

**UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES**

**“UNIANDES”**



**FACULTAD DE SISTEMAS MERCANTILES**

**CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA, C.P.A.**

**ARTÍCULO CIENTÍFICO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN CONTABILIDAD SUPERIOR, AUDITORÍA Y FINANZAS,  
C.P.A.**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
AGENCIA DE TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TULCÁN.**

**AUTORA: FUELTALA VILLOTA KATY MARCELA.**

**TUTOR: ING. SANDOVAL MALQUIN DANNY MAURICIO. MGS.**

**TULCÁN – ECUADOR.**

**2020.**

## APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

### CERTIFICACIÓN

Quien suscribe, legalmente **CERTIFICO QUE:** El presente Trabajo de Titulación realizado por la Srta. **FUELTALA VILLOTA KATY MARCELA**, estudiante de la carrera de Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A., Facultad de Sistemas Mercantiles, con el tema: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TULCÁN**, ha sido prolijamente revisado, y cumple con todos los requisitos establecidos en la normativa pertinente de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes -UNIANDES-, por lo que aprobamos su presentación.

Tulcán, agosto 2020.



---

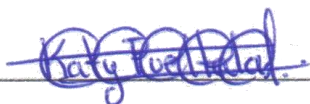
ING. Sandoval Malquín Danny Mauricio. MGS.

TUTOR.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Fueltala Villota Katy Marcela**, estudiante de la carrera de Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A., Facultad de Sistemas Mercantiles, declaro que todos los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN CONTABILIDAD SUPERIOR, AUDITORÍA Y FINANZAS C.P.A.**, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas, por lo que son de mi exclusiva responsabilidad.

Tulcán, agosto 2020.



**FUELTALA VILLOTA KATY MARCELA.**

**C.I. 0401627740**

**AUTORA.**



## **DERECHOS DE AUTORA**

Yo, **Fueltala Villota Katy Marcela**, declaro que conozco y acepto la disposición constante en el literal d) del Art. 85 del Estatuto de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, que en su parte pertinente textualmente dice: El Patrimonio de la UNIANDES, está constituido por: La propiedad intelectual sobre las Investigaciones, trabajos científicos o técnicos, proyectos profesionales y consultaría que se realicen en la Universidad o por cuenta de ella;

Tulcán, agosto 2020.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katy Fueltala', written over a horizontal line.

**FUELTALA VILLOTA KATY MARCELA.**

**C.I. 0401627740**

**AUTORA.**

## **CERTIFICACIÓN DEL LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo; DRA. MAYORGA DÍAZ MÓNICA PATRICIA PhD, en calidad de Lectora del Proyecto de Titulación.

### **CERTIFICO:**

Que el presente trabajo de titulación realizado por la Srta. FUELTALA VILLOTA KATY MARCELA sobre el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TULCÁN.”, ha sido cuidadosamente revisado por el suscrito, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.

Ambato, agosto de 2020



DRA. MAYORGA DÍAZ MÓNICA PATRICIA PhD

**LECTORA**

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	
DERECHOS DE AUTORA	
CERTIFICACIÓN DEL LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	
INTRODUCCIÓN.....	1
MATERIALES Y MÉTODOS.....	3
RESULTADOS.....	6
DISCUSIÓN.....	17
CONCLUSIONES.....	19
BIBLIOGRAFÍA.....	20

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Operacional.....	7
Tabla 2. Proyección de la demanda insatisfecha.....	8
Tabla 3. Microlocalización.....	9
Tabla 4. Inversión del proyecto.....	12
Tabla 5. Financiamiento del proyecto.....	12
Tabla 6. Balance general proforma.....	13
Tabla 7. Estado de resultados y flujos netos de efectivo.....	14
Tabla 8. Impacto económico.....	15
Tabla 9. Impacto social.....	16
Tabla 10. Impacto ambiental.....	17
Tabla 11. Puntuación de impactos.....	18

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logo tipo de la agencia de turismo comunitario.....	11
--	----

## **RESUMEN.**

El presente Estudio de Factibilidad para la creación de una Agencia de Turismo Comunitario en el Cantón Tulcán, nació de la necesidad y poca atención pública y privada a este tipo de servicio turístico. Se logró determinar que en la ciudad de Tulcán no existen agencias de turismo que potencialicen las bondades de las comunidades, por tal motivo se presentó la oportunidad de crear una agencia de turismo comunitario ya que se estaría innovando una perspectiva diferente sobre el turismo. Dicho estudio se fundamentó bajo el propósito de potencializar el turismo comunitario; el cual adquiere su valor en la actualidad debido a que el turismo es un factor determinante para el crecimiento económico de cualquier ciudad y del país en general. Para determinar la factibilidad de creación de la agencia, se fundamentó bajo objetivos como, identificar la demanda insatisfecha acerca del turismo comunitario; seleccionar el tamaño, la localización, distribución de planta y recursos necesarios requeridos en la agencia de turismo; describir la estructura organizacional adecuada que operará en la agencia; determinar la rentabilidad y las fuentes de financiamiento para la creación de la agencia de turismo, los cuales dan cumplimiento en el estudio de mercado, que permitió identificar los factores determinantes del comportamiento de la demanda, que se complementan con el estudio técnico, administrativo, económico, financiero y ambiental permitiendo concluir con la factibilidad del proyecto.

**PALABRAS CLAVES:**(Proyecto de inversión, Estudio de factibilidad, turismo comunitario).

## **ABSTRACT.**

The present Feasibility Study for the creation of a Community Tourism Agency in the Tulcán Canton, was born from the need and little public and private attention to this type of tourist service. It was possible to determine that in the city of Tulcán there are no tourism agencies that enhance the benefits of the communities, for this reason the opportunity to create a community tourism agency was presented, since a different perspective on tourism was being innovated. This study was based on the purpose of promoting community tourism; which acquires its value today because tourism is a determining factor for the economic growth of any city and the country in general. To determine the feasibility of creating the agency, it was based on objectives such as identifying unmet demand for community tourism; select the size, location, plant layout and necessary resources required in the tourism agency; describe the appropriate organizational structure that will operate in the agency; determine the profitability and sources of financing for the creation of the tourism agency, which are complied with in the market study, which allowed identifying the determining factors of the behavior of demand, which are complemented by the technical, administrative and economic study , financial and environmental allowing concluding with the feasibility of the project.

**KEY WORDS:** (Investment project, Feasibility study, community tourism).



## **INTRODUCCIÓN.**

En el Ecuador el turismo es muy importante en varias facetas y ciudades, ya que mediante este se presenta actividades económicas y culturales más importantes con las que cuenta el país, se ha garantizado un crecimiento en el PIB de 1.9% por realizar actividades de turismo comunitario así lo establece el Ministerio de Turismo (2018). En la provincia del Carchi, ciudad de Tulcán solo existen pequeños emprendedores que han tratado de potencializar el turismo en la localidad; más sin embargo, la demanda de turistas buscan sus alternativas en diversos lugares del interior del País. En virtud de la actualidad existente en el país, es importante el tema propuesto por que guarda pertinencia con el Plan Nacional de desarrollo, Plan toda una vida de la República del Ecuador (2017), en lo que concierne al mejoramiento de la calidad de vida de los Ecuatorianos en base a emprendimientos o ideas de negocio que tengan la finalidad de dinamizar la economía de muchas familias, así lo establece el objetivo número 4 y 5. En este contexto se está garantiza que gran parte de la economía del país se encuentra inmerso el emprendimiento y por ende el estudio de factibilidad es con el pleno propósito de realizar una inversión segura y sostenible para poder materializar ideas y contribuir directamente a la economía del país aportando a fortalecer la tasa de empleo en el Ecuador con fuentes de trabajo para el personal de la Agencia y una dinamización de ingresos para las personas de las Parroquias del Cantón Tulcán.

Según Benavides (2013), en su trabajo de investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con el tema “Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde, cantón Montúfar, provincia del Carchi, para impulsar la actividad turística comunitaria” con su objetivo de Diseñar un Plan Turístico Comunitario en Monteverde, a través de la elaboración de un plan director, matriz de actividades organizadas y plan operativo, que permita impulsar la actividad turística comunitaria del sector.

Así también Ortega y Vicente (2013), en su análisis de negocio de la Universidad Central del Ecuador, con el tema “Plan de desarrollo turístico comunitario en la parroquia de Toacaso”. Teniendo por objetivo general, Elaborar una propuesta que permita el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia Toacaso, con la finalidad de aprovechar todas las bondades de la parroquia Toacaso, prevaleciendo siempre la identidad y riqueza cultural conjuntamente con la incrementación de deportes de aventura teniendo como factor principal la naturaleza y sus paisajes.

De igual manera al realizar el estudio de factibilidad, se garantiza directamente hacia la propuesta del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Carchi, (2019, pág. 416) ya que en los objetivos estratégicos numeral 4 plantea lo siguiente:

“Impulsar el desarrollo turístico provincial con la dotación y mejoramiento de infraestructura turística, fortalecimiento asociativo y la promoción y difusión de atractivos y productos turísticos.”. En relación al impulso del desarrollo turístico provincial, las parroquias del Cantón Tulcán dejarían de estar sólidas y se proporcionaría un auge económico.

En la ciudad de Tulcán, pese a que es una ciudad fronteriza, el turismo comunitario es escaso, aunque la ciudad cuenta con grandes lugares de aprovechamiento turístico, esto se da en las parroquias diversas del Cantón Tulcán, son lugares que tienen mucho que ofrecer, pero por falta de alternativas turísticas, estas parroquias se ven en un estado de desaprovechamiento de todos sus recursos naturales, culturales, gastronómicos; es por ello, que se procede a realizar el siguiente trabajo de investigación, que consiste en un Estudio de factibilidad, aplicando una modalidad cualitativa y cuantitativa que tiene como alcance potencializar el turismo comunitario y reactivar la economía de las parroquias del cantón Tulcán, el cual tiene como objetivos de estudio; identificar la demanda insatisfecha acerca del turismo comunitario; seleccionar el tamaño, la localización, distribución de planta y recursos necesarios requeridos en la agencia de turismo; describir la estructura organizacional adecuada que operará en la agencia; determinar la rentabilidad y las fuentes de financiamiento para la creación de la agencia de turismo.

## **MATERIALES Y MÉTODOS.**

Respecto a las modalidades se utilizó la modalidad cualitativa y cuantitativa. (Gómez, 2017, pág. 46).

Modalidad cuantitativa, en la presente investigación, se trabajó con variables, además se recolectó datos estadísticos sobre el turismo comunitario como lugares potenciales, valores monetarios por lugares de visita y número de turistas que ingresan a las parroquias, los cuales se ven expuestos por medio de tablas. También se ejecutó en base a una muestra y población de las comunidades. La modalidad cualitativa, se presentó con una orientación interpretativa de los resultados y de la realidad, se hace énfasis en el análisis, en el contexto turístico comunitario.

Los tipos de investigación que se plantearon son:

- ✚ La investigación descriptiva: Se describe paso a paso los elementos del estudio de factibilidad, y como la investigación de campo permitió realizar el estudio de mercado, técnico, administrativo legal, económico financiero y ambiental; así como la situación del turismo comunitario en el país, la provincia.
- ✚ Investigación correlacional: Las variables planteadas se relacionan; es decir, la variable dependiente, Agencia de turismo comunitario depende de la variable independiente, Estudio de factibilidad.

Los métodos que se aplicó son:

- ✚ Teóricos.

Con el método analítico – sintético, se analizaron los diferentes elementos constitutivos del estudio de factibilidad; de esta manera, se pudo resumir la teoría investigada aportando a dar solución del fortalecimiento del turismo comunitario en la provincia del Carchi.

El método inductivo-deductivo, ya que en la provincia hay un bajo nivel de turismo comunitario, lo cual afecta tanto el crecimiento social y económico dentro de las comunidades más alejadas.

Con el método histórico –lógico, se estudia la historia del turismo comunitario en el Ecuador y la provincia del Carchi.

El método sistémico permitió el abordaje de cada uno de los elementos constitutivos de la creación de una agencia y se dará la solución a satisfacer los gustos y preferencia de la sociedad y generar fuentes de empleo en las comunidades más alejadas, que poseen lugares turísticos.

#### ✚ Empíricos.

A partir del método de la Observación, se examinó cada una de las comunidades para poder establecer qué debilidades tiene cada una de ellas. El Análisis Documental se toma como instrumentó principal el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi, para realizar un análisis de la situación turística.

Las técnicas e instrumentos del presente trabajo de investigación son:

La Entrevista, es un estudio del cual el investigador obtiene datos a través de un cuestionario prediseñado para conocer la opinión, características de hechos específicos. La entrevista se realizó a los presidentes y jefes políticos de las comunidades con el fin de realizar un diagnóstico que posibilite conocer y determinar la existencia del problema. La Guía de Entrevista está conformada por preguntas de carácter abierto con el fin de tener un acercamiento y conocer la situación actual del turismo comunitario. Conjuntamente con las variables de investigación, la variable dependiente es la Agencia de turismo comunitario y la variable independiente es el Estudio de factibilidad.

Dentro de la investigación se toma en cuenta la definición de proyectos de inversión, por lo que el autor Morales en su libro *Proyectos de Inversión* menciona lo siguiente: “Establecer de manera anticipada cómo debe realizarse alguna obra o cómo debería ser un producto tangible como la construcción o generación de un servicio con la finalidad principal de satisfacer necesidades humanas.” (Morales & Morales, 2009, pág. 9). Este tipo de proyectos busca una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

El estudio de factibilidad se clasifica en estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo legal, estudio económico financiero y estudio ambiental. (Baca, 2016).

El estudio de mercado, “Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.” (Empresa , 2017). El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar

teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector.

El estudio técnico, “Conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado.” (Gomez, 2019., pág. 1). En el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organizaciones requeridas.

El estudio administrativo legal, “El análisis administrativo y legal implica dejar claro, cómo se planearán y controlarán todos los recursos con los que dispondrá la empresa, y como dejar claro todas las actividades que se llevarán a cabo para cumplir las disposiciones de ley.” (Serrano, 2012).

Los aspectos legales “Pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas.” (UKESSAYS, 2016). Al tratarse de turismo comunitario, el apoyo es total a este tipo de propuestas para generar beneficios a las partes interesadas.

El estudio económico financiero, “Se le llama estado financiero o estado contable a un tipo de informe o registro de tipo formal que suelen utilizar las empresas o personas, para tener constancia de las diferentes actividades económicas que realizan las mismas.” (Nordhaus, 2006). Dicho estudio juega un papel fundamental en la investigación ya que es en este, que se mide el grado de factibilidad de la creación de la agencia.

“Los estados financieros son un resumen clasificado de hechos económicos, registrados y contabilizados por una empresa en marcha así lo denomina. Pacheco en su libro análisis de estados financieros.” (2015, pág. 19). Los estados financieros reflejan el ejercicio contable que tiene la agencia de ingresos y egresos proyectados a una realidad.

El balance general por otra parte es llamado también estado de situación financiera “El balance general, muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieras de la entidad.” (Calleja & Calleja, 2016, pág. 3). Con el balance general es claro para conocer la naturaleza y valor de los activos, a su vez el alcance de las obligaciones y la capacidad actual de la agencia de turismo comunitario.

El estado de resultados y flujos netos de efectivo, “Proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en el efectivo los valores negociables de la empresa durante el periodo.” (Gitman & Zutter, 2017, pág. 67). Los flujos netos de efectivo describen las variaciones monetarias en el transcurso de un periodo de tiempo dando como resultado ganancias o pérdidas.

El estudio ambiental, se fundamenta en la preservación del medio ambiente que aporta la agencia hacia las parroquias de estudio, Urbina, Tufiño, Maldonado, Chical.

## **RESULTADOS.**

Aplicación de estudios, el estudio de mercado tiene como objetivo identificar la demanda insatisfecha acerca del turismo comunitario. Para esta identificación se realizó la siguiente matriz operacional. Esta matriz se identifica como un instrumento valioso que se constituye en la médula de la investigación y se desarrolla de conformidad a la propuesta de cada autor o protocolo de investigación.

La matriz operacional se constituye de objetivos de investigación, variables que se concatenan directamente con cada objetivo, así también de indicadores, de técnicas e instrumentos para poder obtener los datos requeridos con una veracidad hacia quien va dirigido y proporciona la referencia sobre el turismo comunitario, de esta manera se formula la pregunta para la guía de entrevista, con la certeza de que todos los factores se involucren y no quede un área fuera de la investigación. Solo así se garantiza una conexión lógica tanto del tema de investigación como sus variables dependiente e independiente.

Con las preguntas planteadas en la matriz operacional, se determina resultados de alto impacto para la investigación.

Objetivos de la investigación	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información	Preguntas
Conocer los elementos de un atractivo turístico	Ubicación	Cantón Tulcán Parroquias rurales: Maldonado, Chical, Tufiño, Urbina	*Ficha de recopilación *Entrevista	*Fichas de la escuela de turismo del Carchi *Observación de campo *Jefe político	¿Qué atractivos turísticos tienen la parroquia o comunidad?
Analizar las características físicas que dispone los atractivos turísticos	Características físicas	Altura, Temperatura, Estilo de atractivo	*Ficha de recopilación *Entrevista	*Junta parroquial *Jefe político	¿Cuáles son las características físicas que disponen la parroquia o comunidad?
Conocer las vías de acceso a los atractivos turísticos	Infraestructura vial de acceso	Estado de vías Señalética	*Ficha de recopilación *Entrevista	*Junta parroquial *Jefe político	¿Cuáles son las vías de acceso para llegar al destino turístico de la parroquia o comunidad?
Determinar la infraestructura básica con que cuenta el atractivo	Infraestructura básica	Agua, Energía eléctrica, Alcantarillado, Teléfono Internet	*Ficha de recopilación *Entrevista	*Junta parroquial *Jefe político	¿Qué equipamiento tiene la parroquia comunidad para desarrollar actividades turísticas?
Analizar la calidad y cantidad de los servicios en las comunidades.	Servicios turísticos	Alimentación, gastronomía,  Alojamiento  Precios de servicios turísticos  Número de turistas	*Ficha de recopilación *Entrevista	*Junta parroquial *Jefe político	¿Qué tipo de alimentación ofrece la parroquia o comunidad? ¿Qué tipo de alojamiento ofrece las parroquias o comunidades? ¿Cuáles son los servicios turísticos que están dispuestos a ofrecer la parroquia o comunidad? ¿Qué valor monetario establecerían en la parroquia para brindar el servicio de turismo comunitario? ¿Cuál es el número aproximado de turistas que visitan la parroquia o comunidad?

Tabla1. Matriz Operacional.

### **Demanda insatisfecha.**

La demanda insatisfecha es aquel grupo de personas que no están satisfechas con el bien o servicio y se la calcula matemáticamente: oferta – demanda. Se realizará a continuación la proyección de la Demanda insatisfecha para los siguientes 5 años.

<b>Años</b>	<b>Demanda proyectado</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>0</b>	5.500	4.000	<b>1.500</b>
<b>1</b>	5.563	4.000	<b>1.563</b>
<b>2</b>	5.626	4.000	<b>1.629</b>
<b>3</b>	5.690	4.000	<b>1.690</b>
<b>4</b>	5.755	4.000	<b>1.755</b>
<b>5</b>	5.821	4.000	<b>1.821</b>

Tabla 2. Proyección de la demanda insatisfecha.

Mediante el cálculo de la demanda insatisfecha se ha logrado determinar que la oferta es menor a la demanda, y esto conlleva a un grado de factibilidad para implementar el proyecto.

### **Estudio técnico.**

Determina cualitativamente y cuantitativamente la capacidad instalada del proyecto.

### **Localización del proyecto.**

La localización del proyecto se divide en dos: macro localización es el escenario donde va a estar ubicado el proyecto en términos de país, región, provincia, ciudad, parroquias, y la micro localización es el lugar específico donde se ubica el proyecto tomando en cuenta ciudad, barrio, calles o avenida.

### **Macro localización.**

El escenario geográfico de la agencia de turismo comunitario está en el Ecuador, Región Sierra, Provincia del Carchi, Cantón Tulcán, y área centro urbano de la ciudad.



### Micro localización.

La micro localización tiene por objetivo seleccionar la instalación óptima del proyecto, se describe básicamente las características de los terrenos, infraestructura, medio ambiente leyes y reglamentos necesarios para la implementación del proyecto; el lugar específico donde se implementará el proyecto son las calles Sucre y 10 de Agosto sector parque principal de acuerdo a la matriz de localización.

FACTOR	PESO	BOLIVAR Y TARQUI		AV. DE LA CULTURA		SUCRE Y 10 DE AGOSTO (CENTRO)	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía del mercado	25%	3	0,75	3	0,75	4	1,00
Acceso al transporte	20%	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Mano de obra	10%	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Disponibilidad de Servicios Básicos	5%	3	0,15	3	0,15	4	0,20
Parqueadero	15%	3	0,45	2	0,30	4	0,60
Arrendamiento de local	10%	4	0,40	3	0,30	4	0,30
Estructura Impositiva Legal	5%	4	0,20	3	0,15	4	0,20
Seguridad	10%	3	0,30	2	0,20	4	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>3,35</b>	<b>21</b>	<b>2,65</b>	<b>31</b>	<b>3,5</b>

Tabla 3. Microlocalización.

Con la información obtenida se concluye que la elección más conveniente para la ubicación de la Agencia de Turismo Comunitario es el sector Centro de la ciudad de Tulcán ubicado en las calles Sucre y 10 de Agosto, por poseer la ponderación más alta en la matriz con 3,5 debido a los valores reflejados acceso al transporte y dando un mayor

peso al costo de cercanía al mercado ya que este presenta un valor de inversión más elevado.

#### **Estudio administrativo legal.**

El estudio administrativo nos permite determinar el direccionamiento estratégico de la empresa, misión y visión de la misma, en la parte comercial y se establece la estructura organizacional niveles jerárquicos de la organización.

#### **Direccionamiento estratégico.**

**Misión.** Ofrecer un servicio de total calidad, calidades y confianza, a través de la buena atención por parte de nuestro personal el cual es netamente profesional y capacitado, diseñando tour de viajes únicos a las parroquias de la ciudad de Tulcán, a precios accesibles, logrando superar las expectativas de nuestros clientes y una diversión total interactuando con flora y fauna de la localidad.

**Visión.** Llegar ser una Agencia de turismo comunitario reconocida en nuestra región, por la confianza y seguridad que le ofrecemos a nuestros clientes, presentando innovadores servicios y asegurando una actividad turística estable, promoviendo un ambiente de buenas relaciones con las comunidades y obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes.

**Objetivo corporativo.** Crecer económicamente como agencia turística y a la vez brindar un crecimiento a las comunidades a través de las ventas de servicios o productos de los más altos estándares de calidad y manteniendo la confiabilidad y fidelidad de nuestros clientes.

**Principios y valores.** Los principios y valores de una empresa dependen de las prioridades de la misma y de las ventajas competitivas que la hacen distinta. Los principios y valores empresariales hacen parte de los activos intangibles. A continuación se los detalla:

**Bienestar Social:** Ofrecemos una amplia gama de actividades turísticas, que contribuye a la recreación y estilo de vida de nuestros clientes.

**Confianza:** Brindar seguridad a nuestros clientes, basándonos en el profesionalismo de la agencia que se sientan seguros de viajar y conocer nuevas experiencias.

**Respeto:** Promover el respeto entre las partes interesadas en lo interno y lo externo, nuestros clientes, trabajadores y la Ciudadanía en general.

**Profesionalidad:** Los profesionales calificados que integran nuestra agencia realizan su trabajo con eficacia, y empatía promoviendo el turismo comunitario con alto grado de conocimientos en el tema.

**Razón social.** El nombre de la agencia de turismo comunitario es “TU RUMBO 04” esta razón social parte así para rescatar el turismo comunitario enfocando a las personas que el mejor rumbo a tomar es la provincia del Carchi – Cantón de Tulcán.

**Slogan.** Nuestro slogan es “SI NO VAS NUNCA LO SABRÁS” nace de la carencia de conocimiento de las riquezas de gastronómicas, culturales, de paisajes únicos de las parroquias del Cantón Tulcán.

**Logo tipo.**

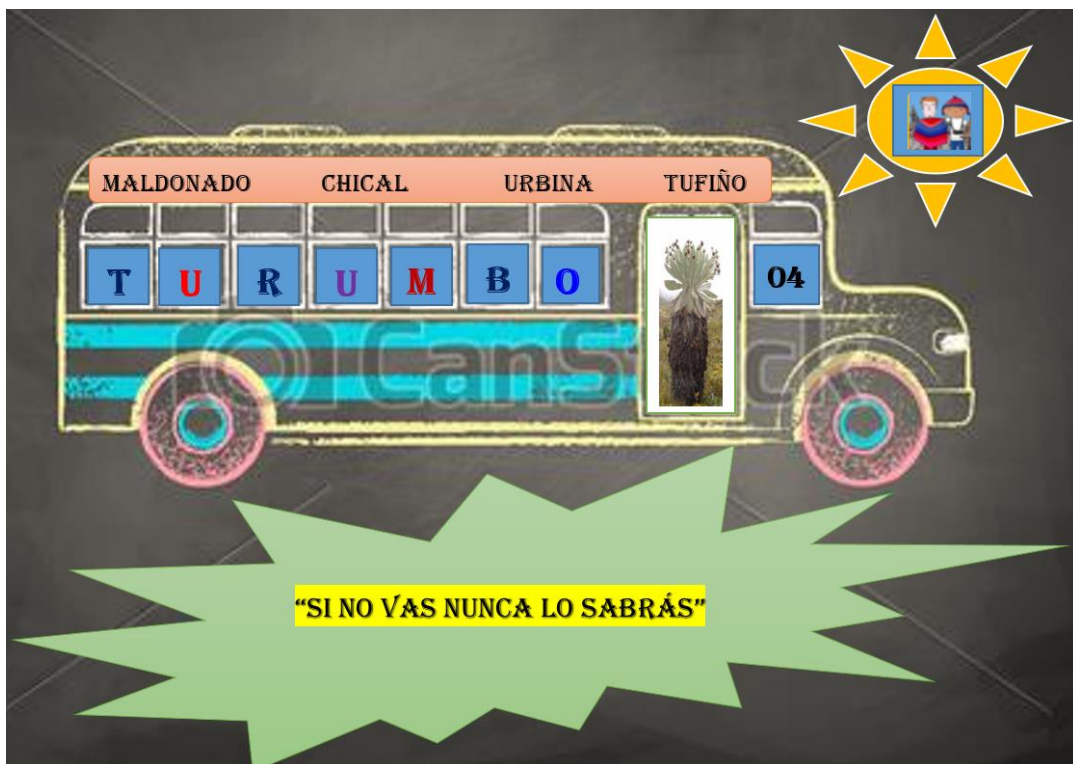


Ilustración 1. Logo tipo de la agencia de turismo comunitario.

El logotipo de la agencia de turismo comunitario cuenta con un dibujo principal que llama la atención que es un bus de transporte de manera que el espectador al ver el logotipo ya se imagina de se trata la oferta, obviamente sobre viaje y turismo.

**Estructura organizacional.**

La agencia se constituye por el gerente, secretaria, guía de turismo comunitario, chofer profesional del medio de transporte.

El estudio legal dentro de la empresa marca todo el proceso de legalización de la misma, se enfoca a los requisitos legales que debe tener la agencia para su constitución.

- ✚ Requisitos emitidos por el cuerpo de bomberos:
- ✚ Ficha de inspección, copia de ruc, copia de cedula y certificado de votación del representante legal, cancelación del permiso de funcionamiento.
- ✚ Requisitos emitidos por el G.A.D. Municipal de Tulcán.
- ✚ Copia de la cedula y papeleta de votación a color, copia del RUC o RISE, planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio, correo electrónico.
- ✚ Por último se necesita los requisitos del ministerio de turismo.

### **Estudio Económico Financiero.**

Tiene como finalidad determinar la inversión, fuentes de financiamiento, nivel de ingresos, costos y gastos del proyecto, se lo plantea mediante estados financieros. Y es la parte más trascendental del estudio de factibilidad porque es donde se define la factibilidad del proyecto es decir si es viable o no la inversión.

### **Inversión del proyecto.**

La presente información indica la estructura de inversión de la agencia de turismo comunitario:

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital externo	11.000,00	86%
Capital interno	1.838,94	14%
Total de financiamiento	12.838,94	100%

Tabla 4. Inversión del proyecto.

<b>INSTITUCIÓN FINANCIERA BANCO PICHINCHA</b>			
<b>Monto</b>	11.000		
<b>Plazo</b>	4años	Pagos/ año	12
<b>Gracia Total</b>	Mensual	Nº periodos (cuotas)	48
<b>Gracia parcial</b>	Mensual	Nº periodos (cuotas)	12
<b>Interés nominal anual</b>	11.23		
<b>Cuota fija mensual</b>	289.82		

Tabla 5. Financiamiento del proyecto.

Fuente: Banco Pichincha (2019).

### Estados financieros proforma con financiamiento.

Son instrumentos utilizados para conocer la situación actual de la empresa en el aspecto económico y financiero, a través de estados financieros básicos y complementarios.

#### Balance de situación inicial.

El siguiente balance de situación inicial de la agencia turística comunitaria está conformado por rubros correspondientes a los activos, pasivos y patrimonio.

<b>Balance General - Con Financiamiento</b>			
Activos Corrientes		<b>Pasivos Corto plazo</b>	
<b>Bancos</b>	<b>8439</b>	Deudas < de 1 año	0
Total Activos corrientes	<b>8439</b>	<b>Total pasivos corto plazo</b>	
Activos Fijos		<b>Pasivos largo plazo</b>	
<b>Equipo de Oficina</b>	349,49	Préstamo Bancario	11000
<b>Equipo de Computo</b>	1265,00	<b>Total Pasivos largo plazo</b>	
<b>Muebles y Enseres</b>	237,78		
<b>Muebles de oficina</b>	2177,67	<b>Total Pasivos</b>	11000
<b>Útiles de Aseo</b>	70,00		
Total Activos Fijos	4099,94		
		<b>Patrimonio</b>	
Activos diferidos		Capital	1838,94
<b>Gastos de constitución</b>	300	<b>Total Patrimonio</b>	
Total Activos diferidos	300		
Total Activos	<b>12838,94</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>12838,94</b>

Tabla 6. Balance general proforma.

### Estado de Resultados y flujos netos de efectivo.

Estado financiero que registra ingresos y egresos causados por la actividad económica en el periodo de cinco años.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>	35086,50	35682,97	36289,58	36906,50	37533,91
<b>(-) Costo de operación</b>	17023,85	17459,98	17907,95	18368,07	18840,68
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	18062,65	18222,99	18381,63	18538,43	18693,23
<b>(-)Gasto administrativo y ventas</b>	12186,97	12552,58	12929,16	13317,03	13716,54
<b>(=) Utilidad operacional</b>	5875,68	5670,41	5452,47	5221,40	4976,69
<b>(-) Gasto financiero</b>	1120,58	850,26	545,51	202,15	0,00
<b>(=)Utilidad antes de reparto</b>	4755,10	4820,15	4906,96	5019,25	4976,69
<b>(-) 15% reparto de utilidades</b>	713,27	723,02	736,04	752,89	746,50
<b>(=) Utilidad después de participación</b>	4041,84	4097,13	4170,92	4266,37	4230,19
<b>(-) 25% Impuesto a la renta</b>	1010,46	1024,28	1042,73	1066,59	1057,55
<b>(=) Utilidad neta</b>	3031,38	3072,85	3128,19	3199,77	3172,64
<b>(+) Depreciaciones</b>	733,51	733,51	733,51	733,51	733,51
<b>(+) Amortizaciones</b>	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
<b>Flujos netos de efectivo</b>	3824,89	3866,36	3921,70	3993,28	3966,15

Tabla 7. Estado de resultados y flujos netos de efectivo.

## Estudio Ambiental.

La agencia de turismo comunitario debe estar ligada a la responsabilidad social empresarial, enfocándose al eje económico, social y ambiental, no debe de ocasionar ninguna anomalía durante la ejecución de las actividades en las parroquias como contaminación y daño alguno sobre la flora y fauna de la localidad sino más bien debe de contribuir a la preservación del medio ambiente, por lo que la agencia realizará una concientización hacia las personas que van a requerir los servicios de la Agencia Tu Rumbo 04.

Cuando se habla de responsabilidad social empresarial se direcciona que las empresas deben de estar directamente proporcionadas a los ejes establecidos para la buena toma de decisiones empresariales, el eje económico trata de la minimización de costos en distribución de gastos, financiamiento, utilidad y rentabilidad, mientras que el eje social se enfoca a los grupos más vulnerables dentro de la sociedad, para mejorar su calidad de vida, en la presente investigación, esto se enfoca como política de la agencia de turismo, porque con la creación de la misma se ayudará a reactivar la economía de las personas de las comunidades abandonadas por falta de oportunidades, mientras que el eje ambiental genera un gran impacto por que la agencia va direccionada a comunidades que son ricas en fauna y flora de la zona rural del Cantón Tulcán,

## Impacto económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Administración de recursos económicos							X	3
Rentabilidad							X	3
Utilidades							X	3
Retorno de la inversión							X	3
Ingresos							X	3
Turistas nacionales y extranjeros por nivel de frontera existente.							X	3
Total								18

Tabla 8. Impacto económico

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{18}{6}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 3$$

Nivel de Impacto = Alto positivo

### Impacto social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Mejoramiento y tratamiento a las parroquias							X	3
Integración del sector turístico a las parroquias							X	3
Creación de fuentes de trabajo							X	3
Integración agencia y sociedad							X	3
Aprovechamiento de todos los potenciales de las parroquias							X	3
Total								15

Tabla 9. Impacto social

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{15}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 3$$

Nivel de Impacto = Alto positivo.



## Impacto ambiental.

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Manejo de normas ambientales y de manejo de desechos							X	3
Cuidado de ríos y cascadas							X	3
Campaña de reciclaje y la protección del medio ambiente							X	3
Políticas de comercialización y consumo de alimentos propios de las parroquias							X	3
Calidad de vida de plantas y animales							X	3
Total								15

Tabla 10. Impacto ambiental

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{15}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 3$$

Nivel de Impacto = Alto positivo

## DISCUSIÓN.

El objetivo principal del estudio de factibilidad es determinar lo posible que puede llegar a ser la idea de crear o emprender un bien o un servicio, en base a ello tomar la mejor decisión de desarrollo e implementación.

Respecto a los resultados obtenidos en el estudio de mercado sobre oferta y demanda se exponen datos de oferta menor que demanda lo que da como resultado la factibilidad de la investigación al tener una demanda insatisfecha en el año cero de 1.500 personas con un crecimiento al año cinco de 1.821 personas la cual con la creación de la agencia se logrará satisfacer. En el estudio técnico se delimita el lugar más óptimo de ubicación de la agencia por medio de ponderaciones en relación a factores externos determinantes, luego de realizar la comparación de valores el más viable es la ponderación de 3.5, dando una ubicación de la agencia en el centro de Tulcán. El estudio administrativo legal

confiere, tener el direccionamiento estratégico claro junto con la razón social para direccionar a la agencia con objetivos y situación actual con el regimiento del aspecto legal para crecer en el entorno con un valor agregado, generando competitividad al ser la primera agencia de turismo comunitario dentro del Cantón Tulcán.

En el estudio ambiental se mide la factibilidad y el nivel de impacto mediante la matriz de impactos externos, donde se señala una valoración de 1 a 3, positivos y negativos, que se califica de acuerdo a los criterios de:

Valoración cuantitativo	Valoración cualitativa
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Tabla 11. Puntuación de impactos

Dando como resultado la factibilidad en cada nivel de impacto con un alto positivo.

Por consiguiente se plantea los resultados esperados y la comparación que define la factibilidad de un proyecto. Para ello se utiliza los indicadores de evaluación económica.

Con los datos obtenidos en el estudio económico financiero se aplica los Indicadores de evaluación económica con financiamiento.

**El VAN y la TIR.** “La teoría financiera nos brinda una gran gama de herramientas para la evaluación y selección de proyectos, siendo las más utilizadas las basadas en el descuento de flujos de efectivo, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno/Rendimiento (TIR).” (Metzger, 2014).

**Valor actual neto (VAN) con financiamiento.** Es el valor presente del proyecto una vez descontado los flujos netos de efectivo, identifica la factibilidad en función del dinero con poder adquisitivo presente.

FNE= Flujo Neto de Efectivo Proyectado       $i$ = Tasa de rendimiento medio (0,1278)

$n$ = tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión (5 años). El valor presente una vez descontados los flujos netos de efectivo proyectados es de \$ 1.695,15 considerándose aceptable y rentable económicamente ya que es mayor que cero.

### **Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento.**

“La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión.” (Restrepo, 2019).

Según los cálculos realizados se puede identificar que es factible el estudio, el valor de la TIR es 16% el cual es mayor que el costo de oportunidad (TRM) 10,52%, por lo tanto se conoce que si el valor de la TIR es mayor al valor del costo de oportunidad tiene su grado de factibilidad aceptable y solo así se puede apostar en lleno por un proyecto.

### **CONCLUSIONES.**

- ✚ Para conocer la demanda insatisfecha de turistas se ha utilizado instrumentos de investigación tal como la entrevista la cual permite identificar gustos y preferencias de los mismos; permitiendo así la implementación de la agencia de turismo comunitario.
- ✚ El tamaño, la localización, distribución de planta y recursos humanos requeridos en la agencia turística, se realizó por medio de la segmentación de mercado para poder ofrecer un servicio diferenciado y adaptado a cada uno de los clientes objetivo, permitiendo optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos.
- ✚ Con el análisis de los resultados logrados en la presente investigación se puede concluir y tener una idea clara y precisa de cómo estructurar una agencia de turismo, promoviendo la caracterización y descripción de “**TÚ RUMBO 04**” se expondrán sus tácticas y estrategias a utilizar para de manera correcta llevar una buena administración organizacional.
- ✚ El estudio económico financiero determina la factibilidad de crear una agencia de turismo comunitario, el VAN es igual 1.695,15 y una tasa interna de retorno TIR es igual 16% mayor que el costo de oportunidad de 10,52%
- ✚ Con la investigación presentada se delimita a ciencia cierta la importancia de realizar un estudio de factibilidad para que futuros inversionistas tomen en cuenta este tipo de estudios para invertir recursos monetarios de una manera segura y evitarse en la ejecución de su proyecto la suspensión del mismo, por no haber estudiado todas las variables internas y externas que el mundo del mercado requiere.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Baca, G. (2016). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Benavides. (2013). *Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde, Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Provincia del Carchi*. Obtenido de <https://docplayer.es/39597364-Desarrollo-del-turismo-comunitario-en-la-comunidad-de-monteverde-marco-vinicio-benavides-hernandez.html>
- Calleja, F. J., & Calleja, F. (2016). *Análisis de estados financieros* . México : Pearson .
- Consejo Nacional de Planificación . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Empresa . (2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* . Obtenido de [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Gitman, L., & Zutter, C. (2017). *Principios de administración financiera* . México : Pearson .
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Carchi . (12 de Julio de 2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0460000130001\\_PDOT%20CARCHI%202015%20-%202019%20ACTUALIZADO%20opt\\_14-08-2015\\_22-24-17.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460000130001_PDOT%20CARCHI%202015%20-%202019%20ACTUALIZADO%20opt_14-08-2015_22-24-17.pdf)
- Gomez, A. M. (2019.). *Estudio técnico. Facultad de Economía. UNAM*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Gómez, C. (2017). *La investigación científica y las formas de titulación*. Quito: Jurídica del Ecuador.
- Mete, M. R. (Marzo de 2014). *Artículo Científico de Valor Actual Neto y Tasa de Retorno*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf)
- Ministerio de Turismo. (12 de Junio de 2018). *La importancia del turismo en la economía del Ecuador*. Obtenido de <http://turismo-romance.ebizar.com/2018/06/12/la-importancia-del-turismo-en-la-economia-del-ecuador/>
- Morales, & Morales. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de [https://www.academia.edu/10315052/Proyectos\\_de\\_Inversion\\_Arturo\\_Morales\\_Jose\\_Antonio](https://www.academia.edu/10315052/Proyectos_de_Inversion_Arturo_Morales_Jose_Antonio)
- Nordhaus. (2006). *Economía*. España: McGrawHill.
- Ortega y Vicente. (2013). *Plan de desarrollo turístico comunitario en la parroquia de Toacaso, Universidad Central del Ecuador. Quito*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1476/1/T-UCE-0005-303.pdf>
- Pacheco, J. (2015). *Análisis de Estados Financieros* . Perú: Macro Eirl.

- Pichincha, B. (2019). *Banco Pichincha* . Obtenido de  
<https://www.pichincha.com/portal/Simuladores/Creditos>
- Restrepo, M. (13 de Noviembre de 2019). *Rankia*. Obtenido de  
<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>
- Serrano, J. (4 de Noviembre de 2012). *Estudio Administrativo y legal. EMPRENSA*.  
Obtenido de <http://empensar.blogspot.com/p/estudio-administrativo-y-legal.html>
- UKESSAYS. (5 de Diciembre de 2016). *El estudio de proyectos*. Obtenido de  
<https://www.ukessays.com/essays/foreign-language/el-estudio-de-proyectos.php>

Link del artículo científico publicado en revista Dilemas Contemporáneos,

Educación Política y Valores. Artículo número 95:

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1158/119>