179.691,44	190.833,63	202.098,28	212.685,48
% Impuesto a la renta		22%	22%	22%	22%	22%
(-) Impuesto a la Renta		37.427,16	39.532,12	41.983,40	44.461,62	46.790,80
(=) Utilidad Neta		132.696,28	140.159,32	148.850,23	157.636,66	165.894,67
(+) Depreciación		833,62	833,62	833,62	453,60	453,60
(-) Inversión Inicial	(16.361,70)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						4.908,51
(+) Prestamo	11.453,19					
(-) Pago Capital Prestamo		\$ 3.444,46	\$ 3.805,14	\$ 4.203,59		
(+) Valor de Salvamento					2.268,00	
Flujo Neto	(4.908,51)	130.085,44	137.187,80	145.480,26	160.358,26	171.256,78

Nota: Detalle de flujo de efectivo con financiamiento.

5.9.3. Balance general proyectado

Este balance se origina en los flujos de operación: estado de resultados y flujo de efectivo; debido a que éstos determinan el valor de cada una de las cuentas del balance para cada periodo. En la siguiente tabla se presenta el Balance General Proyectado para la empresa TURISARTE S.A.

Tabla 67.
Balance General Proyectado.

Empresa Asociativa "TURISARTE S.A."						
Balance General Proyectado						
(Cifras en Dólares)						
Concepto	Pre Operacional	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	9.611,70	212.228,15	221.580,89	231.692,14	246.381,91	259.704,27
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	9.611,70	212.228,15	221.580,89	231.692,14	246.381,91	259.704,27
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Equipo de Oficina	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
(-) Depreciación Equipo de Oficina		4,05	8,10	12,15	16,20	20,25
Equipo de Computación	1.710,00	1.710,00	1.710,00	1.710,00	-	-
(-) Depreciación Equipo de Computación		380,02	760,04	1.140,06	-	-
Muebles y Enseres	4.995,00	4.995,00	4.995,00	4.995,00	4.995,00	4.995,00
(-) Depreciación Muebles y Enseres		449,55	899,10	1.348,65	1.798,20	2.247,75
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	6.750,00	6.750,00	6.750,00	6.750,00	5.040,00	5.040,00
(-) Depreciación Acumulada de Activos Fijos depreciables	-	833,62	1.667,24	2.500,86	1.814,40	2.268,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.750,00	5.916,38	5.082,76	4.249,14	3.225,60	2.772,00
OTROS ACTIVOS	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS	16.361,70	218.144,53	226.663,66	235.941,28	249.607,51	262.476,27
PASIVO CORRIENTE						
Dividendos por Pagar	-	119.426,66	126.143,39	133.965,21	141.872,99	149.305,20
15% Participación Trabajadores	-	30.021,78	31.710,25	33.676,52	35.664,40	37.532,73
22% Impuesto a la Renta	-	37.427,16	39.532,12	41.983,40	44.461,62	46.790,80
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	-	186.875,60	197.385,76	209.625,13	221.999,02	233.628,74
PASIVO NO CORRIENTE						
Prestamo Bancario	11.453,19	8.008,73	4.203,59	(0,00)	-	-
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	11.453,19	8.008,73	4.203,59	(0,00)	-	-
TOTAL PASIVOS	11.453,19	194.884,32	201.589,35	209.625,13	221.999,02	233.628,74
PATRIMONIO						
Capital Social	4.908,51	4.908,51	4.908,51	4.908,51	4.908,51	4.908,51
Reserva Legal		13.269,63	14.015,93	14.885,02	15.763,67	16.589,47
TOTAL PATRIMONIO	4.908,51	18.178,14	18.924,44	19.793,53	20.672,17	21.497,98
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.361,70	213.062,46	220.513,79	229.418,66	242.671,19	255.126,72

Nota: Detalle del balance general proyectado.

CAPÍTULO 6

EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo general

Analizar la factibilidad del proyecto con indicadores de evaluación financiera, para determinar la capacidad financiera y la rentabilidad de capital propio invertido.

6.1.2. Objetivos específicos

- Establecer la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento, para consecutivamente obtener el valor actual neto de cada uno de los años proyectados, con la finalidad de observar hasta donde los costos pueden ser cubiertos oportunamente.
- Analizar si la tasa interna de retorno se encuentra entre los límites aceptables, que demuestren si el proyecto es o no rentable.
- Fijar la relación costo beneficio, para determinar si la rentabilidad del proyecto es inferior o superior al costo del capital, con la finalidad de tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

6.2. Tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento (TMAR) se toma en cuenta la tasa de interés activa tomada de los indicadores económicos del Banco Central del Ecuador en Enero del 2015 la cuál 7.84%, para el financiamiento y la tasa de interés pasiva del 5.22% para el capital propio si se invirtiera, también se consideró la inflación Anual 2014 la cuál es de 3.67% dada por el Banco Central del Ecuador en Diciembre del 2014.

Tabla 68.

Tasa de Descuento (TMAR).

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO				
Tipo de Capital	Cantidad	%	Tasa de Rendimiento	Ponderación
Capital Propio	\$ 4,957.34	30%	5.22%	0.01566
Capital de Terceros	\$ 11,567.12	70%	7.84%	0.05488
Total Financiamiento	\$ 16,524.46	100%	ck	0.07054

Nota: Detalle de la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento.

Para el cálculo de la tasa de descuento (TMAR) se utiliza la siguiente fórmula:

$$COSTO DE CAPITAL (ck) = 0.07054 \times 100 = 7.054\%$$

INFLACIÓN = 3.67% De acuerdo a los datos del Banco Central del Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2014)

TMAR = Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

$$TMAR = (1 + ck) \times (1 + \%inflación) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0.07054) \times (1 + 0.0367) - 1$$

$$TMAR = 10.98\%$$

6.3. Valor Actual Neto

El VAN demuestra los beneficios reales que la empresa va obtener al realizar la inversión en este proyecto asociativo. Para su cálculo matemáticamente se determina con la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

I_0 = Inversión Inicial.

FC = Flujo de Caja en el periodo t .

i = Tasa de Descuento (TMAR).

El VAN con financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

Tabla 69.
VAN con Financiamiento.

VALOR ACTUAL NETO CON FINANCIAMIENTO					
AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
(4.908,51)	130.085,44	137.187,80	145.480,26	160.358,26	171.256,78

Nota: Detalle del VAN con financiamiento.

Cálculo del VAN

$$VAN = -4.908,51 + \frac{130.085,44}{(1+0,1098)^1} + \frac{137.187,80}{(1+0,1098)^2} + \frac{145.480,26}{(1+0,1098)^3} + \frac{160.358,26}{(1+0,1098)^4} + \frac{171.256,78}{(1+0,1098)^5}$$

$$VAN = \$ 537.514,96$$

Conclusión.

El VAN con financiamiento es \$ 537,514.96 por lo tanto es mayor a 0, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible, ya que los ingresos son mayores a los egresos.

6.4. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno refleja el rendimiento de los fondos invertidos durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR = TMAR + (TMAR_{Negativo} - TMAR) \frac{VP_A}{VP_A - VP_P}$$

Donde:

TMAR= Tasa Mínima Aceptable de Retorno.

TMAR NEGATIVO= Tasa Interna de Retorno estimada para que el VAN sea negativo.

VP A= Valor Presente Neto Anterior.

VP P= Valor Presente Neto Posterior.

La TIR con financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

Tabla 70.

TIR con Financiamiento.

TASA INTERNA DE RETORNO CON FINANCIAMIENTO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 0,1098	VAN MAYOR	FACTOR DE ACT. 2695,55	VAN MENOR
0	(4.908,51)		(4.908,51)		(4.908,51)
2015	130.085,44	0,90	117.212,17	0,04	4.720,62
2016	137.187,80	0,81	111.379,05	0,00	180,66
2017	145.480,26	0,73	106.423,14	0,00	6,95
2018	160.358,26	0,66	105.698,14	0,00	0,28
2019	171.256,78	0,59	101.710,97	0,00	0,01
SUMA TOTAL			537.514,96		0,01

Nota: Detalle de cálculo de la tasa interna de retorno con financiamiento.

$$TIR = 10.98\% + (2655.685\% - 10.98\%) \frac{537.514,96}{537.514,96 - (0,01)}$$

$$TIR = 2656\%$$

Conclusión.

La TIR con financiamiento es del 2696%, mayor a la TMAR con financiamiento que es del 10.98%, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible.

6.5. Relación beneficio costo

Este parámetro sirve para evaluar el retorno de los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de base los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja.

Para determinar la Relación Beneficio Costo del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{INGRESO ACTUALIZADO}{COSTO ACTUALIZADO}$$

La Relación beneficio costo en el presente proyecto, se expresa a continuación.

Tabla 71.

Relación beneficio costo con financiamiento.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
AÑOS	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 11.08%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 11.08%	INGRESO ACTUALIZADO
2015	33.207,33	0,90	29.921,13	258.206,40	0,90	232.654,26
2016	36.386,52	0,81	29.541,23	276.528,91	0,81	224.506,31
2017	39.053,35	0,73	28.568,69	294.851,43	0,73	215.692,60
2018	41.796,49	0,66	27.549,63	313.173,94	0,66	206.424,68
2019	44.623,50	0,59	26.502,30	331.496,46	0,59	196.878,78
SUMA TOTAL			142.082,98			1.076.156,63

Nota: Detalle de cálculo de relación beneficio costo con financiamiento.

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{1,076,157.63}{142,082.98}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \$ 7,57$$

Conclusión.

Como se observa, la relación beneficio costo es de \$7,70. Por tanto es mayor a 1, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible; es decir los beneficios que se obtienen son mayores a los costos, lo cual significa que por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de \$6,70.

6.6. Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back)

Este evaluador permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

Para determinar el Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back) del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$PERIODO DE RECUPERACIÓN = \frac{FLUJO NETO - INVERSIÓN}{FLUJO NETO (ÚLTIMO AÑO)}$$

Tabla 72.

Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back).

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO
	4.908,51	
2015		130.085,44
2016		137.187,80
2017		145.480,26
2018		160.358,26
2019		171.256,78
TOTAL		744.368,55

Nota: Detalle de flujos de efectivo para cálculo de periodo de recuperación.

$$PERIODO DE RECUPERACIÓN = \frac{744.368,55 - 4.908,51}{171.256,78}$$

$$PERIODO DE RECUPERACIÓN = \frac{739.460,04}{171.256,78}$$

$$PERIODO DE RECUPERACIÓN = 4.32 \text{ años}$$

Conclusión:

La inversión en el presente proyecto, se recuperará en 4 años, 4 meses y 24 días.

6.7. Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera

Tabla 73.

Resumen de Indicadores.

Siglas	Indicador	Resultado	Observaciones
TMAR	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	10,98%	Razonable
TIR	Tasa Interna de Retorno	2656%	Superior a la TMAR
VAN	Valor Actual Neto	\$ 537.514,96	Proyecto Viable
RC	Recuperación de la Inversión (Pay Back)	4 Años 4 Meses 24 Dias	Viable
CB	Costo Beneficio	\$ 7,57	Factible

Nota: Resumen de los indicadores financieros calculados.

CONCLUSIONES

- Gracias a las tendencias actuales de hoy en día, en la búsqueda de nuevas vivencias y experiencias se ha encontrado la oportunidad de brindar un servicio de Turismo Artesanal a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo con la posibilidad de dar a conocer la elaboración de las artesanías.
- A través del Estudio de mercado, se ha logrado definir que los turistas se encuentran interesados en el servicio de turismo artesanal ya que consideran que es una nueva experiencia, la cual nos ha permitido establecer las características del servicio, el precio y los medios de difusión acorde a sus gustos y preferencias.
- Mediante el estudio Administrativo y legal se pudieron determinar los requerimientos legales necesarios para la creación y correcto funcionamiento de la Empresa, Así como también fijar una estructura organizacional como una Misión, Visión, Valores y un análisis F.O.D.A. que dio a conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa.
- Gracias al estudio financiero la inversión del proyecto es de \$16.524,46 conformado con un 30% de capital propio y 70% de capital de terceros; además se pudo determinar los costos del servicio y fijar el precio de venta al público de cada paquete de \$ 61,15; adicionalmente se pudo encontrar el punto de equilibrio en el que los ingresos cubren en su totalidad los costos del servicio y a partir de este se logra obtener la rentabilidad del periodo con la venta de 532 paquetes y un ingreso de \$ 28.840,00.
- Acorde a la evaluación financiera realizada se puede concluir que la TMAR es de 10,98% lo que nos indica que es superior a la tasa de interés a la cual nos otorgaron el préstamo de financiamiento; en cuanto a la TIR es mayor a la TMAR; el VAN es de \$552.557,47 por lo tanto es mayor a cero; la relación de costo beneficio es de \$ 7,70 lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 6,70 centavos. Mientras que la inversión se recuperará en 4 años, 4 meses y 24 días, por lo tanto se puede concluir que el proyecto es financieramente factible.

RECOMENDACIONES

- Otavalo es una ciudad que cuenta con condiciones climatológicas privilegiadas, paisajes y costumbres ancestrales que poco a poco han ido generando un crecimiento de turistas tanto nacionales como extranjeros que están interesados en conocer las vivencias de los Otavaleños, por lo tanto es una buena oportunidad para la ejecución del presente estudio.
- En base al estudio realizado se puede observar que existe una gran aceptación del servicio por parte de los Turistas nacionales y extranjeros; por lo tanto, en TURISARTE S.A. puede extender la variedad de artesanías a demostrar; debido a que cuenta con los demás miembros de la Asociación de Artesanos del Mercado Centenario de Otavalo. Permitiendo así a los Turistas tener variedad en la selección de los servicios y a su vez ofrecer a los socios una rentabilidad a su inversión.
- Acorde al estudio de mercado se puede observar que existe una alta demanda insatisfecha, por lo que a un futuro se pueden estar planteando estrategias de extensión de infraestructura para cubrir en un mayor porcentaje esta demanda insatisfecha.
- Otro de los factores importantes que se deben considerar son los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, por lo tanto se puede prescindir de la necesidad de realizar estudios de mercado cada cierto tiempo para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Es necesario implementar una búsqueda de medios de difusión que faciliten el dar a conocer a los turistas la existencia de este servicio nuevo.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alegre Martín, J., Cladena Munar, M., & JuanedaSampol, C. N. (2003). *Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ascanio Guevara, A. (2012). *Estadística del Turismo, Una manera de interpretarlo*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado de: 19 de Octubre de 2014
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (04 de Noviembre de 2014). *Ame*. Recuperado de: <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/287-canton-otavalo>
- Avila Osorio, P. A. (2013). *Turismo Artesanal*. Quito, Pichincha, Ecuador: Repositorio Universidad Tecnológica Israel.
- Banco Central del Ecuador. (31 de Diciembre de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). (O. Fernández Palma, Ed.) Colombia: Pearson. Recuperado el 24 de Julio de 2014
- Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Ecuador, Registro Oficial 449*, 88. Montecristi, Manabí, Ecuador: Registro Oficial. Recuperado de: el 24 de Julio de 2014, de <http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>
- Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local. (2013). *Visitotavalo*. Recuperado de: Visitotavalo: http://www.visitotavalo.com/?page_id=171
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de Marketing* (Quinta ed.). (C. Learning, Ed.) Santa Fé, Colombia: Cengage Learning.

Forecast. (2015). *forecast*. Obtenido de forecast: <http://es.weather-forecast.com/locations/Otavalo>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo. (2014). *Otavalo para Visitar*. Otavalo.

Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Otavalo. (2013). *GAD Municipal del Cantón Otavalo*. Obtenido de: http://www.otavaloempresarial.gob.ec/web/?page_id=3112

Juma Gualacata, J. M., & Ormaza Báez, L. A. (2009). Ibarra, Imbabura, Ecuador: Repositorio Universidad Técnica del Norte. 12 de Diciembre de 2014. Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2306/1/TESIS%20ECOTURISMO%20ACTIVIDAD%20ARTESANAL.pdf>

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2013). *la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Recuperado de: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61

Ley de Compañías. (5 de Noviembre de 1999). Ley de Compañías Ecuador, Registro Oficial. Obtenido de: <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

Ley de Defensa del Artesano. (7 de Septiembre de 1998). Ley de Defensa del Artesano. Ecuador: Ecuador, Registro Oficial 71.

Ley de Economía Popular y Solidaria. (2014). Art.17. En E. T. MIES. Quito, Ecuador.

Ley Organica de Economía Popular y Solidaria. (27 de Febrero de 2012). Ley Organica de Economía Popular y Solidaria. *Ley Organica de Economía Popular y*

Solidaria y su Reglamento, 15. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial. Obtenido de http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf

Meza Orozco , J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos* (3ª Edición ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.

Ministerio de Industrias y Productividad. (2014). www.industrias.gob.ec. Recuperado de: <http://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/09/Convocatoria-RECONOCIMIENTO-A-LA-LABOR-ARTESANAL-FOROMIC-07-0820141.pdf>

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*.

Montanita. (2009). *Montanita*. Recuperado de: [Montanita: http://www.montanita.com/miniatura1.php?filename=img/noticias/11654IMG_7719%20copia.JPG&ancho=390](http://www.montanita.com/miniatura1.php?filename=img/noticias/11654IMG_7719%20copia.JPG&ancho=390)

Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico* (Primera ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.

Organización Mundial de Turismo. (1996). Concepto y Definiciones de Turismo. En A. Crosby, & A. Moreda, *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales* (pág. 10). Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y turística. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/books?id=fJlJa7vG7kC&pg=PA9&dq=definicion+de+turismo&hl=es&sa=X&ei=XoLRU9rjNYnfsATVtYCwCA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20turismo&f=false>

Pena Castro, M. C. (2012). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente*. Almería: Universidad de Almería.

Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo Teoría, Clasificación y Actividad* (2da Edición ed.). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Redondo, F. (Junio de 2012). *Turismo Industrial*. Recuperado de: <http://www.acmas.es/index.php/turismo-industrial>

Rivera Camino, J., & López Rúa, M. D. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones* (Tercera ed.). Madrid, España: ESIC Editorial. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014

Sánchez Martínez, F. (01 de Noviembre de 2011). Artesanías: una actividad ancestral. *En el Volcán*, 3, 12. recuperado de: <http://www.enelvolcan.com/nov2011/48-artesantias-una-actividad-ancestral>

Valle del Amanecer. (2014). *Valle del Amanecer*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://valledelamanecer.com/turismo/atractivos-en-otavalo>

Vázquez Cevallos, M. (2007). “*DESARROLLO TURÍSTICO Y CREACIÓN DE UN CENTRO DE*. recuperado de: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/82/1/IA-EN-045-2007.pdf2007>